Negocios

TV Azteca no cederá frente al Canal 40

El director jurídico de la televisora del Ajusco estimó que los tres juicios en contra de CNI concluirán en el primer semestre del próximo año y que la empresa no parará hasta hacer efectiva la opción de compra de 51% de Televisora del Valle de México

POR ARACELI MUÑOZ VALENCIA

Para TV Azteca la historia con CNI Canal 40 concluirá cuando se haga efectiva la opción de compra del 51% de las acciones de Televisora del Valle de México y pueda cobrar la indemnización por daños y perjuicios por un monto de 100 millones de dólares.

El director jurídico de TV Azteca, Francisco Borrego, en entrevista con este diario estimó que los tres juicios que existen contra CNI y su presidente, Javier Moreno Valle, concluirán en el primer semestre del próximo año, debido a que la televisora demandada no cuenta con argumentos para demostrar que los contratos firmados no fueron validados por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (STC).

Es más, "para mí fue sorprendente la decisión que tomó Moreno Valle, porque no tenía ninguna base legal, fue una acción muy poco meditada", señaló el directivo.

El pasado 16 de julio, Moreno Valle anunció su rompimiento de asociación con TV Azteca por no estar de acuerdo con su línea editorial y el manejo de la venta de publicidad.

Pero, "en el plano judicial, Canal 40 nunca ha señalado que incumplimos los contratos en la venta de publicidad. TV Azteca nunca incumplió y tenemos documentos firmados por Moreno Valle y con aval de un corredor público, que demuestran que siempre recibió información adecuada y en tiempo del manejo financiero de la televisora".

En la primera demanda presentada por TV Azteca contra CNI solicitando el pago de daños y perjuicios, se señala que "si Javier Moreno Valle tenía algún problema debió haber acudido a un juzgado y no haberse hecho justicia de propia mano".

La respuesta de CNI a la demanda fue que los contratos no estaban aprobados por la STC; sin embargo, Borrego puntualizó que la secretaría aprobó los contratos el 14 de julio y ratificó los mismos el pasado mes de octubre.

En total, TV Azteca entabla tres juicios contra CNI Canal 40: dos en los tribunales mexicanos y uno en la Corte Internacional de Arbitraje de Comercio. El segundo juicio demanda la opción de venta del 51% de las acciones y la constitución del fideicomiso donde serían depositadas las mismas. "Ese 51% lo tenemos en nuestras manos, en una caja de seguridad, como consecuencia de una prenda que será sustituida por el contrato de fideicomiso", dijo.

