



TIEMPO DE NEGOCIOS

DARÍO CELIS ESTRADA
darioceles@aol.com

Detona Fonatur nuevos desarrollos y promueve inversión hasta por dls. 3 mil 700 millones

Una de las medidas inmediatas que adoptará el ratificado Secretario de Turismo, será recuperar el control de sus dos principales brazos: el Consejo de Promoción Turística y el Fonatur.

Sobre este último vale la pena realizar un breve recuento de los logros alcanzados durante la administración de **Vicente Fox**, que sin duda no son pocos, lo que habla bien de la gestión de **John McCarthy**.

Uno es el establecimiento de la Bolsa Mexicana de Inversión Turística, que inició en el 2001 con 540 participantes y la negociación de 3 mil 700 millones de dólares para desarrollar 180 proyectos y anteproyectos.

Para este año las firmas participantes en la bolsa alcanzaron las 900 compañías, que lograron cerrar 282 planes de negocios que habrán de derivar en inversiones por 5 mil 500 millones de dólares en los próximos años.

En el 2001 el Fonatur lanzó los Programas de Calificación de Proyectos, mecanismo con el cual se facilitó el acceso a financiamiento bancario y de capital de riesgo a particulares.

Hasta el 2005 el organismo calificó crédito por 715 millones de dólares, de los que 545 millones fueron aprobados por la banca. Estos recursos se ejercieron en proyectos que generaron una inversión total de mil 244 millones de dólares.

Como parte del megaproyecto Mar de Cortés se alcanzaron a edificar 11 escalas náuticas que implicó la coordinación con cinco estados y 31 municipios, así como diferentes dependencias federales.

Se concluyó exitosamente Baja California Sur para conectar La Paz, Puerto Escondido y Santa Rosalía, amén de Sonora con Puerto Peñasco y Guaymas, y Nayarit con San Blas.

En proceso muy adelantado quedaron Baja California con San Felipe, Santa Rosalita y Santos Coronados, además de Sinaloa con

Mazatlán y Topolobampo. También se desarrolló el puente terrestre que une Santa Rosalita y Coronados.

Durante la administración foxista el Fonatur realizó un centro integralmente planeado (Litibó) y tres proyectos turísticos integrales (Costa Maya, Marina Cozumel y Kino Nuevo), por mil 934 millones y mil 42 millones de dólares, respectivamente.

AEROMÉXICO ANALIZA

La novedad es que Aeroméxico, de **Andrés Conesa**, no descarta extender su presencia a China, con todo y que ese es un proyecto en el que ya trabaja Mexicana, que dirige **Emilio Romano**. El handicap que tiene esta última, presidida por **Gastón Azcárraga**, es que no tiene aviones para cubrir una ruta tan larga, amén de los problemas que tiene en lo doméstico. Aeroméxico tiene la ventaja de que ya vuela a Japón y tiene resuelto el tema de la flota, con los 777 y los 787 que vienen.

¿GUAJARDO A CYDSA?

Finalmente Fintech, de **David Martínez**, adquirió toda la deuda de Cydsa. Faltaba el tramo de Banamex-Citi, pero se conoce que los pupilos de **Manuel Medina Mora** terminaron vendiendo, al igual que el BBVA-Bancomer de **Jaime Guardiola** y Comercia Bank, que lleva **Jorge Pellicer**. Lo interesante es que **Ricardo Guajardo Touché** podría asumir la presidencia en los primeros días del 2007. El ex Bancomer funge como consejero. **Tomás González Sada** y familia salen.

COFETEL A CONTRARRELOJ

El 18 de diciembre se cumple el plazo de la Cofetel, que preside **Héctor Osuna**, para entregar a la Comisión Intersecretarial los lineamien-

tos bajos los cuales se modificaría el título de concesión de Telmex, que dirige **Héctor Slim**. Se sabe que en ello han venido trabajando a marchas forzadas los comisionados **Eduardo Ruiz Vega** y **José Luis Peralta**. Y es que si no se presenta al órgano presidido por la SHCP, **Carlos Slim Helú** y los suyos podrían emprender acciones legales.

MÁS A SUBSECRETARÍA

Por cierto que otro prospecto a la subsecretaría de Comunicaciones es la ejecutiva de Telefónica, **Purificación Carpintero**. Trascendió que **Felipe Calderón** se la propuso al mismo **Luis Téllez**. Se trata de un abogado de Libre de Derecho y muy conocida en el sector por los litigios que mantuvo con Telmex cuando era la jurídica de **Carlos Peralta** en Iusacell. Posteriormente se fue a Brasil con MCI y regresó al país con los hispanos que encabeza **Miguel Menchén**.

AMIIF INICIA CABILDEO

De 29 afiliados en la AMIIF, 15 tienen litigios con laboratorios socios de la ANAFAM, por violación de patentes. Es el año expediente que enfrenta a las farmacéuticas extranjeras con sus similares mexicanas. Los primeros, liderados por **Carlos Abelleyra**, reiniciarán en enero el cabildeo en el Congreso, a fin de reformar los reglamentos de las leyes de Propiedad Industrial y de Abasto de Insumos para la salud.

