



Fomenta Proméxico inversión aeroespacial

Uno de los sectores que promueve en forma más activa Bruno Ferrari, el director de Promexico es el aeroespacial con la meta de convertirnos en uno de los principales proveedores e nivel mundial

Como parte de la promoción del sector aeroespacial, Proméxico organiza mañana en París un seminario en el marco del Paris Air-Show 2009 que se considera como el más importante en la industria aeronáutica internacional.

En el seminario participarán el titular de la SCT, **Juan Molinar Horcasitas**; **Emilio Otero**, de la Federación Mexicana de la Industria Aeroespacial, integrada ya por 190 empresas; **Edgardo Pérez**, director general del Centro para el Desarrollo de la Industria Aeroespacial (Cedia), y **Miguel Alemán**, el presidente de Interjet.

Además, Proméxico instaló en el Paris Air-Show un pabellón en el que participan 10 estados de la República: Querétaro, Chihuahua, Baja California, Jalisco, Sonora, Nuevo León, Yucatán, Colima, Tamaulipas y Guanajuato, que están interesados en atraer inversiones de este sector que ha generado ya más de 28 mil empleos en México.

Proméxico prepara ya otras participación con Pabellones Nacionales en 2010 en la expo ILA Berlín 2010, que es para proveedores; y la feria de Farnborough para fabricantes.

Ferrari explica que a pesar de la crisis es un sector con muy alto potencial de crecimiento, con ventas superiores a los 450 mil millones de dólares, y lo que se busca es que México se convierta en el centro logístico aeroespacial de las Américas para las líneas aéreas; así como consolidar distintos *clusters* regionales que permitan ensamblar aviones y posicionar a México entre los fabricantes como el país con costos de operación más competitivos para el sector con un ahorro, según KPMG, de hasta 30% frente a otros países.

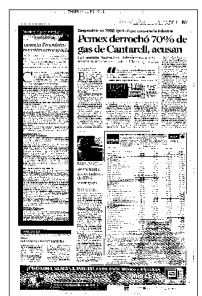
Y todo indica que sí vamos por buen camino, porque el año pasado México fue el sexto proveedor de la industria aeroespacial de la Unión Europea y el noveno en Estados Unidos.

TELEVISIÓN DIGITAL: LOS RIESGOS EN MÉXICO

El apagón de la televisión analógica en Estados Unidos, que dejó sin señal a 2.8 millones de familias de bajos recursos, generó preocupación en México, aunque será hasta 2021 cuando sólo habrá televisión digital.

Las grandes cadenas televisoras ya transmiten en tecnología digital, pero el reto para las autoridades es que realmente la

Continúa en siguiente hoja



Fecha 15.06.2009	Sección Finanzas	Página 7
----------------------------	----------------------------	--------------------

gran mayoría —más de 95%— de la población tenga televisor digital. Como en Estados Unidos sólo se venderán televisores digitales y aunque faltan 12 años para el apagón de la televisión analógica, existe la preocupación de que un amplio sector de la población de menores ingresos no cambie su televisor ante la crisis actual y, por otro lado, que muchos de los televisores que no se vendieron en Estados Unidos se manden a México, con lo cual se corre el riesgo de retrasar el programa. Aquí el reto para la Secretaría de Economía es que emita una norma oficial que impida la venta en México de televisores que ya se consideran chatarra.

BANCO FÁCIL NO SE LIQUIDARÁ

Después de que fracasaron las negociaciones para vender Banco Fácil de la familia **Chedraui** y su socio Sherman Financial a Actinver de **Héctor Madero**, se daba por un hecho que el banco entraría en una fase de liquidación tras los severos problemas de cartera vencida en créditos al consumo.

Sin embargo, Banco Fácil informó a través de sus voceros que no sólo no liquidará sus operaciones, sino que continúa trabajando con “solidez financiera” para atender a sus 175 mil clientes de tarjeta de crédito y acepta que no está realizando actualmente

operaciones de captación y que su negocio se mantiene en la atención a su cartera de clientes de tarjetas de crédito.

Y en efecto la capitalización de Fácil no es una preocupación en sí de la CNVB, que encabeza **Guillermo Babatz**, sino el hecho de que se trata de un banco con un elevado índice de cartera vencida y que es un banco que no tiene captación y que no está cumpliendo con su plan original de negocios.

Lo que se comprueba es que la autorización de los bancos-tienda no se tradujo en una mayor competencia bancaria ni tampoco en avanzar en la bancarización de un segmento de la población de escasos recursos. Lo ideal desde luego es que los nuevos bancos no operarán a medias.

ACTINVER-ITAÚ LANZA HOY NUEVO FONDO

Y como ya le habíamos informado, **Héctor Madero**, el presidente de Actinver, sigue muy activo y lanza hoy al mercado el primer fondo de inversión ligado a Bovespa, el mercado de valores de Brasil al invertir en un portafolio diversificado de las principales empresas brasileñas como Petrobras, Embraer e índices como el I shares Brasil. Lo interesante es que el Actinver se lanza con la asesoría del Banco Itaú, que tendrá ya su primer paso en México.