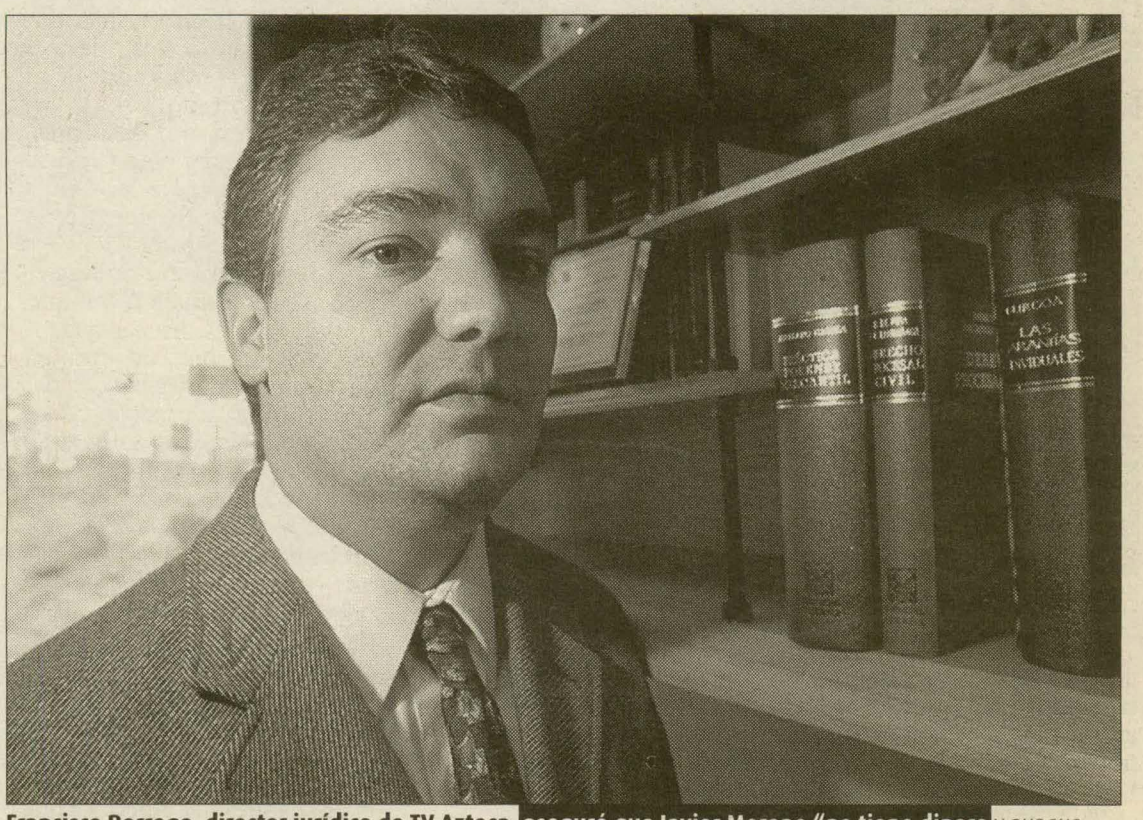
El directivo mencionó que como en la primera demanda, CNI señaló que los contratos no estaban aprobados por la STC "y añadió que (la opción de compra de las acciones) era una promesa de venta y que no firmará el contrato del fideicomiso. Nunca habla de incumplimiento por parte de TV Azteca", reiteró.

El tercer juicio se inició por la demanda de la televisora del Ajusco del cumplimiento forzoso del contrato de opción de venta, luego que se pactó en el mismo documento que "en caso de cualquier controversia en el contrato de opciones y asociación estratégica esto sería resuelto en la Corte Internacional de Arbitraje".

TV Azteca, con la posesión del 51% de las acciones de Televisión del Valle de México, impide la venta de las mismas a terceros y garantiza el contrato de crédito concedido a CNI por 25 millones de dólares.

De acuerdo con Borrego, CNI recibió 10 millones de dólares para liquidar adeudos con Bital, comprar equipos para sus estudios y Azteca asumió un adeudo de Nafin; de dicha deuda se corren intereses desde julio de 1998. Además, TV Azteca adelantó un pago de 15 millones de dólares por el cálculo de las utilidades que corresponderían a los primeros tres años de la asociación. "La posición de TV Azteca es que se cumpla lo pactado. Si el señor Moreno Valle pactó que recibiría 15 mdd y después 10 mdd y los recibió, y que en caso de que cancelaran los contratos antes del tercer año de su vigencia, se anticiparía nuestra opción de compra; tiene que cumplirlo", puntualizó.

El directivo señaló que antes de la decisión de Moreno Valle de deshacer la asociación con TV Azteca, éste solicitó 15 millones de dólares más de lo acordado en los contratos.



Francisco Borrego, director jurídico de TV Azteca, aseguró que Javier Moreno "no tiene dinero y aunque diga que nos va a pagar lo que se le prestó, no le creemos". FOTO: LUIS CORTÉS.

Lista la oferta de Unefon

Unefon, la empresa de telefonía inalámbrica, realizará una oferta pública del 7% de sus acciones de su capital social en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) entre el 13 y el 15 de diciembre próximo, con cuya operación espera obtener entre 95 y 122 millones de dólares. En conferencia de prensa, el director general de Unefon, Adrián Steckel, informó que el agente colocador será la casa de bolsa GBM y que se espera colocar entre inversionistas nacionales y extranjeros unos 176 millones de acciones seria A, con un valor unitario estimado de entre 5 y 6.43 pesos.

