

Fecha 19.11.2009	Sección Cartera	Página 2
---------------------	--------------------	-------------

DESBALANCE

Obras por 50 mil mdp. El gobierno federal presenta hoy en Nueva York casi 100 proyectos de infraestructura que se busca impulsar en 2010. El evento es organizado por Banobras, a cargo de **Alonso García Tamés**, y la Cámara de Comercio México Estados Unidos, que preside **Neal R. Goins**, el también presidente de ExxonMobil en México.

La inversión estimada para estos proyectos de infraestructura en el país rebasan los 50 mil millones de pesos. Las obras están enfocadas en cuatro sectores: comunicaciones y transportes, hidráulico, medio ambiente y turismo.

Durante la presentación, **Alonso García Tamés** destacará los instrumentos financieros de Banobras y el Fondo Nacional de Infraestructura (Fonadin), que lleva **Federico Patiño**, tales como: garantías, empaquetamiento y estructuración de financiamientos, para que los proyectos no se detengan por

falta de recursos, ya que el objetivo del banco es hacerlos atractivos para los inversionistas.

El foro tendrá la participación del secretario de Hacienda y Crédito Público,

Agustín Carstens; el titular de Comunicaciones y Transportes, **Juan Molinar Horcasitas**; de **Ignacio Deschamps**, presidente de la Asociación de Bancos de México, y los titulares de Pemex, **Juan José Suárez Coppel**; de CFE, **Alfredo Elías Ayub**; de Conagua, **José Luis Luege**, y **Miguel Gómez Mont**, de Fonatur.

Más efecto tequila. En plena crisis de 1995, Casa Herradura conmemoró su 125 aniversario en el mercado con un tequila que denominó Antiguo. En noviembre de ese año, la firma que encabeza **Randy McCann** empezó a comercializar el destilado en Estados Unidos y paulatinamente en los 135 países donde los tequilas Herradura tienen presencia.

Desde su lanzamiento, la marca ha tenido buena aceptación, pero ahora se ha consolidado en el mercado de los consumidores de bebidas elaboradas a base de agave, que oscilan entre los 25 a 35 años. El producto registra un índice de crecimiento de 5%, cuando su segmento cae 7% y el mercado de tequila en general tiene un decrecimiento de 4%.

Para continuar con el empuje de la marca, Casa Herradura presenta hoy a nivel nacional e internacional dos nuevas expresiones de Antiguo: Blanco y Añejo, además de que rediseña su botella con una imagen retro.

Con esta estrategia, la firma aspira a crecer a doble dígito, pese a que el mercado se encuentra deprimido por la crisis económica y todavía resentido por el impacto del virus de influenza.



Alonso García Tamés, de Banobras

