

Capitanes

(11-03-2024).- Ignacia Uribe Rojas...

Lidera la Fundación Veg, que promueve una alimentación basada en vegetales y la reducción del sufrimiento de animales criados para consumo en AL. En 2023 logró que mil 900 productos y 170 empresas en la región tuvieran la Certificación V-Label, que verifica la manufactura vegana. Trabaja con Nestlé, Bimbo y Monte Xanic.

Pendientes en finanzas

La brecha de género también es uno de los desafíos que enfrenta el sistema financiero mexicano.

Históricamente, las mujeres se han encontrado con mayores barreras en el acceso a productos y servicios financieros y esto es algo que de hecho es reconocido por las autoridades del País, como la Secretaría de Hacienda.

Sólo el 62 por ciento de las mujeres adultas en México cuenta con productos financieros, cifra que representa una brecha de 12 puntos porcentuales con respecto al acceso que tienen los hombres, de acuerdo con cifras del Inegi.

La dependencia que encabeza Rogelio Ramírez de la O asegura que en los últimos años se han impulsado estrategias para mejorar el acceso de las mujeres al sistema financiero y que una muestra de ello es la creación, junto con la iniciativa privada, del Comité de Igualdad de Género en el Sistema Financiero.

El propósito de este comité es promover prácticas que impulsen la presencia de mujeres en puestos directivos dentro del sistema, y aunque esto es algo muy positivo, aún sigue sin ser una realidad una acción que sí beneficiaría al grueso de las mujeres en el País: el costo del financiamiento.

Todos presumen que las mujeres son mejores pagadoras y que tienen un riesgo crediticio menor, pero hasta el momento casi nadie ha concretado créditos o financiamientos más baratos para las mujeres.

Previo a elecciones

Esta semana el gigante tecnológico Google, dirigido en México por Julian Coulter, celebrará un evento denominado "Transparencia México", encuentro en el que se abordarán pormenores tecnológicos de cara al proceso electoral del próximo 2 de junio.

En el evento, en el que se espera la participación de ejecutivos de la compañía, Google México revelará una serie de acciones para que los mexicanos estén informados y cuenten con las herramientas de valor durante el proceso electoral.

Previo a esta reunión, Google México también contempla una conferencia de Ernesto de la Rocha Gómez, director de Product Management para Google Ads, en el que de manera anticipada se revelará una de las herramientas que se lanzarán en apoyo al proceso electoral.

Tanto por la cantidad de datos e información disponible, como por el número de usuarios que votarán por primera vez y por el uso masivo de redes sociales, se estima que los partidos políticos destinarán hasta 60 por ciento de sus recursos en marketing digital, según datos de la Academia Mexicana de Ciberseguridad y Derecho Digital.

Incluso el presidente de la Academia, Ernesto Ibarra, ha señalado que el escenario electoral cada vez se vuelve más digital, pues el uso de herramientas que buscan posicionar un partido político o un personaje público se ha incrementado.

Con ello, también se ha dado paso a una enorme cantidad de desinformación.

Consolidación en AL

Hablando de compañías del sector tecnológico, una que busca consolidarse en el mercado mexicano y a nivel regional es Zoho, dedicada a ofrecer servicios de software empresarial.

Hace unas semanas la empresa, fundada y dirigida a nivel global por Sridhar Vembu, inauguró en Querétaro su centro de datos.

Al dar este paso, la empresa de origen indio quiere mantener la tasa de crecimiento que tuvo en el País el año pasado, de 40 por ciento.

A nivel regional, México es el mercado más importante, seguido de Brasil y de Colombia.

Zoho, con 27 años en el mercado, es una compañía que supera los 100 millones de usuarios a nivel global, tiene 15 mil empleados en todo el mundo y una facturación de un billón de dólares en 2023.

Sus productos contemplan soluciones para las áreas de ventas, marketing, asistencia a clientes, finanzas, correo electrónico, inteligencia empresarial y análisis, entre otros.

Un área que exploran es la de manufactura, para aplicar datos en procesos de fabricación de productos y aprovechar el nearshoring.

Arranca exportaciones

Balero, la empresa vitivinícola que fue fundada en el año 2014, comenzó a exportar sus primeras botellas a Centroamérica.

El mes pasado la firma fundada y dirigida por Valentina Ortiz Monasterio, comenzó a comercializar sus productos en Guatemala y Panamá, pero la idea es abrir nuevos mercados. La meta, por supuesto, es llegar con sus botellas de vino a Estados Unidos.

El portafolio de Balero tiene como variedad los vinos tinto, blanco, espumoso blanco y rosado. El primero se produce en diversos valles de Baja California y el resto en Ezequiel Montes, Querétaro.

La expansión de esta marca en mercados de exportación se llevará tres años.

Se espera que en 2025 la empresa exporte 10 mil cajas anuales repartidas en varios países.

Con 10 años en el mercado mexicano, Balero ha crecido a una tasa acelerada. El 80 por ciento de las ventas se concentran en vino tinto, y el resto en las otras variedades.

capitanes@reforma.com

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:

<https://www.reforma.com/capitanes-2024-03-11/op267230>

Fecha de publicación: 11-03-2024