

Capitanes

**(22-05-2024).- Ricardo Dávila Mondragón...**

IMPRIMIR

Es el nuevo director general de TeleVía, empresa de cobro de peaje que opera en el País. Tiene 33 años en el sector de medios de pago, con experiencia en crédito al consumo, switch transaccional y fintech. A lo largo de su carrera ha desempeñado cargos de alta responsabilidad en empresas líderes de su sector, como BBVA, Net Pay y Todito.

Botana mexicana desde cero

PepsiCo, que en México encabeza Roberto Martínez, anuncia hoy, de la mano de Fundación Walmart, a cargo de Gisela Noble, el lanzamiento en el mercado mexicano de Natuchips, una botana producida a base de plátano maduro y plátano verde, este último cultivado por la cooperativa Productores Agrícolas Plataneros de la Isla, en Tabasco.

La iniciativa es resultado de tres años de trabajo en conjunto, tras los cuales se logró el desarrollo de un producto desde cero.

En 2021, la compañía lanzó el programa Agrovita en el sur-sureste de México, a través de la Fundación PepsiCo, con la que ha buscado beneficiar a productores de plátano, cacao y palma por medio de prácticas de agricultura regenerativa.

En 2020 se involucró tanto al equipo de Investigación y Desarrollo como al de Innovación de PepsiCo; ambos fueron clave para entender las características del plátano que se debía producir, así como para acompañar a los productores con la intención de constituirse como empresa, recomendarles buenas prácticas de manufactura y costeo de materia prima.

Después de diferentes pruebas industriales para procesar el plátano, en las que participó un equipo multifuncional de nueve áreas de la empresa, finalmente nació Natuchips con dos sabores: sal y chile limón. Todo el plátano verde para su producción proviene de socios agricultores de Tabasco, beneficiarios del programa Agrovita.

Optimismo inmobiliario

Hace unos días, los integrantes del Clúster de Innovación y Transformación Inmobiliaria (CITI) y líderes del sector inmobiliario se reunieron para analizar el panorama electoral.

Ahí aseguraron que en un año como este, el optimismo es clave para encontrar buenas oportunidades en el mercado, pues se prevé que habrá incertidumbre como resultado del proceso electoral.

Entre los participantes en el foro estuvieron Marissa Quiroga, presidenta de la Asociación Mexicana de Profesionales (AMPI) CDMX; Mater de la Mora, presidenta de la Asociación de Profesionales en Comercialización Inmobiliaria (APCI); Felipe Cuevas, CEO de CUNNA Real Estate, y Fernando Bustamante, quien es director de AB Inmobiliaria.

Todos consideran que la capacitación, la actualización tecnológica y los cambios a la legislación son fundamentales para ofrecer reglas claras a todos los participantes y para mantener el interés en el mercado.

Uno de los principales retos que identifica CITI es la capacitación de los agentes independientes para dotarlos de mejores elementos en su toma de decisiones tecnológicas, herramientas fundamentales para realizar mejor su trabajo.

### Adultos mayores

La empresa Kavak, que dirige Juan Cruz de la Rúa, está apostando por los adultos mayores.

El plan del unicornio mexicano es capacitarlos en hardware y software para que lleven a cabo actividades de acompañamiento comercial en las sucursales de la compañía.

Para esto, la empresa de compra-venta de autos usados en México lanzó el programa "Talentos Únicos Kavak", en colaboración con el Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (Inapam).

Los colaboradores serán acompañados durante toda su capacitación por gerentes de sucursal para recibir mentoría directa durante sus primeros tres meses de empleo y facilitar así su integración a la compañía.

Actualmente, la empresa cuenta con diversos colaboradores con más de 60 años, quienes han llegado a acumular un promedio de tres años de carrera en la compañía.

Según datos del Inegi, en esta industria, el promedio de edad de los profesionales es de 36 años y solo uno por ciento son adultos mayores.

### Boletería inclusiva

Quien va que vuela para consolidarse en la venta de boletos es PrideMx Tickets.

Esta nueva boletería que capitanea Diana Espinosa lleva casi tres meses de operación enfocada 100 por ciento en eventos para la comunidad LGBTQ+ y ya suma obras de teatro, standup y fiestas temáticas.

También colabora con asociaciones civiles enfocadas a las personas trans, no binarias y con VIH para ayudarlas a que obtengan recursos a través de eventos.

Y aunque cubre todo México, los eventos se llevan a cabo principalmente en CDMX y Puerto Vallarta.

El recibimiento que ha tenido esta compañía se debe a que es parte de PrideMx, una plataforma digital bastante conocida por la comunidad para conectarse, hacer negocios, aprender y empoderarse.

Entre sus metas está trabajar con un festival musical y brincar a otras partes del mundo, como Colombia.

Y aunque PrideMx está enfocada en hacer crecer el nuevo negocio de venta de boletos, también planea sacar una tarjeta de crédito en el futuro.

capitanes@reforma.com

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

**ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:**

<https://www.reforma.com/capitanes-2024-05-22/op271476>

Fecha de publicación: 22-05-2024