



HISTORIAS DE NEGOCIOS

MARIO MALDONADO

Opine usted:  
mmaldonado@  
elfinanciero.com.mx  
y a @MarioMal

## Randall Stephenson, el aprendiz que se volvió la pesadilla de Carlos Slim

Si Randall Stephenson no hubiera sido uno de los aprendices de Carlos Slim, y después uno de sus socios, la historia de cómo AT&T podría convertirse en la peor pesadilla de América Móvil no sería tan interesante. Pero sí fue su discípulo y ahora tiene bajo presión a su empresa: en México, con la compra de Iusacell, Nextel y la inversión de 3 mil millones de dólares que anunció hace unos días; en Estados Unidos porque construirá una red binacional y desaparecerá el cobro de roaming; y en América Latina porque competirá fuertemente en la televisión de paga con DirecTV, el cual, dicho sea de paso, es socio de Televisa con 41 por ciento de Sky México.

En mayo del 2014, a la luz del anuncio de compra de DirecTV por parte de AT&T, escribí un texto sobre la relación entre Slim y Stephenson: “Carlos Slim sacó una hoja de papel, la puso sobre el escritorio y empezó a trazar su estrategia para conquistar el negocio de las telecomunicaciones en América Latina. Fue en julio de 1995, cinco años después de que adquirió a Telmex junto con un grupo de empresas extranjeras. En aquel pedazo de papel el empresario mexicano dibujó una tabla con el nombre de las mayores compañías de comunicaciones del mundo. En una columna, enlistó a las empresas de las que ya era dueño o tenía el control mediante su Grupo Carso. En otra, colocó a las firmas globales, junto con sus principales indicadores: el flujo de operación y las ventas. Randall Stephenson, un joven de 35 años que en ese entonces trabajaba para Southwestern Bell, una firma de telefonía que formaba parte del grupo que adquirió a Telmex, miraba atento. Luego tomó el pedazo de papel y preguntó sobre una de las compañías extranjeras. De inmediato, Slim comenzó a darle referencias de memoria”.

Randall Stephenson y Carlos Slim se conocieron en 1992, dos años después de que Southwestern Bell participó en la compra de Teléfonos de México. El joven ejecutivo, oriundo de Oklahoma, pasó

cuatro años en México como representante del consorcio que adquirió a la telefónica mexicana, aunque las decisiones las tomaba el empresario mexicano. Stephenson fue escalando en Southwestern Bell hasta que ésta firma adquirió a AT&T en el 2005. Él fue uno de los encargados en liderar esta transacción, lo que le valió que en 2007 obtuviera la presidencia y dirección general de la telefónica estadounidense. Ya como el líder de la firma, también encabezó el intento de compra de T-Mobile en el 2011 y más recientemente la adquisición de DirecTV.

El jueves de la semana pasada Stephenson fue a Los Pinos a anunciar una inversión multimillonaria en México: 3 mil millones de dólares para la creación de una red móvil de alta velocidad que cubrirá a 100 millones de personas en México hacia el 2018. Multimillonaria, es un decir para él, porque el año pasado AT&T invirtió 21 mil 400 millones de dólares en su crecimiento orgánico y para 2015 tiene presupuestados 18 mil millones. Además, AT&T pagó 4 mil 400 millones de dólares por Iusacell y Nextel México, pero por DirecTV desembolsará 48 mil 500 millones de dólares. Gran diferencia.

La apuesta de AT&T en México es crear un red de última generación que permita soportar las grandes cantidades de video que se consumen actualmente en los dispositivos móviles. México encabeza el consumo de video en smartphones y tablets en América Latina y Stephenson quiere capitalizarlo. El exalumno de Slim no evade los cuestionamientos sobre lo que quiere lograr en México: “Queremos ser el número uno en 10 años”, asegura.

Sin embargo, una de las jugadas más importantes de Stephenson es la de construir una red binacional que cubra a 400 millones de personas en ambos países. Con esto atraerá a miles o millones de usuarios y eliminará prácticamente el cobro del roaming internacional, para lo cual, por cierto, América Móvil ocupa la red de AT&T en Estados Unidos. Slim también compra mi-



Fecha 01.07.2015	Sección Empresas	Página 22
---------------------	---------------------	--------------

nutos a AT&T para revenderlos a través de TracFone, el mayor Operador Móvil Virtual del país vecino. TracFone no es un activo no estratégico de América Móvil y podría estar a la venta, según han dejado entrever sus directivos. Vendérselo a un competidor de AT&T como T-Mobile o Sprint es una opción.

En América Latina DirecTV es el segundo mayor operador de TV de paga,

debajo de Claro y otras marcas propiedad de Slim. Sin embargo, en Brasil, el segundo mayor mercado de América Móvil en términos de ingresos, DirecTV es el proveedor de televisión satelital que lidera el mercado a través del 93 por ciento que posee en Sky. Randall Stephenson estuvo en Brasil hace unas semanas porque quiere participar en la subasta de espectro para ampliar sus operaciones en el territorio carioca.