

ENERGÍA

Fitch Ratings ratifica calificaciones de Vanti



Vanti

La firma *Fitch Ratings* ratificó las calificaciones de largo y corto plazo de *Vanti* en AAA y F1+, respectivamente. Esto, considerando que se trata de una empresa de servicios públicos "competitiva y fuerte, en un mercado maduro con tarifas reguladas, y exposición baja a riesgos volumétricos", según detalla en su informe. Indica que *Vanti* tiene contratos de suministro que respaldan la demanda de gas esperada hasta 2023 y 2024. (IB)

MINAS

CGM reporta crecimiento en producción de oro

CIFRAS PRODUCCIÓN GCM MINING

Oro		79 Au
Producción oro junio 2022 en Segovia	16.370 onzas de oro	
Segundo trimestre 2022	53.198 onzas	
Segundo trimestre 2021	52.198 onzas	
Acumulado 2022	103.149 onzas de oro	
Producción últimos 12 meses	208.282 onza	
Crecimiento en relación al último año	→ 1%	
Plata		47 Ag
Producción plata 2022 en Segovia	85.741 onzas	
Producción plata 2021 en Segovia	54.573 onzas	

Fuente: GCM Mining Corp/Gráfico: LR-LM

CGM Mining anunció que produjo un total de 16.370 onzas de oro en junio de 2022 en sus operaciones en Segovia, lo que lleva el total del segundo trimestre de 2022 a 53.198 onzas, comparado con 52.198 onzas de Segovia en 2021. Confirmó la producción generada los últimos 12 meses: con corte a finales de junio la compañía reporta 208.282 onzas, un aumento de 1% comparado con el año pasado. (MS)

INDUSTRIA

Postobón, entre las de más inversión social



La República

El más reciente informe del índice de Inversión Social Privada señaló que la empresa productora de bebidas *Postobón* se ubicó como la séptima compañía con mejores prácticas en materia de inversión social privada. Este ranking es diseñado por *Jaime Arteaga & Asociados*. "En *Postobón* trabajamos día a día para ratificar la posición de liderazgo en sostenibilidad", aseguró *Martha R. Falla*, directora de Sostenibilidad de *Postobón*. (MS)

"Ubits cerró alianzas con Ted y Wobi para escalar a nivel mundial"

EDUCACIÓN. EL CEO DE LA STARTUP COLOMBIANA, JULIÁN MELO, EXPLICA QUE ESTÁN PRODUCIENDO 50 NUEVOS CONTENIDOS POR MES Y APUNTAN A CONVERTIRSE EN UN HUB DE FORMACIÓN EMPRESARIAL

BOGOTÁ

Hay un mercado creciente de educación empresarial digital. Con miras a analizar el actual panorama del entretenimiento empresarial y los nuevos formatos de educación ofrecidos por medio de las plataformas tecnológicas, *Julián Melo*, cofundador y CEO de *Ubids*, conversó con *LR* sobre los nuevos procesos que están adelantando. Destacó las recientes alianzas con dos de las empresas de contenido educativo más grandes del mundo, *TED* y *Wobi*, para escalar su modelo.

¿Qué buscan con estas nuevas alianzas?

Lo primero es el cambio en la visión de la compañía; nosotros pasamos de ser una plataforma de cursos a una hub de aprendizaje, donde las empresas de habla hispana llegan para entrenar a sus trabajadores. Cuando hablamos de capacitaciones no son solo cursos diseñados por *Ubids* sino una gama de material de las plataformas más grandes en creación de contenido. Con estas alianzas podremos ofrecer más de 2.000 contenidos en donde se encuentran *TEDx Talks*, masterclass como las de *Wobi*, libros, podcast, cursos que estamos co-creando con *Google* y otras compañías de tecnología. En cuanto a las proyecciones de crecimiento, esperamos poder mantener la línea de 3% por año, no solo para 2022 sino además para 2023.

¿Actualmente con cuántos usuarios y clientes cuentan?

En este momento, tenemos cerca de los 100.000 estudiantes; vamos a crecer por lo menos cinco veces en el número de estudiantes para finales del próximo año. Tenemos más de 500 clientes, vamos a llegar a 900 a final de año y para 2023 estaremos cerca a los 2.500 clientes en la región. Este crecimiento se dará en

100.000

ES EL NÚMERO DE ESTUDIANTES CON LO QUE CUENTA LA STARTUP **UBIDS** EN LOS DIFERENTES PAÍSES DONDE HACEN PRESENCIA.

Siganos en:



www.larepublica.co
Con más información sobre las nuevas alianzas de las startups colombianas.

gran medida a las alianzas que firmamos recientemente.

¿Qué nuevos mercados esperan alcanzar?

Por medio de estas nuevas herramientas es la forma en la que nosotros queremos escalar a nivel mundial. Hoy en día *Ubids* solo opera en mercados de habla hispana, incluida España; queremos llegar a Brasil con contenido en portugués, por otro lado, llegar a diferentes geografías similares a Latinoamérica. Actualmente estamos desarrollando 50 nuevos contenidos por mes. Entonces el plan es pasar de ser una plataforma de cursos a ser un hub de aprendizaje con métricas que te analizan el comportamiento, con algoritmos avanzados para recomendarte y herramientas que se adaptan a otras empresas o grupos con lo que trabajamos.

¿Estos nuevos hub de aprendizaje pueden ser el futuro de la educación mundial?

Yo creo que debe haber un punto intermedio donde se conecten las edtech con las universidades; ambas formas se van a fusionar y los estudiantes van a poder disfrutar de lo mejor de ambos mundos. También creo que alguna universidad puede ser adquirida por alguna edtech. Entonces, para resumir, yo creo que los grandes jugadores van a aprender unos de otros y esto va a mejorar no solo la calidad sino la accesibilidad; esto último debido a que el gran problema en Latinoamérica es de acceso, a medida que brinda más oportunidades la sociedad es más equitativa.

¿Qué nuevas habilidades se pueden desarrollar con estos hub de aprendizaje?

Yo creo que se deben estimular otro tipo de habilidades, por ejemplo, aprender a manejar las finanzas personales, aprender a hablar en público.

MANUEL SÁNCHEZ
msanchez@larepublica.com.co



Ubids

Julián Melo, CEO y cofundador de *Ubids*, explicó las nuevas alianzas que desarrolló la compañía y las proyecciones que tienen a futuro.



Ramiro Cardoso
Chief Revenue Officer de *Ubids*

"Su cultura, la calidad del talento, su posicionamiento en el mercado y, sobre todo, su propósito, son algunos de los elementos de esta organización que generó tal impacto en Latinoamérica".