

INDICADOR	ANTERIOR	ACTUAL	VARIACIÓN
S&P/BMV IPC (MÉXICO)	44,686.06	44,625.78	-0.13%
FTSE BIVA (MÉXICO)	911.52	910.01	-0.17%
DOW JONES (EU)	26,412.30	26,384.77	-0.10%
NASDAQ (EU)	7,984.16	7,976.11	-0.10%

INDICADOR	ANTERIOR	ACTUAL	VARIACIÓN
TIE (28 DÍAS)	8.4925%	8.4950%	0.0025 pp.
TIE (91 DÍAS)	8.4925%	8.5050%	0.0125 pp.
CETES (28 DÍAS)	7.8000%	7.7600%	-0.0400 pp.
TASA OBJETIVO	8.2500%	8.2500%	0.0000 pp.

INDICADOR	ANTERIOR	ACTUAL	VARIACIÓN
DÓLAR (VENTANILLA)	\$19.3000	\$19.4000	\$0.1000
DÓLAR (SPOT)	\$18.7570	\$18.8780	\$0.1210
EURO	\$21.2148	\$21.3554	\$0.1406
LIBRA	\$24.6074	\$24.7550	\$0.1476

PROYECCIONES México, tasa similar a AL

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) estima que México crecerá 2.4% entre 2019 y 2021, promedio, a una tasa similar a la de América Latina. —Notimex

2.4

POR CIENTO

promedio anual crecerá la economía mexicana entre 2019 y 2021, proyecta el BID

dinero@gimm.com.mx @DineroEnImagen

DINERO

EXCELSIOR MARTES 16 DE ABRIL DE 2019

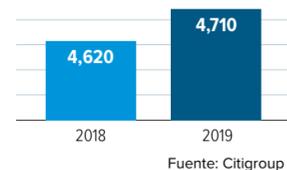
PRIMER TRIMESTRE

Citigroup registró utilidades por 4.7 mil mdd

El grupo financiero estadounidense Citigroup reportó una utilidad neta para el primer trimestre de 2019 de 4 mil 710 millones de dólares, lo que implicó un crecimiento de 2% en comparación con el mismo periodo del año pasado. "Nuestras utilidades reflejan el progreso que estamos teniendo para mejorar nuestra retribución en y sobre capital. Tanto nuestro negocio de consumo como el institucional se desempeñaron bien y vimos buena tracción en aquellas

UTILIDAD NETA

(Millones de dólares, primer trimestre)



áreas en las que hemos estado invirtiendo, tales como Tarjetas de Marca de EU, Soluciones de Tesorería e Intermediación, así como Banca de Inversión. De manera importante, nuestra estrategia en banca de consumo de América del

Norte está mostrando buenos resultados iniciales conforme vamos introduciendo nuevos productos y nos involucramos con una mayor gama de clientes, con canales digitales".

A través de un comunicado, detalló que Citi registró un rendimiento sobre capital común tangible de 11.9%, y tuvo un apalancamiento operativo positivo por décimo trimestre consecutivo, con crecimiento en créditos y depósitos en negocios principales. —Por Carolina Reyes

Reservas, las más bajas en 21 años

POR NAYELI GONZÁLEZ
nayeli.gonzalez@gimm.com.mx

Entre 1998 a 2019, las reservas petroleras probadas (IP) del país registraron una reducción de 77.5%, ante la falta de inversión para exploración e incorporación de nuevos descubrimientos en los últimos años.

Una explotación sin medida y la falta de inversión para exploración ocasionó el desplome de las reservas IP, que pasaron de 35 mil 197 millones de barriles de petróleo equivalente en 1998, suficientes para 24 años, a sólo 7 mil 897 millones de barriles de petróleo equivalente para 8.5 años, de acuerdo con datos históricos de Pemex y los actuales de la Comisión Nacional de Hidrocarburos (CNH).

RESERVAS 3P

En el caso de las totales o 3P (probadas, probables, posible), que este año reportó la CNH, registraron 25 mil 106 millones de barriles de petróleo equivalente, es decir, 65.4% o 47 mil 394 millones de barriles de petróleo menos respecto al pico de 72 mil 500 millones de barriles de petróleo equivalente que se alcanzó al primero de enero de 1984.

Esto significa que México pasó de tener recursos 3P para 54 años a sólo 27.1 años.

Las reservas alcanzaron un buen nivel entre 1970 y 1980 por descubrimientos en Chiapas, pero sobre todo por Cantarell, que fue considerado como uno de los grandes yacimientos más grandes del mundo.

