



Las Breves

Stori y el Dr. Simi lanzan tarjeta de crédito



En una nueva apuesta por ampliar la oferta de productos financieros fuera de la banca tradicional, Stori y Farmacias Similares lanzaron una tarjeta de crédito con la que buscan acercar financiamiento a personas que

habitualmente enfrentan dificultades para acceder a este tipo de instrumentos.

El plástico permitirá realizar compras tanto en las más de 11 mil sucursales de Farmacias Similares como en cualquier establecimiento que acepte

tarjetas de crédito y como incentivo, ofrecerá descuentos de 25 por ciento en la primera compra.

También ofrecerá un 2 por ciento de descuento en todo el llamado Mundo Simi y hasta 10 por ciento mensual en farmacias, siempre que el usuario haya utilizado previamente la tarjeta en otros comercios.

Con esta alianza, Stori busca ampliar su base de clientes que actualmente asciende a 5 millones de usuarios, mientras que Farmacias Similares incorpora un instrumento de crédito ligado a la adquisición de medicamentos y otros productos relacionados con la industria de la salud.

Durante la presentación, Víctor González Herrera, presidente ejecutivo de Farmacias Similares, sostuvo que el objetivo es acercar

el crédito a sectores de la población que históricamente han permanecido fuera del sistema financiero formal y facilitar el acceso tanto a servicios de salud como a opciones de financiamiento.

Por su parte, Marlene Garayzar, cofundadora y directora de gobierno corporativo de Stori, afirmó que la tarjeta busca convertirse en una herramienta de uso cotidiano y contribuir a reducir las barreras de acceso al crédito en el país.

La empresa informó que la tarjeta ya se encuentra disponible, no cobra anualidad y puede solicitarse de manera gratuita mediante la aplicación y el sitio de Stori.

La aprobación se realiza en cuestión de minutos y la línea de crédito dependerá del perfil financiero de cada solicitante.

Reportan trabajadores altos niveles de estrés

El 51% de los trabajadores experimenta altos niveles de estrés diario, además de que 70 por ciento ha vivido episodios recientes de burnout, advirtió el Barómetro del Talento 2026, de Manpower. La firma de capital humano señaló que tener un periodo vacacional es necesario frente al creciente desgaste de los trabajadores.

“Persisten señales de alerta: 51 por ciento de los trabajadores reporta altos niveles de estrés diario, 40 por ciento afirma sentirse bajo presión constante y uno de cada cuatro considera que sus jornadas laborales son largas o poco flexibles”, subrayó. Por esta razón, mantener un buen desempeño ya no depende únicamente de la capacitación o de

la tecnología, sino también de la posibilidad de recuperarse física y mentalmente, señaló Manpower. “La conversación sobre las vacaciones ha cambiado. Ya no hablamos solamente de tiempo libre, sino de la capacidad de las personas para recuperarse, cuidar su bienestar y regresar con la energía necesaria para afrontar un entorno laboral cada vez más exigente”, explicó Martha Barroso, Directora de People & Culture para ManpowerGroup Latinoamérica.

El estudio reveló que 61 por ciento de los mexicanos tiene previsto permanecer en su empleo actual, una señal de que las decisiones laborales ya no dependen exclusivamente del salario, sino también de la calidad

del entorno de trabajo, el equilibrio entre la vida personal y laboral y las oportunidades de crecimiento.

Al mismo tiempo, 64 por ciento de los trabajadores obtiene ingresos

adicionales mediante otras actividades, una cifra que refleja que una parte importante de la población combina más de una fuente de ingreso.

