

CORONAVIRUS

EL ANTAGONISTA EN LAS EXPECTATIVAS EMPRESARIALES PARA 2021

04. BANCOS TRADICIONALES, obligados a dar el salto digital para no perder clientes

08. AMLO Y LA PANDEMIA DE CORONAVIRUS, EL DOBLE DESAFÍO PARA LA IP DE ENERGÍAS RENOVABLES

12. EXPERTOS FINANCIEROS VEN UN 2021 "MÁS NORMAL"... si la vacuna funciona

17. TURISMO LOCAL, EL CAMINO A LA REACTIVACIÓN DEL SECTOR

20. LA INDUSTRIA DE LA BICICLETA: OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO EN MEDIO DE LA CRISIS ECONÓMICA

•EDITORIAL

Adriana Rodríguez
Editora en Jefe

Alma Sánchez
Editora web

Juan García
Reportero

Erik López
Community Manager

Jorge Cortés
Redactor

•COMERCIAL

Miguel Mares
Director de Marca

Gastón López
Gerente Comercial

Mariana Guillén
Gerente de Marca

•DISEÑO

Lizbeth Coria
Diseñador Sr.

Jazmín Cruz
Diseñador Jr.

David Larios
Prod. Contenidos Digitales

•CORPORATIVO

Raúl Beyruti Sánchez
Presidente Corporativo

Daniel Caro
Gerente Contable

Armando Piedra
Director Contable y Finanzas

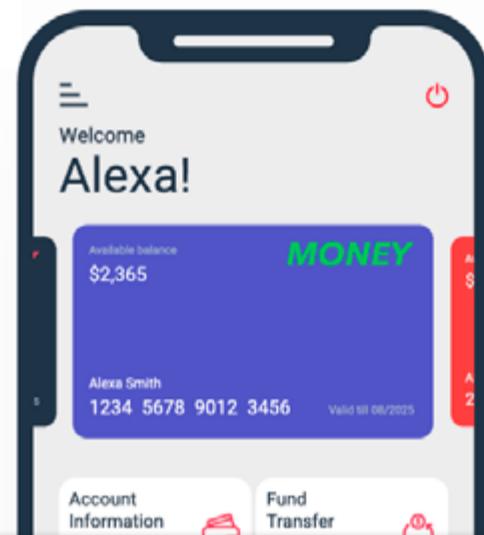
Economía hoy.mx



BANCOS TRADICIONALES

OBLIGADOS A DAR EL SALTO DIGITAL PARA NO PERDER CLIENTES

Por Adriana Rodríguez Canales



Sufrirían la deserción de más del 30% de su cartera si no se modernizan



En los últimos años, los bancos tradicionales, es decir, aquellos que siguen dependiendo de sucursales físicas para poder atender a sus clientes, han iniciado con un proceso de migración hacia la banca digital que, si bien ha sido constante, aún tiene un largo camino por recorrer, sobre todo en países como México.

Con la llegada de las denominadas Fintech -instituciones financieras que utilizan la tecnología para ofrecer sus servicios-, la banca tradicional prendió las señales de alerta y vio la necesidad de acelerar aún más su adopción de nuevos esquemas para atender a los clientes; pero sin lugar a dudas la pandemia de coronavirus y su consecuencia más

extrema, el confinamiento, vino a sacudir las últimas señales de resistencia, tanto del sector bancario como de los usuarios, para adoptar de manera definitiva la transformación digital.

De acuerdo con Edgardo Torres-Caballero, director general de Mambu para América Latina, muchos bancos grandes en México ya venían dando pasos firmes para una migración a la banca digital, pero es precisamente con la pandemia que se vuelve una situación apremiante.

“Aunque para todo el sector la pandemia fue muy sorpresiva, a las instituciones que nacieron de manera digital les ha sido mucho más fácil adaptarse e incluso pudieron desarrollar más fácilmente una estructura para que sus trabajadores

laboraran desde casa. Caso contrario fue el de los bancos tradicionales, que se encontraron ante la problemática de poder garantizar la seguridad de sus operaciones con los empleados haciendo home office”, indicó.

“Pero una vez que empezaron a operar de manera remota, no sólo observaron que permitían a sus clientes transaccionar de una manera más ágil, sino también empezaron a ver las ventajas de no operar sucursales físicas, como son los ahorros en luz, agua y otros insumos. Además vieron que esta nueva forma de operar no sólo era bien recibida por los jóvenes, que la adoptaron de manera natural, sino también por mercados que normalmente no estaban familiarizados con los canales digitales”, aseveró.

Una investigación interna de Mambu, plataforma de core banking nativa en la nube (SaaS), indica que en los próximos cinco años, **un banco con una base sólida de 5 millones de clientes podría evidenciar una deserción hacia bancos digitales de 1.49 millones de clientes** (casi uno de cada tres).

De esos desertores, el 2% anual provendrá de su base demográfica más joven, quienes están en la búsqueda constante de ofertas digitales; el 3% migrará a la competencia, y el 2% proviene de la deserción natural.

“Una pérdida potencial del 30% de la base de clientes resulta devastadora para cualquier banco y, sin embargo, éste es el costo de no hacer nada”, afirma Mambu.

La cultura del efectivo

Aunque diversas investigaciones han determinado que los billetes y monedas pueden ser un foco de infección de coronavirus, **en México las personas no han reducido el uso de efectivo durante la pandemia**, lo que deja en claro que existe un gran apego hacia el dinero físico y el reto de las instituciones financieras está en lograr que los mexicanos confíen en el dinero digital.

“Es una mezcla de los dos factores: por un lado, hay una responsabilidad de los bancos para promover la educación financiera y los beneficios que tienen los canales digitales, pero también es una realidad que en el país aún debe avanzar en la bancarización y esto depende de políticas públicas que la promuevan. La gente podría reducir el efectivo y utilizar los teléfonos móviles para pagar porque hoy hay más teléfonos móviles que personas; el vehículo para la digitalización ya existe, pero la gente no está bancarizada y no conoce los beneficios de los canales digitales”, recalzó Torres-Caballero.

Para Rafael Roncancio, director de Servicios Financieros Capgemini México y Colombia, la bancarización sigue siendo un gran lastre en el país, ya que sólo **el 40% de la población mexicana está bancarizada**, lo que limita iniciativas interesantes como la del Banco de México, el CoDi, una plataforma que utiliza la tecnología de los códigos QR y NFC para hacer pagos.

“Para muchos mexicanos, pasar del dinero físico a lo digital es como subirse

Sobre la complejidad de la migración de las instituciones hacia una banca digital, Torres-Caballero indicó que es más sencillo si se opera desde nubes públicas, como Amazon Web Services, Azure de Microsoft o Google Cloud, con plataformas abiertas que permitan diseñar arquitecturas a la medida de cada banco.

