

INDICADOR	ANTERIOR	ACTUAL	VARIACIÓN	INDICADOR	ANTERIOR	ACTUAL	VARIACIÓN	INDICADOR	ANTERIOR	ACTUAL	VARIACIÓN
S&P/BMV IPC	68,610.72	69,702.02	+1.59%	TASA OBJETIVO	7.0000%	6.7500%	-0.2500 pp.	DÓLAR INTERBANCARIO	\$17.9252	\$17.8317	-\$0.0935
DOW JONES	46,341.51	46,565.74	+0.48%	TIE A 28 DÍAS	7.0574%	7.1981%	+0.1407 pp.	DÓLAR BANCARIO	\$18.3700	\$18.3100	-\$0.0600
S&P 500	6,528.52	6,575.32	+0.72%	TIE A 91 DÍAS	7.0981%	7.2406%	+0.1425 pp.	EURO	\$20.7275	\$20.6646	-\$0.0629
NASDAQ	21,590.63	21,840.95	+1.16%	CETES A 28 DÍAS	6.8100%	6.6400%	-0.1700 pp.	LIBRA	\$23.7467	\$23.7310	-\$0.0157

dinero@gimm.com.mx X: @DineroEnImagen

DINERO
EXCELSIOR | SÁBADO 4 DE ABRIL DE 2026

ACCIONES DE LA CEMENTERA

GCC con potencial de mayores rendimientos

POR ERÉNDIRA ESPINOSA
erendira.espinosa@gimm.com.mx

En medio de la adversidad, la cementera GCC tiene el potencial de que sus acciones avancen hasta 18.2% este año y alcancen los 223 pesos, esto gracias a mejores perspectivas para la construcción y a inversiones clave en Estados Unidos.

“La industria de la construcción lleva años con complicaciones tras el auge en la pandemia. En ese lapso ha sido afectada por

diversos factores, que van desde condiciones climáticas hasta el temor de una recesión económica en Estados Unidos. No obstante, la compañía ha presentado cifras estables y resilientes. Asimismo, continúa con proyectos de mejora y mayor capacidad”, dijo Elisa Vargas, analista de Grupo Financiero BX+.

BX+ acaba de iniciar la cobertura de la cementera con una recomendación de compra, pues sus títulos podrían alcanzar los 223 pesos en los siguientes meses.

De tal forma que, según Vargas, las ventas de la compañía crecerán 5.0% en los próximos cinco años, derivado las previsiones de crecimiento del PIB.

18.2
POR CIENTO
podrían avanzar sus títulos este año

RESILIENCIA

De acuerdo con Vargas, la empresa domina las zonas en las que opera. En México es el líder indiscutible en todos los segmentos dentro del estado de Chihuahua; mientras que, en Estados Unidos, opera cinco plantas de cemento en diferentes estados y es uno de los líderes en la producción de concreto premezclado.

Además, sus operaciones están integradas verticalmente, lo que le permite tener un mayor control de costos tanto en producción como en comercialización, otorgándole una fuerte ventaja competitiva.

LOS CALIFICAN DE MUY INFLUYENTES

MILLONARIOS TECNOLÓGICOS COMPRAN MEDIOS

LOS DUEÑOS DE ORACLE, OPEN AI Y LOS CEO de otras compañías, adquieren y planean como moldear la prensa “tradicional” y la ven como activo muy importante

