

El Siglo de Torreón.com.mx

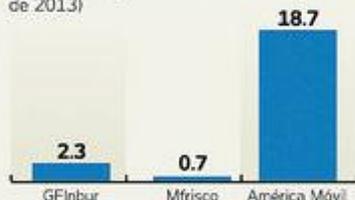
Efectos de la reforma a Telecom

RECONOCEN QUE HAY PROS Y CONTRAS EN LOS CAMBIOS

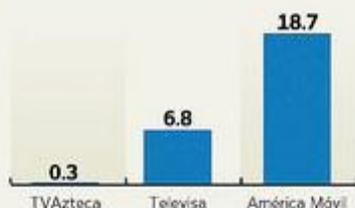
POSITIVO EN EL LARGO PLAZO

Las reformas a las leyes de telecomunicaciones aprobadas por los Diputados traería beneficios

Peso de las empresas de Slim dentro del IPC (porcentajes, datos al cierre de junio de 2013)



Participación de las empresas de Telecom en el IPC (porcentajes, datos al cierre de marzo de 2013)



Rendimientos de las empresas del sector Telecom (var. %, datos al cierre de marzo de 2013)



Fuente: BMV

La reforma en telecomunicaciones y competencia económica, que se promulgó el 10 de junio pasado, trastocará mercados de millones de dólares en radiodifusión y telecomunicaciones con la idea de generar mejores servicios, así como precios asequibles a consumidores, opinan analistas.

América Móvil (AMX, por su clave de pizarra) de Carlos Slim Helú y Grupo Televisa, la compañía medios de comunicación más grande de habla hispana, propiedad de Emilio Azcárraga, son las firmas que, de entrada, verán reducidos sus cotos de poder, opina Valder Nogueira, analista de Banco Santander.

Explica que para AMX la reforma no genera una pérdida inmediata, pero puede, en el mediano plazo, reconfigurar negativamente el entorno de la compañía.

"Esto pesará sobre la acción durante mucho tiempo. No hay catalizadores positivos (pobre desempeño en Brasil; y la debacle en Europa)", dice.

Nogueira asegura que para Televisa la cláusula propuesta de "must carry" y "must offer" puede traducirse en un impacto negativo sobre sus ingresos de contenido (no más de 4% de su EBITDA). Efecto que considera puede compensarse por un entorno más benigno para el negocio telefonía móvil a través de Iusacell, empresa en coinversión con Ricardo Salinas Pliego, propietario de Tv Azteca, opina.

La calificadora Moody's consideró que la instrumentación de la reforma puede acarrear efectos crediticios adversos tanto para AMX así como para Televisa.

En tanto Marcela Dueñas y Patricia Calvo, analistas de Standard & Poor's (S&P), comentan que al implementarse las modificaciones propuestas en la reforma, se observarán con certeza los impactos reales sobre AMX y Televisa.

"Hasta que no sepamos los efectos de esta regulación no evaluaremos la calificación", dice Dueñas.

MERCADO QUE NO CRECE

Para inversionistas, el mercado de la TV abierta no es atractivo, pues la inversión publicitaria se estancó hace un lustro.

La intención del gobierno de licitar dos nuevas cadenas nacionales, bajo un esquema digital, es abatir la alta concentración en este mercado en infraestructura, publicidad y audiencia.

Se busca que el Estado acelere la penetración de antenas, decodificadores y/o televisores digitales para atraer inversionistas locales e internacionales. La reforma permite inversiones foráneas de hasta 49% en radiodifusión si hay reciprocidad entre países.

La inversión publicitaria se ha distribuido de forma similar entre los distintos medios que integran este sector en los últimos años, de acuerdo con el estudio Condiciones del mercado de televisión abierta en México, del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE).

Por ejemplo, en 2004 la inversión en medios publicitarios en México fue de 38 mil millones de pesos, de los cuales 60% paró en TV abierta, 10% a publicidad exterior, 8% a prensa, 8% a radio, 4% a revistas, 5% a TV de paga, 2% a cine, 1% a internet y 2% a otros medios.

Ese año, Televisa captó 71.2% de la inversión en publicidad por TV abierta y TV Azteca 28.2%; la participación de Televisa sólo por publicidad en TV abierta representó 41.3% de la inversión publicitaria total en medios. En 2010 la televisión abierta captó recursos de inversión publicitaria de 58%.

"En los últimos años la televisión abierta sigue como el medio con más ingresos por publicidad, aunque su participación total ha decrecido", indica el CIDE.

"Si quisiera entrar al mercado, como en su momento entró Tv Azteca, (un nuevo competidor) necesitaría inversión, producciones de contenidos... Si bien Azteca ha logrado una participación de 30%, le ha tomado años y los canales de Televisa como el canal 2 son de los más vistos", dice Marcela Dueñas, analista de S&P.

MERCADOS ATRACTIVOS

De acuerdo con el informe de resultados 2006-2012 de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), entre 2006 y 2011, el sector de telecomunicaciones en México tuvo un leve dinamismo. A pesar de la crisis mundial de los últimos años, el ritmo de crecimiento del sector, medido por el Índice de Volumen de Producción del Sector Telecomunicaciones (ITEL), mostró una tasa media de crecimiento anual de 14.4% para los seis años del periodo observado, cifra favorable comparada con el promedio anual de 2.2% del PIB global.

