



Editor: **Mario Alberto Verduco** Coeditor: **Roberto Jiménez**  
 cartera@eluniversal.com.mx  
 Tel: 5709 1313 Ext: 4511  
 eluniversal.com.mx/cartera  
 @Univ\_Carte  
 El Universal Cartera  
 Premio de Periodismo Económico Iberoamericano IE Business School 2014

# CARTERA

## TIPO DE CAMBIO

| A la venta               |         |
|--------------------------|---------|
| Dólar ventanilla         | 16.60   |
| Dólar interbancario      | 16.2850 |
| Futuro del peso (Dic-15) | 16.4826 |
| Euro                     | 18.35   |

## BOLSAS

|           |        |          |
|-----------|--------|----------|
| BMV       | 43,714 | ▼ -1.21% |
| Dow Jones | 17,441 | ▼ -0.73% |
| S&P 500   | 2,068  | ▼ -0.58% |
| Dax       | 11,056 | ▼ -2.56% |
| Bovespa   | 48,736 | ▼ -1.04% |

BMV (intradía)

43,713.72



## MERCANCÍAS

|                     |          |          |
|---------------------|----------|----------|
| WTI (dls/barril)    | 47.39    | ▼ -1.56% |
| Mezcla (dls/barril) | 46.49    | ▼ -1.46% |
| Oro (dls/oz)        | 1,092.36 | ▼ -0.36% |
| Plata (dls/oz)      | 14.56    | ▼ -0.41% |
| Cobre (dls/ton)     | 5,188    | ▼ -1.37% |

## TASAS

|                            |         |
|----------------------------|---------|
| Cetes 28 días              | 3.01%   |
| TIE 28 días                | 3.3130% |
| Bonos a 10 años            | 6.08%   |
| Bonos del tesoro a 10 años | 2.23%   |
| UDI (28 jul)               | 5.2839  |

**Ricardo Treviño**  
Titular de la Administración General de Aduanas

# Aduanas registraron 5 mil quejas contra abuso y corrupción



El titular de la Administración General de Aduanas (AGA), Ricardo Treviño, dijo en entrevista con EL UNIVERSAL que en 2014 al menos 180 servidores públicos del SAT recibieron una sanción administrativa o siguen un proceso penal.

Entre enero de 2014 y junio de 2015 dieron de baja a 100 oficiales por pérdida de confianza

**IVETTE SALDAÑA**  
—maria.saldana@eluniversal.com.mx

La corrupción en que incurrieron funcionarios de aduanas llevó al gobierno a despedir 100 oficiales de comercio exterior de enero de 2014 a junio de 2015, además de que sólo el año pasado se recibieron aproximadamente 5 mil quejas por abusos, discrecionalidad y malas prácticas de servidores públicos de las 49 aduanas del país, lo que representa aproximadamente 40% de todas las denuncias que recibe el Servicio de Administración Tributaria (SAT).

El titular de la Administración General de Aduanas (AGA), Ricardo Treviño, aseveró en entrevista con EL UNIVERSAL que en 2014 al menos 180 servidores públicos del SAT recibieron una sanción administrativa o siguen un proceso penal, porque in-

currieron en actos de corrupción o alguna práctica ilegal; de ese total, al menos 73 fueron oficiales de aduanas a los que se dio de baja al perderse la confianza en ellos.

Admitió que la rotación del personal es alta, porque de aproximadamente mil 500 oficiales que operan en las 49 aduanas 708 dejaron el cargo el año pasado, y de esos 541 renunciaron voluntariamente, por diversos motivos. Y en este primer semestre de 2015 se corrió a 27 funcionarios de aduanas por pérdida de confianza, de un total de 394 que dejaron su puesto.

“El año pasado se recibieron cerca de 13 mil denuncias, el 40% fue solo de funcionarios de aduanas, pero solamente para 2 mil 500 se contó con elementos de información que permitieron iniciar investigaciones y al final se logró la sanción administrativa de 160 servidores públicos y penalmente a cerca de 20 servidores públicos”, dijo.

Advirtió que, así como se atacan las malas prácticas en las aduanas, de igual modo harán con las empresas que incurran en abusos, como se hace en el tema acerero, donde se detectaron 42 operaciones de maquiladoras por presunta subvaluación.