“Anteriormente, la implementación de este tipo de servicios, al tener un despliegue físico, se requerían de hasta cinco años para conformar una infraestructura. Ahora, con un servicio como el de Mambu, se puede implementar en tres meses cuando es un proyecto nuevo, y si requiere migración puede tardarse un poco más, pero siempre es por debajo del año”, señaló.

a un vehículo autónomo con los ojos vendados; así de fuerte. Por eso es necesario que las instituciones fomenten las buenas experiencias con sus clientes para ayudarlos a confiar en las alternativas digitales”, opinó Luis López, director general de frog México, un estudio de diseño e innovación que ayuda a sus clientes a convertir nuevas ideas en productos y servicios reales y útiles.

De acuerdo con Pablo Márquez, presidente Capgemini México y Colombia, la liberación de los pagos a través de WhatsApp podría ser el detonante para que más personas pierdan el miedo a las transacciones digitales.

Respecto al tema de seguridad, el representante de Mambu recalzó que todas las instituciones financieras en el mundo reciben miles de ataques de hackers todos los días y el 100% de los casos se atiende de manera efectiva.

“Evidentemente, a medida que el canal digital se vuelve el preponderante, hay nuevos retos en la materia, pero para eso tenemos la inteligencia artificial y el big data, y **las instituciones están conscientes de que es necesario invertir en esquemas de seguridad robustos**. Podría creerse que al utilizar nubes públicas habría mayores riesgos, pero debemos tener que cuenta que las empresas que respaldan estos servicios invierten miles de millones de dólares en sus infraestructuras para poder mantenerlas seguras”, indicó.

“La mayoría de los bancos ya los tienen listos, pero no los han liberado por un tema regulatorio y de ciberseguridad, pero cuando lo hagan, será un parteaguas. Por ejemplo, a raíz de la pandemia, los tenderos afianzaron su relación con los proveedores a través del WhatsApp y lo único que les falta es que puedan hacer el pago por esta vía”, indicó.

“En México, entre el 90% y el 95% de las transacciones financieras se siguen llevando a cabo con efectivo”, Rafael Roncancio, director de Servicios Financieros Capgemini México y Colombia.



Foto: Bloomberg

Avances de los medios de pagos durante la pandemia

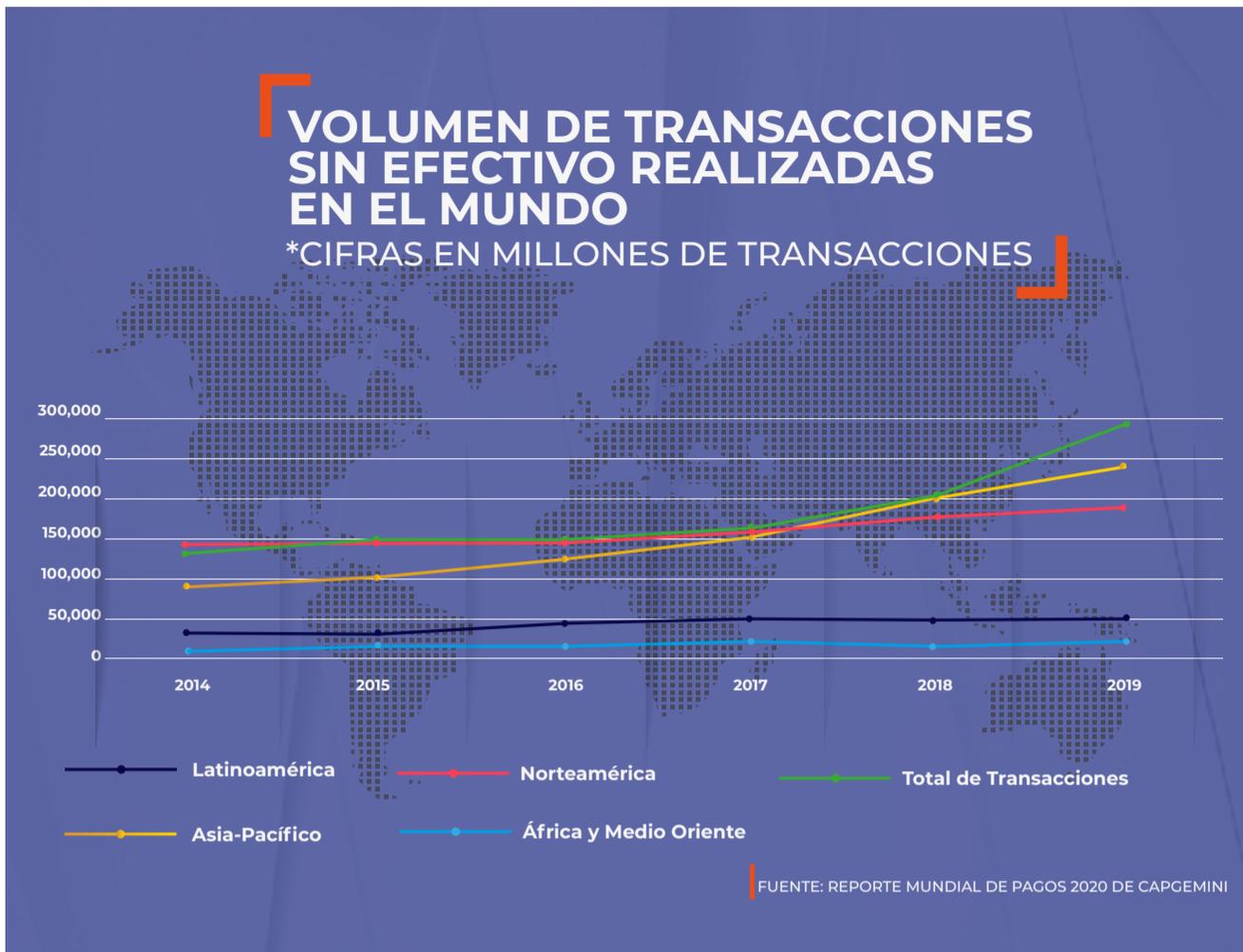
De acuerdo con el Reporte Mundial de Pagos 2020 de Capgemini, en el que participaron más de 235 especialistas de la industria financiera y 8,600 clientes de 21 países, la adopción de medios digitales para realizar transacciones de pagos ha ido en aumento.

Entre 2018 y 2019 se registraron 708,500 millones de transacciones de pago en el mundo, lo que significa un incremento de 14%. El alza estuvo impulsada por Asia (24.5%), particularmente por India y China. En el caso de América Latina, el aumento fue de 7.8%.