POR PAUL LARA

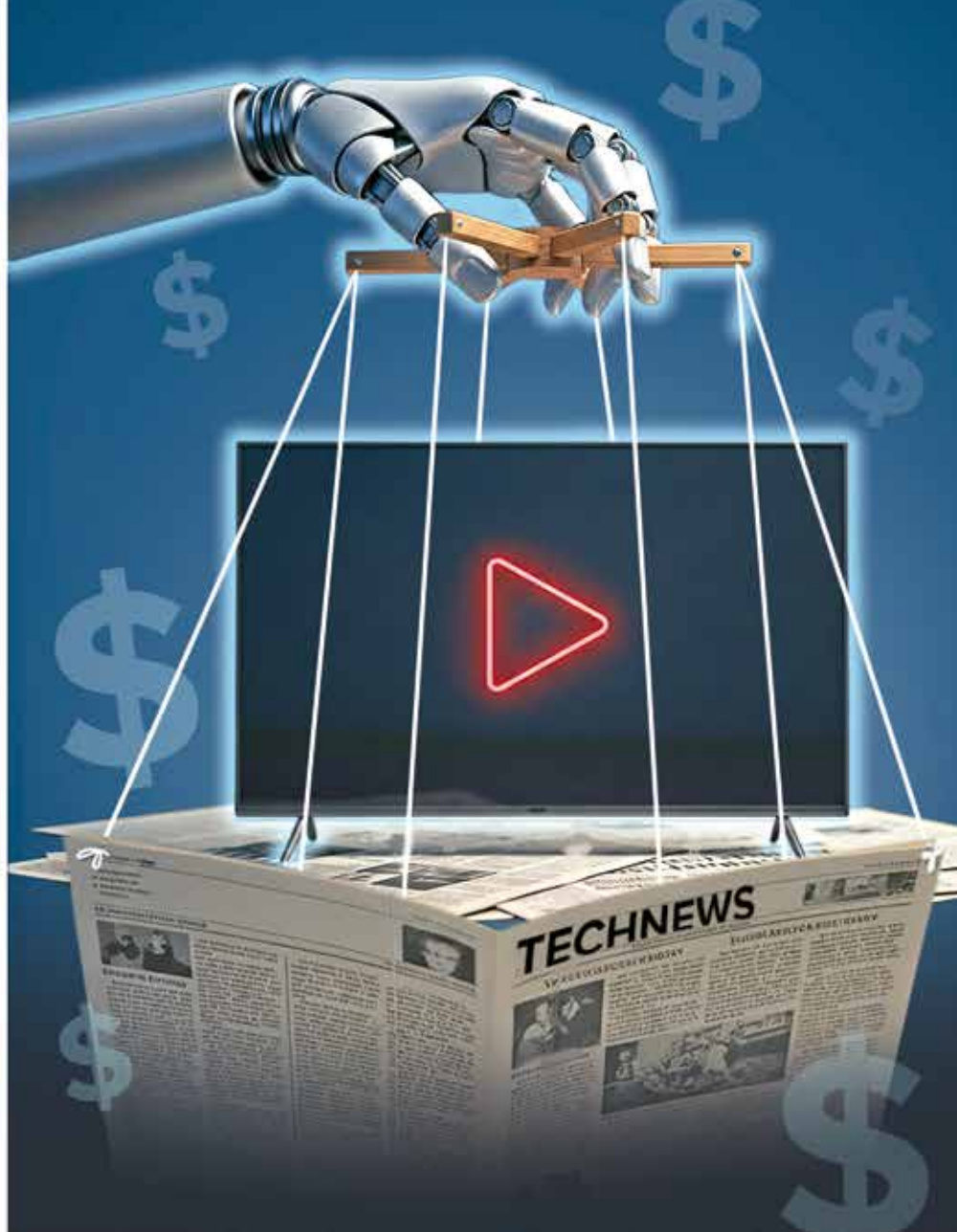
paul.lara@gimm.com.mx

La fuerte influencia que tienen hoy en día los medios de comunicación en la verificación de la verdad de los hechos los ha convertido en el nuevo blanco de los empresarios tecnológicos, quienes están pasando de ser simples anunciantes a dueños absolutos de la información y sus plataformas.

Las recientes adquisiciones de figuras como Sam Altman, CEO de OpenAI; la consolidación de la familia Ellison, dueños de Oracle y Paramount en el sector televisivo y de cine; y el interés estratégico de Jamie Dimon, CEO de JPMorgan Chase, perfilan un escenario donde la información es el nuevo activo de defensa corporativa. Hace sólo un par de años, Jeff Bezos, CEO de Amazon, adquirió *The Washington Post*, y muchas cosas han cambiado desde entonces en este diario.

Para los analistas de MediaJustice, que presentaron el informe *Media Capture: Who Controls the Story Controls the Future*, esta tendencia sugiere que los multimillonarios tecnológicos no compran medios por rentabilidad financiera, sino para blindar sus propios intereses, entrenar sus inteligencias artificiales según el caso, y moldear la opinión pública a su favor.