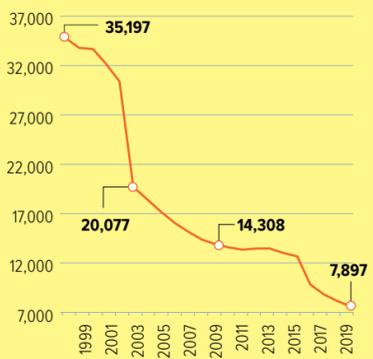
Esto permitió a Pemex enfocarse en el desarrollo y explotación de los campos que ya tenía descubiertos, así como dejar de lado

RECURSOS PETROLEROS

La falta de inversión en exploración ha ocasionado que los recursos del subsuelo probados del país, a inicios de 2019, sólo alcancen para 8.5 años de producción

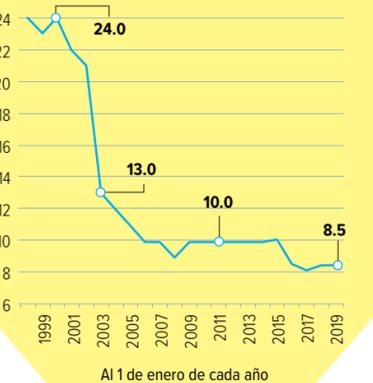
HISTÓRICO DE RESERVAS 1P (PROBADAS)

(Millones de barriles de petróleo crudo equivalente)



POTENCIAL DE PRODUCCIÓN

(Años)



Al 1 de enero de cada año
Fuente: Memorias de Pemex y CNH

la exploración y restitución de reservas.

Del mismo modo, el declive natural era inevitable, principalmente por la sobreexplotación de Cantarell durante el sexenio

de Vicente Fox, cuando se alcanzó el pico de producción, lo cual se sumó a la reducción en el presupuesto en la segunda mitad del gobierno de Enrique Peña Nieto debido a la caída en

los precios de crudo en los mercados internacionales.

La falta de recursos no le permitió a Pemex avanzar a la par de la producción para cumplir con sus obligaciones fiscales, por lo que la restitución de reservas también ha ido en declive.

PERSPECTIVAS

De acuerdo con el plan del gobierno, se pretende ampliar los trabajos de exploración, principalmente estudios de sísmica 3D, para encontrar yacimientos que se sumen a la producción petrolera nacional.

Es importante recordar que el Plan Nacional para la Producción de Hidrocarburos pretende alcanzar una producción promedio de dos millones 480 mil barriles de crudo por día al finalizar la presente administración.

Para ello, el objetivo es incorporar aproximadamente mil 500 millones de barriles por año, logrando un factor de reposición de casi dos, es decir, renovar lo que se produce y agregar casi la misma cantidad a las reservas existentes.

Para ello, la empresa productiva del Estado (Pemex) se centrará en incrementar la actividad en perforación y reparación de pozos en los campos en explotación con reservas 2P (probadas y probables).

EL DATO

Meta sexenal

El gobierno prevé alcanzar, hacia el cierre de sexenio, una producción promedio dos millones 480 barriles de petróleo diarios.

COLOCACIONES EN PRIMER TRIMESTRE

	Emisiones	Monto*
Mercado accionario	2	2,104
Mercado de deuda	309	69,277
Total	311	71,381

* Millones de pesos

Fuente: BMV

INCERTIDUMBRE

Las empresas piden poco financiamiento

POR ERÉNDIRA ESPINOSA
erendira.espinosa@gimm.com.mx

Las empresas del país están muy cautelosas en cuanto a solicitar recursos para financiar planes de crecimiento. Según información de la Bolsa Mexicana de Valores, al cierre del primer trimestre del 2019 ha otorgado financiamiento por 71 mil 381 millones de pesos, 60% inferior a los 179 mil 760 millones de pesos otorgados en el mismo trimestre del año pasado.

Según José-Oriol Bosch, director de la BMV, el bajo monto financiado hasta el momento se debe a que los empresarios están esperando comprender mejor las nuevas reglas del juego, por lo que la expectativa es que el mercado se reactive en los siguientes meses.

SEXENIO

"Podemos ver que ha habido un menor crecimiento en el monto de financiamiento, contra lo que habíamos visto el año pasado, lo cual es normal, es natural, lo hemos visto no sólo en este, sino en el primer año, en los primeros meses de una nueva administración, es algo que de forma natural se va a reactivar", aseguró el directivo en una conferencia de prensa, la semana pasada.

"Hoy, en México se están



El mercado está seco, porque en estos momentos no hay muchos incentivos para tomar riesgos en México. La prima de riesgo en el país es tan elevada o mucho más elevada que en otros países donde los retornos de inversión son más atractivos."