Para 2023, la expectativa es que los medios de pago digitales se incrementen en un 11.5%, para alcanzar el 1.1 billones de transacciones al año. Para Latinoamérica, la previsión es que crezcan 6%.

Otros resultados interesantes del estudio es que las **tarjetas de crédito siguen liderando el mercado de pagos sin efectivo, con el 72% del total**. Durante la pandemia, el uso de tarjetas sin contacto creció 32%; mientras que los denominados pagos invisibles, es decir, a través de cuentas que están ligadas a aplicaciones como Uber y Amazon, han crecido 51%.

Asimismo, el 30% de los consumidores están usando ya los servicios de pago de compañías multinacionales como Google,

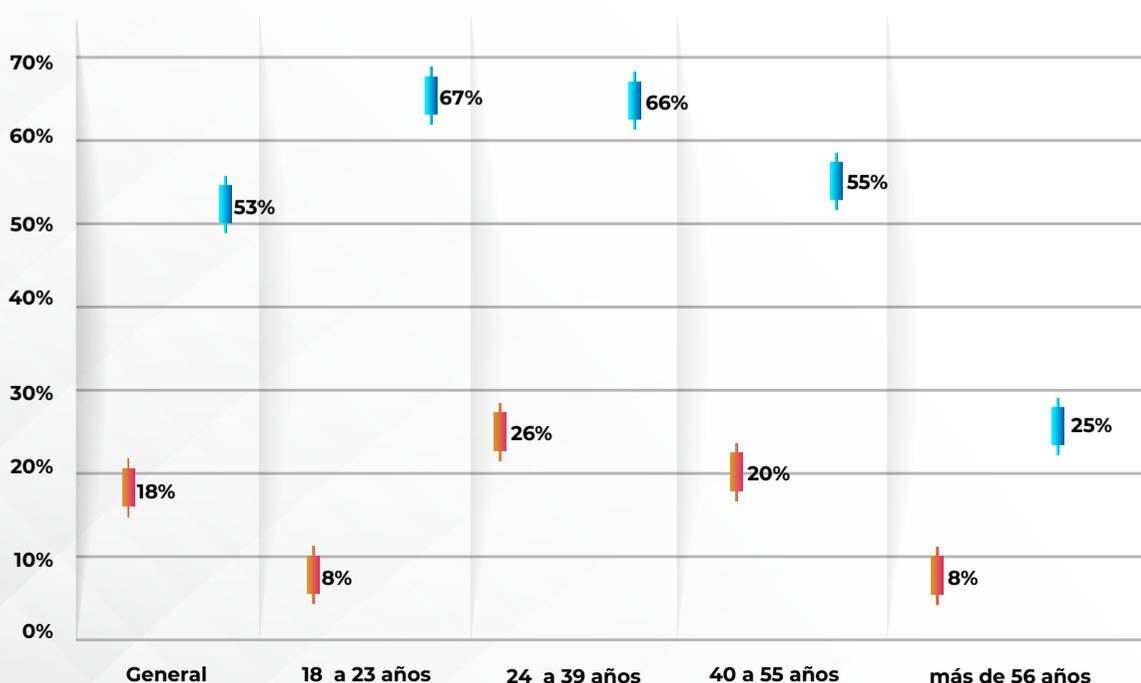


Amazon, Facebook, Apple y Alibaba, y el 50% utiliza los sistemas de neobancos.

El director de Servicios Financieros Capgemini México y Colombia señaló que durante el confinamiento, más del 38% de los usuarios de servicios digitales descubrieron un nuevo proveedor de pagos electrónicos. Sin embargo, para el 68% de los encuestados, la banca por internet y las transferencias directas continúan como el método de pago que más se utiliza.

Además, el 64% de los usuarios prefiere los pagos sin contacto y un 48% de los encuestados opta por el uso de las billeteras digitales, incluidos los pagos con código QR. Se espera que para el 2024, los usuarios de billeteras digitales se incrementen de 2,300 millones a 4,000 millones.

INCREMENTO DE MEDIOS DE PAGO DURANTE LA PANDEMIA DEL COVID-19 EN EL RETAIL



DIGITALES FÍSICOS

FUENTE: REPORTE MUNDIAL DE PAGOS 2020 DE CAPGEMINI



Asesor
Fiscal,
Jurídico
y Laboral

Es tiempo de
REGALARNOS un
MEJOR FUTURO, aprendiendo
juntos *estaremos mejor*



No te pierdas nuestras
PROMOCIONES
para esta *navidad*

CONOCE MÁS

Feliz Navidad
PRÓSPERO
AÑO NUEVO 2021

idconline.mx



IDCOnline



IDCOnline



Idconline.mx



IDCOnline



idconline

SOMOS: REVISTA • DIGITAL • MEMBRESÍAS • IDC TV • CAPACITACIÓN • CONSULTORÍA

AMLO Y LA PANDEMIA DE CORONAVIRUS

EL DOBLE DESAFÍO PARA LA IP DE ENERGÍAS RENOVABLES

Por Juan Luis García

La política energética del presidente amenaza el desarrollo del sector en México

La iniciativa privada en la industria de las energías verdes de México tuvo que enfrentar en 2020 un doble desafío, la crisis derivada de la pandemia y los cambios de reglas promovidos por el presidente Andrés Manuel López Obrador (AMLO), que ha llevado a los empresarios a promover diversos amparos ante una política energética que pone en peligro sus proyectos en el país. Sin embargo, asociaciones empresariales creen que una nueva etapa está por comenzar tras las elecciones en Estados Unidos, donde resultó ganador el demócrata Joe Biden.

"Creo que va a ser muy importante el impulso que Biden le pueda dar a las energías renovables en Estados Unidos y, sobre todo, que le pida a México respetar los acuerdos a los cuales se ha comprometido, entre ellos, el T-MEC", consideró Eduardo López, director de Solar Power México, la primera exhibición especializada en energía y tecnología solar.



El Tratado comercial entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC) garantiza que se respeten las inversiones de empresas estadounidenses en suelo mexicano, algo que podría tomar énfasis en las energías limpias durante la administración de Biden.

El demócrata **llega con la promesa de alcanzar un estándar de generación de electricidad 100% limpia en Estados Unidos**, y volver a firmar el acuerdo de París, luego de que Donald Trump sacara al país del mayor esfuerzo global para reducir las

emisiones de gases de efecto invernadero a través de, entre otras cosas, las energías limpias.

"Parte de la política actual en México es derivada de la política de la administración del presidente Trump, muy centrada en los hidrocarburos y combustibles fósiles. Creo que con el cambio de rumbo que seguramente traerá el presidente Biden ayudará a que México haga un viraje importante. Es lógico, la economía mexicana está ligada a la de Estados Unidos", dijo Daniel García Valladares, presidente de Fabricantes Mexicanos en las Energías Renovables.



