



## BMV opera estable; repunta 0.26%

MÉXICO, DF., (EL UNIVERSAL).- La Bolsa Mexicana de Valores (BMV) mantuvo cotizaciones tranquilas en las operaciones de este lunes, sin embargo, hacia el final de las negociaciones registró un repunte de 0.26%, gracias a los incrementos observados en empresas como Grupo Modelo, Telefónica América Móvil y la minera Grupo México.

El principal indicador de la BMV bajo ese escenario registró una ganancia de 83.74 puntos para establecerse en los 32 mil 520.27 puntos, mientras el índice industrial estadounidense Dow Jones mostró una disminución de 0.13%, esto es una disminución de 13.68 enteros para ubicarse en los 10 mil 552.52 unidades.

Los analistas del mercado financiero destacaron que la relativa estabilidad del mercado bursátil mexicano resultó a que la mayoría de los intermediarios están en espera de noticias económicas principalmente de Estados Unidos, sobre todo con lo relacionado con la evolución de la actividad económica y precios al consumidor.

Los expertos coincidieron que en las siguientes semanas, los mercados bursátiles local y vecino país de norte no presentarán grandes cambios, debido a la incertidumbre sobre el crecimiento del PIB de EU.

# Diputado pide evaluar conveniencia del IETU

MEXICO, D.F., (EL UNIVERSAL).- México debe evaluar la conveniencia de mantener o eliminar el Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU), plantea el titular de la Comisión de Hacienda de la Cámara de Diputados, Mario Alberto Ponoroba.

Pero para tal efecto, el Impuesto Sobre la Renta (ISR) debe sufrir una completa transformación.

En la "Propuesta de revisión al sistema fiscal mexicano", el legislador planteó que el ISR tenga "una verdadera tarifa proporcional progresiva".

Para el análisis plantea revisar los regímenes de asociación en participación, de dividendo y el simplificado de

personas morales, la participación de utilidades a trabajadores y el sistema de transportistas.

También plantea que se analicen las deducciones en costo de lo vendido, comprobantes, honorarios a consejeros, gastos de viaje y viáticos, inversiones parcialmente deducibles, régimen cédular en pérdida por enajenación de acciones y desarrollos inmobiliarios.

Ponoroba puso en la mesa de discusión de la Cámara de Diputados un planteamiento de reforma a impuestos.

Un planteamiento adicional a revisión son las personas morales con fines no lucrativos, como los sindicatos, las cámaras de comercio o industriales,

colegios de profesionistas y los partidos políticos.

Se plantea analizar las exenciones en casa habitación, cobro de sumas aseguradas, enajenación de acciones en bolsa y derechos de autor.

En el caso del ISR a personas físicas también se plantea buscar una verdadera tarifa proporcional progresiva. También alerta del subsidio al empleo.

El legislador panista propone revisión de la tasa del IVA de 16% y 11% en la frontera y la tasa cero en la enajenación de alimentos y medicinas de patente, agua no gaseosa, oro, joyería, orfebrería, suministro de agua para uso doméstico.



El presidente Felipe Calderón defiende el uso del presupuesto federal, el cual dijo, se destina a la educación y a la salud; durante acto inaugural de la Universidad Politécnica de Tlaxcala. En la gráfica le acompaña el gobernador de la entidad, Víctor Ortiz Ortiz. EGV. Foto: Agencia EL UNIVERSAL/Lucía Godínez.

## Directivos reprueban al gobierno ante crisis

MEXICO, D.F., (EL UNIVERSAL).- Directores, miembros de consejo, gerentes y subdirectores de 450 empresas que operan en el país reprobaron al gobierno mexicano en la forma que hizo frente a la crisis económica y financiera.

La encuesta Perspectivas de la Alta Dirección en México 2010, elaborada por la firma KPMG detalló que de los 450 directivos entrevistados, 41% de las respuestas consideraron que el plan anticrisis del gobierno mexicano repercutió negativamente a la organización a la que pertenecen, cuando en 2009 sólo 2% consideró que tuvo un impacto negativo. El 46% contestó que el plan anticrisis no ha tenido repercusión.

Los participantes de la encuesta que llevó a cabo KPMG, a la cual tuvo acceso EL UNIVERSAL, otor-

garon una calificación promedio de 4.98, en una escala de 1 a 10, a la manera en que el gobierno afrontó la crisis.

Los entrevistados reprobaron al régimen fiscal en México con una calificación promedio de 3.45.

- Malos resultados

Los directivos de las empresas participantes en la encuesta percibieron la actuación de diputados y senadores como muy mala ante el entorno económico actual. 50% de las respuestas ubicó a los diputados con la peor actuación y 44% dijo que los senadores no respondieron adecuadamente a la situación.

