

Capitanes

(14-06-2023).- Marcelo Claire...

Tras dejar Softbank, ahora es el presidente ejecutivo de Bicycle Capital, fondo dirigido a startups de tecnología enfocadas en América Latina, que se presenta hoy en Estados Unidos, México y Brasil. En el fondo participan también Shu Nyatta y Mubadala Investment Company. Tiene un capital inicial de aproximadamente 440 millones de dólares.

Efecto dominó

Las previsiones que se han puesto sobre la mesa respecto al beneficio que podría darle a México el nearshoring refieren entre uno y 2 por ciento de crecimiento anual adicional.

Aunque parece que no es mucho, en un escenario conservador, es decir, contemplando que el País creciera 1.5 por ciento adicional de manera sostenida en la próxima década, sería algo que aumentaría drásticamente el ingreso salarial medio.

A decir de BBVA, institución que lleva Eduardo Osuna, incluso con un efecto "medio" de crecimiento por el nearshoring, se generará un efecto dominó de mayor consumo, inversión y creación de clases medias.

De hecho, se estima que con esto se podrían crear alrededor de 400 mil empleos formales cada año.

Según la Asociación Mexicana de Parques Industriales Privados (AMPIP), a cargo de Sergio Argüelles, el crecimiento del inventario de Real Estate Industrial fue de 30 por ciento anual en 2022.

El sector de parques industriales también ha monitoreado la llegada de 830 nuevas empresas de manufactura para exportación de 2018 a 2022.

Otro dato que apoya la evidencia de que el movimiento de la relocalización de cadenas está ocurriendo es el crecimiento de 9.5 por ciento en el empleo del sector manufacturero.

Dignificación

Un tema que muchas veces es olvidado por empresas y Gobierno es la menstruación y menopausia dignas, al ser considerados temas tabú.

Ante ello, la empresa sueca de productos de higiene y salud Essity, que en México capitanea Alejandro Pardo, lanzó una convocatoria para que 20 organizaciones y colectivas en México que promueven la menstruación digna reciban apoyo, herramientas y recursos para potenciar su labor.

El programa, impulsado junto con Alternativas y Capacidades A.C, ofrecerá a las organizaciones talleres diseñados específicamente para abordar los desafíos y necesidades particulares de cada una de ellas. Serán capacitadas en gestión organizacional, desarrollo de liderazgo, estrategias de comunicación y promoción.

También tendrán acceso a una red de expertos y mentorías personalizadas.

En México, Essity es reconocida por vender la marca Saba de higiene femenina.

Según su "Primera Encuesta Nacional de Gestión Menstrual", realizada junto con la UNICEF, 69 por ciento de las mexicanas declaró haber tenido poca o nula información cuando les llegó su primera menstruación.

Actualmente, en el Congreso hay tres iniciativas de reforma para una menstruación digna, que

consideran cambios a la Ley General de Educación, en materia federal, a la Ley de Centros Penitenciarios y a la Ley de Salud de la Ciudad de México.

Contra la acidez

Los mexicanos gastan 5 mil millones de pesos al año en medicamentos para combatir la acidez, gastritis, reflujo o agruras.

Carnot Laboratorios, empresa mexicana con 70 años de operación que lidera Edmundo Jiménez Luna, está incursionando en fármacos para combatir estos padecimientos.

La meta es captar 5 por ciento de este mercado, equivalente a 100 millones de pesos anuales, en los próximos cinco años.

El laboratorio se especializa en fármacos para enfermedades del sistema nervioso central, salud femenina, respiratorias, dermatología y gastroenterología.

Actualmente trabaja en 80 proyectos, de los cuales 90 por ciento se desarrollan en sus propias plantas y el resto en alianza con laboratorios de Europa, Estados Unidos y Asia.

Unos 30 millones de pacientes consumen los productos de la farmacéutica, de los cuales 24 millones son mexicanos y el resto está en América Latina.

Mal y de malas

En donde parece imposible ver un cambio en la relación con los usuarios es en Ticketmaster, que en México dirige Ana María Arroyo.

Esta semana, una nueva controversia se sumó a los conflictos de la boletería. Los fanáticos de Taylor Swift, que se presentará en la Ciudad de México en agosto próximo, primero tuvieron que realizar un proceso de registro para recibir un código de fan verificado y así poder acceder a la venta de boletos.

La idea, en principio, es evitar la saturación por la demanda y permitir un control de las ventas.

Sin embargo, la entrega de códigos fue todo menos eficiente, pues muchos usuarios se quedaron en lista de espera eterna y en redes se denunció la venta ilegal de códigos, cotizados hasta en 15 mil pesos.

La demanda es tan alta que el precio de reventa de códigos equivale al precio de los boletos VIP para los conciertos.

Ticketmaster salió a decir que concretar la venta solo será posible desde la cuenta que inició el proceso, por lo que recomendó evitar estafas y no comprar códigos en redes sociales.

Lo que le está costando más trabajo a la boletería ahora es evitar a los malos que con cualquier oportunidad revenden los boletos.

capitanes@reforma.com

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:

<https://www.reforma.com/capitanes-2023-06-14/op250898>

Fecha de publicación: 14-06-2023