2020, un año de disputas

Los cambios regulatorios como el acuerdo del Centro Nacional de Control de Energía (Cenace), que impedía a nuevas plantas ponerse en marcha al bloquear pruebas operativas; la Política de Confiabilidad de la Secretaría de Energía, que daba prioridad a las plantas públicas sobre privadas; o el alza a las tarifas del porteo verde, **han dejado un velo de incertidumbre a las inversiones del sector, pese al atractivo de México por su potencial en energías limpias.**

"El mercado de México no pierde valor ante las empresas internacionales; sin embargo, ellos en este momento tienen una incertidumbre muy alta para continuar estas inversiones", dijo Eduardo López.

La pérdida de inversiones en el país en los últimos tres años ya es una realidad. En junio la Plataforma México, Clima y Energía calculó que **México ha perdido 12,000 millones de dólares en dicho periodo**, principalmente porque en 2018 y 2019 no hubo convocatoria para subastas de energía eléctrica de largo plazo y a la cancelación de dos megalíneas de transmisión: del Istmo de Tehuantepec al centro y de Baja California con el resto del país.

Las nuevas disposiciones del gobierno federal han trastocado la reforma energética aprobada en el 2013, comentó Sebastián Ramírez, vicepresidente del Consejo Directivo de la Asociación Mexicana de la Industria Fotovoltaica (AMIF).

Recalcó que **existe un riesgo de que las empresas productivas del Estado no resulten competitivas contra las privadas** y el país aún debe procurar la generación de energía a bajo costo para incentivar las fuerzas productoras de la economía, sostuvo Ramírez.

"Yo entiendo que lo que más conviene a los mexicanos es tener energía muy barata, porque cada quien hace lo que quiera con esa energía barata... Es un beneficio para todos, y a nivel competitivo internacional es vital, porque entran más dólares a México por producir camiones y autos que por vender petróleo, pero si incrementas el costo de la energía eléctrica, pues perdemos competitividad industrial", dijo Ramírez.

Políticas con freno

La suspensión en diciembre del 2019 a los cambios en las reglas del juego de los Certificados de Energías Limpias (CELs) fue la primera señal de una seguidilla de suspensiones a las decisiones del gobierno federal.

Ramírez comentó que con **este cambio se quitó un aliciente para construir nuevas plantas de generación de energías limpias**, al dotar a viejas plantas de la Comisión Federal de Electricidad (CFE) de la capacidad para colocar CELs en el mercado, esto pese a que la reforma energética del 2013 estableció que esta facultad sería para aquellas plantas eléctricas de energías limpias que inicien operaciones a partir del 11 de agosto de 2014.

Más tarde, en julio de este año el Juzgado Segundo Especializado en Competencia Económica con sede en la Ciudad de México decidió suspender temporalmente el alza de 800% a las tarifas por el servicio de transmisión de energía que las plantas de energía verde debían pagar a la Comisión Federal de Electricidad (CFE).

Las políticas de la Secretaría de Energía (Sener) dieron marcha atrás gracias al

Poder Judicial. En septiembre un juez concedió a la organización Greenpeace una suspensión definitiva contra el programa sectorial derivado del Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024 de la Sener, que **basa el desarrollo nacional en los combustibles fósiles**.

Un mes antes la organización ambiental también había ganado una suspensión definitiva a la Política de Confiabilidad de la Sener y al acuerdo sobre la Cenace. De esta manera, los proyectos de energías renovables podrían continuar en el país gracias a estas suspensiones.

Buscan nuevos dominios

Sectores que antes no estaban en la mira para ser regulados, como por ejemplo el de la generación distribuida -aquella que se vale de paneles solares en el techo de las casas-, fueron amenazadas con la Política de Confiabilidad.

"En generación distribuida, lo que nosotros vemos es que sí nos metieron en algunos deseos de control, que no se me hacen tan malos. Por ejemplo, hay algunas provisiones en la Política de Confiabilidad de que en un futuro la CFE pueda interactuar directamente con los inversionistas de los techos, para pedirles

que entren o salgan de línea. O sea, literalmente que la CFE pueda regular los techos, y si hay demasiada energía en la red, pedirles que no se metan y que no produzcan más. Eso se hace en California o Hawái", explicó Ramírez.

Sin embargo, en un clima de incertidumbre hay quienes temen que el gobierno utilizará estos controles para impedir que se produzca todo el tiempo energía solar sobre los techos, lo que podría afectar los financiamientos que recibe este sector, agregó

"El que te presta el dinero sospecha que los números que le propones de producción en 5, 10 o 15 años pudieran variar si el gobierno o la CFE es capaz de apagar tu sistema varios días o a diario", indicó.



Foto: Bloomberg

Energías verdes en aumento

Pese a la turbulencia legal, **las energías renovables no han sufrido retrocesos en sus niveles de generación durante la administración del presidente López Obrador**, de acuerdo con datos del Centro Nacional del Control de Energía.

La generación de energía eólica en octubre del presente año creció 3% más en relación a enero del 2019, cuando inició la presente administración federal. Siguiendo la comparación de ambos periodos, la energía hidroeléctrica creció 58.8% y la energía solar tuvo un incremento de 214%; en tanto que la de biomasa ha disminuido en 93% y la geotérmica bajó 22.6%.

ENERGÍA RENOVABLE GENERADA (MWh)						FUENTE: CENACE
TIPO DE ENERGÍA	EÓLICA	SOLAR	HIDROELÉCTRICA	BIOMASA	GEOTÉRMICA	
ENERO 2019	1,653,541	415,169	1,551,683	415,169	439,921	
ENERO 2020	1,703,438	1,304,938	2,464,979	1,304,938	340,072	

Se necesita un diálogo

Las disputas legales están lejos de cesar, coincidieron entrevistados por Economía Hoy. **El 2021 estará marcado por una continuación de batallas legales**, y a las suspensiones definitivas les pueden seguir apelaciones por parte del gobierno federal en tribunales de circuito, una instancia mayor.

El sector de las energías verdes necesita entablar un diálogo con las autoridades que derive en puntos de acuerdo, dijo Ramírez. "La reforma energética es un producto que hicimos los mexicanos que es gris y se puede mejorar, pero si hay un bando que lo ve blanco y otro negro, no podemos dialogar y el país necesita que dialoguemos", concluyó.





ENTREVISTA a tu **CEO**

¿QUE INCLUYE?