El estudio mencionó que la alta dirección de las empresas en México tiene un punto de vista crítico sobre el papel que han desempeñado el gobierno federal, estatal y el legislativo para salir de la crisis económica.

Agregó que el reto es retomar la discusión de las reformas estructurales que han sido aplazadas.

Entre los resultados más relevantes, la mayor parte de los entrevistados calificó como malo el paquete eco-

nómico aprobado por el Congreso para este año, con 43% de las respuestas y 18% dijo que era muy malo.

En el tema de competitividad la encuesta ubicó al gobierno con un desempeño malo (39% de las respuestas) como promotor de la competitividad, y se expone que la burocracia, la corrupción y la rigidez laboral, son grandes lastres para superar el atraso que se tiene.

### Menos pesimismo

La encuesta que se aplicó entre enero y febrero de este año destacó que 89% de los participantes considera que México no ha salido de la crisis, aunque se prevé que la recuperación podría darse entre uno y 2 años.

Los participantes, quienes toman decisiones sobre el rumbo de la empresa a la que pertenecen, ven un panorama menos agresivo para el desempeño de los negocios y no ven la reducción de costos y de personal como una estrategia fundamental para mejorar la competitividad en los próximos años.

## Industriales mexicanos buscan duplicar ventas de textiles

MÉXICO, D.F., (EL UNIVERSAL).- La venta nacional de prendas confeccionadas en la República Mexicana se puede duplicar con base en la implementación del programa Mexico Fits, aseguró Salomón Presburger, presidente de la Confederación de Cámaras Industriales (Concamin).

En nuestro país poco menos de la mitad de la ropa que se vende es nacional, por lo que el nivel de compra puede alcanzar hasta 80%, aseguró.

“Mexico Fits es un esfuerzo que nace desde el consumidor, sigue en las cadenas comerciales que hay en México, pero también los confeccionistas, los textileros, los fabricantes”, afirmó David García, presidente de la Cámara Nacional de la Industrial Textil (Canaintex) durante la Asamblea General Ordinaria del organismo celebrada ayer.

A través de Mexico Fits, las ventas de confecciones mexicanas en Estados Unidos y Canadá pueden pasar de 10 a 30% del mercado, dijo Presburger tras la clausura de la asamblea.

# El futbol eleva sus ventas

MEXICO, D.F., (EL UNIVERSAL).- En nueve de cada diez hogares mexicanos hay por lo menos una televisión. Esta situación es bien aprovechada por LG, firma que decidió mantener los tres tipos de tecnología en sus televisores: CRT, LCD y plasma, estrategia que la coloca como líder en el mercado con 29.9% de participación. Tan sólo en el tercer trimestre del año pasado colocó más de 250 mil unidades en el país.

LG también está posicionada como número uno en el segmento de hornos de microondas y aires acondicionados. En materia de teléfonos celulares pasó en dos años de la quinta posición en el mercado al segundo lugar, sólo detrás de Nokia.

“El año pasado fue muy exitoso, a pesar de la crisis crecimos en ventas, unidades, participación de mercado y la expectativa hacia adelante es mantenernos en este camino”, afirmó Antonio Hidalgo, director de Mercadotecnia de LG Electronics México.

La fórmula que esta compañía aplicó para conseguir el liderazgo consiste en “dar al cliente lo que pida”, de modo que entendió que más de 40% de los consumidores en el país elige una pantalla de 32 pulgadas, por tratarse de un producto más accesible en precio y por la comodidad de su tamaño. Sin

embargo, LG no descuidó a quienes prefieren formatos más grandes y lanzó pantallas de LED ultradelgadas, sin bordes, de 42 y 47 pulgadas.

En cuanto a las ventas de pantallas LCD y plasma, el directivo asegura que las primeras crecieron 34% y cada vez ganan mayor terreno frente a los televisores tradicionales. Las de plasma avanzaron 65% a octubre de 2009, con 12% de la facturación total.

De acuerdo con pronósticos de la firma, en 2010 se venderán alrededor de 2.5 millones de unidades en el país, por lo que LG enfrenta un gran reto para consolidarse como líder en la categoría.

- ¿Por qué en las tres tecnologías de televisores?

- Somos una marca comprometida en dar lo que necesita el consumidor, por eso nos hemos enfocado a brindar todas las opciones. Hay otras marcas que han tomado una posición arrogante y tratan de decirle qué debe de comprar, contrario a nuestra posición de tratar de entender qué es lo que quiere y cómo se los podemos dar.

- ¿El mundial de futbol en Sudáfrica aumentará las ventas?

- Para muchas personas, después del nacimiento de sus hijos, el mundial es

el evento más importante en sus vidas, y lo que hemos visto en mundiales pasados es que las ventas de los televisores aumentan entre 25% y 30%. Es un momento donde los consumidores buscan mejorar su tecnología, porque van a tener invitados en casa, pero también es un momento en que nosotros como proveedores estamos dispuestos a invertir un poco más en promociones.

