

Capitanes

(05-09-2024).- Luis Lizcano...

Es presidente de la Federación Mexicana de la Industria Aeroespacial (FMIA), organismo que anticipa exportaciones por 11 mil millones de dólares al cierre de 2024, con lo que rebasaría las ventas foráneas de 9 mil millones de dólares de 2023. El reto para esta industria es integrar a un mayor número de proveedores locales.

Inclusión financiera

A un año de iniciar operaciones, Puntored, cuyo capitán es Arturo Halgraves, ya cuenta con 50 mil sitios físicos para acelerar la inclusión financiera a través de transacciones entre prestadores de servicios y público en general.

Desde su llegada en septiembre de 2023 tras adquirir la empresa Gestopago, la compañía colombiana aumentó en 500 por ciento los puntos de acceso, suma 150 empresas aliadas y supera los 23 mil puntos de conexión que tiene Oxxo, unos de los principales competidores en el sector.

Puntored es un habilitador tecnológico de servicios financieros y no financieros para personas, negocios y empresas, cuya finalidad es promover la inclusión financiera en América Latina a través de soluciones accesibles, seguras y confiables, habilitadas para pagos de servicios, envío de remesas, prepagos, wallets, entre otros.

En México, la empresa apuesta a usuarios en zonas rurales, metropolitanas y de difícil acceso.

Entre los beneficios para los usuarios están las recargas de tiempo aire, tarjetas de regalo, boletos para el cine, entrada a parques de diversiones, boletos de camión y pagos de servicios de cadenas comerciales, entre otros.

Puntored es una empresa de Colombia que celebra 20 años en el mercado global, en donde anualmente moviliza 5 mil 500 millones de dólares a través de más de 330 millones de transacciones.

Estrategia ambiental

Cada vez más empresas consideran relevante cumplir con los aspectos sustentables que demanda el mercado actual, al grado que ya incluyen estructuras institucionales más sólidas.

Es el caso de Grupo Coppel, que cuenta con la gerencia nacional de Sostenibilidad y ASG (Ambiental, Social y de Gobernanza), que lleva Christian Morfin.

También tiene un comité de sostenibilidad al más alto nivel, pues participan su director general y vicepresidentes.

En este espacio se revisa y da seguimiento a las estrategias, iniciativas e indicadores de la compañía.

De este comité surge una junta ambiental en donde se definen las metas, propósitos e iniciativas en materia ambiental.

Todo ello se refleja en su informe de sostenibilidad, a través del cual hacen públicos los avances en su agenda, el cumplimiento de sus metas ASG y sus objetivos a futuro.

Prefieren las tiendas

La empresa mundial en ciencia de datos del consumidor dunhumby, dirigida en México y América

Latina por Adriano Araujo, presentará la tercera edición de su Índice de Preferencias de Retailers (RPI) en México, en el que encontró que el mexicano se volvió omnicanal, pero mantiene el interés por las tiendas físicas sobre las digitales.

Esta nueva edición reveló que el consumidor mexicano tiene poco nivel de lealtad a las tiendas, por lo que las oportunidades de fidelización son amplias para el sector.

El documento señala la importancia del uso de herramientas de Inteligencia Artificial (IA) y ciencia de datos para desarrollar estrategias que incrementen la rentabilidad y la fidelización a largo plazo.

Con una muestra de 26 tiendas tanto físicas como digitales se midió conexión emocional, comportamiento de compra y desempeño financiero.

Entre los hallazgos se encontró que el mercado mexicano tiene un bajo índice de fidelización, es decir, las personas no tienen problema en cambiar o visitar varias tiendas para satisfacer sus necesidades.

Además, los programas de lealtad están ganando terreno en México, con 70 por ciento de los consumidores con al menos uno y 35 por ciento con dos o más planes.

Los consumidores con mayores ingresos visitan las tiendas hasta 14 veces al mes y gastan en promedio 7 mil 414 pesos mensuales, en comparación con aquellos de menores ingresos, que gastan alrededor de 3 mil 800 pesos.

Extienden alianza

La empresa mexicana de tecnología financiera Mexipay extendió su alianza con ACI Worldwide, compañía de tecnología de pagos globales.

La intención es mejorar el ecosistema de pagos en tiempo real en México.

Mexipay, que lleva Fabián Uribe, utilizará una de sus soluciones digitales para mejorar sus servicios de pago inmediato.

Según el último informe Prime Time for Real-Time de ACI, en 2023 se procesaron 3 mil 800 millones de pagos en tiempo real en México, lo que lo convierte en el décimo mercado más grande del mundo en este segmento.

Actualmente, ACI Worldwide impulsa 26 esquemas nacionales y panregionales de pagos en tiempo real en seis continentes -incluidas 10 infraestructuras centrales- que brindan soluciones a bancos centrales, bancos comerciales, empresas de tecnología financiera y otros proveedores de servicios de pago.

A nivel mundial, ACI cubre aproximadamente un tercio de los países que ofrecen servicios de pagos en tiempo real y llega a unas 3 mil millones de personas atendidas por diversas organizaciones, incluidos gobiernos centrales, redes de pagos, bancos, instituciones financieras y empresas de tecnología financiera.

capitanes@reforma.com

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:

<https://www.reforma.com/capitanes-2024-09-05/op277777>

Fecha de publicación: 05-09-2024