ECONOMÍA HOY

- Entrevista completa escrita y en audio
- Medios de comunicación para dar salida:
 - Periódico digital
 - Artículo en Sitio Web
 - Infoflash (mailing a Base de datos)
 - Redes sociales



- 1 Banner en Idc online
- 1 Anuncio en revista
- 1 Envío a base de datos
- Video de tu marca en el intro de 1 seminario

Te *ayudamos* a
CONSOLIDARTE
en **medios**



MÁS INFORMACIÓN
AQUÍ



EXPERTOS FINANCIEROS VEN UN 2021 "MÁS NORMAL" ...

SI LA VACUNA FUNCIONA

Por Jorge Luis Cortés



Aspectos como los asuntos políticos en México y EU también podrían influir en el mercado

¿Es momento de salir de casa y empezar a consumir? ¿El negocio que emprendí durante la pandemia tiene oportunidad de seguir a flote? ¿Resistirme a cerrar mi empresa pese a la crisis financiera me dará recompensas al final?

El surgimiento del coronavirus nos ha llenado de dudas en el terreno económico, financiero y empresarial, pero de acuerdo con expertos, podemos empezar a pensar positivo, porque anuncios como los avances de las vacunas contra la covid-19 **llevan a suponer que el 2021 será "más normal"** o menos peor que el momento por el que atravesamos actualmente.

A inicios de noviembre, cuando Pfizer anunció que su vacuna podría contar con alrededor de 90% de efectividad (porcentaje que fue incrementándose en los días siguientes), los mercados dieron indicios de que la situación económica del mundo podría reactivarse.

Y eso no pasó desapercibido para Aaron Vickery ni para María Bonilla, directivos de Acuma deVere -consultoría financiera independiente con un manejo de más de 12 billones de dólares y unos 800,000 clientes en 100 países- quienes sostienen que **el panorama económico para 2021 podría mejorar si las vacunas anticovid llegan a buen puerto.**

"El mercado absorbe toda la información, pero es importante que los inversionistas recuerden que el mercado se adelanta a los datos", señala María Bonilla, administradora de patrimonio de la compañía, en entrevista para Economía Hoy.

"No todo depende de la vacuna, pero es un tema global, ya que todos están esperando regresar a sus vidas normales", comparte Aaron Vickery, líder en América Latina de Acuma deVere, haciendo mención al logro de Pfizer.

Pfizer lidera uno de los 11 proyectos de vacuna que están en la fase tres de ensayos clínicos en humanos, que es la última etapa antes de que las autoridades sanitarias confirmen una fórmula contra el covid-19, según el criterio de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Los otros 10 proyectos pertenecen a Moderna, Sinovac, Sinopharm (cuenta con dos proyectos), Bharat Biotech, AstraZeneca (aliada de la Universidad de Oxford), Johnson & Johnson (que lanzó dos ensayos clínicos), CanSino Biological, el Centro de Investigaciones en Epidemiología Gamaleya (dueña de la popular vacuna rusa Sputnik V), Novavax y CureVac.

"Mucho del impulso positivo de la vacuna se basa también en que tan rápido puedan

producirla, distribuirla y tenerla lista para todo el mundo", advierte Vickery.

Para estos expertos financieros, un elemento que puede medir el éxito de la fórmula que sea elegida para enfrentar al coronavirus es la vacuna contra la influenza que se aplica año con año y que, aunque puede variar, brinda entre un 40% y 60% de efectividad.

María Bonilla explica entonces que el hecho de que Pfizer reporte una efectividad de entre 90% y 95% en su proyecto contra el coronavirus "es un salto gigantesco", que ya provocó cambios destacados en los mercados.

Cuando Pfizer hace este anuncio, el mercado inmediatamente se voltea: las acciones de las empresas de tecnología, las grandes generadoras de valor este año, no tuvieron un buen comportamiento y las que mostraron un buen desempeño fueron todas esas empresas que no tuvieron un buen año 2020", rememora María Bonilla. "Lo que el mercado nos está diciendo es 'prepárense para un 2021 un poco más normal", reiteró.

EFICACIA REPORTADA EN LAS Vacunas ANTICOID

Moderna	Entre 94.1% a 100%
Pfizer	Entre 90% y 95%
AstraZeneca	70%
Sputnik V	95%
Sinovac	Sin efectividad estimada
Sinopharm	100% estimado
Bharat Biotech	60%
CanSino Biological	97%
Johnson & Johnson	Sin efectividad estimada
Novavax	Sin efectividad estimada
CureVac	Sin efectividad estimada



Foto: Reuters

"Nunca vamos a volver a la vida que teníamos antes, debemos aprender a vivir en una nueva normalidad que implica aprender a vivir con un agente infeccioso",

decía en mayo Hugo López-Gatell, subsecretario de Prevención y Promoción de la Salud de México, sin embargo, la predicción del principal rostro de la estrategia gubernamental contra la pandemia no es compartida del todo por Aaron Vickery, quien cree que las personas olvidan "todo muy rápido" **y poco a poco irán abandonando los hábitos que el coronavirus nos trajo.**

El líder en América Latina de Acuma deVere resaltó que las calles, los centros comerciales y otros comercios ya empiezan a ser más visitados, lo que indica que aún sin vacuna, **las personas ya están en proceso de buscar retomar su rutina prepandemia.**

"Posiblemente vamos a regresar a una nueva normalidad, no como la de 2020, con muchos temas de tecnología y de teletrabajo, pero vamos a volver a viajar, a los restaurantes, a los hoteles...", opina María Bonilla.

El efecto Estados Unidos

En octubre, Martha Delgado, subsecretaria de Asuntos Multilaterales y Derechos Humanos de la Secretaría de Relaciones

Exteriores, declaró que el gobierno de México debe apresurarse para vacunar a su población a la par que Estados Unidos, su principal socio comercial, porque "el peor escenario para México es que nuestros vecinos tengan una campaña de vacunación cuatro meses antes que México, **y haya un tema de fronteras cerradas porque en México no haya una campaña de vacunación.**"

"Nosotros tenemos que ir alineando regionalmente estos procesos", destacó Delgado. "Si pensamos que podríamos empezar a recibir vacunas en diciembre, quizás también podríamos empezar una campaña de vacunación en enero o febrero", añadió.

El posicionamiento de Delgado fue compartido días después por el secretario de Relaciones Exteriores, Marcelo Ebrard, quien afirmó que con los convenios que nuestro país ha firmado para hacerse de vacunas, "queda así, a la par que Estados Unidos y la Unión Europea; llegaremos al mismo tiempo para tener la vacuna contra el covid-19".

"Hay más negocios entre México y Estados Unidos que con cualquier otro país, es un mercado muy importante y esto nunca va a cambiar", destaca Aaron Vickery, quien también indica que la estabilidad en el país vecino "ayuda mucho, especialmente de este lado del mundo".

