

Capitanes

(11-02-2022).- Mirjam Laux...

Es la vicepresidenta de Plataforma Internacional de Roku, empresa de streaming que integra a Netflix, Amazon Prime Video y HBO Max, además de ofrecer plataformas de video bajo demanda. Ante el crecimiento en México, lanzará su nueva unidad de publicidad en el País, como puerta de entrada al mercado Latinoamericano.

Nueva estrategia

A un año de la llegada de Alejandro Svarch Pérez a la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris), la industria farmacéutica empieza a ver señales de cambio.

Esto, luego de que en los primeros años de la administración los trámites ante Cofepris se convirtieron en sinónimo de parálisis.

Desde la llegada de Svarch, la Cofepris ha buscado enviar el mensaje de reactivación después de que miles de trámites se quedaron en el camino de la burocracia, sobre todo a partir de la pandemia, cuando el poco personal de la dependencia se volcó a dar prioridad a aquellos asuntos relacionados con el combate a la enfermedad.

Si bien en el último año se destrabaron los trámites, especialmente los relacionados con permisos de importación y con el Comité de Moléculas Nuevas, Svarch sabe que es necesario agilizar los procesos.

La Cofepris está por lanzar una estrategia de vinculación con la industria regulada para abrir vías de comunicación más directas y transparentes con los representantes de la industria farmacéutica.

Como parte de los cambios se abrirán espacios para reuniones y sesiones técnicas directamente con las empresas, pues otro de los problemas es el exceso de gestores externos contratados por los regulados, que incluso se prestan a actos de corrupción y estafa.

Bajan la cortina

En la Corporación Mexicana de Restaurantes (CMR), la operadora de restaurantes que preside Joaquín Vargas Mier y Terán, el futuro no luce muy alentador.

En 2019 la empresa cerró una de sus mejores operaciones con la compra de la cadena de restaurantes Sushi Itto, que implicaba de golpe tener 140 restaurantes nuevos y duplicar su número de unidades. Sin embargo, Mier y Terán no se imaginó lo que vendría después.

La pandemia provocó un serio revés en las finanzas de la empresa, pues incrementó su deuda en 800 millones de pesos precisamente para adquirir Sushi Itto. Incluso, fue necesario reestructurar sus créditos.

Una de las marcas que más ha sufrido la crisis de CMR es Olive Garden, un concepto de restaurante italiano que no ha podido consolidarse en México.

Lejos de ello, de las 19 unidades que tenía a finales del 2019, el mayor número que alcanzó desde su llegada al País, actualmente opera 13 restaurantes, cuatro en la Ciudad de México y tres en Nuevo León, mientras que el Estado de México, Jalisco, Veracruz, Quintana Roo, Querétaro y Guanajuato apenas tienen una en cada caso.

La salida de Olive Garden de importantes complejos comerciales está dejando espacios libres que no se están rentando con facilidad.

Unicornio global

La plataforma global de captura inteligente de datos Scandit cerró una ronda de inversión Serie D por 150 millones de dólares, con lo que alcanzó el grado de empresa unicornio al superar la valuación de mil millones de dólares.

La tecnología de Scandit permite que dispositivos como teléfonos, drones, gafas digitales y robots capturen datos de códigos de barras, texto, identificaciones y objetos a través de visión computarizada para automatizar procesos y proporcionar información.

Con la inversión, liderada por Warburg Pincus, Scandit planea ampliar su presencia global y equipo, desarrollar tecnologías de visión computacional y transformar las industrias y los procesos tradicionales.

Desde su emisión serie C, en mayo del 2020, la compañía aceleró su crecimiento en América Latina y duplicó sus ingresos recurrentes anuales. Ahora tiene más de mil 700 clientes globales, incluidos American Eagle Outfitters, Carrefour, FedEx, Levi's Strauss & Co., Yamato Transport, Sephora y Rappi.

El equipo de Scandit, que lleva Samuel Mueller, aumentó en un 85 por ciento alrededor del mundo, con planes de crecer en otro 50 por ciento para finales de 2022.

Destino de ciberdelincuencia

Una tendencia que no se detuvo en 2021 es el atractivo que representa México para la ciberdelincuencia, pues fue el país que más intentos de ataques tuvo, seguido de Brasil y Colombia.

La firma de ciberseguridad Fortinet, que en México lleva Eduardo Zamora, tiene información que indica que el año pasado se recibieron 156 mil millones de intentos de ataques en el País, 76 por ciento más que en Brasil y mil 293 por ciento más que en Colombia

En promedio, se reportaron 427 millones de intentos de ciberataques diarios en México y el aumento respecto al 2020 fue de mil por ciento.

El incremento en volumen, sofisticación y efectividad de las ciberamenazas durante el 2021 ha sido notable, por lo que las organizaciones en la región deben estar mejor preparadas con un enfoque de seguridad integral y automatizado para prevenir.

A nivel regional, en América Latina y el Caribe de detectaron 289 mil millones de amenazas cibernéticas, 600 por ciento más que en 2020.

capitanes@reforma.com

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:

<https://www.reforma.com/capitanes-2022-02-11/op221027>

Fecha de publicación: 11-02-2022