

Capitanes

(26-05-2023).- José Eduardo Silva...

IMPRIMIR

Es el director general de GNP Seguros, compañía que ya cuenta con 7.7 millones de clientes asegurados en el País. Hasta el cierre de 2022, su participación de mercado total se elevó a 14 por ciento, además vendió primas por 89 mil millones de pesos, un crecimiento nominal anual de 12.6 por ciento.

Nueva comisión

Entre las primeras acciones del capitán de la Asociación de Banco de México (ABM), Julio Carranza, ya destaca el énfasis en materia Ambiental Social y de Gobierno Corporativo (ASG).

Para atender este tema, recientemente la organización creó una nueva comisión, la cual estará integrada a su vez por tres comités relacionados con temas de sustentabilidad, diversidad, inclusión y responsabilidad social.

En conjunto, estos comités velarán por integrar la sustentabilidad a la estrategia del negocio, reducir la brecha de género en el sector, así como maximizar los esfuerzos en responsabilidad social y desarrollar los reportes ASG gremiales.

La presidencia de la comisión estará a cargo de Mariuz Calvet, quien también es directora de Finanzas Sustentables para México y América Latina de HSBC.

Dentro de los ejes estratégicos de esta nueva comisión están la transición a una economía baja en carbono, inclusiva y responsable, así como la adopción de mejores prácticas nacionales e internacionales.

Esta comisión se suma a otras como la de ciberseguridad, medios de pago, administración de riesgos, negocio crediticio y normatividad.

Cambio de mando

Luego de permanecer cuatro años a cargo de la Dirección de Asuntos Públicos de Huawei México, Vicente Wu dejará dicho puesto para emprender nuevas tareas dentro de la empresa.

El gigante de tecnología china es una de las firmas con mayor presencia en el mercado mexicano, gracias a su desempeño en el segmento de consumo, así como un importante proveedor de infraestructura de Tecnologías de la Información (TI).

A Wu le ha tocado un momento crucial en el sector de las telecomunicaciones del País.

Por una parte está la creciente demanda de productos, servicios y conectividad en los últimos dos años.

Por otra, uno de los momentos clave del sector: el rescate de Altán Redes, consorcio mexicano operador de la Red Compartida por parte del Gobierno federal.

Durante este periodo de reestructura y rescate financiero se reveló que Huawei se mantuvo como uno de los principales acreedores de Altán Redes.

Se espera que en estos días la empresa revele quién ocupará el puesto que deja Wu y si esto también pueda generar un cambio de estrategia para aumentar su presencia en el mercado mexicano.

Viaje con anuncios

Desde hace unos meses algunas unidades de Uber en la Ciudad de México tienen instaladas tabletas en la parte trasera para que los pasajeros puedan revisar contenido y promociones.

En ella se exhiben noticias, tips de deportes, entretenimiento, relajación, juegos y un canal exclusivo de TikTok, así como publicidad que no es invasiva, es decir, que busca una experiencia agradable con el usuario.

Las tabletas han sido instaladas por la empresa de contenido y publicidad móvil Bullmedia, que capitanea Kevin Ruiz de Chávez, y aunque en México hay 150 mil unidades de Uber no todos son de tiempo completo. Bullmedia se enfocará en los colaboradores mejor calificados para instalar estos equipos.

Para septiembre se prevé tener ya 2 mil tabletas en unidades en la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.

El contrato con Uber consiste en llegar a 25 mil tabletas colocadas en unidades de 10 ciudades en un plazo de cinco años y la meta durante ese periodo son ventas por 2 mil millones de pesos mediante la monetización de la publicidad que se muestre en las pantallas.

De igual manera, la empresa buscará aliados que generen contenidos para exhibirlos en sus pantallas.

Y por supuesto, los conductores también se llevarán una parte del pastel. Con anuncios, el modelo de Uber comienza a dar un giro.

Con fuerza

Anytime Fitness México, a cargo de David Rascón, está cerca de lograr su meta del año.

La cadena de gimnasios logró la apertura de su club número 80 en el País, por lo que se prevé que a finales de 2023 alcance las 100 unidades planteadas como objetivo en su plan de expansión. Las nuevas unidades se suman a las 5 mil que tiene en 42 naciones.

En los últimos meses, Anytime Fitness abrió sucursales en Querétaro, Mazatlán, Guadalajara, Chihuahua y Mexicali.

La empresa atribuye su éxito a que, tras la pandemia, las personas están más preocupadas por mantenerse saludables, con horarios flexibles en gimnasios, costos accesibles e instalaciones de primer nivel.

La industria de los gimnasios está valuada en más de mil 500 millones de dólares anuales, y en México su penetración es de 3.2 por ciento, según la International Health, Racquet & Sportsclub Association (IHRSA).

De acuerdo con cifras del Inegi, sólo tres de cada 100 mexicanos se ejercita en un gimnasio.

capitanes@reforma.com

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:

<https://www.reforma.com/capitanes-2023-05-26/op249720>

Fecha de publicación: 26-05-2023