

Reforma

Viernes, 16 de Abril de 2021

Simón Masri... El presidente y CEO de C3ntro Telecom va por el despliegue de 600 kilómetros de fibra óptica en el País, con lo que avanza en su plan de desplegar 3 mil kilómetros para 2023. Esto es parte de un programa de inversión de cinco años y 100 millones de dólares, de los cuales ya se han invertido 60. En silencio El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), que preside interinamente Adolfo Cuevas, ha permanecido callado ante la aprobación del Padrón Nacional de Usuarios de Telefonía Móvil (Panaut). El IFT sería la autoridad responsable de operar y regular el padrón que tendrá datos personales y biométricos, mientras que los concesionarios de telecomunicaciones suministrarán información de altas, bajas, cambios de propietarios, robos y extravíos. En diciembre de 2020, comisionados del IFT señalaron que no había presupuesto para operar el padrón. Previo a la aprobación en el Senado, el regulador expuso a los legisladores que la infraestructura y operación del Panaut costaría 109 millones de pesos el primer año y 88 millones cada año subsecuente. Lo malo es que desde su creación en 2014, el IFT ha visto una reducción en el presupuesto que recibe, al pasar de 2 mil millones de pesos ese año a mil 510 millones en 2021. Algunas organizaciones como la Red en Defensa de los Derechos Digitales (R3D), dirigida por Luis Fernando García, tiene la esperanza de que el presidente Andrés Manuel López Obrador aplique un veto a la iniciativa aprobada por el Congreso. El mandatario aseguró, de entrada, que el Gobierno federal no hará uso del Padrón para espiar a la ciudadanía.. A ver. Recuperación necesaria El Centro de Innovación y Emprendimiento de la EGADE Business School, que dirige Félix Cárdenas, ha seguido de cerca el comportamiento de los nuevos negocios en el País y encontró que al menos un 44 por ciento se suspendieron con la pandemia. Las startups, empresas de reciente creación, son las que más se vieron afectadas, pues muchas estaban por recibir capitalización pero las rondas de inversión se detuvieron y, en muchos casos, hasta se puso en riesgo la operación por completo. Sin embargo, la cosa no termina ahí. El monitoreo realizado por el Centro registró que, en el primer trimestre de 2021, al menos un 52 por ciento de las empresas jóvenes tuvieron ventas mucho menores a las observadas en 2019 y es probable que esto se alargue todavía más por una lenta recuperación económica. La importancia de apoyar la recuperación de todo el ecosistema emprendedor mexicano radica en que son una fuerte importante de empleo y si este sector se activa, la economía en su conjunto podría encontrar un catalizador para recuperarse más rápido, no solo con las startups que ya existen, sino por las que están por ver la luz. Tratado con Argentina La relación comercial entre México y Argentina podría ser más estrecha con un posible Tratado de Libre Comercio (TLC). Resulta que en la reunión que tuvo el miércoles pasado la secretaria de Economía, Tatiana Clouthier y la subsecretaría de comercio exterior, Luz María de la Mora, con los empresarios que integran el Cuarto de Junto, se confirmó que el presidente López Obrador ha dado instrucciones para negociar un TLC con nación sudamericana. Esta petición derivó de la visita que tuvo el mandatario argentino Alberto Fernández a México en febrero, en la que ambos países expresaron su voluntad para poner en marcha la negociación de ese nuevo acuerdo comercial. Actualmente, ambas naciones rigen su comercio bajo el Acuerdo de Complementación Económica (ACE) 6 y el ACE 55, pero son herramientas limitadas, pues refieren al tratamiento arancelario para el comercio exterior. Lo que se necesita, dicen, son mejores condiciones de acceso a mercados y contar con un pacto comercial que abarque varias áreas económicas e incluso aspectos ambientales o

sociales, como recientemente se incorporaron al Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC). Expansión necesaria Uno de los empresarios más activos del sector restaurantero ha sido Ricardo Añorve, propietario de Sonora Grill, que a inicios de año lideró el movimiento para que los restauranteros de la CDMX y el Estado de México reabrieran sus puertas en medio del semáforo rojo por la pandemia. Luego del golpe financiero por el tiempo que sus restaurantes se mantuvieron cerrados y pagando sueldos a sus empleados, Añorve busca nuevas estrategias para salir del bache. Por ahora, acaba de lanzar oficialmente la franquicia Parrilla Urbana, una de las cinco marcas que hasta el momento forman parte del grupo. Con esa franquicia pretende extender su sello al interior de la República, pues hasta ahora está presente únicamente en 11 ciudades, con más de 30 restaurantes. La franquicia tiene la intención de duplicar el número de urbes donde tiene presencia y apuesta por cruzar eventualmente las fronteras. capitanes@reforma.com