

## Capitanes

### (14-07-2022).- Luis Madrazo Lajous...

Es el nuevo director general del unicornio Ualá en México. Con él se busca fortalecer las operaciones de la fintech argentina, impulsar la inclusión financiera y crecer el negocio en el País. En noviembre del año pasado, Ualá adquirió el banco ABC Capital, por lo que le tocará recibir la resolución de las autoridades regulatorias en México.

## Remesas en riesgo

Quienes no pierden detalle del comportamiento diario de los indicadores de la economía de Estados Unidos son los de Western Union, cuyo negocio es el envío de dinero a nivel internacional.

La preocupación no es menor porque ante un escenario hiperinflacionario, tasas de interés en niveles históricamente altas del banco central de Estados Unidos, así como la presión del conflicto bélico de Rusia y el temor de una recesión en ese país, el envío de remesas se vería en riesgo.

Western Union, que en México lleva Pablo Porro, es el único transmisor de dinero que está licenciado en todos los estados de EU para operar y México fue el segundo mayor receptor de remesas a nivel mundial en 2021, sólo después de India, con más de 54 mil millones de dólares, con lo que se teme que el monto de lo que envían nuestros paisanos disminuya.

La salud del mercado laboral en EU será determinante en este contexto, ya que incide en el ingreso disponible de recursos para enviar a México.

A finales de septiembre de 2020, la red de Western Union contaba con más de 550 locales de agentes minoristas que ofrecían servicios a empresas en más de 200 países y territorios, con capacidad para enviar dinero a miles de millones de cuentas.

## Pelean por su marca

En la Suprema Corte de Justicia, que preside Arturo Zaldívar, se quedó pendiente una discusión del pleno en materia de propiedad industrial.

A inicios de año, la Segunda Sala de la Suprema Corte aprobó un nuevo criterio que declaró inconstitucional un artículo de la Ley Federal de la Propiedad Industrial con el que las empresas fundamentan su defensa para proteger marcas registradas en el País.

El Pleno de la SCJN agendó para esta semana el análisis y votación del tema, que en caso de ser rechazado dejaría a las empresas sin medios de defensa, pues el criterio de inconstitucional que aprobaron los ministros Luis María Aguilar, Loretta Ortiz y Javier Laynez no especifica un plazo máximo para demandar la nulidad de registros obtenidos por empresas de manera ilegal o posterior a la fecha en que otra hizo el registro.

Podemos mencionarles tres casos en litigio: "Starlink", "Fórmula 1" y "Panera", pertenecientes a empresas mexicanas que intentan defender sus marcas registradas años antes de que Space Exploration Technologies Corporation (SpaceX), del magnate Elon Musk; Formula One Licensing y Panera Bread Company pelearan por su uso en México.

La demanda es por anular los registros de esas mismas marcas que fueron registradas por Space Group, de José de Jesús Aguirre Campos, en 2015; de la empresa de aceites y lubricantes Bardhal, de Sergio Díaz, que registró la propia en 1979, y de Panera, cuya historia se remonta a la década de los 60, pero registró su marca en la última década.

## Películas y comida

Este año Cinemex, de Germán Larrea, retomó algunos proyectos pendientes.

Abrió finalmente las salas de Encuentro Oceanía, en la Ciudad de México, después de dos años de retraso y ahora está retomando un proyecto gastronómico.

Se trata de Cinemex Market, lanzado en marzo de 2019 y del que hasta ahora sólo había una ubicación en Artz Pedregal, al sur de la Ciudad de México.

Hoy la compañía abre su nueva ubicación en Interlomas, con una inversión de 147 millones de pesos.

Marcas como Starbucks, Hooters, Mini Moshi, la Crêpe Parisienne, Icee, The Popcorn Lab y Burk's estarán disponibles y con este proyecto Cinemex espera elevar el ticket promedio respecto a un cine tradicional.

## A toda música

Cinq Music Group le subió el volumen a su negocio y ahora apuesta por el mercado de música regional mexicana, rap y reggaeton.

La empresa que cofundó Barry Daffurn, con sede en Los Ángeles, invertirá 100 millones de dólares para expandirse globalmente, pero sobre todo en América Latina, utilizando a México como punta de lanza.

De esa inversión, entre 15 y 20 por ciento será para ampliar el mercado nacional, oficinas, compra de catálogos, distribución digital y desarrollo de talento de los géneros musicales.

En el último año, la compañía creció 30 por ciento, impulsada por los ingresos en las más de 40 plataformas con las que trabaja, entre ellas Spotify, YouTube, Apple, Deezer y Amazon.

Hugo Moreno, director de Marketing para Latinoamérica, tiene entre sus tareas superar el crecimiento del año pasado, pero también combatir la piratería de sus artistas en plataformas digitales, para lo cual empleará tecnología con Inteligencia Artificial.

[capitanes@reforma.com](mailto:capitanes@reforma.com)

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

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

<https://www.reforma.com/capitanes-2022-07-14/op230128>

Fecha de publicación: 14-07-2022