

Fecha 30.10.2017	Sección Termómetro Económico	Página 2
----------------------------	--	--------------------



- » **Voto de confianza en México**
- » **Industria que se potencializa**
- » **Tortillas online**

Le da like a México

» La compra de Afore Metlife por parte de la empresa estadounidense Principal Financial Group, que en México comanda José Antonio Llana, dijo que tiene un “voto de confianza” en México y tiene como propósito reforzar la oferta y los resultados para los trabajadores mexicanos.

La firma confió también en que las autoridades regulatorias y de competencia autoricen esta operación durante la primera parte del 2018, mientras que la integración de las operaciones se dará el próximo año.

Según dijo, esta fusión traerá consigo una afore más robusta que va a poder continuar creciendo en el mercado mexicano.

Luego de tres años que se dio la última adquisición de una afore en el Sistema de Ahorro para el Retiro, cuando Afore del Bajío vendió su cartera a Profuturo en el 2014, para quedar 11 jugadores en el mercado, el jueves pasado Principal logró un acuerdo para adquirir Afore Metlife.

Pero, en tanto no se autorice la compra, cada afore continuará sus operaciones de manera separada. Hasta ahora, Metlife cuenta con 700,000 clientes, que se sumarán a los 2.7 millones de cuentas que tiene Principal; en total, los recursos bajo administración de estas empresas suman 227,000 millones de pesos.

Crece

» En el primer semestre de este año, las compras con tarjeta de crédito y débito a través del comercio electrónico aumentaron 120%, según la Condusef, de Mario Di Costanzo.

Estas compras equivalen a 58,040 millones de pesos, es decir, 73% mayor con el registrado en el 2016, según cifras reportadas por el Banco de México (Banxico), que aún dirige Agustín Carstens.

Refirió que el número de operaciones realizadas durante el 2016 era mayor con tarjeta de crédito, pero para este año, 40.6 millones de operaciones (57%) se realizaron con tarjeta de débito y 31 millones (43%) con tarjeta de crédito.

La Condusef destacó que a partir del primer semestre del 2016, la tendencia se invierte entre las operaciones con tarjeta de crédito y débito, debido a la mayor promoción que se hace para el uso de este medio de pago. Esta tendencia también se observa en relación con el monto que representan las compras autorizadas, pues de los 58,040 millones de pesos que se liquidaron en comercio electrónico, 16,596 millones (29%) se pagaron con tarjeta de débito. Esto representa un incremento de 73% con relación al

primer semestre del 2016; y los restantes 41,444 millones (71%) con tarjeta de crédito.

Venden tortillas por internet

» Las tortillas y totopos de maíz que se producen en China por Gruma, de Juan González Moreno, bajo el nombre global de Mission, comenzaron su comercialización en sitios web de Alibaba Group.

Ello, luego del acuerdo logrado por el gobierno de México con la compañía China que cuenta con más de 423 millones de compradores en todo el mundo y que en 2016 registró transacciones por 485 millones de dólares, la cual conecta a los exportadores chinos con empresas de otros lugares del mundo.

La compañía puntualizó que Gruma - Mission Foods Asia espera cerrar el año con un incremento en ventas por esta vía, ya que ha crecido la presencia y comercialización de sus productos en los sitios de Alibaba.

Recordó que la firma asiática firmó un convenio con ProMéxico, con la finalidad de potenciar la venta de productos mexicanos y vincular a los consumidores de esa región con las empresas mexicanas.

Se renueva

» Como parte de su compromiso con México, la automotriz Ford, que aquí lleva Gabriel López, anunció un plan de renovación de sus 126 agencias en el país con una inversión de 1,000 millones de pesos para responder directamente a las necesidades de sus clientes.

De frente a la innovación tecnológica de las unidades Ford, fue necesaria la renovación de las agencias automotrices, a través de la cual se muestra y enseña al consumidor la gama de vehículos y características de cada uno.

A través de pantallas gigantes y cubículos equipados con herramientas digitales, es posible mostrar al cliente a fondo las especificaciones y cotización del vehículo al momento de su negociación, brindando información eficaz y transparente.

Además, ante el crecimiento del portafolio en la oferta de Ford de México, es imposible tener en piso de venta todas las unidades, por lo que a través de este método el cliente podrá ver las distintas versiones de Fiesta, de Figo, camioneros; los colores y equipamientos disponibles.

En las agencias habrá una sección que permitirá mostrar los diferentes tipos de equipamiento de cada unidad y las ventajas en cada vehículo, así como las distintas asistencias a la conducción.

Continúa en siguiente hoja



Fecha 30.10.2017	Sección Termómetro Económico	Página 2
----------------------------	--	--------------------

Ello requiere de una amplia explicación y Ford de México pensó en tener todas las herramientas posibles dentro de las agencias para que el consumidor conozca los beneficios que la empresa ofrece a través de sus diferentes productos.

En la actualidad, los productos de **Gruma** se en-

cuentran no solo en china, sino en países de la región Asia-Pacífico y Oriente Medio, mismos que son producidos en la planta de Shanghai, la cual es capaz de producir 38 mil toneladas de tortillas de maíz, y otros alimentos al año.

accionesyreacciones@eleconomista.mx