“El año pasado se recibieron cerca de 13 mil denuncias, (de las cuales) 40% fue solamente de funcionarios de aduanas”

“Así como se atacan las malas prácticas en las aduanas, de igual manera se hará con las empresas que incurran en abusos, como se hace en el tema acerero”

**RICARDO TREVIÑO**  
Titular de la AGA

Además, se solicitaron 47 validaciones de documentos expedidos por proveedores en el extranjero y ello llevó a embargar precautoriamente mil 327 toneladas de productos siderúrgicos por 23 millones 329 mil pesos.

Purga aduanal. **B5**

# Pelearán AMóvil y AT&T el mercado de telecomunicaciones

Los dos gigantes de la telefonía buscan atraer la preferencia y fidelidad de los clientes

**CARLA MARTÍNEZ**  
—cartera@eluniversal.com.mx

América Móvil y AT&T pelearán el mercado de telecomunicaciones y la preferencia y fidelidad de los usuarios en México.

Con proyectos de inversión a largo plazo, ambas empresas tienen ya la estrategia para expandirse en el país y ofrecer los mejores servicios.

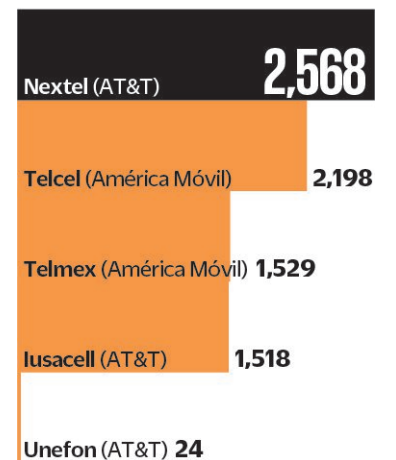
Ambas conocen bien el mercado de telecomunicaciones global y local; sin embargo, tienen debilidades y oportunidades que pueden aprovechar para avivar la competencia, coinciden analistas.

“AT&T es una empresa muy grande y fuerte que al parecer viene con todo, lo cual es una buena señal para el mercado”, dijo Miguel Flores Bernés, abogado del despacho Greenberg Traurig, aunque es necesario conocer las obligaciones que el regulador le impuso para entrar a México.

Para Lester García, experto en telecomunicaciones del ITESM, queda en manos del Instituto Federal de Telecomunicaciones que haya competencia. “Ya hay efectos interesantes, como Telcel Sin Fronteras, que es en respuesta a la oferta lanzada por Telefónica, que a su vez es respuesta a la entrada de AT&T a México”.

América Móvil, de Carlos Slim, lleva la delantera global y local en cuestión de usuarios. Cuenta con 288.8 millones de clientes de telefonía a nivel internacional y 72.6 millones en México. La estadounidense AT&T tiene 123.9 millones de usuarios y en el país casi de 12 millones.

**Quejas ante Profeco**  
(Datos a julio de 2015)



Fuente: Profeco

En cuanto a cobertura, Telcel tiene la posibilidad de llegar a 65 millones de personas con su red 4G, mientras que AT&T espera cerrar el año con una cobertura de 40 millones de mexicanos, pero Telcel tiene menos espectro que AT&T.

“Ya es un mercado muy competitivo el mexicano. Tres de las compañías más grandes y globales ya están aquí y lo que tenemos que hacer es ponernos a trabajar, tenerles mucho respeto y cuidar mucho a nuestros clientes”, dijo Marcos Linares, subdirector de Mercadotecnia de Telcel, a EL UNIVERSAL.

AT&T también dijo estar lista para enfrentar a su ex socio y utilizará su experiencia en Estados Unidos, donde “cuenta con la red 4G LTE más confiable, con la señal LTE más robusta, y una prioridad en nuestros planes es replicar esas mismas fortalezas a México”, explicó un vocero de la compañía.