Aunque Donald Trump, actual presidente de Estados Unidos, ha demostrado que no quiere dejar la Casa Blanca para dar

paso al casi confirmado Joe Biden, en Acuma deVere no creen que este conflicto político pueda pegar negativamente al sector financiero; sin embargo, indican que **serán las decisiones del próximo gobierno estadounidense de las que hay que estar al pendiente.**

"Los inversionistas están ansiosos por ver qué tan agresivo es Joe Biden con sus reformas fiscales y cuál será el rumbo por el que decida llevar a la economía de Estados Unidos", considera Vickery.

No obstante, el experto financiero, que **prevé un crecimiento de doble dígito para los mercados de valores de aquella nación**, recuerda que el equilibrio de poder en el Senado de Estados Unidos podría frenar muchas de las reformas fiscales del gobierno demócrata.

El líder en América Latina de Acuma deVere también invita a **estar al pendiente de las bajas tasas de interés de la Reserva Federal (Fed)**, que podrían mantenerse hasta registrarse aumentos consistentes en la inflación, y en la posible aprobación de un paquete de estímulos que ayude a enfrentar la crisis económica.

En México también tendremos nuestra dosis de adrenalina

En nuestro país, **los mercados también estarán al pendiente de los comicios de 2021**, proceso electoral con el que se conformará una nueva Cámara de Diputados mediante la elección de

300 legisladores por el principio de mayoría relativa y 200 de representación proporcional.

Partidos políticos de oposición han advertido sin tapujos que su objetivo es quitarle el control de la Cámara de San Lázaro a Morena, el partido del presidente Andrés Manuel López Obrador (AMLO), y a sus aliados.

En 2021 también se elegirán 15 gubernaturas, se renovarán 30 congresos locales y estarán en juego 1,900 ayuntamientos y juntas municipales.

Al respecto, María Bonilla señala que vivimos en un mundo en el que se han llevado a cabo elecciones con resultados inesperados durante los últimos cinco años, y que Latinoamérica es una región en la que se siguen registrando temas y movimientos políticos con alta turbulencia y volatilidad.

"Creo en Latinoamérica, creo que es una de las regiones que se va a recuperar de una manera muy fuerte, y cuando Estados Unidos empiece a consumir más, México va a verse muy beneficiado", prevé Bonilla.

No obstante, la experta financiera cree que **una persona con negocios en México y con la mayor parte de su ingreso en pesos y otras monedas latinoamericanas debe diversificar su riesgo**, toda vez que las divisas de la región "lastimosamente están expuestas a fluctuaciones que dependen de movimientos que no están en control del gobierno ni del banco central mexicano (como las posturas de la Fed en Estados Unidos y el comportamiento del coronavirus en el mundo)".

"Vamos a seguir teniendo eventos disruptivos; puede que superemos el coronavirus, puede que superemos el tema de las elecciones en Estados Unidos, pero la volatilidad no se va a superar y va a seguir siendo algo normal", opina Bonilla.

Sobre las protestas de opositores al gobierno de México que afirman que con sus posturas y decisiones la administración de AMLO ahuyenta a la inversión, la asesora financiera recuerda que "el mundo actual es un mundo muy complicado porque está lleno de información, que viene del rumor, que no viene realmente de hechos, sino que viene de una idealización e información que realmente está hecha para cada una de las personas".

"La información que yo recibo en Twitter y la que tú recibes en Twitter es absolutamente diferente y está muy ligada hacia lo que nosotros queremos leer, entonces, realmente **no se ve en México ese cierre a las empresas internacionales, todo lo contrario**", señala Bonilla, quien ve como un aspecto positivo la aplicación del nuevo tratado comercial entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC).

"México sigue siendo la economía más importante de América Latina; cuando nos miran a los latinoamericanos, lo primero que hacen es mirar a México", celebra la experta de Acuma deVere.

Agrega que **México sigue siendo uno de los países en el mundo más abiertos a la inversión internacional**, con mejores condiciones para atraer a nuevas empresas y hacer contrataciones. "Si México se cerrara al comercio internacional, no estaríamos viendo un tipo de cambio de entre 20 y 21 dólares por dólar."

La asesora financiera advierte que, ante la polarización de la sociedad en el mundo, las personas están expuestas a ser manipuladas y a tomar decisiones basadas en sentimientos y no en los hechos, por lo

que hay que tener cuidado para no llevar a cabo acciones que no estén a favor del desarrollo tanto del país como de nosotros mismos, como lo son dejarse dominar por el miedo, aplazar decisiones de inversión y no aprovechar los momentos para ampliar nuestras empresas.

"Estamos en un momento en el que debemos concentrarnos en crecer y en impulsar a la región", dice Bonilla. "El reto más grande que tienen los gobernantes es no caer en el juego de la polarización y gobernar para todos porque al final estamos en el mismo barco."



Foto: Bloomberg

Ya abrí mi negocio, ¿es hora de buscar ayuda profesional?

La crisis del coronavirus en México llevó a muchas personas a emprender, ya que aunque el dinero no seguía corriendo como normalmente hacía, la necesidad de llevar comida a la mesa no desaparecía.

14

"México es un país muy empresarial, todos tienen sus ideas para iniciar una empresa; es muy fácil iniciar un negocio aquí, y eso es algo que me gusta mucho de México", reconoció Aaron Vickery.

Sin embargo, el experto advierte que antes de abrir un negocio o expandir el que ya se tiene, las personas tienen que ahorrar y tener en orden la situación fiscal de las compañías, así como la personal.

¿Y por qué habría que considerar buscar la ayuda de asesores financieros? María Bonilla dice que "muchas veces las personas piensan 'no, yo puedo hacer todo solo' y realmente yo he aprendido, y lo que el tiempo me ha demostrado, es que uno no tiene que hacer todo y que si yo soy un empresario que ha formado su carrera en una industria, debo seguir haciendo lo que sé a hacer y estar consciente que construir un conocimiento en finanzas es algo que toma tiempo. Yo llevo 10 años en finanzas y todavía, lo digo muy tranquilamente, no me las sé todas".

Bonilla advierte que muchas veces **los empresarios que deciden manejar sus propias finanzas descuidan su trabajo principal** "que es ser empresarios y aportar al fortalecimiento de su empresa y de su país".

Un asesor financiero, concuerdan los dos especialistas, está conectado todo el tiempo a las noticias y al mercado, lo que permite, junto a su experiencia, llevar a sus clientes a tomar las mejores opciones.



Foto: EFE

MUNDO EJECUTIVO TV

Conoce la nueva programación



Donde los empresarios
comparten sus
secretos al éxito



77 de .izzi!