Luego de la fragmentación digital y su fuerte caída en números, los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio y televisión) se mantienen como las plataformas más influyentes



Fotoarte: Erick Retana.

en la actualidad, funcionando como el epicentro donde se valida la realidad política y social en los países. De acuerdo con el análisis de MediaJustice, estas instituciones conservan una autoridad que las redes sociales

no han logrado hoy en día. “Los medios de comunicación tradicionales siguen siendo el mayor megáfono del mundo. Si quieres cambiar la ley, primero tienes que cambiar la conversación en los noticieros

de la noche”, destaca *The Hollywood Reporter* sobre la razón por la cual los magnates del software, la IA y las finanzas están dispuestos a pagar primas exorbitantes por cabeceras que, en papel, parecen ir a la baja.

Bajo esta premisa, la sorpresiva compra de la red digital Technology Business Programming Network (TBN) por parte de OpenAI, liderada por Sam Altman, cobra una relevancia estratégica.

Altman busca integrar el análisis técnico en su estrategia de expansión global, controlando el flujo de información en el sector que él mismo lidera. Al respecto, el director ejecutivo intentó matizar las preocupaciones sobre la independencia editorial afirmando: “TBN es mi programa tecnológico favorito. Queremos que sigan haciendo lo que hacen tan bien y no espero que sean más suaves con nosotros”, aunque analistas ven en este movimiento un esfuerzo por blindar la narrativa sobre el desarrollo de la inteligencia artificial.

EN LA PANTALLA CHICA

Por otro lado, la estructura de poder en la televisión tradicional ha dado un vuelco con la llegada de los Ellison. Tras la fusión de Skydance Media con Paramount Global, la familia del fundador de Oracle ha tomado las riendas de activos críticos como CBS News, sumado a su control sobre la matriz de CNN.

David Ellison ha defendido su entrada en el periodismo de alto impacto asegurando: “Queremos estar en el negocio de la verdad y preservar el legado de estas instituciones informativas”, a pesar de que críticos temen que la cadena de noticias más influyente pierda su perfil crítico frente a los gigantes tecnológicos que ahora firman sus cheques.

En este tablero de ajedrez, el sector bancario también mueve sus piezas con Jamie Dimon, presidente de JPMorgan Chase, explorando la creación de plataformas de contenido “tradicional” que conecten directamente con las audiencias.

Dimon sostiene que las corporaciones deben ser los portavoces de sus propios valores en un entorno de polarización extrema. “El sueño americano está vivo, pero se está escapando del alcance de demasiadas personas, y las empresas no pueden esconder la cabeza en la arena ante la velocidad de la IA”, sugiriendo que la comunicación corporativa debe evolucionar hacia un modelo de producción de medios propio para contrarrestar la narrativa externa que afecta sus balances.

La tendencia de estos “proyectos de vanidad” o “escudos mediáticos” no es nueva y responde, en última instancia, a una necesidad de supervivencia ante el creciente escrutinio regulatorio.

Para los nuevos dueños, la credibilidad de una marca establecida es una herramienta de cabildeo mucho más potente que cualquier campaña publicitaria. “Para estos multimillonarios, ser dueños de un medio no es una inversión para ganar dinero, sino una póliza de seguro para sus otras empresas de billones de dólares”, sentencian analistas, subrayando que la verdadera batalla

no es por el rating, sino por el control de la conversación pública.

El riesgo de este modelo es la erosión de la confianza del consumidor, quien percibe una falta de separación entre el sujeto de la noticia y el dueño del canal. Si la información se convierte en un apéndice de las relaciones públicas, la pluralidad democrática se ve comprometida.

Como bien ha señalado la crítica especializada ante este avance de la oligarquía digital: “En una época donde la atención se compra y la opinión se vende, sostener la ética no es un acto romántico, sino una decisión estratégica indispensable”.

IMPORTACIONES DEL METAL

Sigue investigación por triangulación en acero

POR NAYELI GONZÁLEZ
nayeli.gonzalez@gimm.com.mx

El gobierno federal mantiene la vigilancia sobre las importaciones de acero en México, por lo que aún está investigando a cerca de 400 empresas que presuntamente han incurrido en esquemas de comercio desleal, principalmente mediante la triangulación de productos y la subvaluación de mercancías provenientes de países con los que México no tiene tratados comerciales.

El problema central es la entrada de acero chino que

llega a territorio mexicano a través de terceros países, una táctica diseñada para evadir las cuotas compensatorias y los aranceles vigentes.

