

■ MIRIAM POSADA GARCÍA

La calificadora Fitch Ratings señaló que la compra que acordó América Móvil con la división de medios de Corporación Interamericana de Entretenimiento (CIE) afectará a esa empresa, que se dedica a comercializar publicidad y organizar espectáculos en vivo, pero le permitirá liquidar deudas, pues la operación se estima en mil 668 millones de pesos.

Para América Móvil representará el ingreso al negocio publicitario en distintos foros y la adquisición de una división que en 2012 aportó 20 por ciento de los ingresos de CIE.

La calificadora consideró que la venta del total de las acciones de Corporación de Medios Integrales (CMI) a América Móvil,

■ Para la empresa de Slim implicará “asegurar espacios publicitarios”

## Venta de división de medios a América Móvil permitirá a CIE sanear finanzas: calificadora

tendrá efecto neutral en la calificación crediticia de CIE, y a la larga se reflejara en una operación positiva, pues a pesar de vender a una importante proveedora de ingresos, CIE tendrá recursos para sanear sus finanzas.

CMI representó 20 por ciento del Ebitda (ingresos antes de impuestos y derechos) consolidado de CIE para los primeros nueve meses de 2012. La venta de este segmento de negocios disminuirá la diversificación y escala de CIE e incrementará la ciclicidad de sus resultados. Sin embargo

con el fortalecimiento en la posición financiera tras la reducción de deuda, brindará a la empresa la flexibilidad para evaluar y llevar a cabo oportunidades estratégicas futuras”.

América Móvil pagará mil 668 millones de pesos por CMI, que CIE usará para cubrir gastos, impuestos y capital de trabajo, pero la mayor parte se prevé será para el pago de deuda.

Con esta operación, América Móvil, la principal empresa de telecomunicaciones de Carlos Slim, que ahora concentra a telé-

fonos de México, ingresará al mercado de la publicidad en diversos espacios como espectaculares sobre avenidas, imágenes en estadios de fútbol, o en salas cinematográficas entre otras.

Con esta operación América Móvil y todas las empresas de Slim asegura espacios publicitarios en medios alternativos a radio y televisión, donde hace un par de años no pudieron anunciarse por diferencias con las dos televisoras que captan la mayoría de inversión publicitaria que hacen las empresas en México.