

ESFERA HUMANA
ENRIQUE CASTILLO- PESADO

Sanción de 561 millones a Microsoft por limitar oferta de navegadores

Bimbo, en el corazón de los mexicanos

La tasa de Banxico baja entre 50 y 75 puntos

LA MAYOR MULTA JAMÁS IMPUESTA por las autoridades europeas de competencia fue de 1.470 millones de euros, impuesta contra seis grandes fabricantes de tubos de rayos catódicos (utilizados en televisores y pantallas y ordenadores) con la holandesa

Phillips

y la surcoreana LG a la cabeza. Siete empresas –las seis sancionadas en

Chunghwa

, que denunció el cártel a la Comisión-- pactaron precios, se repartieron el mercado y se intercambiaron información comercial. La mayor sanción impuesta a única empresa fue la que se llevó la estadounidense Intel en 2009 por abusar de posición en el mercado de microprocesadores e intentar expulsar del mercado a su rival AMD: 1.605 millones de euros.

El anterior récord estaba en manos de la cristalera francesa **Saint—Gobain**, sancionada en 2008 con 896 millones de euros por pactar junto con otras tres empresas y repartirse el mercado global de lunas para vehículos. La multa que impuso entonces la Comisión a las cuatro compañías, 1.388 millones de euros, también fue la mayor sanción ya solicitada por Bruselas.



Steve Ballmer

Y claro, un descuido aparentemente involuntario le va a costar a Microsoft la nada desdeñable cifra de 561 millones de euros, casi un 1% de su facturación. Tras la multa que anunció la Comisión Europea, la empresa de **Redmond** es, sin duda alguna, la que más ha sufrido los rigores de las autoridades europeas de competencia.

Steve Ballmer

acumula sanciones por un valor de 2.200 millones de euros.

Bruselas quiere sentar un precedente (¿?)

Microsoft deberá pagar la multa por no respetar el compromiso al que había llegado con la Comisión de ofrecer en su sistema operativo varias opciones de navegadores, y no sólo el **Internet Explorer**

. Bruselas admite que no ha habido mala intención y que la multinacional rectificó cuando se le pidió, motivos que han limitado el monto de la sanción. Pero las autoridades de competencia también han tenido en cuenta factores que pesan en sentido contrario, como la duración y gravedad del incumplimiento. Bruselas quiere, además, sentar un precedente y castiga a

Microsoft

con ánimo ejemplarizante. Nuestro conocido,

Joaquín Almunia

apuntó lo siguiente: Si las empresas ofrecen compromisos, tienen que cumplirlos. Y si no, deben atenerse a las consecuencias. Espero que esta decisión haga que las compañías se lo piensen dos veces antes de incumplir sus obligaciones, aunque sea por negligencia”.

Almunia

es el vicepresidente de la Comisión y responsable de Competencia.



La compañía no esconde el bulto y asegura que ya se está encargando de evitar que esta equivocación (u otras similares) ocurran en el futuro. “Asumimos toda nuestra culpa por un error que ha causado problemas y pedimos perdón. Hemos entregado a la Comisión un informe completo y sincero sobre la situación”, confesó en un comunicado enviado nada más anunciarse la sanción. La Comisión obligó en 2009 a **Microsoft** a despegar a lo largo de cinco años una variada opción de navegadores, pero el

Windows 7

no ofreció esta posibilidad entre mayo de 2011 y junio de 2012. No se trata de un olvido *baladí*

: en un contexto en el que el navegador de

Microsoft, Internet Explorer

, pierde cuota de mercado frente a rivales como

Google Chrome

o

Firefox

, ¡unos 15 millones de usuarios europeos de

Windows

se quedaron sin ver estas opciones durante más de un año!

84 millones de usuarios

La Comisión señala que, mientras estuvo disponible, esta opción tuvo mucho éxito: hasta noviembre de 2010 se la habían descargado 84 millones de usuarios. Esto es la primera vez que una empresa recibe un castigo por incumplir un acuerdo firmado con Bruselas. ¡Imagínese usted si en México se tomarán estas decisiones con varias compañías o Secretarías de Estado! Tras la decisión reciente, **Microsoft** se convierte a la vez en acusado y acusador ante las autoridades de Competencia. Porque la compañía que creó

Bill Gates

es una de las partes en el caso contra

Google

que

Almunia

debe resolver en los próximos meses.