- ¿Hacia dónde va la industria de los televisores?

- Creemos que la tecnología estará en la categoría LED, que da mayor contraste. Mientras un televisor estándar LCD ofrece 10 mil tonos de grises, una LED da 3 millones; la televisión va a migrar a tecnologías como wireless, con conexiones a internet. El tema de 3D creo que en México va a ser pequeño, no por gusto del consumidor sino porque no hay películas en este formato ni reproductor.

- ¿Cuáles son los planes de LG para este año?

- Consolidarnos como la marca número uno, la expectativa es crecer a doble dígito; estamos esperando entre 15% y 20% contra el año anterior. Somos una compañía que busca innovar siempre.

### Análisis de la noticia

## ¿Google o Microsoft en el celular?

Rubén Miguéles Tenorio  
EL UNIVERSAL

MEXICO, D.F., (EL UNIVERSAL).- El futuro ya llegó y está en los teléfonos celulares que usan 4 mil 700 millones de personas en el mundo. La cifra continúa en ascenso; al cierre de este año se espera que llegue a 5 mil millones, es decir, siete de cada diez habitantes tendrá un aparato. En el caso de México, se estima que los usuarios ascienden a 60 millones, aproximadamente 56% de la población.

Evidentemente ahí hay una mina de oro con los negocios que en torno a la telefonía celular se pueden llevar a cabo, que van desde el propio servicio hasta el equipo y el sistema sobre el cual operan las diferentes aplicaciones de voz, imagen e internet.

Tan sólo el año pasado, América Móvil, una de las principales empresas de telefonía celular en el continente, rompió récord en el número de suscriptores al superar los 200 millones en la región, cifra 10% superior a la registrada un año antes y que le reportó ingresos por 394 mil 711 millones de pesos, de los cuales el 12% correspondió a la venta de equipo y el

restante 88% fue producto del servicio.

A la sombra de esta dinámica industria se desarrolla una intensa batalla en el terreno del internet entre los dos monstruos de la tecnología: Microsoft y Google, por el predominio de las consultas y servicios vía la telefonía celular.

Así como Microsoft se posicionó en el control del software sobre el que corren la mayor parte de los sistemas operativos de las computadoras personales, de igual forma Google predomina en el terreno de los buscadores en internet y pretende controlar la mayor parte de las búsquedas y servicios por celular.

Se estima que mil 300 millones de personas son usuarios asiduos de Google en el mundo, y que además de su motor de búsqueda utilizan su navegador Chrome, ven vídeos en YouTube, se cartean por Gmail, guían el coche con Maps Navigation, hablan a través de Voice, intercambian archivos por Wave, entre otras aplicaciones.

Más de 90% de los ingresos de Google provienen de la venta de publicidad y se estima que controla cerca de 70% del mercado total de la publicidad en línea, con más de 60% de las búsquedas a escala mundial.

Google almacena datos y las preferencias de millones de consumidores, que le permiten ser mucho más eficaz que sus competidores con relación a las necesidades de sus anunciantes.

Para el usuario, hacer una búsqueda en Google es gratuito, pero por cada una de ellas que el buscador

reserva a sus anunciantes le reporta importantes ingresos. Si una empresa desea que su firma aparezca en los primeros lugares de las búsquedas tendrá que negociar con Google para que así sea. Sus ingresos el año pasado se estiman en 23 mil 650 millones de dólares.

Para hacerle frente y con el fin de impulsar su propio buscador (Bing), Microsoft se asoció con Yahoo, la empresa más visible capaz de hacer contrapeso a Google en el ciberespacio.

Desde el punto de vista de los operadores de telefonía y acceso a internet existe cierta molestia, ya que ellos hacen cuantiosas inversiones para ampliar y modernizar sus redes que Google satura con sus servicios, sin que reciban un sólo centavo a cambio.

Las compañías están preocupadas de que el sistema Android ideado por Google sirva para entrar al sector y hacerse del naciente mercado de la publicidad a través de los celulares. Según la consultora Gartner, este sistema será el segundo sistema operativo que equipará a los smartphones (teléfonos inteligentes) en 2012, tan sólo por detrás del Symbian de Nokia.

Adicionalmente, Google ha lanzado su propio móvil Nexus One y, sobre todo, ha comprado por 750 millones de dólares a AdMob, la primera plataforma de publicidad móvil.

Google está haciendo una fuerte apuesta por los servicios vía celular; sin embargo, el camino no será fácil. Otros competidores como Microsoft y los mismos operadores de telefonía móvil e internet buscan aumentar su tajada del pastel.