JOSÉ-ORIOL BOSCH
DIRECTOR DE LA BMV

corriendo más riesgos por retornos menos interesantes, esto es lo que ha secado el mercado de emisiones tanto de acciones como del tipo de deuda", sostuvo Juan Carlos Minero, especialista de Black Wall Street Capital México.

Según Minero, será hasta la segunda mitad del año cuando el ánimo de los inversionistas mejore, principalmente en el mercado de deuda. Pero para el mercado de capitales se ve compleja la posibilidad de alguna transacción. "Las emisoras saben que habrá poco apetito, a menos que ofrezcan tasas muy altas".

BOLSA MEXICANA DE VALORES

Emisoras están listas para nuevas normas contables

POR ERÉNDIRA ESPINOSA
erendira.espinosa@gimm.com.mx

La totalidad de las empresas que participan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) cumplirán para este primer trimestre con las nuevas normas contables para reportar la renta de activos (NIIF 16), lo que generará mayor transparencia y comparabilidad en el mercado.

Rafael Vázquez, subdirector de emisoras de la BMV, explicó que son nuevas normas que se aplicarán a escala global a partir del primer trimestre de este año, y que el 100% de las compañías mexicanas listadas ya las adoptaron.

En los reportes trimestrales, que en breve darán a conocer las empresas, se podrán observar cambios en el rubro de pasivos y EBITDA; sin embargo, sostuvo que esto no implica modificaciones en la

esencia de los negocios.

Omar Esquivel, socio de Auditoría de Deloitte, aseguró que las empresas con mayores afectaciones en sus balances por las nuevas normas serán las tiendas minoristas y las aerolíneas, por la cantidad de contratos de arrendamiento.

Expresó que aunque las empresas ya están listas para las normas, hubo un trabajo de casi dos años para que lo pudieran lograr.



Todas las empresas que cotizan en el mundo y que reportan su información financiera a partir del primer trimestre van a tener esa información en sus estados financieros".

RAFAEL VÁZQUEZ
SUBDIRECTOR DE EMISORAS DE LA BMV

GRUPO BARCELÓ

Inversión por 250 mdd en Riviera Maya

Construirá un hotel sólo para adultos y un centro de convenciones

POR MIRIAM PAREDES
miriam.paredes@gimm.com.mx

Barceló, grupo hotelero de origen español, invertirá 250 millones de dólares para desarrollar un nuevo hotel en Riviera Maya, Quintana Roo, afirmó Stefania Ballota, directora comercial y de marketing de Barceló Maya Grand Resort.

Explicó, en entrevista con **Excelsior**, que además del nuevo hotel, que será sólo para adultos y llevará el



Foto: Especial

nombre de Barceló Maya Riviera, también se contempla la construcción de un Centro de Convenciones.

"El hotel tendrá 850 habitaciones y abrirá en diciembre de 2019, será sólo para adultos, el primero de la cadena en México. Es un segmento muy especial".

8,000

PERSONAS

será la capacidad proyectada que tendrá el Centro de Convenciones, que llevará el nombre de Barceló Maya Arena

Según la directiva, este hotel es una construcción totalmente nueva y estará dentro del complejo Barceló Maya Grand Resort.

"Es un hotel nuevo, no es una propiedad que hemos comprado o renovado. Volvemos a invertir en México desde cero porque pensamos que está todo lo necesario para seguir creciendo".

Agregó que el mercado pedía un hotel sólo para adultos y tras un estudio de mercado se decidió que había un potencial grande.

"Somos la tercera cadena extranjera con 22 hoteles y más de 8 mil habitaciones".

123 EL CONTADOR

1. Mal y de malas recibe la Semana Santa el líder de los industriales **Francisco Cervantes**, luego de que su voz no ha sido escuchada ni por el gobierno ni por el dirigente del Consejo Coordinador Empresarial, **Carlos Salazar Lomelín**. Y es que **Cervantes** solicitó una reunión con la secretaria de Economía, **Graciela Márquez**, para abordar sus preocupaciones sobre los retrasos en las aduanas de la frontera y los asuntos de la reforma laboral, sin embargo, la funcionaria le prometió atenderlo, pero hasta la próxima semana. Lo mismo sucedió con **Salazar**, quien se tomará un descanso en la sultana del norte.

2. **Alberto Torrado**, que encabeza Alsea, empezó el año con el pie derecho, anunciando el cierre de importantes transacciones, las cuales se reflejarán en los resultados del primer trimestre que el empresario entregará a finales de este mes. La cereza del pastel será Europa, donde la empresa logró cerrar la compra de Vips en España y empezó a operar Starbucks en Francia, Bélgica, Países Bajos y Luxemburgo. Este mercado impulsará 20% los ingresos de la compañía, punto a favor de Alsea si se considera que, en México, todavía su principal mercado, el panorama estuvo un poco complicado.