Hasta ahora, la Secretaría de Economía (SE), mediante la Operación Limpieza, suspendió los permisos a empresas que fueron señaladas por estas prácticas, por lo que al menos 400 compañías aún se encuentran en investigación.

“Se lograron identificar un total de 750 empresas con actividades presuntamente irregulares en todo el país, de las cuales se suspendieron

actividades de importación y se iniciaron procedimientos de cancelación del programa Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX) a 350 de ellas; el resto se encuentra bajo análisis y cumplimiento de requerimientos de información para poder determinar el inicio del procedimiento administrativo”, dijo hace unos días la SE.

Sobre el tema, Sergio de la Maza, presidente entrante

de Cámara Nacional de la Industria del Hierro y del Acero (Canacero), dijo que las pérdidas por el comercio desleal han sido cuantiosas, pero no sólo de carácter económico, sino también en materia de empleos y de recaudación para el sector. “La competencia desleal, lo que viene de China y de países asiáticos, obviamente hace un daño importante en la industria, pero las acciones de la Secretaría de Economía están

apoyando a que esto termine y a que sea el efecto mucho menor”.

Guillermo Vogel, presidente del consejo global de Tenaris, dijo que la industria está trabajando con el gobierno para aumentar el contenido nacional, es decir, para que los grandes proyectos del país sean suministrados y apoyados por las empresas mexicanas y no se importen los materiales desde China o de algún otro país de Asia.

“Estamos viendo que se paren todas las importaciones ilegales, porque hay mucha importación ilegal, se está



Foto: Especial.

haciendo mucho abuso de los programas temporales y especiales. Estamos trabajando en contenido nacional como industria. Estamos trabajando para que, en lugar de importar ilegalmente, se produzca en México”.

ENCARECIMIENTO DE VIAJES

Turbulencia en turismo por inseguridad y guerra

POR MIRIAM PAREDES
miriam.paredes@gimm.com.mx

El arranque de 2026 para el sector turístico mexicano presenta claroscuros. Si bien las cifras oficiales de enero muestran una resiliencia notable en el flujo de visitantes, el horizonte comienza a nublarse debido a factores de seguridad interna y una volatilidad internacional que amenaza con encarecer los viajes aéreos, advierte un informe de Gemes Consultores.

La empresa resalta el avance de 8.6% que registró la llegada de turistas internacionales en el primer mes, así como el ligero incremento de 1.8% en los arribos por vía aérea.

Sin embargo, destaca que el panorama del sector no es favorable debido a las secuelas de violencia que se generaron tras la captura y eliminación del líder de uno de los grupos delictivos más importantes en México, hecho que dañó la imagen del país y causó la caída de reservas.

Ante este escenario, Gemes señala que la estrategia de contención de daños se vuelve una prioridad absoluta para el gobierno y la iniciativa privada. "Se espera que el efecto sea de carácter temporal, pero que requiere una tarea muy activa y muy precisa de relaciones públicas, principalmente con mayoristas y agencias de viaje del exterior".

Cabe recordar que tras el suceso en el que se



Foto: Especial.

generaron diversos actos de violencia en el país tras la detención de Nemesio Ocegueda, alias El Mencho, el Consejo Nacional Empresarial Turístico y la Secretaría de Turismo federal tuvieron que contratar de emergencia a la empresa Global Nexus para que realizara la contención de crisis. La empresa brindará sus servicios a México durante todo 2026.

8.6

POR CIENTO
aumentó la llegada de turistas foráneos en enero

GLOBAL

Gemes también resalta que a escala global, la aviación y el turismo se enfrentan a las consecuencias políticas y económicas del conflicto en Oriente Medio que pueden causar una caída en el flujo mundial de turismo, lo que obligaría a una reconfiguración de las rutas y presupuestos de las aerolíneas internacionales.

Agrega que el impacto directo para el bolsillo del consumidor es inevitable debido al encarecimiento de los insumos básicos de la industria. "Se prevén mayores costos de la transportación aérea, incremento en el precio de pasajes de avión e incertidumbre sobre el desempeño de la economía", factores que podrían desincentivar los viajes de larga distancia durante el segundo trimestre del año, lo que pone en riesgo las metas de crecimiento anual planteadas por la Secretaría de Turismo.