Mundo Ejecutivo



Mundo Ejecutivo



Mundo Ejecutivo TV



mundoejecutivo



Grupo Mundo Ejecutivo

www.mundoejecutivo.com.mx

TURISMO LOCAL

el camino a la reactivación del sector

Por Alma Sánchez



Foto: Reuters

La derrama turística en México se ha desplomado un 48.5%

Uno de los sectores que vive el fuerte impacto de la pandemia de coronavirus es el turismo, ya que una de las principales medidas para evitar la propagación fue el cierre de fronteras y las restricciones de movilidad aérea en gran parte de los destinos, paralizando actividades en todo el mundo.

En México, la llegada de visitantes extranjeros cayó un 69.4% hasta agosto, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi); a su vez, la derrama económica por este concepto disminuyó 48.5% en el primer semestre del año, respecto al mismo periodo de 2019, de acuerdo con la Secretaría de Turismo. En el mundo, durante la primera mitad del año dejaron de viajar 440 millones de turistas, esto de acuerdo con las estimaciones de la Organización Mundial del Turismo.

Rumbo al cierre de 2020, la perspectiva para el turismo parece estar viendo la luz, a pesar de las segundas olas de covid-19 que azotan al mundo, y que en México la propagación del virus no ha cedido, llevando a varias entidades a reconsiderar el retorno a semáforo rojo. Un ejemplo

es la Ciudad de México, que se mantiene en naranja, pero que ha reactivado restricciones en sectores y lugares donde se conglomeran la población.

En otros estados, como San Luis Potosí, ya se habla de la reactivación turística, de la apertura de parajes y de ocupación hotelera al 50%, todo con respeto a los protocolos sanitarios y atención a las alertas de la Secretaría de Salud.

“Mientras no haya una vacuna tenemos que cuidar que los protocolos se lleven a cabo al pie de la letra y que toda la industria nos sumemos a tener esa conciencia”,

dice Rosa María Gutiérrez, coordinadora del departamento de Promoción Turística de Sectur San Luis Potosí en entrevista para Economía Hoy. “Esto funcionará para que las cosas fluyan”, agrega.



Foto: Reuters

Hay optimismo por la reactivación a finales de año

“En Despegar estamos apuntando a que el interés y la motivación por viajar sigan impulsando la recuperación del sector turístico, así es como lo hemos visto en las últimas semanas, incluyendo el Buen Fin”, comenta Alejandro Calligaris, country manager de Despegar en México. “Hasta ahora, **más del 50% de las reservaciones corresponden a viajes en la primera semana de diciembre y la segunda de enero**. De esta manera vemos que hay un gran interés por planificar los viajes para el final del año.”

Para Despegar, **los destinos que más apuntalan a la reactivación para los siguientes meses son aquellos de playa**, como Cancún, Riviera Maya, Tulum, Huatulco y Acapulco. Sin embargo, en San Luis Potosí se invita a pasar la temporada navideña en sus Pueblos Mágicos, como Real de Catorce, destino en el que tiende a nevar en diciembre y enero.

“Se están permitiendo actividades al aire libre y parajes donde no se concentra tanto la gente. Es importante que si planean viajar estén monitoreando los parajes que están abiertos y cerrados”, comenta Rosa María.

Turismo local

“**Los viajes a destinos nacionales se perfilan como los favoritos para el 2021**”, asegura Alejandro Calligaris. Agrega que se trata de “un comportamiento que se dará en toda la región y que ayudará a la

reactivación económica de los países”.

La funcionaria potosina concuerda con el directivo de Despegar. En el caso de los destinos del Bajío mexicano, seis entidades han firmado en agosto el Pacto Centro Occidente por el Turismo, una campaña de viaje en corto. “Estos seis estados nos hemos aliado en integrar información y una campaña conjunta para todos aquellos que quieran agarrar su auto y hacer una escapadita a visitar estos estados del centro de la República, como Querétaro, Aguascalientes, Zacatecas, San Luis Potosí, Jalisco y Guanajuato”, comenta.

Entre los seis estados suman 32 Pueblos Mágicos, destinos nacionales para visitar. “Entre los seis (estados) estamos concentramos 22 millones de habitantes, prácticamente si entre nosotros viajamos la reactivación del turismo va a ser interesante”, expone Rosa María Gutiérrez.

“El turismo se está adaptando a la nueva realidad, y con las medidas adecuadas, la gente seguirá viajando y disfrutando de nuevas experiencias”, asegura Calligaris. “Los viajes en familia serán una de las principales tendencias en el turismo pospandemia. De acuerdo con un estudio que realizamos en Despegar, **cerca del 40% de los viajeros mexicanos hará su primer viaje pospandemia a destinos nacionales con sus hijos y pareja.**”

Rosa María recomienda que cuando el turista se decida a viajar se informe de la situación del destino, que consulte la apertura o cierre de parajes y que se contrate a guías certificados para lograr

experiencias seguras. Alejandro, por su parte, recomienda y exalta la necesidad de optar por viajes a la medida, seguros y flexibles, el mejor financiamiento y acompañamiento en todo momento.

Vienen meses complicados por los cambios de temperaturas; sin embargo, en el caso de San Luis Potosí, “creemos que una vez que el clima se caliente un poco más para Semana Santa esperamos tener más movilidad y las cosas estén más controladas”, dice la coordinadora del departamento de Promoción Turística de ese estado.

El turista en México seguirá mirando primero a los destinos nacionales, lo que es una buena noticia para los Pueblos Mágicos, que celebra a inicios de diciembre, en versión digital desde San Luis Potosí, su Tianguis Turístico, en el que se hará promoción a los 120 puntos del programa federal Pueblos Mágicos. Luego, resaltan, de acuerdo al country manager de Despegar en México, los productos y servicios turísticos que cuentan con políticas flexibles.

La reactivación del sector turismo no sólo es la apertura de destinos, hoteles y restaurantes, o la reactivación de vuelos. Aunque el turismo es una de las industrias más afectadas por la pandemia, **Despegar resalta la importancia de cuidar la salud y la seguridad de empleados, no sólo de los viajeros**; y apoyar las nuevas necesidades de los turistas.

