

# CAPITANES

## El Buen Juez...

Por su casa empieza. Al menos así reza el conocido refrán que no parecen querer aplicar las dependencias de Gobierno en el tema de vales de despesa.

Se espera que en este último trimestre proliferen las licitaciones para la contratación de empresas de vales de despesa en dependencias de Gobierno, las cuales darán algo más que un gordo pavo navideño a sus empleados.

Como parte de la reforma fiscal impulsada por **Luis Videgaray**, entonces titular de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), se estableció que la prestación de vales tendría que darse a

través de tarjetas.

Curiosamente, es en esta dependencia, ahora a cargo de **José Antonio Meade**; Sagarpa, de **José Calzada**; el IPN, de **Enrique Fernández**; la CDMX que encabeza **Miguel Ángel Mancera**, y la Secretaría de la Función Pública (SFP), a cargo de **Javier Vargas**, donde se están solicitando vales de papel en sus procesos licitatorios, al parecer presionados por sus sindicatos.

En las próximas semanas, la SFP dará a conocer la lista de empresas de vales que cumplieron con los requisitos para formar parte del contrato marco, el cual regularía los procesos de licitación de 2016 y 2017.



## MICHEL-PIERRE PETIT...

El capitán del nuevo Centro de Entrenamiento de Airbus en la CDMX afina detalles para su inauguración. A partir de hoy, estas instalaciones ubicadas en terrenos de ASA, darán servicio a los pilotos de las aerolíneas de América Latina con aviones de esta marca, como Volaris.

## ¿Por qué las Bahamas?

BahamaLeaks, la reciente revelación de nombres de empresarios y políticos de todo el mundo que han abierto una empresa en la Mancomunidad de las Bahamas, deja en tremendo ridículo a autoridades fiscales y a organismos internacionales.

Algunos de los empresarios mexicanos que sí respondieron al Consorcio de Periodistas de Investigación (ICIJ) explicaron que el fisco sabe de sus operaciones y están al corriente. Otros, confesaron que es parte de la planeación fiscal para eludir el pago de impuestos a la herencia de bienes en EU. Pero la mayoría guarda silencio.

Si usted utiliza los buscadores de internet, podrá localizar un buen número de gestores que ofrecen

abrir empresas en Las Bahamas en sólo 10 días, sin registro público del nombre del dueño y con cero pago de impuestos. Ese es el negocio público, imagínese qué pueden hacer otros despachos sin anuncios.

Lo más curioso es que el Doing Business del Banco Mundial, que mide la facilidad para hacer negocios, tiene mal posicionadas a Las Bahamas al ubicarlas en el lugar 106 en el mundo, 68 lugares por debajo de México.

Si bien Las Bahamas ocupan el lugar 24 por pago de impuestos ya que no gravan ganancias, por el tiempo que lleva abrir una empresa están en el 118; por registro de propiedades, en 183; y por leyes para protección de inversionistas, 111.

Aun así, ahora sabemos que esas islas valen su peso en oro.

## Atorados

¿Recuerda que hace poco más de 2 meses Liverpool, de **Max Michel**, anunció un acuerdo de asociación con la firma chilena Ripley?

En dicho acuerdo la mexicana se comprometía a adquirir al menos el 25 por ciento de los títulos totales de la tienda departamental chilena.

La mala noticia es que la familia **Calderón Kohon**, dueños de la mayor parte de Ripley, se están echando para atrás.

La razón es que la familia busca al menos 24 por ciento más de lo que ofreció Liverpool, 420 pesos chilenos por acción. Por supuesto que la mexicana no está dispuesta a pagar semejante precio e incluso la cifra inicial ya había sido catalogada como muy alta por analistas.

Con estos obstáculos, la transacción está en vere-

mos y el riesgo es que Liverpool perderá interés, sobre todo porque en México está enfocada en la adquisición de Suburbia, que en menos de 6 meses pasará a sus manos.

## Crédito a la Educación

Sí, lo que urge en México es crear en la educación, cuando los recursos escasean, también se necesita crédito para la educación.

En ese tren está subida FINAE, una sociedad financiera de objeto múltiple, figura conocida como Sofom, que dio sus primeros pasos desde 2006 y que otorga crédito para realizar estudios de licenciatura y posgrado en universidades privadas de México.

FINAE, dirigida por **Alejandro Rivero-Andreu Salas**, suma una cartera de financiamientos por 750 mi-

llones de pesos en casi 10 mil créditos.

Lo que puede presumir también es su impacto social, pues está disponible en 24 instituciones académicas ubicadas en 21 estados del País.

Entre ellas cuenta a Unitec, UVM, Tec de Monterrey, Universidad Regiomontana (U-Erre), los 7 campi de la Aliat Universidades, Intercontinental (UIC), Panamericana (UP), Autónoma de Guadalajara (UAG) y Latinoamericana (ULA).

