

Capitanes

(01-04-2022).- Jorge Santos y Arturo Gutiérrez...

El presidente y el director general de Arca Continental, respectivamente, presentan hoy su plan de inversión para 2022, misma que crecerá a doble dígito respecto a los 7 mil millones de pesos respecto al año pasado. Los recursos se destinarán a modernizar líneas de producción, flota de distribución, envases retornables y sostenibilidad.

Menos opciones

Una de las apuestas fuertes del Gobierno es cerrarle los caminos a las empresas privadas que lograron hacerse de un mercado tras la apertura total en la venta de combustibles que inició en 2016.

La idea entonces era que cualquier empresa pudiera importar combustibles y comercializarlos en el País bajo marcas distintas a la de Pemex, empresa que encabeza Octavio Romero.

Hoy en día, el número de permisos de importación ha bajado a 77 cuando al inicio de la administración se tenían más de mil.

Desde la Comisión Reguladora de Energía (CRE), que preside Leopoldo Melchi, se ha bloqueado la aprobación de nuevos permisos.

A febrero, según datos de Petrointelligence, se tienen 12 mil 909 permisos vigentes que pertenecen a 6 mil grupos de interés económico entre los que destacan Oxxogas, Petro Seven, Hidrosina, Corpogas, Mi Gasolina, Grupo Eco y Orsan, por mencionar a los más grandes.

Ahora hay otro indicador que muestra el efecto de la falta de permisos de importación y para expendio al público: 20 marcas que tenían presencia en el mercado se dejaron de utilizar en el mes de febrero y, desde luego, ninguna marca nueva llegó. Es el caso de Todo Gas, FGS Gasolineras, Quadria, Petrol Gasolineras y Gamboa.

Esto refleja que algunos gasolineros están regresando con el viejo conocido Pemex.

Salud femenina

La startup Plenna, fundada y dirigida por las emprendedoras mexicanas Giovanna Abramo y Lorena Ostos, cerró una ronda de inversión de capital semilla por 845 mil dólares, con la que reforzarán la operación de su plataforma para la atención a la salud integral de la mujer y pondrán en marcha la apertura de su primera clínica física en la Ciudad de México.

La ronda fue liderada por el fondo brasileño Canary, en la que también participaron la oficina latinoamericana de 500 Startups, además de 11 ángeles inversionistas más que incluyen emprendedores del ramo de la salud.

Esta empresa tiene un equipo conformado en 95 por ciento por mujeres, da atención híbrida con telemedicina a toda la República Mexicana y de forma presencial en sus clínicas especializadas.

Los servicios de la startup funcionan como un primer contacto certero con sus pacientes, quienes pueden agendar citas para check-up y consultas, recibir asesoría en línea o una segunda opinión, así como visualizar su expediente médico y resultados de laboratorio.

A nivel global, el tamaño del mercado de las startups enfocadas a salud femenina se valora en más de 40 mil millones de dólares y se espera que crezca por arriba de los 60 mil millones para 2027.

La misión de Plenna es atender a más de 8 mil mujeres para el final de este año.

Cliente tecnológico

El uso de la tecnología está cada vez más presente en la vida de las personas, por lo que la demanda entre distribuidores automotrices va en aumento, pues de ello depende la satisfacción en la experiencia de compra de los clientes.

Según un estudio de J.D. Power, que en México lleva Gerardo Gómez, los clientes de las agencias se sienten más satisfechos si el personal que los atiende hace uso de la tecnología.

El uso de las tabletas electrónicas es lo que más llama la atención, pues 58 por ciento de los encuestados la prefiere, seguido de un monitor de pantalla táctil que atrajo 43 por ciento de los participantes.

Incluso, al calificar las amenidades de las instalaciones que visitan, 48 por ciento de los compradores destacaron el acceso a wifi, por lo que se ubicó como el segundo elemento más importante de este rubro, pues el primero fue una bebida de cortesía.

Otro de los puntos a destacar es que el cliente se siente más satisfecho entre más especializado y entrenado esté el personal que los recibe y lleva su proceso de venta de un auto.

De regreso a la oficina

Ante el inminente regreso a las oficinas, la cadena de restaurantes Vips, perteneciente a Alsea, de Fernando González, ya preparan el recibimiento de sus comensales tradicionales.

Tras el inicio de la pandemia, Vips lanzó una campaña para captar a todos los que quisieran usar sus restaurantes como "oficina" y seguir trabajando a distancia, pero ahora, al ver cómo cada vez más personas vuelven a sus rutinas laborales intenta darle un giro al volante.

Por ello lanzó agresivas ofertas de menús completos con algún extra, de modo que más oficinistas lleguen directamente a la cadena de restaurantes y sustituyan a las tradicionales "fonditas".

Para Vips el saldo de la pandemia fueron más de 20 restaurantes cerrados. Actualmente cuentan con 257 unidades y el regreso a la rutina laboral representa una oportunidad de recuperación.

capitanes@reforma.com

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:

<https://www.reforma.com/capitanes-2022-04-01/op223926>

Fecha de publicación: 01-04-2022