Los recursos que recibirá la empresa que preside Ricardo Salinas Pliego, encontrarían en esta colocación el capital que requiere para arrancar en serio su programa de expansión de su red de telefonía pública inalámbrica, la cual registra un retraso de prácticamente un año por la falta de liquidez. Los fondos recaudados serán destinados a los proyectos de expansión geográfica y cobertura de la empresa, ya que actualmente opera en ocho ciudades del país y lo hará en 16 para enero próximo. Su meta es llegar a las 70 principales ciudades e instalar seis millones de teléfonos en los primeros cinco años de operación. "Hoy empezamos el proceso de la oferta inicial pública de Unefon con un encuentro bursátil, y vamos a ir a Estados Unidos y a Europa para ver inversionistas", agregó. ■

OSIEL CRUZ

Tome nota...

● Una secretaria, de 25 años y soltera, que sepa computación y hable por lo menos dos idiomas, gana aproximadamente al año:

Zurich	39,900
Génova	38,700
Tokio	38,300
Nueva York	37,400
Buenos Aires	24,800
Barcelona	14,600
Sao Paulo	12,600
México D.F.	7,200
Caracas	6,800
Moscú	1,200

Cifras en dólares
Fuente: USB Prices and Earnings 2000

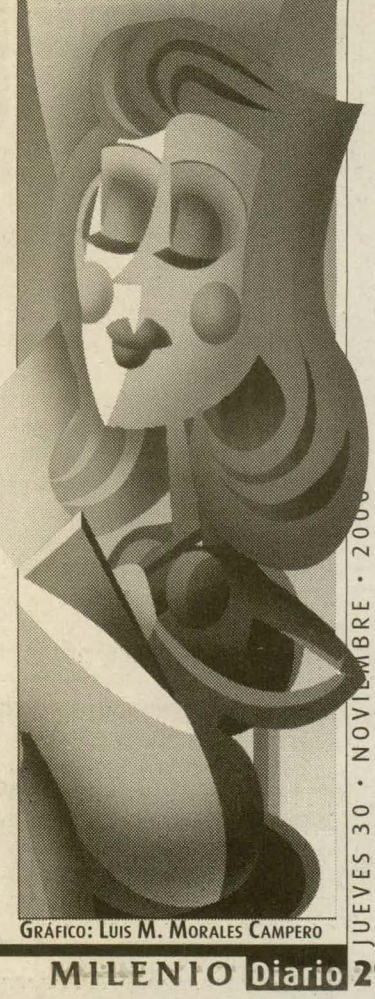


GRÁFICO: LUIS M. MORALES CAMPERO

Marcatel llama ahora a la reconciliación telefónica

Gustavo de la Garza, presidente de la empresa, convocó a sus competidores a abandonar intereses mezquinos y a poner orden en una de las industrias más peleadas del país

POR OSIEL CRUZ

El presidente de Marcatel, Gustavo de la Garza, bajó hoy su tono acostumbrado de denuncia en contra de las autoridades y de Teléfonos de México; sorprendió a propios y extraños al convocar a presidentes y directores de todas las empresas del sector, así como a la autoridad a reconciliarse, con el ánimo de ordenar el "relajo" que existe en la industria. Dicha propuesta, dijo, tenía el apoyo del director de Telmex, Fernando Chico Pardo.

Al participar en el seminario Regional UNESCO Telecomunicaciones y Sociedad, que se llevó a cabo en la Universidad Iberoamericana, afirmó que deben abandonarse intereses mezquinos y anteponer el interés supremo de la nación a los propios o de grupo, para poder llegar a este acuerdo de consenso. "La idea es que nos encerremos a arreglar nuestros problemas y salgamos hasta que haya una solución y una vez que esto ocurra que todos retiremos las demandas de amparo y contrademandas que impiden el avance de la industria".