Nos dicen que parte de su éxito lo ilustran dos certificaciones globales, la B Corp y GIIRS, la emisión de dos certificados bursátiles para crédito educativo y al hecho de haber sumado como socios a fondos de inversión como Omidyar Networks, creado por **Pierre Omidyar**, fundador del sitio eBay.

capitanes@reforma.com

## Presiona dólar caro a pequeñas cableras

ALEJANDRO GONZÁLEZ

El dólar caro ya afectó a pequeñas cableras.

Esto ocurre porque los costos de contenidos también se incrementan pues se compran en dólares.

Salomón Padilla, presidente de la Asociación de Telecomunicaciones Independientes de México (ATIM), reconoció que las pequeñas cableras han resentido más este efecto en los últimos días.

El representante empresarial dijo que mientras las empresas filiales de Televisa, como Izzi, Cablevisión Cablemas y Telecable aumentaron en promedio 4 por ciento el precio de sus paquetes, las pequeñas cableras están aguantando el incremento para no perder clientes.

“En tan sólo 3 años el precio del dólar se ha disparado en casi 25 por ciento, y nosotros no hemos aumentado en ese porcentaje nuestras tarifas, pero ahora la situación es insostenible, por lo que en octubre algunas de las cableras aumentarían el precio de sus paquetes y otras, para no perder clientes, aguantarían la tarifa pero disminuirían contenidos, es decisión de cada una de ellas”, dijo.

El representante de alrededor de 75 pequeñas cableras en zonas suburbanas de 25 Estados, como Televisión por Cable Tepa y Cable TV Tamazula, en Jalisco, o en Huayacocotla, en Veracruz, agregó que 90 por ciento de la programación que ofrecen las cableras de la ATIM son contenidos que pagan en dólares, sumado a los costos de su infraestructura que también se trata en dicha moneda extranjera.

“Seguimos tazando en dólares algunas cosas que deberían estar en pesos, por ejemplo el paquete de Televisa está tratado en dólares cuando se trata de contenido nacional”, dijo.

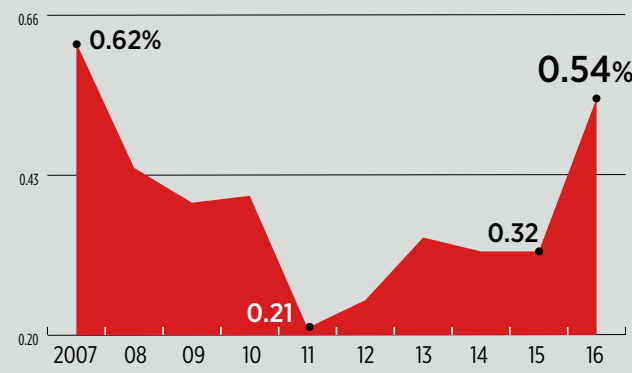
Ese tipo de cosas esperan que cambien muy pronto para mantener los precios.

## Supera pronósticos

La inflación al consumidor aceleró 0.54 por ciento en la primera quincena de septiembre, la mayor tasa para un mismo periodo en 9 años.

### ÍNDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

(Variación porcentual en la primer quincena de septiembre)



Productos seleccionados con precios al alza y mayor incidencia quincenal

(Variación porcentual en primera quincena de septiembre)

Jitomate	30.08%
Cebolla	12.67
Huevo	6.49
Pan dulce	2.62
Pollo	1.62

Fuente: Inegi  
Realización: Departamento de Análisis de REFORMA

## Pegan aumentos en jitomate y cebolla

# Tocan precios nivel más alto

### Es la inflación más elevada en 9 años para primera mitad de septiembre

ADRIANA ARCOS

En la primera quincena de septiembre, el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) creció 0.54 por ciento, la tasa más elevada para un periodo similar de los últimos 9 años.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), respecto al mismo periodo del año pasado, los precios registraron un crecimiento de 2.88 por ciento.

Los consumidores sintieron una aceleración en los precios de productos agropecuarios, que en los primeros 15 días del mes aumentaron 2.37 por ciento, de acuerdo con los datos oficiales del Inegi.

El subíndice de frutas y verduras registró un incremento de 4.67 por ciento y a su interior, los productos con las mayores incidencias en el indicador fueron el jitomate y la cebolla con au-

mentos de 30.08 y 12.67 por ciento, cada uno.

La medición no subyacente, que incluye únicamente al sector agropecuario y a los energéticos y tarifas autorizadas por el Gobierno y cuyos precios son más volátiles, registraron un incremento en su conjunto de 1.10 por ciento quincenal y de 2.36 por ciento respecto a la primera quincena de septiembre de 2015.

