

La renovada apuesta de crecimiento de América Móvil

La controladora de ClaroVTR ha fijado su crecimiento en países como Brasil, Colombia y Europa del Este. En Chile, su hambre por crecer sigue, pero a un ritmo más lento que hace unos años. La llegada de Millicom, dicen analistas, no perjudica su posición.

POR NICOLÁS DURANTE

Para crecer con el tamaño que tiene necesita cautela. Y de eso sabe América Móvil, la firma de telecomunicaciones del mexicano Carlos Slim, con presencia en toda la región, así como en Europa del Este.

La semana pasada la compañía reportó sus resultados al primer trimestre, con un crecimiento del 12,7% en su utilidad operativa, alcanzando unos US\$ 2.943 millones, mientras que el beneficio neto aumentó más del 25%. "En América Latina y el Este de Europa estamos creciendo y lo estamos haciendo bien", dijo el CEO de América Móvil, Daniel Hajj, en el conference call con analistas.

Según Alex Azar, vicepresidente de Equity Research en el grupo financiero mexicano GBM, "América Móvil está en fase de crecimiento. La perspectiva es que los servicios de telecomunicaciones, sobre todo con la explosión de la IA y el inmenso consumo de datos, solo va a ir en crecimiento. AMX tiene una posición financiera sólida, de las más estables del mundo, y tiene el espacio para crecer. Así lo está haciendo en Brasil, Colombia, Europa y por supuesto México".

En Brasil, particularmente, las proyecciones son auspiciosas. Ya ha comprado varios activos, la última fue el acuerdo de adquisición de la firma de fibra óptica Desktop por US\$ 753 millones. Y tiene espacio para crecer, según Azar, toda vez que el 50% del market share en fibra óptica está en manos de pequeños operadores regionales. Los competidores principales de ese país, Tim y Telefónica (Vivo) están con hambre de crecer y consolidar el mercado, pero Slim quiere dominar. El hecho de que Telefónica haya decidido quedarse solo con Brasil en su exit de América es una señal de que en ese mercado ven oportunidades.

Esa posición sólida en Brasil y México, cuya población conjunta supera los 340 millones de habitantes, le permite seguir abriendo oportunidades en mercados más pequeños, como Chile, Perú o Colombia. En este último país en febrero anunciaron un acuerdo para comprar Azteca Comunicaciones, una filial del Grupo Salinas, del empresario mexicano Ricardo Salinas Pliego, quien atraviesa serios problemas financieros en varias de sus unidades de negocio.

Sobre Chile, particularmente, la ambición de crecer continúa, pero la velocidad ha disminuido. Si ya pusieron el pie en el acelerador de forma orgánica y con la compra de VTR se consolidaron como un

operador de internet fijo líder, la apuesta con la compra de Telefónica era seguir creciendo en esa área. Sin embargo, los planes se vieron frustrados porque la española decidió elegir a Millicom y NJJ Holding.

Según Azar, Millicom todavía no representa una amenaza real a la escala de AMX. "Es un buen jugador, sobre todo racional. A diferencia de lo que hizo WOM cuando llegó a Chile, que no fue racional, Millicom es un competidor que busca mantener retornos y no ser un destructor de valor de mercado. Eso beneficia la posición de Claro en Chile".

Brian Rodríguez, analista bursátil senior de Monex, dice que América Móvil más que solo medirse en tasa de crecimiento neto, está apostando a ganar más dinero. "No crece a dígitos altos, es más orgánico. Eso no quiere decir que la empresa no crezca, sino que por el tamaño y la participación de mercado se complica ver crecimientos atípicos, por eso están enfocados en la estrategia de buscar la expansión de márgenes, acortar costos, brindar

mejores servicios al mismo nicho, y hacerse más rentable". Eso ha traído como resultado que el último trimestre crecieron sus márgenes de 66 puntos base, el más alto en la historia de la compañía.

En su examen ante el mercado, el CEO de América Móvil lo dijo claro: "Vamos a tener algunas oportunidades en la región. En Latinoamérica y en Europa del Este. En ambas estamos creciendo bien y lo estamos haciendo muy bien. Creemos que en Europa del Este y en Latinoamérica va a haber buenas oportunidades, y estamos buscando algunas de ellas", recordando la compra de Azteca en Colombia, y Desktop en Brasil. "Así que va a haber más oportunidades en ese sentido. Como usted dice, necesitamos tener un buen balance entre las recompras, el apalancamiento y las oportunidades que tenemos".

Ante la pregunta de un analista de UBS, Hajj dijo que "estamos considerando todo. Estamos considerando fibra. Creo que hay muchas empresas de fibra en la región que encajan, en lugar de tender fibra

desde cero, ya tienen fibra y algunos clientes. También espectro. Ya saben que el año pasado compramos espectro en Puerto Rico [...] van a ver buenas oportunidades durante todo este año. Queremos tomar esas oportunidades".

También fue consultado por un analista de Scotiabank sobre conversaciones con Starlink, tal como las que ya anunció Entel en Chile. "El verdadero servicio Direct to Cell, según entiendo, va a ser en 2027. Van a lanzar un nuevo satélite, y ese será el Direct to Cell. Estamos abiertos a hacer cualquier cosa con ellos que tenga sentido para nosotros, por supuesto, y estamos hablando con ellos y creo que va a ser una buena tecnología".

Austria y Europa del Este

Una alta fuente relacionada a la matriz en México cuenta que Carlos Slim ha estado interesado varias veces en entrar al accionariado de Telefónica España, con conversaciones avanzadas incluso en el pasado reciente, pero que no se concretaron principalmente porque pasar los escollos de autorizaciones de libre competencia podría ser muy difícil. Hoy, con Telefónica fuera de Latam de habla hispana, el camino podría despejarse. Es que Europa es una de las ambiciones de segundo plano que tiene la gigante mexicana.

En el Viejo Continente tienen el 61% de la empresa A1 Telekom Austria, que provee internet a Austria, Bulgaria, Croacia, Serbia, Eslovenia y Macedonia del Norte con más de 30 millones de clientes. El resto de la propiedad es del Gobierno austriaco, con quienes acaban de sellar un acuerdo para extender la sociedad hasta 2033.

Sobre Europa, Rodríguez dice que es algo estratégico en su plan de diversificación. "No es un motor de crecimiento hoy, pero sí es un estabilizador y diversificador de los ingresos, para no concentrar todo en Latam. En Europa crece más lento, pero sigue creciendo y sí creemos que va a ser una inversión de largo plazo".

Y espaldas financieras tienen: la compañía prevé invertir cerca de US\$7.000 millones este año y su relación deuda/Ebitda es de 1,41 veces, uno de los ratios más bajos de las telco globales. 