Competencia sin cuartel. **B13**

## EMPRENDEDOR NO TODO ES MALO ACERCA DE LAS DEUDAS

Hay crédito bueno y crédito malo. Analiza las opciones que ofrece el mercado y decide por aquella que mejor te ayude a hacer crecer tu negocio. Recuerda que además del préstamo hay otras maneras de capitalizarte, como buscar un socio. **B14**



## Depreciación del peso pega a la industria

**IVETTE SALDAÑA**  
—ivette.saldana@eluniversal.com.mx

La depreciación del peso mexicano frente al dólar estadounidense pegó en los precios de los productos importados, principalmente en dispositivos médicos, plásticos y petroquímicos, advirtió el presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (Canacintra), Rodrigo Alpizar.

Aseguró que por la volatilidad de la paridad cambiaría los precios de los productos que se importan se elevaron hasta 15%. “Estamos ya en momentos críticos”, añadió el líder de la Canacintra.

Afirmó también que la fortaleza del dólar también ha generado problemas en las empresas con gran pro-

“Estamos ya en momentos críticos [...] El número de empresas exportadoras que se beneficia de esto no rebasa el 1% del total”

**RODRIGO ALPÍZAR**  
Presidente de la Canacintra

Alta volatilidad. **B3**

porción de deuda en los dólares. Si bien la afectación de esta volatilidad ha impactado en distintos grados a las empresas, Rodrigo Alpizar explicó que no todos los negocios han transferido a los consumidores los mayores costos que la paridad cambiaría les ha representado.

Sin embargo, no descartó que en un par de meses se observen aumentos generalizados de precios en los productos, sobre todo si se recrudece la depreciación de la moneda nacional frente al dólar estadounidense

## México, sin educación fiscal: OCDE

Aunque hay un programa, no es permanente, señala

**LEONOR FLORES**  
—cartera@eluniversal.com.mx

Si bien México cuenta con un Programa Nacional de Educación Fiscal, no es una política de Estado permanente para despertar la conciencia ciudadana del pago de impuestos, advirtió la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

En *Construyendo una cultura fiscal ciudadana, un libro de consulta global para la educación del contribuyente*, destacó que la formación fiscal se debe concientizar desde temprana edad y crear cursos en instituciones académicas no solamente dirigidos a la sociedad, sino a los empleados recaudadores y maestros de las escuelas.

Se debe contar con un observatorio ciudadano, caravanas educativas y visitas guiadas a garitas aduaneras para que la población esté enterada del modo de trabajar en la recaudación de impuestos y en cómo se utilizan los recursos que se obtienen por la entrada y salida de mercancías en el país.

En el documento se menciona que el Servicio de Administración Tributaria (SAT) tiene un stand en Kidzania (antes Ciudad de los Niños) como parte de su Programa Nacional de Educación Fiscal que lanzó en 1997.

Se refiere que Kidzania es un centro diseñado en forma de pueblo a pequeña escala en donde los niños pueden manejar carros eléctricos y tomar parte en distintas actividades, entre las que destacan dos áreas del SAT (una oficina de impuestos y otra de aduanas) en donde los pequeños aprenden acerca del valor y la fuente “del fruto de su trabajo” o su salario y cómo los impuestos se relacionan con la seguridad social.

Cada año, alrededor de 700 mil menores de 16 años de edad visitan el lugar, menciona el reporte.

Sin embargo, el documento establece que el principal reto es que ese tipo de educación no es una política de Estado, lo que representa un obstáculo para despertar la conciencia social.

Además se requiere una coordinación entre las instituciones del sector público con el privado para la educación a nivel universitario, que se ofrezca la especialización o certificación en materia de impuestos y que incluya a empleados del gobierno, competencias y actividades artísticas realizadas en las oficinas de recaudación locales del SAT en el interior de la república.

Es importante también considerar cursos de impuestos dirigidos a pymes y emprendedores, y realizar el registro de estudiantes en el censo de causantes futuros antes de que se integren al mercado laboral para tenerlos en el padrón de contribuyentes. ●

# Telcel y AT&T

## La batalla por el mercado telecom

Texto: **Carla Martínez**

Fotos: **Archivo El Universal**

Ambas compañías pretenden ganar más usuarios en México mediante la oferta de servicios atractivos para el cliente

En 1990, Telmex, ahora filial de América Móvil, y Southwestern Bell Corporation (SBC), ahora AT&T, se convirtieron en socios comerciales cuando se privatizó la telefonía fija en México. Así, durante 24 años, las empresas tuvieron un acuerdo financiero y comercial que incluso se veía con miras hacia una posible fusión. Sin embargo, en 2014 la separación entre ambas empresas comenzó.

