

CAPITANES

EL ESPECTRO DE NUNCA ACABAR

¿H a visto esas antenas de empresas telefónicas disfrazadas de árboles?. Hasta parece humor negro. No siempre las esconden, así que tal vez tiene uno de esos dispositivos justo detrás de su domicilio, sobre el techo de su vecino. La extraordinaria proliferación de antenas es sólo una absurda consecuencia del retraso de la licitación del espectro, que suena complicado, pero no es más que la repartición de diferentes tramos de espacio aéreo para que las empresas puedan usarlo. Como hasta el momento el Gobierno ha licitado sólo una partecita del espacio disponible, empresas como Telcel, que lleva **Daniel Hajj**, deben invertir en el equipo necesario para maximizar el uso del que tienen disponible.

Eso significa comprar antenas y aparatos que usted ni se imagina. Dinero que va a parar al extranjero, en lugar de que sirva para ampliar la red nacional.

Pero lo de las aglomeraciones es lo nuestro.

En términos relativos, hoy, América Móvil, la matriz de Telcel, tiene casi cuatro veces más usuarios en el espacio que le corresponde en México, que el que tiene para los argentinos.

Eso se traduce en menor calidad, o en servicios que no avanzan, como la TV vía celular.

Pero las autoridades llevan más de 50 días haciendo los ajustes finales para la licitación en cuestión.

La Cofatel, que preside **Héctor Osuna**, mandó el borrador a la Comisión Federal de Competencia, a finales de mayo para su revisión.

Supuestamente tomaría 30 días ese trámite, pero ¡por las vacaciones! se prolongará posiblemente hasta finales de agosto... lo de los plazos es "pecata minuta" para esta Administración.

ALFA COLOCA EN NY

Por si le interesaba conseguir un préstamo en dólares en New York, le avisamos que estos andan por arriba de los 700 puntos base o, más fácil, una tasa anual superior al 7 por ciento.

Ayer, Grupo Petrotex, subsidiaria de Grupo Alfa, que todavía conduce **Dionisio Garza Medina**, realizó con éxito una emisión de deuda por 200 millones de dólares.

Nos avisan que el mercado respondió bien, pese a que recientemente Standard and Poor's bajó la calificación de la empresa.

El grupo regiomontano obtuvo una tasa de 9.7 por ciento a 5 años, unos 704 puntos base por arriba de los Bonos del Tesoro de EU.

La colocación corrió a cargo de Bank of America-Merrill Lynch, que en México lleva **Orlan-**

do Loera, que está marcando el camino para llevar a empresas mexicanas a colocar deuda a EU.

Tras de cada cuatro transacciones de este tipo que van en el año fueron efectuadas por el banco: Kansas City Southern, Javer y, ahora, Petrotex.

MATRIMONIO FRUSTRADO

Cuando eran suyas, el Gobierno no las fusionó.

Y ahora, el Secretario de Comunicaciones y Transportes salió ante el Senado con la idea de unir a Aeroméxico y Mexicana como una sola aerolínea bandera nacional.

Pero aparentemente la idea no es original de **Juan Molinar Horcasitas**, titular de la dependencia.

Nos cuentan que se maneja en un estudio elaborado por la empresa AviaSolutions, asociada a GE Commercial Aviation Services.

En esa consultora participa gente experimentada como **Peter Jones** y **Seamus Kealey**, quienes juntos reúnen 50 años de experiencia en el medio.

Por eso le hicieron caso. No como a los colegios, asociaciones, escuelas y empresas del ramo que sacaron la misma conclusión hace años, cuando la unión habría sido cuestión de que el Gobierno decidiera y punto.

¿Se acuerda? Hubo una época en la que Aeroméxico y Mexicana estaban bajo un mismo paraguas corporativo, Cintra, y hubo reclamos de que se vendieran como una sola empresa... hasta que la Comisión de Competencia, entonces a cargo de **Fernando Sánchez Ugarte**, dijo que de eso ni hablar, que había que partirlas en dos.

Hoy, que resurge la idea, ya los empresarios de los dos grupos comentaron que con ellos no cuentan si no quedan con el control.



VALUANDO MARCAS

Quizás alguna vez pasó esa pregunta por su mente... ¿Cuánto vale el nombre o la marca de mi negocio? Si es así, ponga atención.

Millward Brown Optimor, la firma de investigación que desde hace 4 años publica el reporte BrandZ Top de las 100 Marcas Globales Más Valiosas, abrió recientemente una oficina en México.

Estará a cargo de **Jorge Alagón**, un experimentado mercadólogo, que aparentemente hará ruido en los próximos meses.

El presentará, probablemente el mes que entra, un reporte sobre el valor de las marcas mexi-

canas más importantes.

Estará basado en datos financieros, comercialización de marca y otros indicadores económicos.

Las cifras podrían dejar con el ojo cuadrado a muchos empresarios que todavía desprecian el valor que tienen los bienes intangibles de su compañía. Obvio, los de Millward no vienen a hacer obras sociales.

Millward Brown Optimor pretende que el trabajo llame suficientemente la atención, como para que empresas nacionales contraten sus servicios.

¿Cuáles? Consisten en detectar las cualidades de una marca, que los consumidores valoran más, lo que resulta muy útil en medio de la crisis.

capitanes@reforma.com



Ignacio Deschamps...

Ahora, los bancos mexicanos, agrupados en la ABM, que encabeza este capitán, reservarán más dinero para responder por si alguien no les paga. Esta semana, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores cambió las reglas y ahora tendrán que hacer un guardadito hasta por incumplimientos probables y no sólo por los que ya ocurrieron.