

Negocios,
negocios...

Leticia Hernández M.



Innovación para diferenciar sus neumáticos

La industria llantera enfrenta retos como costos cada vez más altos y competencia más aguda, a los que Goodyear enfrenta con innovación enfocada a la sustentabilidad, seguridad y electrónica, para avanzar en el mercado.

Su trabajo en la generación de fuentes alternativas de materia prima dio como resultado la llanta de Bioisopreno, compuesta por una porción de biomasa. En el tema de economía en el uso de combustible, FuelMax y Duraplus elevan el rendimiento por kilómetro.

“Las ventas van creciendo y con la introducción de estos nuevos productos ampliamos el portafolios para abarcar más mercado”, señaló Alejandro Huard, director de mercadotecnia para México.

En México, donde según el directivo “participan cientos de marcas”, el principal mercado para Goodyear es el de reemplazo, aunque también participa en el original.

En 2001 la marca dejó de producir en México; sin embargo, “Goodyear tiene una plataforma global, se traen los neumáticos desde cualquier sitio y tenemos un centro de distribución grande que garantiza el suministro”.

En el primer trimestre de este año, The Goodyear Tire & Rubber Co., vendió 44 millones de llantas; en Latinoamérica colocó 5.1 millones, con un incremento de 21 por ciento.

Reebok

Detona ventas, línea de calzado para tonificar músculos

Con la promesa de esculpir músculos, pantorrillas y glúteos de quien los usa, la línea de calzado “EasyTone” de Reebok logró vender cinco millones de pares en Estados Unidos y a la marca le generó ingresos no vistos al menos en una década.

Este calzado reubicó a Reebok en los primeros lugares con ingresos de 500 millones de dólares en ventas minoristas y 250 millones de dólares en ventas al ma-

yoreo en Estados Unidos. En países como México, se agotó a las dos semanas de su arribo y hay lista de espera para que las departamentales reciban el producto.

Para la marca estadounidense, adquirida hace cuatro años por la europea Adidas Salomon, hay un plan de negocio de cinco años con acciones estratégicas como la colaboración del diseñador Giorgio Armani para la colección EA7.

Entre las innovaciones de Reebok que llegarán al mercado está el calzado “ZigTech”, con un diseño enfocado a los corredores.

En 2009 las ventas de calzado para correr —utilizado por corredores— crecieron en Estados Unidos y los cinco grandes de Europa en 1.3 y 2.5 por ciento, en tanto que las de calzado para correr —utilizado para el ocio— cayeron 1.8 y 10.2 por ciento, en cada mercado, según The NPD Group.



Crecimiento de hasta 15% en vivienda turística

La vivienda turística en México podría tener una recuperación del 10 al 15 por ciento en el segundo semestre del año, luego de la caída del 70 por ciento en 2009, según Coldwell Banker.

José Castañeda, director de desarrollo y consultoría de la firma de corretaje inmobiliario, destacó que si bien habrá un ascenso en el mercado de la vivienda turística, la inseguridad continúa impactando al sector inmobiliario como en los casos de Acapulco, Cuernavaca y Tampico, en donde hay un descenso en la venta y renta de bienes inmuebles en los últimos meses.

Detalló que existe una mezcla de inversionistas nacionales y extranjeros que se han asociado para seguir incentivando la vivienda en zonas como Mazatlán, Puerto Vallarta, Los Cabos y Nayarit, principalmente, además de que los empresarios españoles mantienen su interés por invertir en México en desarrollos turísticos, ante el panorama que presenta su país.

Datos de Sandar Hendrix, directora de comercialización de Coldwell Ban-

Fecha 07.06.2010	Sección Mercados	Página 8
----------------------------	----------------------------	--------------------

ker, señalan que en territorio nacional viven cerca de 1.5 millones de estadounidenses y canadienses en comunidades de retiro y se prevé en la próxima década el arribo de entre cinco y siete millones de baby boomers.

SIEMENS

Posible, una tercera planta para energías alternativas

QUERÉTARO, Qro.— En el mediano plazo la alemana Siemens comenzará a fabricar espejos que concentren **energía solar**, para lo cual construiría una

tercera planta.

Christian Koegl, vicepresidente de la compañía, explicó que la mitad de la actividad realizada en las plantas en los parques industriales Balvanera y El Marqués, en Querétaro, se enfoca a ofrecer soluciones completas de transmisión de energía para empresas privadas. La otra parte está relacionada con la fabricación de transformadores de energía para la Comisión Federal de Electricidad (CFE).

A mediano plazo Siemens empezará a fabricar espejos para concentrar **energía solar** en un tubo y convertirla en eléctrica, así como en los generadores de este tipo de fuente alternativa.

Según el directivo, debido a la buena distribución de los equipos de energía en el continente americano, la idea es seguir creciendo en Querétaro, pues su clima de seguridad, ubicación estratégica y capital humano, permiten que se generen nuevas inversiones.

“Para comenzar a fabricar equipos de energías alternativas el plan es instalar una nueva planta en la entidad ante los buenos resultados. Ya el año pasado se instaló la segunda”, adelantó el vicepresidente Koegl. (Finsat)