Gemes indica que en medio de la crisis, México podría encontrar una ventaja competitiva si sabe jugar sus cartas ya que esta situación de guerra también puede ser una oportunidad para nuestro país si se consolida como un destino cercano, accesible y relativamente confiable para turistas de los Estados Unidos, Canadá y de países europeos y de Sudamérica.



Del verbo emprender

Salo Grabinsky
gzsalo@gmail.com

La época heroica

• Lo más importante de esa época tan complicada es sobrevivirla, aprender de los errores y continuar tomando decisiones operativas y directivas adecuadas.

En mi libro *La empresa familiar* hay un capítulo que trata específicamente sobre los largos meses que sufren los emprendedores desde el momento que abren su negocio hasta que sucede una de dos situaciones: o la empresa se estabiliza y empieza a crecer de manera más sana y predecible o, como la naturaleza nos dicta, ese organismo vivo y en constante movimiento no se puede adaptar al entorno y desaparece.

Para los que hemos abierto empresas es imposible olvidar los sobresaltos de ese periodo inicial que llamo "la época heroica", en la que debido a la falta de experiencia de los dueños, las múltiples contingencias, los problemas operativos a resolver y la tensión nerviosa propia de la incertidumbre acerca de la supervivencia de su negocio-bebé hacen esta etapa inolvidable.

La época heroica de cualquier nuevo emprendimiento tiene rasgos similares, entre los que podemos apreciar:

a) Toma de decisiones diversas en un corto plazo con profundas implicaciones, ya que como es lógico habrá aciertos y grandes errores, los que pueden llevarlos a la ruina.

b) Problemas por trámites oficiales incumplidos, con empleados ineficientes y seguramente mal elegidos, falta de experiencia en las funciones operativas del negocio, especialmente el cómo vender a precios razonables y competitivos sus productos o servicios, logrando márgenes de utilidad aceptables y, por supuesto, la odisea de cobrar por lo vendido a tiempo para poder sobrevivir y ser autosuficiente.

c) Una tensión nerviosa o estrés que pueden llegar a niveles peligrosos en el dueño, sus familiares cercanos y sus socios.

d) Todo lo anterior aunado a que los recursos invertidos en el negocio van disminuyendo y empieza a se agudiza la falta de liquidez.

En mi vida empresarial he participado (y sigo haciéndolo) en varios negocios desde

su planeación preliminar, en su etapa heroica y después. Ha habido momentos en que quisiéramos tirar la toalla e irnos de vacaciones o los famosos "viernes sociales" que no tienen nada que ver con pasear con la novia o irse con los amigos a jugar dominó, sino más bien con conseguir urgentemente que nos paguen (o la moderna transferencia electrónica) para poder cubrir la renta, el teléfono y la luz... además de la raya.

Lo más importante de esa época tan complicada es sobrevivirla, aprender de los errores y continuar tomando decisiones operativas y directivas adecuadas.

La etapa heroica termina usualmente en varios meses y las empresas que continúan con sus dueños un tanto golpeados, pero más maduros, entran a las diferentes fases

de un negocio como son el crecimiento, consolidación y madurez. Muchos asesores me han dicho que llevan décadas de estar en época heroica, pero la realidad, les contesto, es un periodo corto y ahora ya están en la etapa de "crisis", como ha estado el mundo desde hace décadas. Ni modo.

Amigos emprendedores, seguramente ustedes deben tener muchos ejemplos o anécdotas de su época heroica, algunas muy duras, otras alegres, pero les aseguro que todas esas experiencias son básicas para su formación personal y dignas de admiración.

Cuando le preguntan a un emprendedor en época heroica como está, él contesta que bien, que todas las noches duerme como "un bebe" y, aclara, "me despierto cada dos horas llorando".

Poner un nuevo negocio es una hazaña en este mundo turbulento, pero el que lo logra tiene una satisfacción personal de hacer realidad su proyecto, mejorar su situación económica. Pero les advierto que esto es solo el principio y deben tomarlo con filosofía.

Asesorías: 55 19929283

Todas las anécdotas y experiencias son básicas para su formación personal y dignas de admiración.

CORAZÓN HERIDO



Lunes a viernes
8:30 pm



IMAGEN
TELEVISIÓN

CANAL
3.1