3. El equipo de la Secretaría de Turismo de Quintana Roo, a cargo de **Marisol Vanegas**, estuvo muy activo durante el reciente Tianguis Turístico, al igual que el del Consejo de Promoción Turística de la entidad, en manos de **Darío Flota**. Tuviron numerosas reuniones con turoperadores, mayoristas y prestadores de servicios, y entre las noticias positivas está que, desde junio, VivaAerobus operará la ruta Cancún-Hermosillo y Cancún-Tijuana. Mientras que Gol conectará a Cancún con Brasilia; Aeroméxico, con Cali; Interjet, con Medellín, y Turkish Airlines, con Estambul.

4. El 30 de abril vence el plazo para que las personas físicas hagan su declaración de impuestos. Y el SAT, a cargo de **Margarita Ríos-Farjat**, intenta atraer a más contribuyentes con la promesa de que la mayoría pueda obtener una devolución de impuestos y que dicho saldo a favor les será entregado en un lapso "promesa" de cinco días. Pero lo cierto es que el SAT cada vez regresa menos impuestos. Por ejemplo, en 2015, la devolución total de impuestos del SAT fue de 35 mil 569 millones de pesos; en 2016, de 32 mil 736 millones; en 2017, de 37 mil 656 millones y en 2018 de 32 mil 613 millones de pesos.

5. En septiembre los bancos deberán terminar los cambios necesarios para implementar el CoDi, impulsado por la Secretaría de Hacienda, de **Carlos Urzúa**, y el Banco de México, de **Alejandro Díaz de León**, ya sea que desde cero generen una solución completa compatible o bien que actualicen sus servicios de banca móvil para incluir la compatibilidad con pagos electrónicos. Veritran comenzó a colaborar con las instituciones avanzadas en la implementación de este sistema, a través de su plataforma Low Code que permite desarrollar o actualizar sus aplicaciones de pagos y cobros digitales.

Consumidores desafían a las empresas: KPMG

TRANSFORMACIÓN DE MERCADOS

Los cambios en su comportamiento los han llevado a buscar nuevas experiencias y propuestas comerciales

POR KARLA PONCE
karla.ponce@gimm.com.mx

El comportamiento de los consumidores de hoy en día obliga a las organizaciones a estar en constante búsqueda de nuevas experiencias y propuestas comerciales para obtener su preferencia, asegura Manuel Hinojosa, socio de Asesoría en Innovación y Experiencia del Cliente de KPMG en México.

“Ya no se puede segmentar a los consumidores como antes lo hacíamos, basados en cuestiones de género, edad o nivel de ingresos, ese modelo es obsoleto porque los hábitos y comportamientos de los clientes se han transformado. Ahora las organizaciones que se acercan a ellos para conocerlos profundamente son las que logran entregarles mejores experiencias”.

Por ello, centrarse en el cliente es la principal estrategia que ejecutarán las empresas durante los próximos tres años para lograr mayor competitividad, de acuerdo con el estudio *Perspectivas de la Alta Dirección en México 2019*, desarrollado por la consultora.

Las empresas necesitan saber “quién es, en verdad, el individuo como consumidor, así como comprender el contexto de negocios donde clientes multigeneracionales tienen nuevas preferencias, nuevas demandas y diversas necesidades”.

Con base en el estudio *Me, my life, my wallet*, realizado por KPMG International, entender a profundidad los elementos que influyen en la toma de decisiones de clientes cada vez más multidimensionales y complejos es todo un desafío, pero es la única manera de saber qué ofrecerles para obtener su preferencia.

El estudio basado en encuestas a 25 mil personas en Brasil, Canadá, China, Francia, India, Emiratos Árabes Unidos, Reino Unido y Estados Unidos muestra que los consumidores están basando sus decisiones de compra en diferentes canales y experiencias, 54% ha decidido desconectarse eventualmente de su “vida



