

Capitanes

(15-05-2024).- Andrea Bilbatúa...

Es la capitana de New Art, empresa dedicada a la posproducción y estudios de doblaje para multinacionales como Netflix, Disney, Amazon y Universal que cumple 30 años. Ha participado en más de 500 doblajes y 308 series. Entre sus doblajes destacan Los Simpson, Pinocho y El Rey León.

Estrena presidente

La Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica (AMIIF) nombró a Julio Ordaz, directivo de AstraZeneca México, como el nuevo presidente de la Asociación para el periodo 2024-2025.

El cambio de estafeta ocurre en un momento complejo.

Apenas hace tres meses Cristóbal Thompson dejó la Dirección General de la AMIIF, cargo que ahora recae en Larry Rubin.

Thompson había sido el director de AMIIF durante más de una década y era un experto en señalar puntual y tajantemente las fallas del sistema público de salud que impedía la llegada de medicamentos innovadores a la población mexicana y al mismo tiempo en mantener abierto el diálogo con las autoridades.

Ahora se da el cambio esperado en la presidencia de AMIIF y Julio Ordaz deberá tratar de tejer una nueva relación con quien gane la Presidencia de México, con el fin de restaurar los lazos que se desgastaron en esta Administración tras la destrucción de los sistemas de compra de medicamentos y dispositivos médicos que derivaron en periodos de escasez.

Se expande en México

A un año de su llegada a México, la plataforma en la nube de gestión de cafeterías escolares, OrderEAT, aseguró una inversión de 500 mil dólares con la que impulsará su crecimiento y expansión.

En los planes de OrderEAT, que lleva Matías Craviotto, está el fortalecer su estructura tecnológica, ampliar su equipo y aumentar su presencia en el mercado mexicano.

Su objetivo es llevar la plataforma a más escuelas en México, un mercado clave debido a que existen más de 40 mil instituciones educativas privadas.

La plataforma ya cuenta con 200 colegios en Latinoamérica que utilizan sus servicios para mejorar la alimentación de los niños, con lo que procesa más de 1.5 millones de dólares en pagos.

OrderEAT permite a los padres de familia ver y controlar lo que comen sus hijos, y ya está desarrollando nuevas funcionalidades para ayudarlos a hacer mejoras en la alimentación cotidiana de las familias.

La startup digitaliza el funcionamiento de los establecimientos gastronómicos con su aplicación, los cuales se conectan a un sistema de gestión. Desde ahí, cantinas, comedores y cafeterías automatizan tareas administrativas. Esto agiliza tiempos, optimiza el monitoreo operacional y evita el desperdicio de alimentos.

Además, permite que los clientes hagan sus pedidos en línea y así eviten esperas, manejo de dinero en efectivo y tienen mayor control de su dieta.

Pagos en línea

Adyen, plataforma global de tecnología de pagos, firmó una asociación con Adobe Commerce para facilitar los pagos en línea y en tienda física a las empresas comerciales de todo el mundo.

Adobe Commerce está ampliando su ecosistema para apoyar a las empresas globales, de modo que su asociación con Adyen le permitirá proporcionar soluciones de pago flexibles y escalables donde sea que se lleven a cabo los negocios.

Los comerciantes podrán conectar pagos online y offline para obtener una visión completa del cliente, lo que resulta en mayores tasas de éxito de pago, capacidades de bloqueo de fraude y la capacidad de los comerciantes para recompensar a los compradores leales.

La plataforma de la empresa, que en México lleva Fabricio Moreno, centraliza en una solución global capacidades de pago de inicio a fin, conocimientos basados en datos y productos financieros para ayudarles a las empresas a alcanzar sus metas de manera más rápida.

Con presencia en todo el mundo, incluido México, Adyen colabora con empresas como Uber, Spotify, Rappi, Aeroméxico e Innovasport.

Recientemente, fue reconocida con la puntuación global más alta en el informe The Forrester Wave Merchant Payment Providers Q1 2024, que evalúa a los principales proveedores de pagos del mercado.

¡A comprar!

Desde el primer minuto de hoy arrancó el Hot Sale, organizado por la Asociación Mexicana de Venta Online, que capitanea Eric Pérez Grovas.

Tras más de una década de realizarse, la campaña de promociones y descuentos para las tiendas en línea se ha convertido en el evento que más empuja las ventas de las tiendas en el primer semestre del año.

Este año, el reto es superar el ticket promedio de 2 mil 696 pesos que tuvo la edición de 2023, que a su vez había mostrado un importante repunte, de 66 por ciento, frente a los mil 629 pesos que promedió el ticket del Hot Sale 2022.

Un cambio relevante que tendrá el Hot Sale de este año es que su patrocinador oficial será Mercado Pago, que sustituye a Kuesky Pay.

Kuesky insistía en que más personas pudieran comprar por adelantado y sin necesidad de tarjetas de crédito, pero no logró ganarse la confianza de los consumidores asiduos a este evento de venta en línea.

capitanes@reforma.com

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:

<https://www.reforma.com/capitanes-2024-05-15/op271072>

Fecha de publicación: 15-05-2024