



## OpenAI bajó sus precios

- Adidas reportó ventas históricas,
- Promecap invierte 6,000 mdd en fondo
- Immunotec refuerza crecimiento en México

**OpenAI recortó** el jueves los precios de sus modelos de inteligencia artificial (IA) de gama baja y media, una medida que podría intensificar la competencia en el sector, en un escenario en que las empresas estadounidenses se enfrentan a rivales chinos más baratos por unos clientes cada vez más recelosos de los crecientes costos de esta tecnología.

El fabricante de ChatGPT redujo el costo de su modelo más pequeño, el GPT-5.6 Luna, un 80%, y el de su modelo de gama media, Terra, un 20%, mientras que mantuvo sin cambios el precio de su modelo más grande y emblemático, el Sol.

Las rebajas ponen de manifiesto que el creciente escrutinio de los costos por parte de las empresas, que se enfrentan a altas facturas de IA, está obligando a los laboratorios estadounidenses a replantearse sus precios.

Muchos presidentes ejecutivos del sector tecnológico también han señalado en los últimos meses que las opciones de IA más económicas son clave para la adopción generalizada de esta tecnología.

**Adidas, el** mayor fabricante alemán de ropa y accesorios deportivos y urbanos, reportó ingresos históricos durante el segundo trimestre de 2026 gracias, en buena medida, al Mundial de fútbol; no obstante, la misma competencia le representó mayores gastos de mercadotecnia que golpearon su utilidad operativa.

Adidas reportó ingresos totales por 6,700 millones de euros (7,700 millones de dólares) gracias al fútbol, pero también a sus productos de running. En el trimestre vendió 17 millones de camisetas de fútbol gracias a que patrocinó a 14 selecciones mundialistas, entre ellas la finalista Argentina, la campeona España y México, que con cinco millones de camisetas fue la que más vendió.

El problema para la compañía alemana es que gastó demasiado dinero en mercadotecnia en el periodo como parte de su estrategia para elevar sus ingresos, con futbolistas de élite como Lionel Messi, Lamine Yamal y Jude Bellingham.

**Promecap Capital** de Desarrollo, una empresa administradora de fondos de inversión propiedad del empresario mexicano Fernando Chico Pardo, realizó una inversión de 6,000 millones de dólares en un fondo de capital privado o buyouts.

La empresa dijo que la inversión se llevó a cabo el 10 de julio de este año y, del total de la misma, 3,000 millones de dólares le corresponden a la serie α-2 del fideicomiso Promecap Alternativos Globales y los 3,000 millones restantes a la coinversión realizada por una entidad afiliada al administrador.

**Immunotec, compañía** internacional especializada en suplementos alimenticios inauguró un nuevo Centro de Experiencia en Polanco, Ciudad de México, como parte de su estrategia de fortalecimiento en uno de los mercados más relevantes para su expansión mundial.

Esta apertura busca convertirse en un punto de encuentro para su comunidad de Consultores Independientes, con espacios dedicados a capacitación, liderazgo, networking, experiencias de producto y desarrollo comercial.

La elección de Polanco responde a la importancia que tiene la Zona Metropolitana del Valle de México para la compañía. El nuevo Centro de Experiencia buscará brindar mayor cercanía y herramientas a su comunidad de Consultores Independientes en la capital, además de beneficiar a entidades como Estado de México, Hidalgo, Morelos, Puebla, Querétaro y Guerrero.

[accionesyreacciones@eleconomista.mx](mailto:accionesyreacciones@eleconomista.mx)