Se trata de dilucidar si el dominador absoluto del mercado europeo de buscadores obstaculiza la competencia. Las quejas contra **Google** son varias: por el orden en el que ofrece los resultados de sus búsquedas, priorizando las de su propio buscador; por copiar contenidos de los competidores en búsquedas especializadas como la de los viajes o críticas de restaurantes (se referirán a

Carlos Velásquez, Laura Rodríguez, Debbie Beard, Elizabeth Solís, Tony Scheffler, Marco Beteta, Toledo

o este columnista? ¡Esperamos que no!): o por poner trabas a que los anunciantes dejen

ADworks

(su plataforma de anuncios) para irse a otros. Si los argumentos de la empresa no convencen en Bruselas, la multa podría llegar a 3.000 millones de euros, un 10% de su facturación. La respuesta a esta pregunta se conocerá previsiblemente después del verano.

El pan blanco, ¿entre lo más estimado?

Bimbo (la productora de alimentos) resultó ser la marca más cercana a los mexicanos, según la medición de Young & Rubicam Group sobre las firmas reconocidas en México. **Juan**

Pablo Carrero

, director de Planeación de la empresa de don

Lorenzo Servitje

, dijo que esto se debe a que dentro de la sociedad,

Bimbo

es de las más relevantes y estimadas por los consumidores, como también su producto pan blanco.

Marinela Servitje de Lerdo de Tejada

debe sentirse muy orgullosa.



Destacaron que no se trata de una empresa que provoque *un sentimiento aspiracional*, pues la marca ha logrado trascender más allá de muchas fronteras y de las pruebas de calidad, cuyo prestigio la convierte en parte de la vida de las comunidades. En el estudio realizado en 2012, donde se analizaron 1.459 marcas, en los diez primeros lugares se encuentran **Coca—Cola, Colgate, Bonafont, Sony, Facebook, Nike, Adidas, Sabritas**

y

Nestlé.

Por supuesto, como me lo ha comentado mi amigo

Víctor Gordo

, lo que tienen en común estas marcas es su estrategia de comunicación. En sus conferencias,

Gordo

subraya que cuatro elementos esenciales que colocan a una firma dentro de los gustos de las personas son los siguientes: diferenciación, relevancia, estima y familiaridad.

Dentro del cálculo de relevancia, la empresa dedicada a realizar estudios de mercado y generar estrategias de marketing, se señaló que **Bimbo** es la que lleva elliderato, seguida por pan blanco **Bimbo, Colgate,**

Bonafont, Sony, Hotmail, Nestlé, Jumex

y

Lala

. En las marcas de familiaridad con la sociedad mexicana,

televisa

lidera el ranking, seguida por

Coca—Cola, Telcel, Sabritas, Canal de las

Estrellas

, **Walmart, Bimbo, Gansito, Bonafont**

y

Bodega Aurrera

. La lista de marcas con alto nivel de estima son:

Bimbo, Microsoft, Aspirina, Sony, Yakult, Colgate, Bonafont

y

Gerber

(claro, todo mundo me copia mi

Chateau Gerber

, bebida única), mientras que las de la diferenciación destacan:

Apple, Facebook, iPhone, Twitter, iPad, Google, Kinect de Xbox 360, Shakira, iPod

y

Nike.

Of course, dentro de las marcas de diferenciación destaca la imagen de la colombiana **Shakira** como personaje--marca, pues en ningún otro listado se había presentado un caso de este tipo. ¿Estará usted de acuerdo? ¡Sin duda alguna!

Recorte estructural y de una sola vez

Sabía que la junta de gobierno del Banco de México (léase: **Agustín Carstens**) bajaría la tasa de referencia entre 50 y 70 puntos base, lo cual fue un recorte

estructural

y de

una sola vez

. Desde mediados de 2009 la tasa de interés interbancaria a un día se ubica en 4.50%, por lo que la reducción estimada la colocó entre 4 y 3.75%.

Gabriel Casillas

, director general de análisis de

Banorte—Ixe

, indicó que el mercado de

swaps

(permuta financiera entre países) de tasas de interés referenciados a la TIIE (tasa representativa para operaciones de crédito entre bancos) de 28 días descuenta un escenario de recorte de la tasa de fondeo, mientras que la mayoría de los analistas esperan que el siguiente movimiento del

Banxico

sea una disminución de la tasa de referencia.

Repuntó inflación en febrero

El índice nacional de precios al consumidor registró en febrero de 2013 su mayor variación para un mes similar desde hace tres años luego de registrara un incremento de 0.49%, reveló el INEGI. De acuerdo con el reporte mensual, la inflación anualizada en el segundo mes del año concluyó en 3.55%, lo que significó un repunte de la variable macroeconómica, luego de que en enero alcanzará 3.35%. De esa manera, la trayectoria de la inflación interrumpió un proceso de desaceleración, misma que comenzó en septiembre de 2012, cuando el indicador llegó a estar en 4.77%. Y hasta la próxima, ¡abur!