Dentro de los energéticos, la gasolina de bajo octanaje registró un aumento de 0.60 por ciento en el periodo referido; la electricidad aumentó 1.04 por ciento, mientras que el gas doméstico LP retrocedió 0.64 por ciento.

Por otro lado, el índice subyacente, que contempla las mercancías y servicios, subió 0.36 por ciento en la primera quincena de septiembre y 3.05 por ciento en el año, en su interior, los alimentos, bebidas y tabaco subieron de promedio en 0.44 por ciento, mientras que las mercancías no alimenticias 0.40 por ciento quincenal y 3.76 por ciento anual.

De acuerdo con análisis de Banorte Ixe, el reporte de inflación refuerza su expectativa de que el Banco de México (Banxico) anuncie el próximo 29 de septiembre un incremento en la tasa de referencia de 50 puntos base, que podría darle un respiro transitorio y de magnitud moderada para el tipo de cambio.

Además, analistas de Banorte Ixe consideran que la depreciación de la moneda mexicana comienza a tener mayor incidencia en el incremento de los precios de las mercancías.

Otros productos en los que los consumidores mexicanos resintieron mayores precios fueron el huevo, el pan dulce y el pollo con incrementos de 6.49, 2.62 y 1.62 por ciento respectivamente.

En cuanto a los servicios, las principales alzas fueron para las colegiaturas de primaria, que aumentó 4.01 por ciento, y las de secundaria que se incrementaron en 3.88 por ciento debido al inicio del ciclo escolar.

## Descarta Cinépolis listarse en la BMV

ARELY SÁNCHEZ

La operadora de salas de cine Cinépolis descartó listarse en Bolsa Mexicana de Valores (BMV) para buscar recursos.

Al reinvertir el total de sus ganancias y aprovechar las oportunidades de crecimiento, aún en momentos de volatilidad, ha logrado expandirse de forma acelerada, dijo Mauricio Vaca Tavera, director general de Administración y Finanzas.

Indicó que Cinépolis no tiene previsto ningún tipo de colocación en la BMV en el mediano plazo, ni siquiera de deuda.

“Somos una empresa que empezó sin deuda y hemos usado a nuestro favor el balance de una empresa sana. Los accionistas son disciplinados y se reinvierte un al-

to porcentaje de todo lo que se produce. Nuestro director general defiende el principio de que no debe haber empresas pobres y dueños ricos”, sostuvo.

En agosto, Cinépolis hizo su más reciente adquisición: 51 salas en Nueva York, Nueva Jersey y Connecticut que pertenecían a la cadena americana BowTie.

Antes, en India compró 7 salas en Nueva Delhi de manos de DLF Group; sumadas a su anterior compra Cinépolis ya suma 200 salas.

Vaca admitió que actualmente la depreciación del peso frente al dólar resulta preocupante para la compañía, tanto por tener varios de sus insumos dolarizados como por la repercusión que tendrá el dólar caro en el bolsillo de las familias mexicanas.

## Extenderá Amway presencia en México

NORMA ZÚÑIGA

El catálogo no es el único punto de entrada de los productos de Amway a los hogares mexicanos.

Desde hace unos años la empresa multinivel más grande del mundo evolucionó hacia tiendas establecidas y ya hay 17 en México.

Florentino Gutiérrez, director de mercadotecnia de la compañía nacida en Estados Unidos, adelantó que recientemente acaban de abrir una tienda en Aguascalientes y para este 2016 tienen prevista una apertura más en Irapuato, Guanajuato.

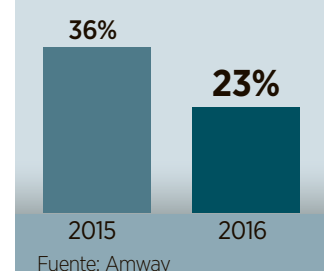
Ya será en 2017 cuando se extiendan hacia el sur del País con un par de nuevas tiendas, cuya inversión individual es de 50 mil dólares.

“Los productos están a la mano de cualquier persona, ya sea empresario o sea cliente los productos están como cualquier tienda de retail que tú pudieras entrar, además que contamos con personal calificado para que te pueda orientar”, enfatizó respecto al proyecto, con el cual ya están

## Con brillo en el País

Su fuerte en México de Amway son los productos de suplementos alimenticios.

### CRECIMIENTOS EN VENTAS



Fuente: Amway

presentes en las ciudades clave para Amway.

La apuesta es que en los próximos 5 o 6 años cuenten con el mercado en cada Estado del País.

Con crecimientos en ventas a doble dígito, desde los últimos 5 años, que para 2016 se estima en 23 por ciento más que en 2015, México ya es el mercado más importante en América Latina.

