

Capitanes

(24-10-2022).- Luis Guillermo Cortés...

Es el director general y presidente de Laboratorios Grin, empresa de productos oftalmológicos con 8 por ciento del mercado, valuado en 600 millones de pesos. Empezará un proceso de transformación a partir de la integración de Lupin Company, con lo que se enfocará en innovación y aprovechamiento de capacidades locales.

¿Se frenó la inflación?

Este día el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), que preside Graciela Márquez, dará a conocer el dato de inflación registrado en la primera quincena de octubre, y sobre ello hay mucha expectativa.

En consultas realizadas por la agencia Reuters y por Citibanamex, analistas estiman que la inflación se frenó y se ubicará en 8.62 por ciento, frente al 8.64 por ciento que se reportó en la segunda quincena de septiembre.

Además, expertos han señalado que la inflación ya tocó su pico más elevado en los últimos dos meses, por lo que con el dato de este lunes se sabrá si realmente ocurrió así.

Aunque la inflación general en apariencia se va frenando, la inflación subyacente seguirá mostrando alzas, de acuerdo con los especialistas, lo que no es menor porque en ella se basa el Banco de México (Banxico), que encabeza Victoria Rodríguez Ceja, para hacer movimientos en sus tasas de interés.

Además, la inflación subyacente es un mejor indicador para medir el comportamiento de los precios al excluir de su medición aquellos productos muy volátiles, como los combustibles.

La estimación de analistas es que para el cierre de año la inflación sea de 8.54 por ciento.

Fieles a la costumbre

A dos semanas de que el Gobierno federal eliminó la obligatoriedad del empleo de cubrebocas en espacios cerrados con sana distancia, su uso continúa fiel entre la mayoría de la población.

Sea por miedo al Covid-19, por costumbre o confusión en los lineamientos, las empresas no se atreven a eliminarlo por completo.

La cadena de gimnasios Sports World, que capitanea Fabián Bifaretti, anunció a sus usuarios que mantendrá la obligatoriedad de los cubrebocas en sus instalaciones. Por el contrario, Smartfit, que en México lidera Oriol Cortés, dejó el empleo del cubrebocas como voluntario.

Dentro de algunas plazas comerciales, empleados de tiendas como Liverpool, Miniso y las de la cadena Inditex aún portan el cubrebocas, al igual que la mayoría de los clientes que acuden a comprar.

Para el sector financiero, por ejemplo, los trabajadores de las sucursales de Citibanamex, de Manuel Romo, no han recibido instrucciones, pero algunos creen que usarán la mascarilla hasta fines de este año, por la temporada invernal.

Y si usted es de los que gusta de ir al cine con frecuencia, debe saber que tanto Cinemex como Cinépolis mantienen el empleo del cubrebocas entre sus colaboradores, aunque para los clientes será opcional.

Respiran tranquilos

La venta de las marcas que realizó Hoteles City a Marriott International por 100 millones de dólares le devolvió la tranquilidad al equipo que comanda Luis Barrios.

Con la pandemia del Covid-19, la ocupación de City descendió a 8 por ciento y la empresa mexicana tuvo que vender tres hoteles, aumentar capital, contratar un crédito sindicado y frenar proyectos para mantenerse a flote.

En febrero pasado llegó la oportunidad de aliviar la situación de la mano de Marriott International, que lidera Anthony Capuano, y las negociaciones empezaron en marzo encabezadas por el CFO de City, Santiago Parra.

Con los casi mil 500 millones de pesos que le quedarán luego de pagar impuestos y costos de la operación, City desembolsará 800 millones de pesos para liquidar el crédito sindicado y se ahorrará más de 90 millones de pesos de intereses.

Otros 250 millones de pesos serán para concluir los cuatro hoteles detenidos y ponerlos a producir. El resto, unos 450 millones, se quedarán en caja.

Además, abre la oportunidad de atraer más turistas internacionales y expandir la empresa en mercados como Colombia, Chile, Perú y Panamá, entre otros.

Inversión publicitaria

En México, este año la inversión en publicidad alcanzará alrededor de 5 mil 600 millones de dólares, que lo colocan como el segundo mercado en América Latina, sólo detrás de Brasil. Esta inversión representa un crecimiento de 12 por ciento respecto a 2021.

Un estudio de GrupoM, que en México capitanea David Posada, señala que el sector digital concentra casi 50 por ciento de esa inversión, donde el gran ganador es TikTok.

Además, este rubro fue el de mayor dinamismo, con un avance anual de 17 por ciento.

No obstante, la industria observa una serie de retos como la elevada inflación, tasas de interés altas, inseguridad, desaceleración económica de Estados Unidos y la ralentización del consumo, lo que podría incidir en un menor crecimiento el próximo año.

Las inversiones se concentrarán en el e-commerce y el streaming, sobre todo cuando Netflix, Vix, HBO y otras plataformas alistan sus planes de contenido con publicidad.

A nivel mundial, la inversión en publicidad cerrará el año en alrededor de 617 mil millones de dólares, un crecimiento anual de 8.4 por ciento.

capitanes@reforma.com

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:

<https://www.reforma.com/capitanes-2022-10-24/op236424>

Fecha de publicación: 24-10-2022