AT&T vendió sus acciones de Telmex y decidió anunciar la compra de DirecTV, empresa de televisión de paga que opera en México a través de Sky, filial de Televisa.

Ambas empresas conocen bien los mercados de telecomunicaciones global y local; no obstante, tienen debilidades y oportunidades que pueden aprovechar para avivar la competencia, coinciden analistas.

“AT&T es una empresa muy grande y fuerte que al parecer viene con todo, lo cual es una buena señal para el mercado”, dijo Miguel Flores Bernés, abogado del despacho Greenberg Traurig. Sin embargo, es necesario conocer las obligaciones que el regulador le impuso para entrar a México.

Para Lester García, experto en telecomunicaciones del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), queda en manos del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) que haya competencia en el mercado. “Ya hay efectos interesantes, como Telcel Sin Fronteras, que es en respuesta a la oferta lanzada por Telefónica, y que a su vez es respuesta a la entrada de AT&T a México”, afirma.

### América Móvil aún es líder

En cuestión de usuarios, la empresa mexicana América Móvil lleva la delantera global y local. Cuenta con 288.8 millones de usuarios de telefonía a nivel global y 72.6 millones de clientes en México, comparados con los 123.9 millones que AT&T tiene a nivel internacional y los alrededor de 12 millones a quienes da servicio en México.

En cuanto a cobertura, Telcel tiene la posibilidad de llegar a 65 millones de personas con su red 4G, mientras que AT&T espera cerrar el año con una cobertura de 40 millones de mexicanos. Pero Telcel cuenta con menos espectro que AT&T para poder brindar sus servicios.

Ambas empresas han decidido competir por el mercado norteamericano, de manera que AT&T busca crear una sola red entre México, Estados Unidos y Canadá, iniciando el proceso con la eliminación del *roaming* entre México y Estados Unidos y, aunque AT&T es el operador más grande en el país vecino, América Móvil cuenta con Tracfone, servicio de telefonía móvil de prepago con 25.7 millones de usuarios en aquella nación.

### Compiten en lo económico

La confrontación no sólo se quedó en la pelea por los usuarios, también en lo económico, pues una semana después de que AT&T anunciara una inversión de 3 mil millones de dólares en tres años para expandir su red, la empresa de Carlos Slim duplicó la cifra a 6 mil millones de dólares en el mismo periodo.

No obstante, de acuerdo con Ernesto Piedras, director de The Competitive Intelligence Unit (CIU), la manera en que se destinarán esos recursos hace la diferencia. “Si comparamos los montos de inversión como proporción del número de usuarios de cada empresa, América Móvil invertirá 28 dólares por usuario, aproximadamente una tercera parte de los 83 dólares que invertirá AT&T por cada uno de ellos”.

Esta guerra que apenas comienza no está siendo tomada a la ligera por las empresas en cuestión, y se están preparando para ello.

“La competencia va a ser muy fuerte, ya es un mercado muy competido el mexicano, tres de las compañías más grandes y globales ya están aquí y lo que tenemos que hacer es ponernos a trabajar, tenerles mucho respeto y cuidar mucho a nuestros clientes y los resultados los veremos en los años que vengan, pero confiamos mucho en que haremos bien las cosas para mantener la preferencia de nuestros clientes”, declaró a EL UNIVERSAL Marcos Linares, subdirector de Mercadotecnia de Telcel.

Por eso, en la firma de Slim enfocan los esfuerzos en escuchar a los usuarios, pues para la empresa los clientes son el motor y deben darles los mejores servicios de calidad, con los cuales ahora el usuario mexicano puede viajar a Estados Unidos manteniendo la misma tarifa en voz, datos y mensajes de texto (SMS), subrayó Linares.

“Tienes la mejor red, de mayor cobertura en México y ahora esos beneficios te los llevas a Estados Unidos”, externó Linares.

