

IN
VERSIONES

Testigo de lujo

El caso Oceanografía

sigue dando de qué hablar, pues nos enteramos de que ayer compareció en calidad de testigo **Ernesto Torres Cantú**, director general de Citibanamex, y afirmó que desde el inicio del procedimiento ha cumplido con lo establecido por la ley y ha colaborado con las autoridades. Es necesario aclarar que el banquero no fue en representación de Citibanamex y se dio cita con su abogado, **Carlos Requena**. Cantú aseguró no conocer los hechos cuando sucedió el tema entre el banco y Oceanografía; hay que recordar que en ese momento el director del banco era **Javier Arrigunaga**.

En París

Juan Pablo Castañón, presidente del Consejo Coordinador Empresarial, dijo que en la reunión ministerial de la OCDE en París estarán el titular de Economía, **Ildefonso Guajardo**; el secretario de Comercio de Estados Unidos, **Wilbur Ross**, y el representante comercial de EU, **Robert Lighthizer**, por lo que puede tener algunas conversaciones y tal vez un poco de avances en el TLC. Veremos si bajo la luz parisina encuentran coincidencias.

Se mochan

La planta de Grupo Modelo en Zacatecas anunció la donación a productores locales de 350 pileteadoras, mismas que permitirán tener una producción sostenible y sustentable de cebada. Además, la mayor factoría cervecera mundial anunció la entrega de 21 sembradoras para producción. Con ello se beneficiará a 116 productores del estado.

Innovador

Citibanamex fue reconocido por la revista *Global Finance* en su lista anual de Innovadores 2018 como el banco en México con la mejor estrategia de mejoría en la calidad de los préstamos a sus clientes, mediante sus procesos de *big data for pricing optimization* y *big data scoring*, que usan la más avanzadas técnicas de *machine learning*, lo que permite la optimización de precios, ofrecer préstamos y tasas con una mejor calidad.



ESTIRA Y AFLOJA | J. Jesús Rangel M.

jesus.rangel@milenio.com

Tambores de guerra de empresarios

La legislación electoral no impide ni prohíbe a los empresarios en lo particular enviar cartas a sus trabajadores para que reflexionen sobre el sentido de su voto para el 1 de julio. Pueden advertir sobre los peligros de aplicar políticas económicas populistas y decir, incluso, qué partido o candidato las impulsa o promueve.

Lo que no pueden hacer es amenazar a sus empleados con correrlos o sancionarlos si votan por este o aquel candidato, sea para la Presidencia de la República, gobernador, senador, diputado, legislador local o alcalde, ni tampoco por partido político.

Informar y criticar sí pueden. Coaccionar el voto no.

Esto lo comento porque ayer **Germán Larrea**, presidente de Grupo México, envió una carta a empleados, colaboradores y accionistas donde afirma que las concesiones mineras, ferroviarias y de carreteras que opera “no han sido producto ni de com-

padrazgo ni de corrupción” como afirma “injustamente el candidato de Morena”. No cita el nombre, pero se refiere a **Andrés Manuel López Obrador**.

Le preocupan propuestas de estatización de empresas, derogar las reformas energética y educativa, e implementar el populismo “en el que se ofrece regalar sin trabajar”. Exhorta a lograr un “voto razonado, inteligente y a conciencia”.

Se une a voces críticas y contra AMLO como las de **Eloy Vallina Lagüera**, presidente del Grupo Chihuahua; **José Ramón Elizondo**, de Grupo Vasconia; **Andrés Conesa**, de Aeroméxico; **José Antonio Fernández**, de Grupo Femsa, y **Héctor Hernández Pons**, director general de Grupo Herdez.

Dirigentes empresariales consultados me aseguran que lo hecho por esos dirigentes no es una instrucción del Consejo Coordinador Empresarial (CCE) ni del Consejo

Mexicano de Negocios (CMN), instituciones que han tenido diferencias públicas con **López Obrador**, de quien esperan aceptar su invitación a dialogar el viernes próximo.

También me dicen que la actitud asumida por los empresarios está contagiando a otros. Son miles de trabajadores los que han recibido las cartas. Suenan tambores de guerra de los empresarios.

Cuarto de junto

Excelente idea de **David PENCHYNA**, director general del Infonavit, por impulsar el foro en homenaje a **Jesús Silva-Herzog Flores**. La conferencia magistral hoy estará a cargo del embajador emérito de México, **Bernardo Sepúlveda Amor**... La Fundación BBVA Bancomer inició el proceso de entrega de escuelas construidas, rehabilitadas y reequipadas tras los sismos de septiembre de 2017. Los fondos utilizados para este fin superan los 270 millones de pesos. **M**

COLOCA 700 MDP PARA FINANCIAMIENTO INMOBILIARIO

Hir Casa incursiona en el mercado bursátil

Frida Lara/México

Con un monto de 700 millones de pesos, obtenidos a través de certificados bursátiles fiduciarios, Hir Casa incursiona en la Bolsa Mexicana de Valores.

