

Capitanes

(05-04-2024).- Mayra Fritsche...

Preside el Consejo Directivo de Pacto Mundial México, entidad independiente que trabaja con la oficina del Pacto Mundial de la ONU. Su meta es guiar a las empresas para que actúen responsablemente y ayuden a crear un futuro sostenible. Es también gerente de Responsabilidad Social y Sustentabilidad de Granjas Carroll de México.

30 años autónomo

Esta semana, el Banco de México cumplió tres décadas como un instituto autónomo.

Banxico, que actualmente comanda Victoria Rodríguez Ceja, es considerado una de las instituciones más sólidas del País, cuyo trabajo requiere personal altamente especializado para dar resultados que impactan directamente en la población, pues su mandato es proveer la moneda nacional y procurar la estabilidad del poder adquisitivo.

En palabras de la subgobernadora Irene Espinosa Cantellano, expuestas en sus redes sociales con motivo del aniversario, esta autonomía le ha permitido al País vivir un largo periodo de estabilidad financiera y niveles inflacionarios que rondan el 4 por ciento.

Así, mantener un banco central autónomo es de gran importancia, pues según la subgobernadora anteriormente la dominancia fiscal había lacerado el poder adquisitivo de los mexicanos.

El carácter independiente del banco ha sido tema de debate en la presente Administración, no obstante ha quedado claro que sus funciones deben mantenerse sin injerencia del Poder Ejecutivo para su mejor funcionamiento.

Actualmente, Banxico está luchando por contener la inflación que dejó la crisis por la pandemia y que durante los últimos dos años ha presionado el bolsillo de los mexicanos.

Debate y propuestas

Este domingo se realizará el debate presidencial.

Se trata de primer encuentro en donde los candidatos tendrán la oportunidad de presentarse ante los ciudadanos defendiendo sus visiones, propuestas y proyectos.

Aunque se esperan, como en cualquier debate, golpes, indirectas y descalificaciones, también se prevé que logren transmitir cuál es la idea central de cada uno de sus proyectos, pues muchos son los pendientes y pocos los recursos.

Uno de los puntos cruciales serán las estrategias económicas y fiscales que se planteen y que logren despejar la gran duda sobre el origen de los recursos que cada proyecto requiere para materializarse.

Entre los grandes pendientes está mejorar los ingresos públicos, para lo cual analistas y expertos han señalado la necesidad de una reforma fiscal; no obstante, hablar de cobrar más impuestos nunca ha sido una medida popular y a este tema siempre se le da la vuelta en campaña. La candidata de Morena, Claudia Sheinbaum, ya ha dejado claro en otros foros que no requiere tal medida.

Y entre los grandes problemas, sin duda está la situación financiera de Pemex, un tema que, aunque espinoso y complejo, es crucial en cualquier proyecto de nación.

Ojalá se pongan sobre la mesa propuestas concretas bien delineadas y no sólo ideas sin aterrizar.

Sabor al campo

En México, Sabritas es casi sinónimo de papas fritas, y la marca de PepsiCo Alimentos quiere aprovechar este potencial para impulsar al campo mexicano.

La división Sabritas, que dirige Roberto Martínez, que además es la principal compradora de papa de uso industrial en el País, busca a través de su campaña "Por qué son así de ricas las papas Sabritas?" reflejar el trabajo de los más de 40 mil agricultores enfocados a la producción del tubérculo.

Seguramente en internet o en televisión ya vio alguno de estos comerciales que buscan representar la importancia que para PepsiCo tiene la papa mexicana, que ofrece 280 mil toneladas cada año para la empresa.

Mientras el Gobierno actual prescindió de esquemas como agricultura por contrato, el cual garantizaba la compra de las cosechas a los productores, PepsiCo sigue echando mano de estos planes para frenar la migración y promover el comercio justo en el sector primario.

Para la empresa este tipo de campañas también debe reflejar el trabajo de las personas de las más de 800 mil tienditas que comercializan sus productos, pues esta fuente de autoempleo representa cerca de 0.4 por ciento del PIB nacional.

Experta en fintech

Ualá, la fintech unicornio de origen argentino que en México capitanea Luis Madrazo Lajous, acaba de sumar a Mayra Sciarrillo como su nueva Chief Product Officer (CPO), con el objetivo de continuar fortaleciendo y ampliando su equipo directivo.

En su rol, tendrá como principal responsabilidad liderar las áreas de Producto y Experiencia de Usuario.

La incorporación de Mayra será clave para acompañar el crecimiento de Ualá en Argentina, Colombia y México, donde ya supera los 6 millones de personas usuarias. Actualmente, cuenta con más de mil 600 colaboradores de más de 18 nacionalidades.

Mayra cuenta con una destacada trayectoria de más de 14 años en el ámbito del desarrollo de producto.

Antes de unirse a Ualá, ocupó el cargo de Head de Desarrollo de Producto en Nubank para la vertical Nubank Shopping y, previamente, se desempeñó como directora de Desarrollo de Producto en Mercado Pago, donde estuvo a cargo de equipos en el área de cuentas y pagos en línea.

capitanes@reforma.com

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:

<https://www.reforma.com/capitanes-2024-04-05/op268736>

Fecha de publicación: 05-04-2024