



- » **Tablas**
- » **Nicho no explorado**
- » **Con buenos ojos**

## Queda casi igual

» En julio ingresaron al país 8 millones 232,267 visitantes, una caída de 0.1% respecto a los 8 millones 243,540 que ingresaron a México en el séptimo mes del 2018, informó el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, que dirige Julio Santaella.

El organismo de estadísticas señaló que del total de visitantes a julio, 4 millones 161,664 fueron turistas internacionales.

De acuerdo con cifras preliminares de las Encuestas de Viajeros Internacionales, el ingreso de divisas referente al gasto total de los visitantes internacionales reportó un monto de 2,167.6 millones de dólares, una variación anual de 11.1 por ciento.

A su vez, las divisas que egresaron del país por concepto de viajeros internacionales fueron de 956.2 millones de dólares, una disminución de 8.8% frente a igual mes del año anterior.

En su comparación anual, el número de turistas internacionales que ingresó al país registró un aumento de 14.1% en el séptimo mes del 2019 con relación a igual mes del 2018.

En el caso de los turistas de internación, se observó en julio pasado un avance a tasa anual de 1.1%: los turistas que ingresaron vía aérea descendieron 0.8% y los que lo hicieron por tierra crecieron 8.5 por ciento.

Del total de turistas de internación que ingresaron al país en julio de este año, 78.8% correspondió a turistas por vía aérea y el restante 21.2% a turistas por vía terrestre, añadió el instituto.

## En crecimiento

» La firma alemana de productos de consumo Beiersdorf lanzará su primera marca nueva en más de 30 años, que consiste en una línea de cremas corporales especiales para la piel tatuada, con la que busca aprovechar la creciente popularidad de los pigmentos en el cuerpo y atraer un público más joven.

Se trata de la línea Skin Stories (Historias de Piel) y se empezará a vender a fines de septiembre. Incluye un bálsamo de reparación para nuevos tatuajes, protector solar y lociones corporales.

El lanzamiento se produce en momentos en que marcas masivas y tradicionales como Nivea están perdiendo terreno ante nombres de firmas más pequeñas, especialmente entre consumidores jóvenes, que prefieren ingredientes más naturales y nuevas etiquetas.

La marca fue creada por una unidad de innovación que Beiersdorf lanzó en julio para desarrollar productos "independientes" y fortalecer líneas existentes como La-bello, 8X4 e Hidrofugal.

## Inconformidad

» Entre el 29 de agosto y el 4 de septiembre del 2019, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) atendió 795 denuncias de precios de gasolinas, realizadas a tra-

vés de la app Litro por Litro.

El titular de Profeco, Ricardo Sheffield Padilla, dio a conocer el Quién es Quién en los precios de los combustibles, luego de la revisión a 2,019 estaciones de servicio en la República Mexicana.

Destacaron ocho estaciones con irregularidades y una sin permitir la revisión, por lo que 15 mangueras/bombas fueron inmovilizadas.

Agregó que el precio más económico en la gasolina regular fue de 17.89 pesos, mientras que el combustible Premium, el más alto, se encontró en 21.99 pesos por litro en León, Guanajuato, y el más bajo en 18.99 pesos en Coatzacoalcos, Veracruz.

## Causas verdes

» El fin de semana que acaba de terminar, la Secretaría de Ecología del municipio de San Cristóbal de las Casas realizó su jornada de reforestación 2019 en la zona de Arcotete, en donde Coca-Cola FEMSA sumó esfuerzos para la conservación ambiental de la zona.

Con la participación de más de 200 voluntarios, colaboradores de la embotelladora y autoridades, más de 5,700 especies endémicas de la región fueron plantadas en una superficie de aproximadamente 8 hectáreas. A través de la jornada de reforestación, se impulsa la captación y distribución del agua hacia los ríos y acuíferos, se evita la erosión del terreno y se promueve la conservación ambiental —flora y fauna de la región— para futuras generaciones, así como la integración social de la comunidad.

Entre el 2008 y el 2018, Coca-Cola FEMSA, como parte de la Industria Mexicana de Coca-Cola, ha contribuido de forma local, con la siembra de más de 150,900 árboles, la restauración de 640 hectáreas, 29 cisternas comunitarias, 2 ollas captadoras de agua y 38 techos captadores de agua a través del Programa Nacional de Conservación y Cosecha de Agua.

## Ven potencial

» Las acciones de Chipotle Mexican Grill tienen buenas proyecciones para fin de año y un atractivo rendimiento durante lo que va del 2019, por tal motivo Goldman Sachs y Wedbush modificaron el precio objetivo de la empresa.

Entre las cosas positivas que ven en la firma está una gran ventaja en ventas digitales, lo que la posiciona como una empresa con gran liderazgo, indicaron las entidades financieras.

Como resultado, analistas que dan seguimiento a la cadena de burritos elevaron el precio a 1,000 dólares, lo que representa un alza de 18.76 por ciento.

Mientras tanto, Wedbush mejoró a Chipotle a Neutral y con un precio objetivo de 980 dólares, lo que implica un aumento de 16.4% del precio de cierre más reciente de 842 dólares. La firma continuará viendo un impulso a corto plazo para mantener un crecimiento desmedido de ventas.