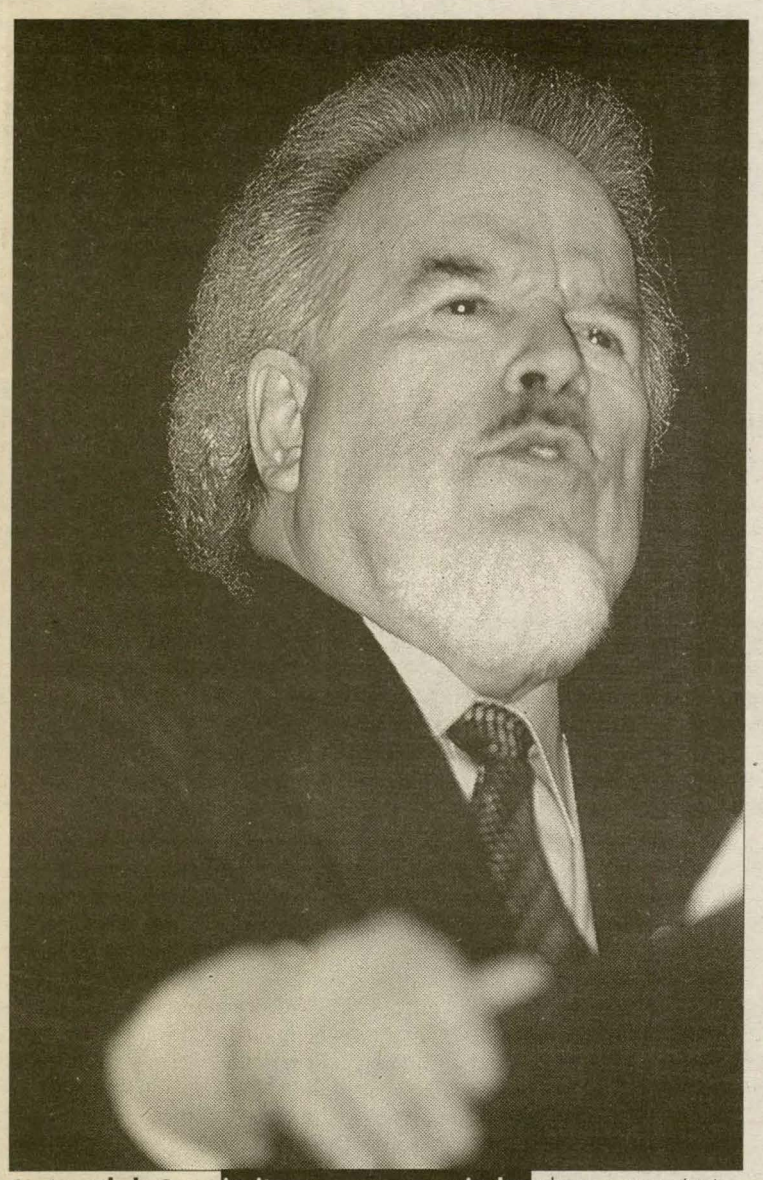
Entrevistado al término del panel en el que participó, anunció que Marcatel reactivó sus planes de inversión para el próximo año con la inyección de 200 millones de dólares en un proyecto de telefonía local que estaría destinado a cubrir las tres principales zonas urbanas del país en un principio (México, Guadalajara y Monterrey).

Luego, De la Garza volvió a hablar en su estilo acostumbrado y afirmó que la reactivación de las inversiones por parte de su empresa se dará por la "terminación del mal gobierno" de la Cofetel y por la esperanza de que las cosas en el sector de las telecomunicaciones se harán de manera diferente en el sexenio del presidente Vicente Fox.

De la Garza ha puesto su confianza casi absoluta en el nuevo secretario de Comunicaciones y Transportes, Pedro Cerisola, por su experiencia en el sector. La misma trayectoria de este último al trabajar durante ocho años en Telmex, más que dudas, al presidente de Marcatel le infringe seguridad "porque conoce al monopolio desde adentro y sabe de las prácticas alevosas que utiliza en contra de sus competidores".

Advirtió que el objetivo de reconciliar a la industria es el hecho de que la teledensidad del país y el desarrollo de la economía nacional es lo que está en juego.

Marcatel, señaló, había cancelado sus inversiones debido a la falta de aplicación de la ley por parte de la Cofetel, lo cual no otorgaba certeza jurídica y mantenía una política discrecional de apoyo al "monopolio". "Durante el primer año el 120% de los ingresos que tuvo Marcatel se tuvieron que pagar a Telmex, y hoy en el caso de las llamadas de reventa tenemos que pagarle a Telmex 1.40 pesos por minuto aunque nosotros cobremos al abonado a 1.10 pesos el minuto".



