

Capitanes

(09-06-2023).- Elena Calatayud...

La especialista en ciberseguridad se acaba de incorporar como consejera independiente al Consejo Directivo de la Asociación de Plataformas de Fondeo Colectivo (Afico). Aportará su experiencia previa en la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) para sumar al desarrollo del crowdfunding en México.

Baja productividad

Ayer le contábamos algunos de los avances en materia laboral que el titular de la Secretaría de Hacienda, Rogelio Ramírez de la O, ha presumido recientemente, entre los que destacan el incremento en los salarios, la tasa de desocupación en niveles mínimos y la creación de empleos formales.

Las cifras suenan bien, pero es importante considerar cómo va la productividad.

Según un reporte elaborado por Citibanamex, la productividad laboral tuvo una caída de uno por ciento en el primer trimestre del año, con lo que van dos caídas trimestrales consecutivas y se mantiene por debajo de su nivel prepandemia. La disminuciones se han presentado tanto en servicios, como en el sector agropecuario y el de producción industrial.

Así que, en el contexto de aumento en los salarios reales, los especialistas de la institución financiera señalan que estos sueldos no están respaldados por ganancias en la productividad, sino en el empuje que ha dado el incremento al salario mínimo.

Se advierte que una productividad laboral persistentemente débil podría estar limitando el crecimiento potencial del PIB en el mediano plazo.

Saturación en Pacífico

En los últimos años, el mercado automotriz en México ha cambiado por las preferencias de los consumidores y la presencia de marcas asiáticas lo refleja.

Las importaciones de vehículos han registrado un cambio de origen, lo que dio pie a la saturación en los puertos del Pacífico.

Del total de los vehículos que se venden en México, 65.2 por ciento corresponde a importaciones. Hasta hace cinco años, las importaciones de autos se concentraban en los puertos del Golfo y en la frontera terrestre con Estados Unidos, pero ahora casi 70 por ciento provienen de Asia.

Lo anterior ha provocado una saturación, principalmente en el puerto de Lázaro Cárdenas, que genera demoras en los tiempos de entrega de las agencias pertenecientes a la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA), que preside Guillermo Rosales.

El problema es que estos puertos no contaban con la capacidad para asimilar un cambio tan rápido, pues la ola asiática de vehículos ha tomado por sorpresa a todo el mundo.

Hasta ahora, el problema persiste, aunque se advierte de buena disposición desde el Gobierno para atenderlo.

Aniversario tras unificación

Tras la fusión de las tres adtechs Smart AdServer, DynAdmic y LiquidM, la compañía de publicidad

digital Equativ en breve cumplirá su primer aniversario como empresa unificada.

Durante el primer año en operación, del monto total de ingresos, 15 por ciento se logró en el mercado de América Latina. Además, alcanzó 120 mil millones de subastas diarias para inserciones publicitarias en el mundo digital a nivel global.

Equativ, que en México llevan Ana Jiménez y Alexandre Tordjman, asegura que este año México se consolidara como su mercado más importante en Latinoamérica.

Con sede en París y Nueva York, Equativ opera globalmente con un equipo de 600 personas en 16 países, incluyendo México, donde ofrece su propio servidor de anuncios y herramientas de compra programática directa.

En los últimos meses, a fin de mantener su oferta tecnológica, amplió sus opciones de curación, como la planificación de medios, activación de datos de origen, creación de audiencias e inclusión de Inteligencia Artificial.

Orgullosa Capital

Si de orgullo se trata, la Ciudad de México se pinta sola y en el marco de la próxima conmemoración de la Marcha LGBTQ+, el último fin de semana de junio, albergará la tercera edición del Latin American Pride 2023, proyecto que dirige Héctor Quintero.

Entre el 22 y 25 de junio, el Frontón México será una de las sedes de un espectáculo de bailarines, performance y homenajes estilo drag, que buscan posicionar a la Ciudad como una de las capitales mundiales para la celebración del Pride.

Si bien el movimiento tiene como fin visibilizar y concientizar sobre la libertad y derechos humanos de la comunidad LGBTQ+, la derrama económica para la CDMX también es importante.

Sólo por el Latin American Pride se espera una derrama de 750 millones de pesos con la llegada de más de 3 mil visitantes de toda la región, así como de los asistentes a la próxima marcha del 24 de junio en la capital del País.

Sin embargo, en este caso, el orgullo tiene su precio, pues los boletos de acceso al evento van desde los 350 pesos a los 12 mil pesos por paquetes para grupos de personas, con bebidas incluidas.

capitanes@reforma.com

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:

<https://www.reforma.com/capitanes-2023-06-09/op250615>

Fecha de publicación: 09-06-2023