

Capitanes

(23-05-2023).- María Teresa Borja...

IMPRIMIR

Es la gerente de Educación Financiera y Fomento Cultural del Banco de México. Está detrás de la implementación de los productos y programas de Banxico Educa, el portal de educación financiera especializado del instituto central. Para el siguiente ciclo escolar se capacitará a 60 mil niños y niñas en Guanajuato.

Inteligencia Artificial

El fondo mexicano de capital de riesgo ALLVP, que llevan Jimena Pardo y Federico Antoni, anunciará hoy un programa de inversiones en Inteligencia Artificial (IA) por 150 millones de dólares para los próximos 10 años.

Este paso se da para consolidar su posición en la inversión de empresas de tecnología en México para ofrecer el mejor rendimiento de largo plazo a sus inversionistas.

El programa tiene lugar en un contexto en el que la Inteligencia Artificial está irrumpiendo en múltiples industrias y transformando radicalmente la operación de las empresas.

El cambio es impulsado por el avance de los modelos inteligentes y el lanzamiento de productos disruptivos, como el ChatGPT de OpenAI. La primera inversión de ALLVP es una apuesta en IA aplicada a corporativos.

Se trata de Senzai, una plataforma que permite a bancos, empresas de telecomunicaciones y corporaciones implementar modelos inteligentes para optimizar sus ventas, retención y rentabilidad.

Actualmente, ALLVP cuenta con cuatro fondos activos y administra más de 300 millones de dólares en activos; en su cartera se encuentran empresas como Flink, Nuvocargo, Flat, Mendel, Yana y Fintual.

Entre los inversionistas destacan las Afores mexicanas.

Cuidado con las compras

En vísperas del Hot Sale, Kaspersky, que en México lleva Jaime Berditchevsky, alertó de los servicios de entrega a domicilio.

Se trata del método preferido de los consumidores para recibir sus compras online, pero también el principal anzuelo que los cibercriminales utilizan para cometer ataques de phishing.

De los más de 500 millones intentos de acceso a webs fraudulentas que la empresa de ciberseguridad bloqueó en 2022, 27 por ciento estuvo relacionado con páginas que se hacían pasar por servicios de entrega. Esto los convierte en el principal objetivo de este tipo de ataques.

En esta estafa, los cibercriminales envían correos electrónicos imitando a empresas de mensajería conocidas para engañar con supuesta información de un problema con la entrega e incluyen un enlace a una página web falsa solicitando datos personales y bancarios, o incluso, requiriendo un pago para solucionarlo.

El segundo objetivo de los ataques de phishing fueron los usuarios de tiendas en línea, con 15.6 por ciento; seguido de sistemas de pago y bancos.

De acuerdo con los investigadores, la demanda de todos estos servicios durante esta temporada aumenta las posibilidades de los cibercriminales para tener ataques exitosos, por lo que recomiendan tener cuidado y protegerse.

En el redil

El gigante minorista Walmart de México, que capitanea Guilherme Loureiro, participa por segundo año consecutivo en el Hot Sale.

Esto llama la atención luego de que a lo largo de las nueve ediciones, Walmart ha sido un jugador que entra y sale de la campaña de descuentos, según su conveniencia a nivel comercial. Al parecer este año se comprometió a seguir sus reglas, especialmente las de duración.

En 2018 y 2019, la cadena minorista decidió salirse del redil y lanzar su propia campaña, los Hot Days, realizados tanto en su tienda en línea como en las físicas. Con ello se adelantó a las rebajas del Hot Sale y de todas las empresas que participaron en él.

Para 2020, justo en la parte más aguda del confinamiento de la población por el Covid-19, Walmart volvió a unirse al Hot Sale y en 2021 volvió a retomar sus Hot Days.

El entorno de alta inflación y un menor crecimiento respecto al de sus competidores durante el primer trimestre del 2023 han hecho que una vez más Walmart regrese a la campaña del Hot Sale.

Todo indica que la compañía ya se ha dado cuenta que sus clientes cada vez identifican más este periodo de descuentos y la oportunidad que representa para aprovechar rebajas.

Sin La Fuerza

Disney le puso fin a una de las experiencias más exclusivas en Walt Disney World: "Star Wars Galactic Starcruiser".

Este servicio de entretenimiento, crucero/resort, había sido criticado por su alto costo, que iniciaba en 4 mil 809 dólares, lo que limitó su ocupación, la cual bajó en los meses posteriores a su estreno. Ante esta situación, la compañía se vio obligada a reducir los viajes semanales del crucero a partir de octubre.

No obstante, ya ni eso se logrará pues la decisión de la empresa que dirige Bob Iger fue el cierre de la atracción en septiembre, lo que incluye a su hotel temático ubicado en Orlando, Florida.

Previamente, la empresa anunció la cancelación de un proyecto de oficinas corporativas en Miami, cuya inversión estaba prevista en mil millones de dólares, debido a discrepancias con el Gobernador de ese estado, Ron DeSantis.

capitanes@reforma.com

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:

<https://www.reforma.com/capitanes-2023-05-23/op249501>

Fecha de publicación: 23-05-2023