Gustavo de la Garza invita a sus empresas rivales a buscar en conjunto soluciones a la guerra por el mercado. FOTO: MILENIO DIARIO DE MONTERREY

Estas perversidades de subsidio y apoyo al monopolio, no permitieron que muchas otras empresas continuaran con sus planes de inversión, si no existían reglas de equidad en la competencia.

Hoy, sostuvo, "el nuevo gobierno nos inspira confianza y la seguridad de que las cosas van a cambiar. Por eso ayer mismo Marcatel solicitó a la Cofetel una concesión para prestar servicios de telefonía local, un proyecto que la empresa pretende desarrollar el próximo año".

Sobre este particular, Ricardo Salinas Pliego, presidente de Unefon, al criticar el marco legal de las telecomunicaciones, cuestionó el hecho de que un inversionista tenga que solicitar a la autoridad una concesión para brindar servicios de telefonía, cuando debiera haber la facilidad de que cualquiera con sólo construir su red pudiera hacerlo.

Ésta, dijo, es parte de las cuestiones que deben de ser revisadas dentro del marco legal en la reforma que se pretende hacer a partir del próximo año.

En tanto, el director de Pegaso, Juan Marco Gutiérrez, informó que esta empresa ha realizado inversiones por mil 100 millones de dólares en México para ayudar a incrementar la teledensidad en el país; sin embargo, subrayó, la legislación debe clarificarse y no prestarse a interpretaciones, porque desafortunadamente las empresas de tecnología inalámbrica están enfrentando el obstáculo de organizaciones vecinales y hasta de departamentos de obras públicas en las ciudades, que se oponen a la instalación de antenas.

En la ciudad de México, indicó, se llegan a dar casos en que se impide su instalación porque el uso de suelo no especifica que se puedan instalar antenas. ■

StarMedia ya es Multimedia

El portal de internet StarMedia lanzó al mercado StarMedia Network, un nuevo reproductor multimedia de internet que permite a los usuarios tener acceso a contenidos de audio y video de transmisión continua.

El reproductor StarMedia Multimedia es suministrado por StarMedia Broadband, la división de banda ancha del portal que produce medios interactivos. Fernando Alba, director general de StarMedia en México, anunció también la apertura de un estudio móvil en el país para producir contenidos para esta nueva herramienta.

"Esto es el primer intento en el mercado hispano y latinoamericano que busca demostrar cómo la banda ancha puede cambiar el concepto de internet en el futuro", señaló por su parte Fernando Espuelas, presidente y fundador de StarMedia.

Sin embargo, Espuelas reconoció que StarMedia seguirá dependiendo de las empresas que distribuyen la banda ancha, ya que la infraestructura y conectividad recae en las empresas de telecomunicación.

Sin embargo, StarMedia reveló que la estrategia que sigue es presentarle esta nueva herramienta a los usuarios latinoamericanos con el fin de que la conozcan y sean ellos mismos los que demanden los servicios de conectividad de la banda ancha.

StarMedia comercializará espacios publicitarios tradicionales como los banners, así como spots de comerciales al estilo de la televisión en la programación que presente. Adicionalmente venderá contenidos a otros portales multimedia.

De esta manera, StarMedia espera obtener una fuente adicional a sus ingresos, que en el tercer trimestre del año ascendieron a 17.1 millones de dólares. Desde que empezó a cotizar en la bolsa de valores de Nueva York, StarMedia no ha podido salir de los números rojos, aunque sí ha disminuido sus pérdidas, las cuales totalizaron 48 centavos de dólar por acción.

Espuelas afirmó que StarMedia mantendrá sin cambios su modelo de negocios, el cual se basa en ingresos publicitarios.

El objetivo es atraer usuarios con el propósito de crear una audiencia para ofrecerla a sus anunciantes. En el tercer trimestre del año, el portal registró 3 mil 300 millones de usuarios únicos. Espuelas aseguró que para finales del próximo año, StarMedia logrará ser un negocio rentable.

En septiembre pasado, StarMedia anunció una reorganización de sus operaciones que consistió en la integración de las 10 empresas que adquirió y un recorte de su planta laboral con el fin de maximizar las inversiones de la compañía.

