



RIESGOS Y RENDIMIENTOS

Julio Brito A.
nacional@cronica.com.mx



Reality Show sumó 130 millones de televidentes

Nueve semanas después de liderar la audiencia dominical, este fin de semana concluirá uno de los programas más vistos en la tv abierta y en streaming, “La Casa de los Famosos México” que, en su tercera temporada, registró cifras arrolladoras no solo en términos de rating, sino también de ventas.

La producción de TelevisaUnivision refrendó con ello el interés que despierta en la audiencia este tipo de realitys. En el caso particular de LCDLFM 3, 14 participantes se sometieron a una serie de dinámicas bajo la supervisión de 74 cámaras y 88 micrófonos. Este fin de semana se conocerá la suerte de los últimos 5 finalistas. Lo interesante es que, hasta ahora, el programa ha sido visto por más de 130 millones de espectadores. Y la última gala de eliminación, la novena, alcanzó ni más ni menos más de

Seguramente esto llevó a las marcas a buscar tener una presencia permanente en el programa. De otro modo no se entendería que casi 70 clientes, con distintos productos, decidieran patrocinar segmentos del programa. Sin duda, LCDLFM todavía tiene muchas historias de éxito que contar.

VENTA.- La crisis que golpeó a Vector Casa de Bolsa marcó un parteaguas en el sistema financiero mexicano. Tras los señalamientos del Departamento del Tesoro de Estados Unidos por presuntas operaciones irregulares y la intervención de la CNBV, la firma se vio obligada a desprenderse de la mayor parte de sus activos para evitar un colapso que

afectara a miles de inversionistas.

El paso más relevante fue la transferencia de 21 fondos de inversión y una cartera de 30,000 clientes a Finamex Casa de Bolsa, equivalente a activos por alrededor de 90,000 millones de pesos. Con ello, Finamex elevó su administración total a 220,000 millones y consolidó una base de 150,000 clientes. Además, recibió entre 150 y 200 empleados que darán continuidad a los servicios, aunque dejó fuera los negocios fiduciario y cambiario de Vector, considerados de alto riesgo. El futuro de la licencia de casa de bolsa y de su operadora de fondos aún está bajo revisión, mientras que la filial en Estados Unidos busca comprador. El caso deja lecciones claras: la importancia de reforzar controles en prevención de lavado de dinero, la vulnerabilidad de firmas medianas y

la necesidad de recuperar la confianza del público.

TRAYECTORIA.- En 23 años, Banco Azteca ha entregado 116 millones de créditos a 14.5 millones de personas, consolidando su papel en la inclusión financiera. Con presencia en 813 municipios, de los cuales en 178 es la única institución bancaria, impulsa la economía local y el emprendimiento.

DESEQUILIBRIO.- Un escrito fiscal advierte que la reforma a la Ley de Amparo y al Código Fiscal endurece el acceso al amparo indirecto en materia tributaria. Entre los cambios destaca que los contribuyentes deberán garantizar créditos fiscales solo con depósitos en el Banco del Bienestar, lo que limita opciones y encarece la defensa •

- Finamex compra activos por 90 mil mdp a Vector
- Tiene Banco Azteca 14.5 millones de acreditados