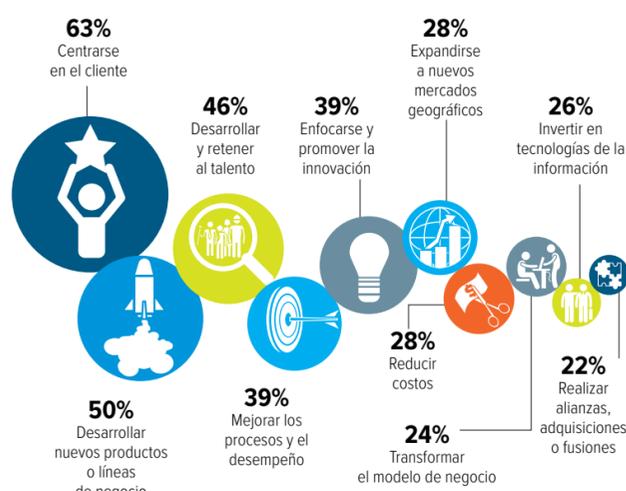
Es un reto para las organizaciones conocer a los clientes, quienes cada vez son más complejos, para poder lograr que gasten en sus productos o servicios y no en los de la competencia.”

MANUEL HINOJOSA
SOCIO DE ASESORÍA EN INNOVACIÓN Y EXPERIENCIA DEL CLIENTE DE KPMG EN MÉXICO

Foto: Elizabeth Velázquez

PROACTIVOS

En los próximos tres años, ¿qué acciones dentro de su estrategia empleará su organización para lograr mayor competitividad?



digital” debido a que sienten saturados y 59% preferiría perder la billetera que el celular.

Hoy las empresas conviven con clientes multidimensionales con un mayor acceso a la tecnología, esta realidad obliga a las empresas a buscar enfoques

innovadores que las ayuden a comprender qué factores influyen en las decisiones de los consumidores; al respecto, KPMG ha identificado cinco elementos o “Los Cinco Mis”, que han probado ser un marco de referencia confiable para identificar

los disparadores de las decisiones del cliente: Mi Motivación, Mi Atención, Mi Conexión, Mi Tiempo y Mi Cartera.

Entre los hallazgos del estudio también destaca que los sectores en los cuales los consumidores confían más son: cuidado de la salud (60%), servicios bancarios (59%) y tecnología (54%); mientras que los tres sectores con los números más bajos son: publicidad (26%), gobierno (37%) y gestión del patrimonio (39%).

Destaca, además, que 44% dice que le gustaría mantenerse activo trabajando hasta su jubilación, mientras que un porcentaje similar (41%) se siente preocupado de quedarse sin dinero en esta etapa de sus vidas.

También se detectó que 52% de los consumidores prefiere que la tecnología o aplicaciones tecnológicas filtre información por ellos, lo que significa que requiere experiencias muy sencillas.

“El estudio muestra cómo el comportamiento de los clientes está cambiando en el mundo y, aunque hay matices por las diferencias culturales entre países, la tendencia general aplica en México”.

PASIÓN POR LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

El estudio revela que a los consumidores les gustan las nuevas tecnologías, pero les preocupa la entrega de datos personales y lo que podría significar para su privacidad y seguridad.

Dos terceras partes (66%) de los consumidores están interesados o muy interesados en la tecnología. Este número aumenta en las economías de rápido crecimiento como India (83%) y China (81%). Los consumidores en estos países con “auge tecnológico” tienen una mayor tendencia a realizar compras en línea, 59% en China y 54% en India, en comparación con el promedio global que es de 37 por ciento.

Las organizaciones en nuestro país deben poner atención en entender los elementos que hoy intervienen en el comportamiento humano a la hora de tomar una decisión de compra, sobre todo en medio de nuevos modelos disruptivos. “Para crear una experiencia significativa y personalizada, se debe considerar esta visión multidimensional del cliente.”

DATA COPARMEX

Afectan delitos a más empresarios

POR LINDSAY H. ESQUIVEL
lindsay.hernandez@gimm.com.mx

El 67% de los empresarios que pertenece a la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex) reportó haber sido víctima de un delito durante el último año, lo que representó un incremento de 23.3 puntos con respecto a los resultados de 2018.

Los estados que tuvieron mayores porcentajes de empresas que fueron víctimas

de algún delito son: Oaxaca, donde 90% de los socios dijo haber sido blanco de la delincuencia, seguido de Tabasco, con 85%; Hidalgo, con 80% de los agremiados y Guerrero y Baja California, con 78% de casos cada uno.

Según la Coparmex, en 30 entidades aumentó el porcentaje de empresas que reportaron delitos; los más pronunciados se registraron en Oaxaca, que pasó de una incidencia de 43.1 a 90.2%; la Ciudad de México, de 32.1 a

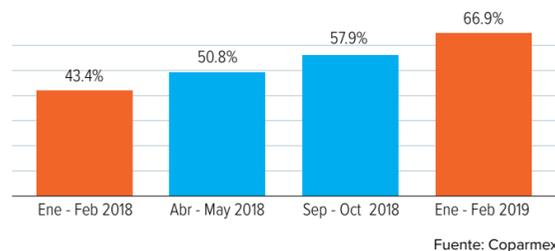
67.9%, y Chihuahua, de 31.8 a 66.5 por ciento.