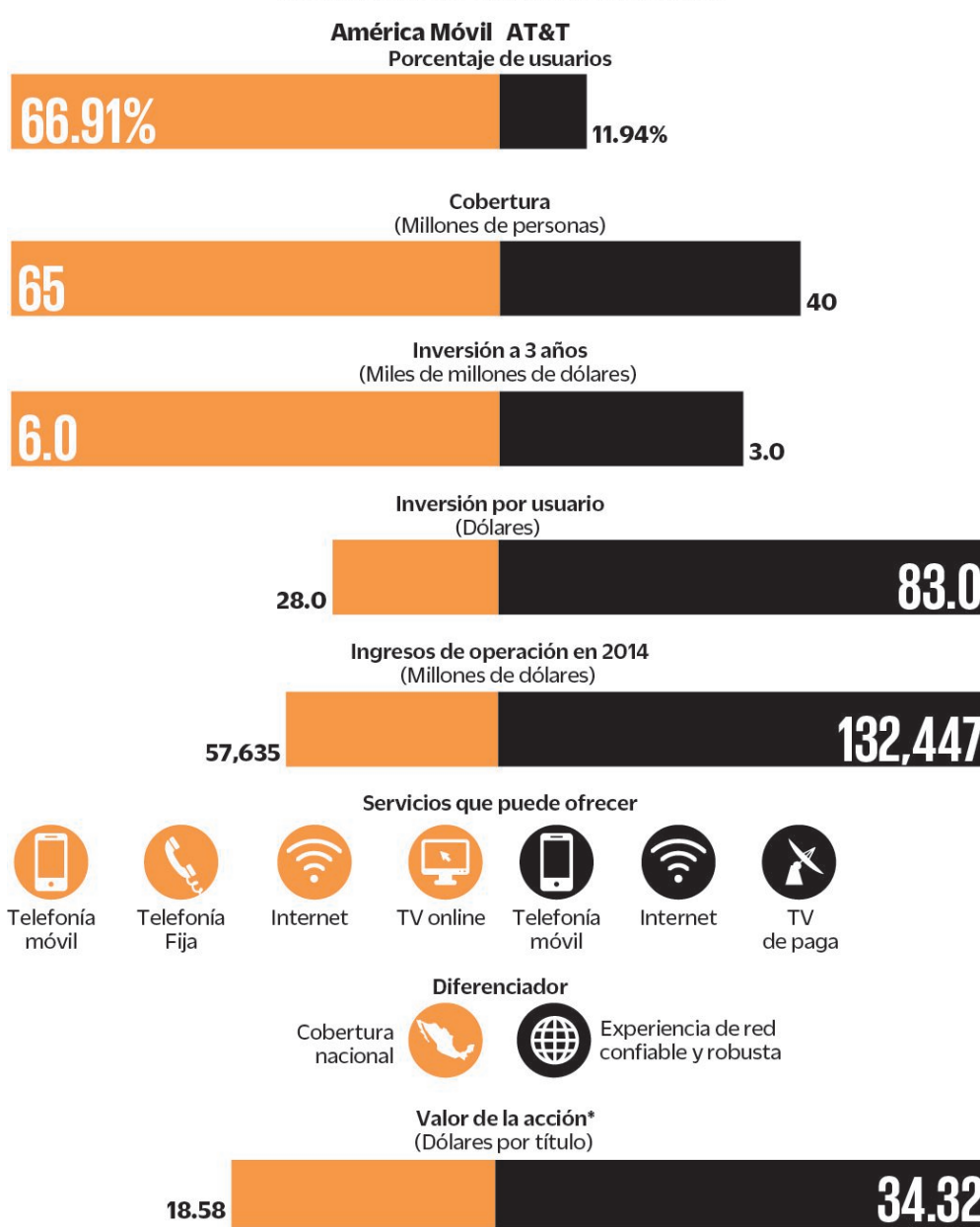


América Móvil atiende a 72.6 millones de usuarios en México, y por medio de Telcel tiene la capacidad de llegar a 65 millones de personas.



AT&T cuenta con aproximadamente 12 millones de clientes en México, y espera cerrar el año con una cobertura de 40 millones de personas.