EMPLAZAN A CIE

Resulta que el Juzgado 13 Civil del DF requirió al IFE y a la PGJDF información de **Alejandro Soberón** y **Rodrigo González Calvillo**, entre otros ejecutivos de CIE, por la negativa de darse por notificados de una demanda promovida por la marca Funny Games. El asunto tiene que ver con un pago que no se quiere hacer por la proveeduría de un juego para la Granja del Hipódromo de las Américas.

AVILA RECHAZA VÍNCULO

Asegura **Joaquín Avila**, director de Carlyle, que nunca se ha reunido con **Andrés Manuel López Obrador**, que su jefe en la desaparecida Semip era **Romario Arroyo**, que a **Liébrano Sáenz** lo ha visto en todo el año un par de veces y que, por lo mismo, no le presentó a nadie del PRD.

GDF: 1,500 MILLONES

Serán certificados bursátiles hasta por mil 500 millones de pesos los que colocará en bolsa el gobierno del DF, vía el virtual secretario de Finanzas, **Mario Delgado**. IXE, de **Enrique Castillo**, fue el agente de la administración de **Alejandro Encinas**.

Defiende a las empresas grandes

Pide la SCT no satanizar

Argumenta Álvarez que se debe promover la competencia en telecomunicaciones

Verónica Gascón

En contraste con la política antimonopolios que ha enarbolado Luis Téllez, futuro titular de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), Jorge Álvarez Hoth, actual subsecretario de Comunicaciones, afirmó que no hay que satanizar a empresas grandes.

"No por ser grandes es malo. Se necesita hacer un balance para promover la competencia y que a la vez no se satanice a empresas grandes por ser grandes."

"Hay muchas empresas de este tipo, las televisoras (por ejemplo). Hay que tener un balance correcto", aseguró.

El funcionario saliente negó que en la Administración de Vicente Fox se hayan protegido a las empresas consideradas dominantes como Teléfonos de México y Televisa.

Al contrario, dijo que aumentó la competencia en varios sectores.

"La competencia en esta Administración se incrementó porque tenemos alternativas que no existían."

"Las redes de televisión por cable pueden dar servicios que antes no podían dar, porque hubo inversiones como la de Telefónica Móviles, con 6 mil millones de dólares", agregó.

Incluso, destacó que al hacer un balance de la presente Administración, si se analiza sector por sector, la competencia se ha incrementado.

La consolidación de empresas, como es el sector de la televisión por cable, refirió, favorecerá a la competencia porque se crearán compañías más grandes y fuertes.



ASÍ LO DIJO

Espero que (el Acuerdo de Convergencia) se cumpla, tiene plazos establecidos, objetivos concretos y no es más que un medio para que los mexicanos tengamos servicios de voz, video y datos".

Jorge Álvarez Hoth

Subsecretario de Comunicaciones de SCT

Esperan consolidación

En telecomunicaciones se invirtieron 22 mil millones de dólares de 2001 a 2006.

10

por ciento se incrementó la cobertura de hogares con servicio telefónico.

34

canales digitales de televisión operan en el DF, Tijuana, Guadalajara, Monterrey y ciudades fronterizas.

437

concesiones de televisión se reafirmaron, en conformidad con la política de TV digital terrestre.

Tienen Viagra en el botiquín

Entre las medicinas más vendidas están las que atacan la disfunción eréctil

Palmira González

Después del analgésico Doloneurobión; el Aseñlix, que sirve para bajar de peso, y Pentrexyl, usado para las infecciones, los medicamentos que atacan la disfunción eréctil, Viagra y Cialis, se ubican en el cuarto y quinto sitio de los más vendidos en el País.

De acuerdo con Bernardo Martínez, líder del proyecto Cialis en México, el mercado de disfunción eréctil creció 18 por ciento en 2006, y alcanza a nivel nacional unos 155 millones de dólares.

A la cabeza del segmento sigue Viagra, con ventas por 60 millones de dólares este año, pero la competencia es cada vez más cerrada y las campañas publicitarias más agresivas.

Cialis suma ventas por casi 59 millones de dólares este año, con un crecimiento de 38 por ciento respecto a 2005, informó Martínez.

Viagra creció 5 por ciento en el mismo periodo, afirmó Eric Musalem, director de Salud del Hombre y la Mujer, de Pfizer.

"Este ya es un mercado que entró en una situación de competencia natural en el cual hay meses donde hay un pico de ventas de ellos, y de repente hay un pico de ventas de nosotros", destacó Musalem.

Levitra, de Bayer, es el tercer competidor, con una participación de mercado de 23 por ciento. Pfizer y Lilly Icos coinciden en que hicieron un buen trabajo este año, pero tienen aún mucho mercado por explotar.

"Estamos trabajando para seguir teniendo una cantidad de recursos importantes en medios masivos de comunicación, invitando a los hombres a que busquen ayuda y obviamente consulten a su médico", explicó Musalem.

Con campañas más agresivas e inversión, el directivo de Pfizer espera que Viagra registre un crecimiento de doble dígito en 2007.

Amplio mercado

La disfunción eréctil en México afecta a uno de cada dos hombres mayores de 40 años de edad.