Por el contrario, se encuentran los estados que mostraron los menores porcentajes de empresas víctimas de algún delito, destacando Tlaxcala, con 49%; Yucatán, con 52%; Querétaro, con 54%, y Nuevo León, con 56 por ciento.

“Alarmanamente, nuestras mediciones muestran que en todas las entidades aumentó el porcentaje de socios que han sido víctimas

AFECTADOS

(Participación en el total)



Fuente: Coparmex



DataCoparmex

Se conforma por 10 indicadores que permiten identificar las ventajas y los retos que tiene cada una de las entidades federativas.

de algún delito en el último año”, reconoció la Coparmex, que preside Gustavo de Hoyos.

De acuerdo con los datos del organismo patronal, los delitos más comunes que experimentan son el robo hormiga, el robo de mercancía, dinero o equipo en tránsito, así como el robo total o parcial de vehículos.

“El panorama que nos muestran los resultados más recientes de la encuesta a socios es uno en donde la inseguridad está afectando a los empresarios de todo el país”, concluyó el reporte.

E



IMPRESO



WEB



TV



APP

PLATAFORMA EXCÉLSIOR

ANUNCIOS@GIMM.COM.MX • T. 5128-3030



Economía sin lágrimas

Ángel Verdugo
averdugo@gimm.com.mx

¿Qué esperar de lo visto este viernes 12?

• Reconozco que Jorge Ramos es un periodista de prestigio tanto en México

como entre la población latina que vive en Estados Unidos.

En los últimos cuatro días hemos leído, escuchado y visto a no pocos comentar acerca del bochornoso episodio que representaron López y Ramos durante la conferencia mañanera que ya es, evidentemente, un aburrido monólogo. Las preguntas a modo, facilonas y lucidoras son la norma en esos episodios, que más parecen una sucesión de escenas de una ópera bufa o de una película de Los Tres Chiflados que una verdadera conferencia de prensa de un jefe de Estado. Los reporteros, que se abstienen de preguntar acerca de lo trascendente, cumplen apenas —martirio incluido expresado en varias horas glúteo— con el encargo de la redacción de sus respectivos medios.

Hoy, difícilmente lo ocultan pues dejan ver su enfado o, si lo prefiere, su hartazgo; esto, daña más al o a los que ofrecen la conferencia de prensa que a los reporteros mismos. Todo deja ver que quienes deben soportar de manera estoica esas horas glúteo van porque *deben ir* y no como uno esperaría por la oportunidad de preguntar al jefe de Estado y/o a alguno de los altos funcionarios que participan, cuestiones relacionadas con los problemas del país.

A estas alturas del partido, ya los reporteros saben que López no informa, sino que habla y habla para deleitarse escuchándose. Informar no está en su naturaleza, más cercana al cacique pueblerino del trópico feraz que al jefe de Estado, quien habría hecho suya, obligadamente, una visión global que comprendería los elementos de una economía abierta incorporada a la globalidad.

Sin embargo, llegó este viernes 12 y el encanto fue roto desde la primera pregunta que hizo Ramos, quien, fiel a un estilo que

no comparto, pues quiere siempre ser la estrella en las entrevistas que realiza, hizo papilla al entrevistado. Sin embargo, por encima de estas apreciaciones, reconozco que es un periodista de prestigio tanto en México como entre la población latina que vive en Estados Unidos.

A partir de esa pregunta, López perdió la compostura y lo que vino enseguida fue para él un desastre mediático que jamás habría experimentado en su larga vida política. Para decirlo en el lenguaje del deporte que disfruta, fue ponchado una y otra vez. Ni siquiera fue capaz de abanicar uno solo de los lanzamientos de Ramos, pues López se quedó, como solemos decir, con la guadaña al hombro.

El que dice batear por arriba de los .300 hizo el ridículo. Fue exhibida su limitación analítica y su incapacidad para expresarse clara y convincentemente. Fueron esos minutos, quizás, los que más han ayudado, a la fecha, a exhibir sus grandes limitaciones para la gobernación, las cuales no pocos le hemos señalado desde hace años. ¿Qué sigue ahora? ¿Gozará del apoyo ciego de sus babeantes e hipnotizados seguidores que a su alrededor pululan, como si nada hubiera pasado? Habrá que estar atento a lo que suceda con su popularidad porque, no lo olvidemos, este 2 de junio se realizarán varias elecciones, entre las cuales destacan dos, las gubernaturas de Baja California y Puebla.