### Proveedoras líderes en México



\*al 27 de julio de 2015 en la bolsa de Nueva York  
Fuente: Datos de las empresas, The CIU y del IFT al 2014

**“La competencia va a ser muy fuerte, ya es un mercado muy competido el mexicano: tres de las compañías más grandes y globales ya están aquí y tenemos que ponernos a trabajar”**

**MARCOS LINARES**  
Subdirector de Mercadotecnia de Telcel

**“Traer servicios de televisión e internet móvil al mercado mexicano podría ser algo muy poderoso y consideramos que a los clientes les gustaría. Así que estamos abiertos a este tipo de relación en un futuro”**

**AT&T**

Aunque se ha cuestionado a América Móvil por ofrecer este tipo de ofertas en respuesta a AT&T, el directivo de Telcel aseguró que esa decisión se basó en las necesidades identificadas en el mercado y en las negociaciones a las que pudo llegar la empresa.

Por su parte, AT&T también está listo para enfrentar a su ex socio y la empresa con más clientes en el país, además de que utilizará su experiencia en Estados Unidos, donde “cuenta con la red 4G LTE más confiable, con la señal LTE más robusta que ningún otro proveedor en el país, y una prioridad en nuestros planes es replicar esas mismas fortalezas en México. AT&T tiene ya una estrategia probada y experiencia para ofertar exitosamente internet móvil de próxima generación y en México seguiremos esa misma estrategia”, explicó un vocero de AT&T.

Además, la empresa estadounidense tiene una ventaja muy por encima de América Móvil, ya que puede ofrecer televisión de paga a través de DirecTV, compañía cuya adquisición se concretó la semana pasada y la cual tiene 6.9 millones de suscriptores en México, al ser accionista de Sky, además de ser el único servicio que la empresa mexicana tiene prohibido ofertar en el mercado.

“El traer servicios de televisión e internet móvil al mercado mexicano podría ser algo muy poderoso y consideramos que a los clientes les gustaría. Así que estamos abiertos a este tipo de relación en un futuro, pero por ahora nuestra prioridad se basa en desarrollar nuestra red en México”, informó la compañía, que comenzará a ampliar su red móvil con el objetivo de ofrecer cobertura a 100 millones de personas en 2018. ●

## Ven riesgo de colusión entre las dos empresas

**CARLA MARTÍNEZ**

—cartera@eluniversal.com.mx

●●● “Donde hubo fuego, cenizas quedan”, refiere el abogado Miguel Flores Bernés. Por esa razón, es importante que el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) esté pendiente de la relación entre estas dos grandes empresas, pues existe la posibilidad de colusión, mencionó el experto en competencia económica.

“Ahí podría haber cierta proclividad a tener acercamientos, aunque pensaría que ambas compañías deben tomar todas las precauciones necesarias para que esto no suceda, puesto que cualquier acuerdo sería sancionado inclusive con cárcel, pero hay que estar atentos de que no se den acuerdos para fijar precios, segmentar mercados”, explicó Flores Bernés.

El abogado advirtió que si la entrada de AT&T no se traduce en un oligopolio o un “cártel”, se podrá dar paso a mayor competencia y mejores servicios a los usuarios de internet y telefonía fija y móvil, por dar un ejemplo.

“Lo ideal es que América Móvil, AT&T y Telefónica se dieran con todo y los precios bajarán más y hubiera más calidad”, indicó.

Lester García, experto en telecomunicaciones del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), coincidió en que las empresas, ahora competidoras, tuvieron agendas similares y coinciden en algunos temas, por lo que el regulador debe estar atento a que en el desempeño del mercado no existan peligros de colusión entre ambas.

Una posible relación entre AT&T y América Móvil no necesariamente sería por que fueron socios en el pasado, podría darse por la concentración en el mercado que existe en el país, puntualizó Lester García.

América Móvil seguirá siendo el operador número uno en México y, con la compra de tres empresas por parte de AT&T, debe vigilarse el mercado.

“Un número pequeño de operadores siempre ocasiona los incentivos o la posibilidad de que existan acuerdos ilegales entre ellos para fijar precios, atacar ciertos mercados y esto tendrá que estar en la atención del regulador”, subrayó el experto del Tec de Monterrey. ●

# 288.8

**MILLONES** de usuarios son los que tiene América Móvil a nivel global, comparados con 123.9 millones que tiene AT&T en el mercado internacional.