



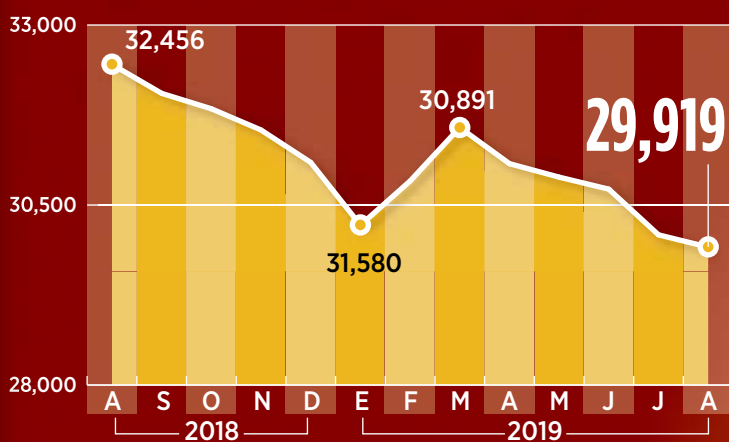
LICITARÁN 319 FRECUENCIAS DE RADIO

EL IFT pondrá a disposición 319 frecuencias de radio FM y AM para su próxima licitación. Detalló que serán 234 estaciones para uso comercial en la banda FM y 85 en la de AM. **PÁGINA 6**

DE CAPA CAÍDA

CON EL RETROCESO registrado en junio del año actual, el valor de la producción de las empresas constructoras llegó a cinco meses con cifras en contra.

(Millones de pesos a precios de junio de 2012, serie desestacionalizada)



POR SECTORES
(Variación % mensual de junio 2019)

Agua, riego y saneamiento	-5.39%
Edificación	-1.86
Petróleo y petroquímica	-0.28
Otras construcciones	0.68
Transporte y urbanización	2.63
Electricidad y telecomunicaciones	4.76
TOTAL	-0.57

Fuente: Inegi
Realización: Departamento de Análisis de REFORMA



@reformanegocios

negocios@reforma.com

NEGOCIOS

MARTES 27 / AGO. / 2019 / Tel. 55 5628 7355

Editora: Laura Carrillo

DÓLAR: C \$19.35 V \$20.20 ▲ **EURO:** C \$22.13 V \$22.14 ▼ *Cotización del 23 de agosto

S&P/BMV IPC	DJ	S&P 500	NASDAQ	TIIE	MEZCLA*
40,081.72	25,898.83	2,878.38	7,853.74	8.2750%	49.32
▲ (0.55%)	▲ (1.05%)	▲ (1.10%)	▲ (1.32%)	▼	▼ (Dls/Barril)

Todos los indicadores desde la aplicación para iPad o en negociosreforma.com

ESTRENA HOLCIM CEO EN MÉXICO

LafargeHolcim designó al salvadoreño Jaime Hill Tinoco como nuevo director general de la cementera Holcim México.

reforma.com/consultorio



COSTOS 'OCULTOS' EN CRÉDITOS

Medir tu capacidad de pago y determinar bien el destino de un crédito, no es lo único que debes considerar para solicitarlo, también algunos costos ocultos como comisiones y cuotas administrativas.

Tiene SoftBank 5 mil mdd para emprendedores en AL

Alistan japoneses impulso a startups

Injectarán 200 mdd a 3 proyectos en México y van por más empresas

ARELY SÁNCHEZ

El conglomerado nipón SoftBank está dispuesto a darle un impulso a emprendedores en México y América Latina.

Desde marzo pasado, cuando anunció un Fondo de Innovación de hasta 5 mil millones de dólares enfocado exclusivamente en la región, SoftBank ha estado en boca de los emprendedores y de los fondos de inversión mexicanos.

“En los próximos 30 días SoftBank invertirá más de lo que han invertido todos los fondos de inversión en México en todo el año”, aseguró Marcelo Claure, director Ejecutivo de SoftBank Group International en su primera visita al País, en la que se reunió con autoridades federales y los principales fondos de capital privado.

El directivo calcula que en los próximos días 200 millones de dólares del Fondo serán inyectados a startups surgidas en México.

Este conglomerado japonés con empresas de telecomunicaciones e internet, ahora incluye en su estrategia impulsar el desarrollo de empresas tecnológicas, para lo cual ha creado un fondo orientado a América Latina, el cual es dirigido por Claure.

Durante 2017 y la primera mitad de 2018, invirtieron en toda América Latina mil 400 millones de dólares en 201 proyectos de capital de riesgo, de los cuales sólo 150 millones se ubicaron en México, a través de 81 proyectos, según datos de la Asociación

Marcelo Claure director Ejecutivo de SoftBank Group International



Alejandro Mendoza

“Pensamos que México se volverá un destino importante dentro de nuestros planes en el futuro. Ahora mismo hemos identificado al menos 10 empresas más que nos encantan y donde es posible invertir”.

de Inversiones de Capital Privado en Latinoamérica (LAVCA, por sus siglas en inglés).

Con los planes de Softbank, el capital de riesgo acumulado en México en ese periodo se duplicaría este año.