- Sólo 10 por ciento de quienes la sufren acuden al médico.
- Los precios al consumidor se mantienen en un promedio de 10 dólares por pastilla en farmacias.
- Los laboratorios no prevén que vaya a bajar su costo.

Con una estrategia similar, Lilly Icos espera un crecimiento de 20 por ciento en las ventas de Cialis para el siguiente año.

Y con una buena parte de la generación de los llamados "baby boomers" dentro del mercado potencial de la disfunción eréctil, las farmacéuticas esperan aún varios años de bonanza.

Por lo pronto, a 3 años de su entrada al mercado, Cialis podría convertirse a fin de año en un "blockbuster" —título que ya ostenta Viagra—, con ventas por más de mil millones de dólares, aseguró Martínez, de Lilly Icos.

Exportan su sentir en toneladas de tarjetas

Dolores Ortega

Las manos de mujeres mexicanas elaboran 4 mil 700 toneladas de tarjetas de Navidad, de cumpleaños, de aniversario, de amor y hasta para pedir perdón, que México exporta al año.

La líder en el mercado mundial de las tarjetas impresas, Hallmark, desde hace 20 años tiene una planta maquiladora en Chihuahua, la cual emplea a mil mujeres que hacen realidad el sentir de las personas hacia sus seres queridos.

A través de Grupo American In-



GOSTOSA SEGURIDAD

TOKIO. Un guardia de la empresa japonesa Sogo Securities Services presenta al robot "Guardrobo D1", el cual está habilitado para patrullar dentro de un edificio y para guiar a los visitantes por medio de un monitor LCD que está montado en su cuerpo. Ayer se realizó la demostración en la compañía de seguridad, la cual inició su nuevo sistema de vigilancia usando al robot de control remoto "Reborg-Q", el cual tiene un precio mensual de 3 mil 300 dólares.

dustries, la estadounidense Hallmark maquila en México sus tarjetas y el 100 por ciento son para exportación, explicó Carlos Miyar.

El gerente de Recursos Humanos del Grupo, afirmó que, por la delicadeza y la paciencia que se requiere para hacer las tarjetas, emplean casi sólo a mujeres.

"Los hombres tienden a deseperarse, además de que necesitamos que las tarjetas lleven ese toque femenino", detalló.

De acuerdo con la Secretaría de Economía (SE), el valor de las exportaciones de tarjetas impresas con fe-

licitaciones o comunicaciones personales sumaron 21 millones 630 mil dólares en 2002.

De enero a agosto de este año rebasaron 41 millones dólares.

Gaspar García, director general de UPSI, tienda de regalos y souvenirs, dijo que el consumo per cápita de tarjetas en México es de sólo dos al año, muy por debajo del de Estados Unidos, que es de nueve.

"La cultura en México es de regalar pocas tarjetas, sólo lo hacen en cumpleaños o en Navidad, es un mercado incipiente que aunque se pensó que incidiría el envío de tarjetas por

internet, no le ha restado nada a la personalizada", aseguró.

Aunque la mejor época para la venta de tarjetas es Navidad, seguida por San Valentín y el Día de las Madres, otra buena temporada es cuando hay crisis económica, porque lo que importa es el detalle, añadió García.

En los próximos 5 años, estimó, el mercado de las tarjetas en México va a duplicarse.

La SE informó que algunos de los países a los que México exporta tarjetas impresas son El Salvador, Guatemala y Puerto Rico.

Educará Venevisión a hispanos

Alejandro Ascencio

La empresa Venevisión, perteneciente a la Organización Cisneros, realizó un acuerdo, mediante su canal educativo Cl@se, con el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), que tiene sede en México.

La intención es crear contenidos educativos mediante varios proyectos para la comunidad latina, informó Gustavo Cisneros, presidente de la Organización.

Agregó que llegarán a 30 mil centros educativos a través de Edusat y que los contenidos también estarán disponibles en internet.

La firma tiene interés en el teleauditorio de 45 millones de hispanos en Estados Unidos, tanto en la parte educativa como en contenidos, añadió.

"Los contenidos estarían probablemente separados en secciones para cada país, como el Salvador, Honduras, Costa Rica, y demás países latinos, de tal manera que existieran temas diversos", dijo.

En México, lo que se pretende a través de este acuerdo es la promoción y desarrollo de actividades ligadas a la educación en nuestro continente, la realización de producciones de contenidos televisivos, y la difusión de éstos.

Explicó que, además, se realizarán programas de educación a distancia y talleres de capacitación.

La labor del ILCE, integrado por 13 países de AL y el Caribe, incluye la investigación especializada, la producción y difusión de material educativo, y la administración de cuatro canales de televisión en la red Edusat con alcance en todo el continente.

David de la Garza, director general de ILCE, explicó que Cl@se estará disponible a través del satélite Satmex 5, para aquellos cable operadores con los cuales el canal haya suscrito acuerdos para la distribución en hogares suscriptores.

El contenido del canal Cl@se formará parte de las propuestas de servicios y proyectos presentados por el ILCE a los ministerios de Educación de los distintos países de América Latina que buscan incorporar las tecnologías de la información y comunicación en la educación.