¿Y usted? Después de lo visto este viernes 12 del desempeño de López frente a Ramos, ¿mantendrá su adoración y fiebre en López? ¿En serio?

Habrán que estar atento a lo que suceda con la popularidad de López porque este 2 de junio se realizarán varias elecciones.

ENTIDADES EN LAS QUE SE ELEGIRÁ GOBERNADOR:

- Baja California
- Puebla

GRUPO FINANCIERO MULTIVA	DÓLAR INTERBANCARIO	ACTUAL	VAR%
		\$18.8780	0.65
		ANTERIOR	
		\$18.7570	

PALOMEA CONCENTRACIÓN TELEVISIVA-AXTEL

El IFT aprueba auditor para venta de Fox Sports

Tienen seis meses para la venta, y una prórroga de una sola ocasión

POR JOSÉ DE I. GUADARRAMA
jose.guadarrama@gimm.com.mx

El Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) aprobó a los candidatos propuestos por The Walt Disney Company (Disney) y Twenty-First Century Fox, Inc. (Fox) para fungir como Auditor Independiente y Agente de Desincorporación, cuyas tareas permitirán la venta de los canales de Fox Sports en México.

Con la designación del Agente de Desincorporación se inicia el periodo de seis meses otorgado para la venta, los cuales son prorrogables por una sola ocasión por causas justificadas, previstas en las mismas condiciones.

A partir de la notificación de esta decisión del Pleno del IFT, Disney-Fox cuentan con un plazo de 10 días hábiles contados a partir de que les sea notificada la decisión, para designarlos en los cargos respectivos.

Las partes también notificaron al IFT el cumplimiento en la designación del Administrador Independiente, y presentaron copias de contratos de derechos de transmisión de eventos deportivos de Fox y de la provisión y



Foto: Especial



Unión

Disney y Fox formarán la alianza de contenidos más grande a escala mundial, entre deportes, series y películas, en 2019.

licenciamiento de canales restringidos deportivos entre Fox y operadores de TV de paga, con lo que cumplen dos condiciones más.

OTRA FUSIÓN

El IFT también dio el visto bueno a la concentración Televisa-Axtel, dado que en ciertas localidades del país no requiere de autorización, por cumplir con los criterios establecidos en el artículo noveno transitorio de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR) y por no tener

como efecto disminuir, dañar o impedir la libre competencia y la competencia económica en el sector de telecomunicaciones.

Ambas empresas presentaron ante el IFT un aviso de concentración que consiste en la adquisición por parte de empresas pertenecientes al Grupo Televisa, de la totalidad de las acciones representativas del capital social de FTTH de México, una subsidiaria de Axtel, cuyos activos principales son clientes residenciales para los servicios de telefonía fija, acceso a internet y televisión restringida a través de fibra óptica, así como la fibra óptica necesaria para la prestación de estos servicios de telecomunicaciones en Monterrey, Nuevo León; San Luis Potosí, San Luis Potosí, Ciudad de México; Ciudad Juárez, Chihuahua; Aguascalientes, Aguascalientes; y Zappan, Jalisco.

Derivado de esta notificación, con base en lo que establece el Artículo Noveno Transitorio de la LFTR, el IFT inició un proceso de evaluación para determinar si la concentración cumplía con lo previsto en los párrafos primero a cuarto de ese artículo y, por tanto, se ubicaba en el supuesto de excepción para no requerir autorización del IFT.

INFORMA PROFECO

Nokia pierde demanda

La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) informó que ganó el incidente de cuantificación y reclamación de daños y perjuicios en la acción grupal emprendida en contra de la empresa Nokia, con lo que dicho proveedor debe pagar daños y perjuicios a los consumidores afectados, más 20% como indemnización. Desde 2008 la Profeco comenzó a recibir un gran número de quejas en contra de Nokia, derivadas de la negativa para hacer efectiva la garantía en los aparatos de telefonía móvil. Derivado de ello, en 2010 la Profeco promovió la demanda grupal representando a 121 consumidores. Ante esto, el Juzgado Décimo Primero de Distrito en Materia Civil de la Ciudad de México, condenó al pago de daños y perjuicios a la proveedora Nokia, más 20% como indemnización, beneficiando a los consumidores que presentaron o no queja ante Profeco.