"Se piensa alcanzar la meta de rentabilidad operativa en el cuarto trimestre del 2001, un año antes de lo que se había proyectado anteriormente", dijo Espuelas al hacer dicho anuncio.

Espuelas reconoció que la caída del mercado electrónico de Nueva York, Nasdaq, que detonó un caos bursátil que se tradujo es una escasez de flujo de capitales y cierres de punto coms han impactado a StarMedia: "Lo que ha pasado este año duele".

Las empresas de tecnología han sufrido un doble impacto, por la combinación que provocó la caída del Nasdaq y el incremento de las tasas de interés; esto último afectó mucho más a las latinoamericanas.

Aunque Espuelas señaló que no se sabe cuánto tardará en recuperarse la industria de internet, confió en que esto será relativamente pronto porque son ciclos. Además, aseguró que StarMedia ha capitalizado el caso financiero como una ventaja competitiva que le garantizará el liderazgo en el mercado. Hoy en día, StarMedia tiene registrado a 18 millones de usuarios y cuenta con una red de productos integrados en los países en donde tiene presencia, como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Puerto Rico, España, Uruguay, Venezuela y Estados Unidos. ■

ALEJANDRA LEGLISSE

Los nuevos caminos de la red

La penetración de internet en México en los próximos cinco años será mayor y por ello las firmas nacionales tendrán que apostarle más a la tecnología aplicada a sus negocios, que a derrochar enormes cantidades de dinero para la publicidad de su sitio en la red de redes, expresó el presidente y fundador de zonafinanciera, Gregory S. Keough.

Indicó que en la actualidad nadie tiene la verdad absoluta acerca del éxito de los sitios en la red de redes, pero ayuda enormemente a su consolidación el hecho de tener un buen soporte tecnológico y financiero. Además de que se debe de estar siempre pendiente de las necesidades y requerimientos del cliente u usuario.

Zonafinanciera nació en 1997, con tres personas en la ciudad de Fairfax, Virginia, Estados Unidos, y actualmente cuenta con oficinas en México, Brasil, Colombia, Venezuela, Perú y Chile. Se ha especializado en contenidos sobre finanzas personales y en proveer soporte tecnológico a instituciones bancarias principalmente. Tiene un soporte financiero de 40 millones de dólares proporcionado por diversas instituciones.

En el panel convocado por Zonafinanciera, denominado "Mitos y Realidades de Internet", representantes de firmas nacionales como Banorte, Bancomer, Seguros Comercial América y Grupo Zurich expresaron sus experiencias para adecuar el internet a sus negocios y operaciones con clientes. Para el director del área de comercio electrónico de Grupo Financiero Banorte, Alejandro Ramos, internet ha ido permeando al grupo para adaptarse a esta nueva cultura y que ahora convive con viejas estructuras de la banca nacional.

Indicó que actualmente Banorte tiene dos millones de clientes, a los cuales se les atiende por dos canales básicos –las sucursales y las llamadas telefónicas–, y de acuerdo con sondeos realizados por la firma, el usuario no utiliza internet.

"La realidad es que en un futuro nos alcanzará la visión de los jóvenes, quienes ya están más familiarizados con las nuevas tecnologías e internet, y obligarán a los empresarios a darles lo que piden, de una forma más rápida y ágil, como lo hace internet", expresó Ramos.

En Bancomer, de acuerdo con Ralf Peterser, funcionario del área de internet, 10% de los clientes utilizan internet para consultar estados de cuenta, realizar pagos de luz, teléfono o colegiaturas, y estimó que en los próximos dos años, el uso de internet crecerá en 25%. "Lo que falta es afinar los detalles para realizar las transacciones más seguras y que sean confiables para nuestros clientes", señaló.

Para Grupo Zurich, representado por Manuel Gómez Peña, y para Comercial América, por Rafael Contreras, por su naturaleza de venta directa y por agentes, los seguros tardarán más en acoplarse a su uso como herramienta de venta en internet. Una primera fase de este proceso es incorporar esta tecnología de manera interna en sus procesos administrativos.

EDNA HERRERA