

Capitanes

**(17-06-2024).- Neil Rossy...**

Es presidente y director ejecutivo de Dollarama, una cadena de retail canadiense que anunció su llegada al mercado mexicano para 2026, con un concepto de todo a un dólar. Tiene presencia en América Latina, en países como Colombia, Guatemala, El Salvador y Perú, con un total de 547 unidades. Será competencia directa de cadenas como 3B y Waldo's.

Nuevo estilo

La transición en la dirección de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), que pasó de manos de José Oriol Bosch a Jorge Alegría, duró menos tiempo de lo esperado.

Cuando se hizo el anuncio repentino de que había llegado la hora de cambiar a Oriol Bosch como director del centro bursátil, tras casi 10 años al frente, se dijo que habría hasta dos meses de espera para que Alegría tomara las riendas del negocio, pero no fue así. Apenas bastaron tres semanas para entregar la estafeta.

Si bien Oriol Bosch se fue de la BMV en medio de una cálida despedida por parte de sus colaboradores, lo cierto es que para el Consejo de la BMV era necesario acelerar la llegada del sucesor.

A diferencia de Bosch, Alegría es medido en sus comentarios y ha dicho que pretende construir una buena relación de competencia con la Bolsa Institucional de Valores (Biva), que dirige María Ariza.

Por ahora, afirma, lo importante es que se logre aprobar la regulación secundaria de la Ley del Mercado de Valores.

Sin embargo, tampoco quita el dedo del renglón para que la autoridad vuelva a hacer cambios en el algoritmo de mejor ejecución que, desde su perspectiva, le ha quitado participación a la BMV en la operación diaria del mercado bursátil de manera artificial para dársela a Biva.

Este asunto es consecuencia directa de tener competencia en este mercado.

Deporte para empoderar

Girls United fue la única organización mexicana elegida por FIFA Foundation y la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) para participar en el programa Deporte para el empoderamiento femenino.

Fundada en 2017, esta organización sin fines de lucro cuenta con academias de fútbol en Quintana Roo y la Ciudad de México, así como en Londres, Inglaterra.

La academia da entrenamientos para niñas locales con edades que van de cinco a 18 años, además de organizar partidos y torneos durante la temporada. Los entrenamientos están diseñados para desarrollar a las jugadoras de forma técnica, táctica, social y mental.

La intención es empoderar a las niñas a través del fútbol y desarrollar sus habilidades deportivas, incrementar su autoestima y aportar a su formación integral.

Ahora, Girls United, fundada y liderada por Romina Calatayud, forma parte del exclusivo grupo de 16 organizaciones que buscan promover la igualdad de género y el acceso de las mujeres a puestos de responsabilidad, así como la integración laboral, las aptitudes para la vida y la salud a través del deporte.

### Moda inteligente

La Inteligencia Artificial (IA), impulsada por 5G, revolucionará el dicho mexicano, 'de la moda lo que te acomoda' para 2030, según consumidores mexicanos encuestados por Ericsson, de Fabián Monge.

El 70 por ciento de los mexicanos considera que la IA será la que determine lo que está en tendencia, así como los estándares de belleza.

Los resultados de la encuesta forman parte del estudio 'ConsumerLab de Ericsson: 10 Hot Consumer Trends 2030s - the AI-Powered Future', que recoge las respuestas de 6 mil 500 pioneros tecnológicos de 13 países, incluido México.

De hecho, 56 por ciento de los mexicanos señala que para 2030, los humanos recurrirán a la cirugía plástica para conseguir el look estándar de belleza generado por la IA.

Además, 69 por ciento de los entrevistados en el País consideran que las personas querrán invertir más en ropa y calzado más personalizados, diseñados con IA.

La IA también abriría el camino a una moda más sustentable, pues 67 por ciento de los pioneros tecnológicos del País esperan que los algoritmos impulsarán la creación de prendas con menor impacto de emisiones contaminantes en el mundo.

### Noche de descontrol

Dicen que no hay mala publicidad, pero la velada del jueves en Aztlán Parque Urbano no es el mejor ejemplo de estrategia de marketing.

Tras la convocatoria de Arturo Elías Ayub, director de Alianzas Estratégicas y Contenido de América Móvil, para una noche de entradas y atracciones gratuitas, más que la diversión, lo que imperó fue el caos.

Resulta que miles de personas se concentraron en la entrada para iniciar el acceso a las 19:00 horas, sin embargo, la convocatoria rebasó la expectativa por lo que el personal de atención se quedó corto.

Si bien el directivo hizo la invitación para unos 3 mil o 4 mil asistentes, al final se calcula que alrededor de 8 mil personas acudieron a la cita, lo cual es prácticamente la mitad del aforo diario estimado de 15 mil visitantes. El problema es que todos querían recibir la atención al mismo tiempo.

Para bien o para mal, Aztlán ha tenido que enfrentar estos picos de afluencia en ocasiones como su apertura a principios de año, en periodos vacacionales y con este tipo de invitaciones especiales.

capitanes@reforma.com

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

#### **ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:**

<https://www.reforma.com/capitanes-2024-06-17/op273001>

Fecha de publicación: 17-06-2024