



- » *Para las masas*
- » *Oportunidad para los pequeños*
- » *Adiós*

## Noticiero móvil

ISATV, la red de televisión en el Metro lanzó de manera formal su Noticiero, cuyo objetivo es informar y entretener a más de 3.3 millones de usuarios diarios, a través de 576 pantallas distribuidas en las estaciones de mayor afluencia del Sistema de Transporte Colectivo.

La red busca posicionar a las marcas entre su público objetivo mediante estrategias creativas e innovadoras dentro del noticiero como coberturas especiales, menciones de marca, interacción con logos y elementos gráficos, entrevistas y patrocinios.

Ana Mazú Camou, directora del Noticiero, destacó que “pasamos de que nadie nos conociera a volvernos el pilar más importante de ISATV, de tener que perseguir las entrevistas a que nos llamaran artistas internacionales y hasta candidatos a la Presidencia”.

## Otra opción

El comercio electrónico es hoy en día una oportunidad para que las pequeñas y medianas empresas puedan lograr su desarrollo y ser competitivas en un mundo globalizado, afirmó Israel Coto, **director** de Microsip en Ciudad de México.

El directivo manifestó que antes el comercio electrónico era algo sumamente caro o privilegiado sólo para los grandes corporativos; sin embargo, la evolución tecnológica permitió que todos los sectores se suban a la red.

Expuso que muchas pequeñas empresas dudaban en crear una tienda en línea por miedo a los fraudes electrónicos, pero deben darse cuenta de que es una forma de que los pequeños emprendedores empiecen un negocio, para después montar ya un punto de venta físico.

Explicó que los empresarios que durante años han venido manejando modelos de negocio similares lo ven como un escaparate alterno en el que pueden tener ahorros y alcances enormes, así como una oportunidad de llevar sus productos a mercados donde antes no podían, y los pequeños emprendedores que empiezan con un negocio en línea ahora ya lo tienen montado en Internet.

Sin embargo, consideró, hay que cambiar un poco la cultura porque no sólo teniendo una página de comercio se va a tener éxito; es lo mismo, como en una tienda física que tiene que promocionarse para atraer a los clientes.

## Se fue

El viernes de la semana pasada, la compañía mexicana productora de tortillas de maíz y harina **Gruma** anunció que **Salvador Vargas**, **director** jurídico corporativo, dejará el cargo por motivo de jubilación.

A través del anuncio publicado en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), la compañía explicó que el cambio se hizo efectivo el 30 de junio y será remplazado por Rodrigo Martínez; le reportará al presidente del consejo de administración y **director** general de **Gruma**, **Juan Antonio González Moreno**.

**Gruma** reconoció la trayectoria profesional de Salvador y se dijo agradecida por la lealtad y excelencia con la que se desempeñó en la alta dirección de la subsidiaria del conglomerado Alfa.

Rodrigo se desempeñaba como subdirector jurídico en la compañía desde hace 10 años. Destaca por ser egresado de la facultad de Libre de Derecho de Monterrey; además cuenta con una maestría en derecho por la Universidad de Harvard Law School, una maestría en administración pública en la Universidad de Columbia, entre otras.

## Unen esfuerzos

Las aerolíneas a nivel internacional trabajan en protocolos que permitan identificar casos de trata de personas transportadas en sus aviones, en donde ya se identificaron algunos, afirmó el oficial de Gestión de Programas de la Oficina de Naciones Unidas contra las Drogas y el Delito (UNODC, por su sigla en inglés), Felipe de la Torre.

Derivado de la reunión anual de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA, por su sigla en inglés), celebrada en Cancún, se comenzó a abordar el tema, en donde ya se identificaron dichas situaciones en vuelos de Alaska Airlines, American Airlines, Jet Airways y Volaris.

México y Centroamérica son los más afectados con este fenómeno, debido al gran número de migrantes que se registran en la región, en donde la gran mayoría terminan siendo explotados en Estados Unidos, en fábricas clandestinas, en la industria del sexo, de pesca, entre otras.

Por ello, a través de la campaña Corazón Azul, iniciativa de la UNODC, se busca sensibilizar a la población respecto a la existencia de este delito.

Aeroméxico fue la primera aerolínea en sumarse a Corazón Azul y su compromiso es muy importante: luchar contra la trata de personas, por lo que está im-

Continúa en siguiente hoja



<b>Fecha</b> <b>02.07.2018</b>	<b>Sección</b> <b>Termómetro Económico</b>	<b>Página</b> <b>2</b>
-----------------------------------	---	---------------------------

plementando un plan de trabajo para ofrecer a los pasajeros información sobre la campaña y material para capacitar a sus tripulaciones para la detección de este tipo de situaciones.

Volaris implementó un código para identificar víctimas, principalmente niños, niñas y adolescentes contra la explotación sexual, en donde se detectó en un vuelo proveniente de la ciudad de Morelia con destino a Mexicali, Baja California, un posible caso de tra-

ta de personas, de una menor que fue contactada por desconocidos vía redes sociales.

La campaña Corazón Azul ha logrado sensibilizar el tema y dar a conocer que no sólo las niñas y niños son víctimas de trata, sino también otras poblaciones: indígenas, personas con discapacidad motriz, auditiva y visual.

[accionesyreacciones@eleconomista.mx](mailto:accionesyreacciones@eleconomista.mx)