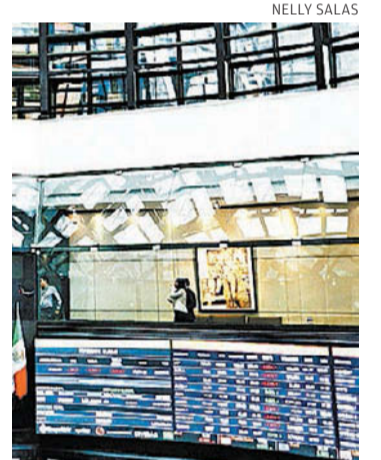
Eduardo Guzmán, director general de Hir Casa, informó que esa cifra corresponde a un programa por un total de 2 mil 500 millones de pesos, el cual se prevé agotar a finales de 2019 o principios de 2020; los recursos serán utilizados para hacer crecer

el negocio y seguir con el programa de financiamiento inmobiliario. “Esperamos adjudicar este año más de 2 mil millones de pesos y con eso, aunado al financiamiento bancario, tendremos nuestro crecimiento asegurado. Actualmente administramos 13 mil millones de pesos y manejamos un poco más de 23 mil contratos. Para 2020 se prevé duplicar nuestra cartera”, especificó.

La empresa detalló que en la oferta pública participaron 223 inversionistas, 209 personas físicas y 14 personas morales.

Cuando se le cuestionó sobre sus planes en la Bolsa mexicana, Guzmán precisó que dependerá de las condiciones del mercado para otra colocación en el segundo semestre del año, y después hasta ingresar al mercado de capitales.

En tanto, el director general del Grupo Bolsa Mexicana de Valores, José Oriol Bosch, informó que en los primeros cuatro meses del año el crecimiento en el segmento de deuda a largo plazo fue de 262 por ciento (comparado con el mismo periodo del año pasado). **M**



Operaciones en ascenso.

APUNTES FINANCIEROS | Julio Serrano Espinosa

juliose28@hotmail.com



Los medios tradicionales pierden fuerza política

Por mucho tiempo los medios de comunicación tradicionales jugaron un papel protagónico en la elección de nuestros gobernantes. No más.

Gracias a las redes sociales, la información fluye más fácilmente a la ciudadanía. En el pasado, los encargados casi exclusivos de difundirla eran medios tradicionales como la televisión, el periódico y la radio. Para enterarnos de alguna noticia había que recurrir a ellos. De igual manera, los protagonistas de la noticia dependían de los medios tradicionales para transmitirla a su público, ya sea esperando que la incluyeran en su contenido editorial o a través de anuncios.

Plataformas como Twitter, Facebook y YouTube permiten desintermediar la información, incluida, por supuesto, la información política. Esta elección presidencial no es la primera en nuestro país en que las redes sociales influyen en las preferencias de los votantes, pero, sin duda, es en la

que más peso tendrán. En los seis años subsecuentes a la elección de 2012 la base de mexicanos con acceso a internet se ha triplicado y la popularidad de las redes sociales ha explotado.

¿Cuáles son las repercusiones de esta nueva realidad? Una de las más significativas es que los medios tradicionales están perdiendo influencia política. La televisión en particular era vista como un aliado indispensable para conquistar al electorado. Políticos de todos los partidos se desvivían por ganar el favor de las televisoras.

No hay duda que los medios tradicionales continúan teniendo mucho poder político. Su capacidad de llegar a grandes audiencias hace que perdure; sin embargo, su declive se manifiesta claramente en el gasto publicitario en la elección. Se estima que la mitad del dinero que se destine a las campañas políticas se irá a medios digitales. En otras palabras, el campo de batalla no solo

será la televisión, la radio y los periódicos. Igual peso tendrán las redes sociales. Los políticos no dependerán tanto como antes de los medios tradicionales, lo que detonará un reequilibrio de poder.

Existe un elemento romántico de la desintermediación de los medios tradicionales. No hay filtros. La información pasa directamente de la fuente a la gente. La ciudadanía evalúa y decide utilizando su propio criterio, no el de un tercero. Algo hay de cierto en esto, pero como hemos visto en diversas ocasiones —la interferencia de Rusia en las elecciones estadounidenses la más notable—, hay un lado oscuro. Al no existir una organización responsable de verificar el contenido, como una televisora o un periódico, se genera una mayor proliferación de noticias falsas, o *fake news*.

Los medios tradicionales pueden estar perdiendo poder político, pero ese vacío no solo lo está llenando la ciudadanía. **M**