-De la Redacción

Amazon Music alista su servicio gratuito

COMPETIRÁ CONTRA SPOTIFY

Sería lanzado esta semana, y de inicio para las bocinas inteligentes Echo

DE LA REDACCIÓN
dinero@gimm.com.mx

Las plataformas que proporcionan contenido en streaming siguen ganando terreno y compitiendo por el mayor número de usuarios. Apple, Spotify, Deezer y otros siguen en batalla por los melómanos, y esta semana podría sumarse a la guerra Amazon Music, con un nuevo servicio gratuito.

Billboard, citando a fuentes cercanas con los planes de la compañía para hacer efectivo dicho servicio musical, asegura que la plataforma podría ser presentada de manera oficial por la firma de Jeff Bezos en unos días.

Sería el tercer servicio de música con el que cuenta Amazon, sumándose a Amazon Prime Music (incluido con la suscripción tradicional al servicio de compras de la compañía) y Amazon Music Unlimited. El primero de ellos cuenta con catálogo limitado y el último dispone de una biblioteca y planes de suscripción que se equiparan a rivales como Apple Music o Spotify.

Aun que no han trascendido demasiados detalles de



Estaría disponible inicialmente en los altavoces Echo de la marca y sería una interesante alternativa.

esta nueva apuesta de Amazon, la principal señal de identidad del servicio será su gratuidad, permitiendo que los usuarios lo disfruten sin tener que pagar una cantidad mensual por el mismo. Esto será posible gracias a que incluirá anuncios entre canciones, tal y como realiza Spotify si no se utiliza con ningún plan de pago.

Estaría disponible inicialmente en los altavoces Echo de la marca y sería una

interesante alternativa para disfrutar de manera nativa de un catálogo musical que, aunque más limitado que el de Music Unlimited, no tendrá coste alguno para el cliente. Será, por consiguiente, la primera tentativa de una gran plataforma con un modelo similar al de la compañía Spotify.

Fotos: Especial

A LA BAJA, ACCIONES DE LA SUECA

Los títulos de Spotify tuvieron su mayor caída en dos meses, después de que *Billboard* informara que Amazon está en conversaciones para poner en marcha un servicio de música gratuito con publicidad. Spotify enfrenta competencia cada vez mayor al tiempo que busca cumplir con lo que algunos bajistas consideran objetivos de usuarios "agresivos" respecto a su servicio de streaming. Las acciones cayeron ayer 5.4 por ciento, su mayor baja desde el 6 de febrero, y anotó un derrumbe de 30 por ciento desde que alcanzaron su nivel máximo en julio. "El grado de amenaza planteado por Amazon es en gran medida teórico", señaló el analista Aaron Kessler.



DIRECTORES, S.G.C. de I.P.
Sociedad Mexicana de Directores, Realizadores de Obras Audiovisuales, S.G.C. de I.P.

ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA SEGUNDA CONVOCATORIA

El Consejo Directivo de la Sociedad Mexicana de Directores Realizadores de Obras Audiovisuales, S. de G. C. de I.P., con fundamento en lo dispuesto por los artículos 27, 31, 34, 37 y 47 de sus estatutos vigentes y artículos 203 f. VII y 206 de la Ley Federal del Derecho de Autor, 123, 124, 125 y 129 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor, convoca a los socios a la **Asamblea General Ordinaria en Segunda Convocatoria**, que se realizará el día **miércoles 08 de mayo de 2019, a las 18:00 horas**, en su domicilio social, ubicado en Félix Parra 130, Colonia San José Insurgentes, Ciudad de México, debido a que no tuvo verificativo la citada Asamblea en Primera Convocatoria por falta de quórum, misma que se realizará conforme a lo dispuesto por la Ley Federal del Derecho de Autor, su Reglamento y los Estatutos Sociales, bajo el siguiente:

ORDEN DEL DÍA

- 1.- Nombramiento de escrutadores.
- 2.- Verificación del quórum.
- 3.- Informe del Presidente y aprobación, en su caso.
- 4.- Presentación del balance del año 2018 y aprobación, en su caso.
- 5.- Presentación del presupuesto de ingresos y egresos para el 2019 y aprobación, en su caso.
- 6.- Presentación del resultado de la auditoría del año por el despacho González Sandoval y Asociados, S.C. y aprobación, en su caso.
- 7.- Informe del Comité de Vigilancia y aprobación, en su caso.
- 8.- Asuntos generales.*

Ciudad de México, a 11 de abril de 2019.
Juan Antonio de la Riva Gutiérrez
Presidente del Consejo Directivo
Sociedad Mexicana de Directores Realizadores de Obras Audiovisuales, S. de G.C. de I.P.

*De acuerdo con lo dispuesto en la fracción VIII del artículo 205 de la Ley Federal del Derecho de Autor, no se podrán adoptar acuerdos respecto de los asuntos que no figuren en el orden del día.