En el País busca empresas que a través de la inteligencia artificial y datos puedan crear soluciones en sectores como servicios financieros, comercio electrónico, atención médica, movilidad y seguros, entre otros.

En entrevista, Claure reveló que además de su inver-

sión en la fintech mexicana Clip, anunciada hace un par de meses, por entre 20 y 50 millones de dólares, ya eligió otras dos empresas para capitalizarlas de inmediato.

“Vamos por dos inversiones significativas. Una relacionada con inclusión financiera para pequeñas y medianas empresas y otra con el mercado de compra venta de autos usados, que en este País es enorme, vale más de 60 mil millones de dólares, pero es sumamente complejo”, afirma.

Fuentes del sector aseguran que son las startups Konfio y Kavak.

“Decidí venir personalmente a reunirme con emprendedores mexicanos y me voy sumamente sorprendido. Aquí existe un capital humano impresionante, grandes ideas, empresas de alto impacto. No obstante, estoy impactado con la falta de capital para ayudar a los emprendedores, veo que ha sido doloroso crecer sus negocios ante la falta de recursos frescos”, destaca.

Esperan impacto a comercio por cierre de oficinas de SE

JORGE CANO

La desaparición de las representaciones comerciales de México en seis de ocho países, se suma a la desaparición de ProMéxico, lo que afectará la estrategia de promoción y operaciones de comercio, coinciden expertos.

La semana pasada, a través de una circular interna, la Secretaría de Economía solicitó el cierre de las oficinas en China, Japón, Bélgica,

Uruguay, Canadá y Francia.

El oficio pide que se concrete la repatriación del personal, terminar sus contratos y los de servicios de oficinas antes del 31 de agosto, manteniendo sólo la representación de Washington y la de Ginebra, como parte del plan de austeridad delineado en la Ley Federal de Austeridad Republicana, expedida el 30 de abril.

La decisión del Ejecutivo federal va a contrapelo del pro-

ceso de globalización, cuando más del 70 por ciento del PIB de México está vinculado al comercio exterior, dijo Armando Ortega, presidente de la Cámara de Comercio de Canadá en México (Cancham).

“México pierde capacidad de administración de los tratados comerciales, se pierde presencia e influencia con socios clave”, comentó.

Durante los últimos 30 años México ha utilizado mecanismos para atraer inver-

siones y elevar exportaciones. Quitarlos, puede tener una afectación sobre el monto de inversiones que lleguen a México y las exportaciones, advirtió José Luis de la Cruz, presidente del Instituto para el Desarrollo Industrial y Crecimiento Económico (IDIC).

Graciela Márquez, Secretaria de Economía, aseguró que las Embajadas serán las que absorban las funciones de las oficinas y descartó posibles daños a los flujos comerciales.



Opciones para sureste

Debido a los problemas que presenta la distribución de gas en el sureste del País, el Cenagas presentó en Mérida siete proyectos para lograr un Sistema Integrado de Transporte y Almacenamiento. **PÁGINA 3**

Crece presencia de privados

Las marcas privadas tienen cada vez una mayor presencia en las estaciones de gasolina, crecimiento impulsado por gasolineras que abandonan la marca Pemex.	A	B
PEMEX	9,161	73.3%
Oxxo Gas	541	4.3
BP	450	3.6
G500	285	2.3
Mobil	241	1.9
Petro 7	233	1.9
Shell	229	1.8
Chevron	228	1.8
Otras	1,132	9.1

Fuente: Sener y empresas a junio 2019

Dejan marca Pemex 27% de gasolineras

MARLEN HERNÁNDEZ

Desde la llegada de nuevas marcas de gasolineras a México en 2016, la franquicia de Pemex ha reducido en alrededor de 27 por ciento su participación total de las estaciones de servicio en el País.

En abril de este año, la Secretaría de Energía informaba que en México operaban alrededor de 12 mil 500 estaciones de servicio, mientras que al 30 de junio de 2019, Pemex reportaba tener 9 mil 161 estaciones de gasolina (73.3 por ciento) bajo su nombre.

Las primeras marcas diferentes surgieron en junio de 2016 y fueron Hidrosina, en la Ciudad de México, y La Gas, en Campeche y Mérida.

En ese entonces, 11 mil 379 estaciones formaban parte de la franquicia Pemex, implicando que en tres años 2 mil 217 estaciones abandonaron a la pe-

trolera estatal y mil 118 estaciones nacieron con nuevas marcas.

Roberto Díaz de León, presidente de Onexpo Nacional, refirió que en México existen más de 72 marcas privadas bajo las cuales se expenden los combustibles.

Así, de ser un monopolio, ahora la petrolera estatal compite con empresas como Oxxo Gas, que con 541 estaciones y tiene 4.3 por ciento del mercado.

También con BP que tiene 450 estaciones o 3.6 por ciento, y G500, que con 285 gasolineras tiene 2.6 por ciento del total, por mencionar sólo algunas.

Alejandro Montufar Helú Jiménez, director de PetroIntelligence, señaló que el cambio hacia franquicias extranjeras se presenta más entre dueños de una o dos estaciones, mientras que los que cuentan con un mayor volumen optan por crear su propia marca.