Además de la telefonía móvil, es destaca el crecimiento en la penetración de banda ancha alámbrica e inalámbrica fija y móvil (entre 2006 y 2012) de 2.9 a 22.5 suscripciones por cada mil habitantes.

El valor del mercado de telecomunicaciones es superior a 30 mil mdd anuales, según estimaciones de la industria.

Telcel, marca de América Móvil en México, alcanzó 70.4 millones de líneas, con una participación de mercado de 70.3%, según datos de la consultoría The Competitive Intelligence Unit (The-CIU).

Telefónica Movistar redujo sus suscripciones al pasar de 19.7 millones de líneas en 2011, a 19.2 millones a 2012.

Nextel creció 5.6% en líneas, sumando 3.9 millones en el año, y una cuota de mercado de 3.9%. Iusacell llegó a 6.6 millones de líneas en 2012, una participación de 6.6%, según los datos de la consultoría The-CIU.

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), Teléfonos de México (Telmex), empresa filial de América Móvil, cuenta con 80% de participación del mercado de líneas fijas.

La instrumentación de la reforma podría abrirle a Slim la puerta del mercado de televisión restringida, de acuerdo con Eduardo Pérez Motta, presidente de la Comisión Federal de Competencia (CFC), siempre y cuando la empresa cumpla sus obligaciones.

"El caso de América Móvil (Telmex y Telcel) lo que yo veo es ellos están dispuestos a ceder en temas regulatorios y de interconexión a cambio de que ellos puedan entrar a la televisión de paga", dijo Pérez Motta.

"¿Por qué Televisa dice me sumo?, porque saben que ceder en contenidos y que haya más competencia a través de una licitación les permitirá jugar (en telefonía móvil)", expresó Pérez Motta.

Beneficiará al mercado de valores

La reforma constitucional en telecomunicaciones y competencia económica, que se promulgó el 10 de junio pasado, representa un factor positivo que beneficiará a largo plazo a las empresas del sector que cotizan en el Índice de Precios y Cotizaciones (IPC) de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), coincidieron analistas del medio bursátil.

Dicho instrumento regulatorio traerá en el corto plazo algunos altibajos, aunque en el mediano plazo seguirá su tendencia ascendente, derivada de la expectativa de las aprobaciones de las reformas que generarán un mayor crecimiento de la economía mexicana, comenta Arnulfo Rodríguez analista de Banamex-Accival.

"Es un sector que va a terminar ganando con las reformas, es un sector con jugadores dominantes, pero que exploran otros mercados donde hay otros jugadores igualmente dominantes. Lo que hace esta reforma es que les obliga a perder dominancia en su mercado principal, pero entran en otro abriendo así la competencia", dice el especialista.

Comenta que a la mayoría de las empresas relacionadas con el sector les abre las puertas a un mercado alterno. "Entonces tenemos un sector de telecomunicaciones donde hay grandes jugadores, magníficas empresas y otro de medios", insistió el analista.

El especialista adelantó que se necesita elaborar un marco normativo que favorezca con una mayor competencia, esto es lo bueno, esto implica un costo de corto plazo pero grandes beneficios para todos, para estos jugadores en el largo plazo.

"Con la reforma simplemente se va a poner orden en el mercado, sabemos también que será en ese sentido de fomentar la competencia, además que esto tiene un costo en el corto plazo para el jugador dominante en alguno de los negocios, pero al mismo tiempo le traerá beneficios en el mercado que quiere competir (televisión) y ahí habrá un efecto compensatorio", afirmó Arnulfo Rodríguez.

En la actualidad, empresas de telecomunicaciones como América Móvil, Televisa y TV Azteca tienen un peso de alrededor de 25.8% en el Índice bursátil mexicano (IPC) y sus acciones son altamente bursátiles. Tan sólo las empresas de Slim (América Móvil, Inbursa y MFrisco) que están dentro del índice bursátil poseen el 21.7% de la muestra accionaria.

Antes de la propuesta de la reforma de telecomunicaciones, las acciones de América Móvil con la serie "L" tenían una participación dentro del IPC del mercado mexicano de 25%, no puede tener una mayor participación a este porcentaje, aunque actualmente por la disminución del precio alcanzan cerca de 18%, señala el especialista.

El director de Metanálisis, Gerardo Copca, señaló que en muchas ocasiones del volumen total negociado en la bolsa accionaria de México, "América Móvil representa más de 50%, entonces con ese dato se puede dar una cuenta del peso que tiene no solamente en el IPC si no sobre todo en el mercado bursátil en general".

El especialista agregó que la aprobación de la reforma de telecomunicaciones será benéfico para el mercado de valores mexicano, pues permitirá una mayor diversificación en las empresas del sector que participan en la Bolsa Mexicana de Valores como es el caso de Axtel, Megacable, que aunque en estos momentos no forman parte del IPC podrían en un futuro tener una mayor influencia dentro del mercado.