DESTINOS

INTERNACIONALES

CON MEJORES EXPECTATIVAS DE VISITAS

- ✈ Nueva York
- ✈ Las Vegas
- ✈ Los Ángeles
- ✈ Miami
- ✈ Chicago
- ✈ Houston
- ✈ Madrid
- ✈ Buenos Aires
- ✈ Bogotá
- ✈ París

DESTINOS

DOMÉSTICOS

CON MEJORES EXPECTATIVAS DE VISITAS

- ✈ Cancún
- ✈ Ciudad de México
- ✈ Puerto Vallarta
- ✈ Guadalajara
- ✈ Monterrey
- ✈ Tijuana
- ✈ San José del Cabo
- ✈ Playa del Carmen





18

**VIVE EL
PLACER
DE LA
GASTRONOMÍA**

G GOURMET
DE MÉXICO

 REVISTAGOURMETDEMEXICO  @GOURMETDEMEXICO  @GOURMETDEMEXICO

 GINmedia

Busca nuestra edición digital en

 reades

Economía hoy.mx

LA INDUSTRIA DE LA BICICLETA:

OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO EN MEDIO DE LA CRISIS ECONÓMICA

Por Erik López

La venta de bicicletas en México se dispara un 30%

Pocos son los sectores que pueden darse lujo de salir sin pérdidas de una crisis económica tan demoledora como la que trajo consigo el nuevo coronavirus, y aún son menos los que terminan ganando en una época de “vacas flacas”. Sin embargo, este es el caso de la industria del ciclismo, que no sólo se ha mantenido a flote en 2020, sino que tiene todo para crecer exponencialmente y consolidarse en 2021.

Así lo ve Agustín Martínez Moterrubio, fundador y actual presidente de Bicitekas, quien asegura en entrevista exclusiva para Economía Hoy que a pesar de la “penosa y triste” situación por la que están pasando miles de personas, **la crisis del covid-19 ha sido una gran oportunidad para impulsar la agenda de la movilidad sustentable en el país** y la coyuntura perfecta para que cientos de comercios hagan crecer sus ventas.

“Lo que notamos es un incremento en el número de usuarios de bicicletas por la urgente necesidad de encontrar un medio de transporte seguro que les permita mantener una sana distancia y evitar contagios mientras se transportan a su trabajo o domicilio”, afirma el activista.

Y es que después de que el semáforo epidemiológico de riesgo covid-19 cambiará a naranja o amarillo en varios estados del país, **la venta de bicicletas se disparó casi un 30%** y la manufactura de estos vehículos se encuentra en números no vistos en ocho años.

Tan sólo en agosto de 2020, se manufacturaron más de 111,000 bicicletas en México, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Esto



Foto: Reuters

representa un incremento en la producción del 21% anual y el volumen más grande de bicicletas fabricadas en un octavo mes del año desde 2012.

“En todo el mundo ha crecido la demanda de bicicletas. Tan sólo en Estados Unidos la venta de bicis aumentó en un 50%, y eso se está reflejando en México”, comenta Martínez quien recuerda que demanda por estos vehículos ha sido tal que en junio y julio había desabasto de refacciones y unidades en todo el país.

“Entre la búsqueda de un nuevo medio de transporte, la falta de producción en China y el cierre de fábricas durante varios meses, vivimos unos escasos de bicicletas muy grande”, explica.

Pero este crecimiento no se detendrá en 2020, dice el presidente de Bicitekas, y lanza cifras optimistas para el sector. Augura un crecimiento a doble dígito para

la industria de dos ruedas para el próximo año “de hasta el 70 o 75% si todo sigue como hasta ahora”.

“Nosotros hemos recibido muchas solicitudes de personas que quieren comprar bicicletas, te podría decir que hasta un 60% de las que recibíamos en 2019”, añade.

El renacimiento del ciclismo también ha beneficiado a los pequeños comercios y locales de bicicletas, quienes han visto cómo sus bodegas se quedaban vacías ante la demanda de este artículo.

“Mucha gente ha optado por comprar su bici y usarla como medio de transporte para ir al trabajo, para pasear, para estar activo”, dice Valentín Nájera, dueño de una tienda de bicicletas ubicada en San Pablo, en el centro de la Ciudad de México. “Ha habido un aumento en las ventas desde que estalló la pandemia”.

Pero el crecimiento en las ventas no sólo se refleja en estos negocios físicos. La búsqueda de bicis en tiendas online también se ha disparado al grado de que Mercado Libre registró en dos meses más de 1.8 millones de búsquedas con la palabra “bicicleta” dentro de su plataforma. Esto equivale a más de 30,000 rastreos del término al día.

Google Maps también ha sido testigo de este crecimiento y afirmó en un comunicado que las búsquedas de rutas para bicicleta en su plataforma dieron un salto de un 69% “alcanzando un máximo histórico en junio de 2020”.

“Estamos rebasados en solicitudes”, insiste Agustín Martínez, quien también encabeza junto a varios integrantes de Bicitekas un proyecto de bicicletas públicas para la alcaldía Azcapotzalco en la capital del país. “Tenemos más registros de usuarios que bicicletas disponibles”, asegura.



No todo es miel sobre hojuelas

Pero esta realidad no ha alcanzado a todas las plataformas de bicis públicas. Tal es el caso de Mobike, una empresa que ya venía de capa caída por las fuertes regulaciones a este tipo de servicios por parte de la Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México (Semovi) y que está siendo fuertemente golpeada por la crisis de coronavirus.

“El 2020 ha sido un año complicadísimo para Mobike. Nuestras cifras, ventas y usuarios se han reducido dramáticamente. Para nosotros ha sido muy complejo,

prácticamente estamos subsistiendo gracias a los usuarios que ha sido fieles a la marca desde un principio”, se lamenta René Ojeda, director de Mobike México.

El empresario compartió para Economía Hoy las cifras que ilustran el viacrucis que ha sorteado la empresa durante ya casi dos años y que se ha recrudecido con la llegada de la pandemia.

“Comparativamente en enero de 2019 Mobike estaba realizando 22,000 viajes diarios. En enero de 2020 debido al golpe que tuvimos con la regulación nos encontrábamos en los 15,000 o 16,000

viajes diarios, y después de la pandemia y en estos momentos nos encontramos muy cerca de los 8,000 viajes al día”.

René Ojeda no ve una luz al final del túnel en 2021 y asegura que si el gobierno no apoya con subsidios a este tipo de empresas, es muy difícil que puedan subsistir. “Esperamos que las autoridades federales, estatales y municipales se dé un entendimiento mucho más agresivo a la inversión que se puede hacer en estos sistemas, para que no sólo inviertan en proyectos como Ecobici, sino que también amplíen ese subsidio a otras empresas de transporte”, pide.

El director de Mobike afirma que **apoyar a este tipo de empresas se reduce el riesgo de contagio y ayuda a la ciudadanía a mantener la sana distancia.** “(Para 2021) esperamos que la empresa pueda subsistir. Están surgiendo algunos esfuerzos interesantes en Nuevo León y hay varios alcaldes que están interesados en nuestros servicios en todo el país”, dice más esperanzado que convencido.

La crisis del covid-19 ha sido una gran oportunidad para impulsar la agenda de la movilidad sustentable en el país.



Foto: Reuters

OPEN

EL NUEVO ORDEN

EL NUEVO ORDEN

 RevistaOpen

 RevistaOpen

 RevistaOpen

 RevistaOpen

 GINmedia

Busca nuestra edición digital en  reades