

Capitanes

(01-02-2022).- Elisabeth Czerczuk-Hottier...

Está a la cabeza de Garnier, la marca más importante para Grupo L'Oréal en México y que se posiciona como la principal de higiene y belleza masiva con un crecimiento de dos dígitos el año pasado. Solo en el mercado de cuidado de la piel, el mercado creció 40 por ciento, en el que la empresa logró también liderazgo. El año pasado obtuvo el certificado cruelty free.

Hacen apuestas

Quedó confirmado que Francisco Cervantes, ex presidente de Concamin, y Bosco de la Vega, quien dirigió el Consejo Nacional Agropecuario, serán los contendientes para suceder a Carlos Salazar en la presidencia del Consejo Coordinador Empresarial (CCE).

A quien quede en el cargo le tocará una segunda mitad de sexenio complicada por el nulo crecimiento económico y una inflación que se mantiene en niveles elevados, lo que dificulta la recuperación en las empresas.

Está también la preocupación del sector privado ante una crisis de seguridad que afecta las decisiones de inversión, aunado a la defensa de los intereses del gremio empresarial ante decisiones gubernamentales como la reforma eléctrica.

La balanza tiende a inclinarse hacia Cervantes, debido a que se ha preocupado por sembrar una imagen cercana al Presidente Andrés Manuel López Obrador.

Sin embargo, nada garantiza que su gestión, en caso de ganar la elección, esté exenta de desencuentros y sobresaltos, debido a que el Primer Mandatario está metiendo el acelerador para concretar su agenda de proyectos y obras emblemáticas con las que el sector privado no necesariamente ha estado de acuerdo.

Será en marzo cuando se despeje la incógnita.

Plazos largos

La incertidumbre económica y la falta de liquidez que generó la pandemia provocó que quienes tomaron la decisión de adquirir un automóvil con financiamiento buscaran plazos más largos para liquidarlo.

Así, la mayoría de los mexicanos prefirió financiar su auto a 60 meses en 2021 y dejaron atrás el plazo de 12 meses.

De acuerdo con el tipo de auto, la preferencia de pago en cinco años se ubicó entre 17 y 38 por ciento del total de las colocaciones de crédito en los distintos segmentos del mercado nacional.

El periodo de pago a un año cayó entre 2 y 9 por ciento del total de solicitudes, según el segmento de vehículo.

A lo largo del año pasado el sector automotriz, organizado en la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMDA), que lleva José Zozaya, tuvo complicaciones y una de ellas fue precisamente la cautela de los consumidores, ante la incertidumbre de lo que pudiera traer la pandemia en sus empleos.

De hecho, el gasto se moderó con respecto a otros años, pues las personas que pensaban cambiar de automóvil en ese año decidieron esperar a que la situación económica se estabilice.

Otro factor de peso fue la falta de semiconductores, lo que limitó la oferta de modelos.

EdTech en crecimiento

Aumentar en al menos 2.5 veces el número de estudiantes que usan su plataforma es el objetivo de Martín Claure, CEO de la EdTech Aprende Institute, en este 2022.

Actualmente tiene más de 100 mil usuarios únicos ubicados principalmente en Estados Unidos, México, Colombia y Perú.

La startup lanzará a mediados de este año una opción para que sus estudiantes puedan aprender inglés, así como un programa de asesoría personalizado para aquellos usuarios interesados en emprender un negocio relacionado con los cursos que toman dentro de la plataforma.

Entre las ramas de capacitación que ofrece están repostería profesional, marketing, planeación de bodas, maquillaje profesional, instalaciones eléctricas, plomería y reparación de celulares, habilidades que pueden ser monetizadas a través de la apertura de microempresas o el autoempleo.

La plataforma cuenta con más de mil 500 horas de contenido a las que se suman las clases en vivo que ofrece a sus estudiantes.

Tiendas digitalizadas

Aunque el año pasado volvieron las actividades presenciales con más impulso, las tiendas continúan en busca de herramientas y soluciones para su digitalización, ahora en espacios físicos.

Panduit, de Carlos Arochi, vio un aumento de hasta 30 por ciento en las solicitudes de soluciones tecnológicas para el comercio minorista enfocadas a los espacios físicos, y espera que para los próximos dos años continúe con un rendimiento constante de 30 por ciento.

Los retailers están invirtiendo en soluciones tecnológicas que les permitieran implementar estrategias de venta en múltiples canales y garantizar que se cumplan las medidas sanitarias.

Esto, debido a que 57 por ciento de los clientes quiere recibir promociones personalizadas a través de sus dispositivos móviles mientras se encuentran en el lugar, por ello es fundamental que las tiendas cuenten con Internet de las Cosas, análisis de datos y la infraestructura de conectividad adecuada como centros de datos edge y un sistema de cableado que permita una correcta transferencia de datos.

capitanes@reforma.com

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:

<https://www.reforma.com/capitanes-2022-02-01/op220435>

Fecha de publicación: 01-02-2022