

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

MÉXICO



Innovación Disruptiva:
visión y motor de crecimiento

Andrés Villalobos Rodríguez

Consultor, experto en Finanzas, Comercialización
y Desarrollo de Negocios

Tendencias Económicas y Financieras del 2023
Perspectiva Empresarial

● **Lucas Melman**

Country Manager para Butterfly México

Generamos un impacto en la sociedad actual al brindar a las personas oportunidad de alcanzar su mejor versión

● **José Ricardo Cárdenas I.**

Director de sostenibilidad ASG de Valora Consultores

La Inteligencia Artificial y el cambio de paradigma que enfrentamos

● **Adriana Gallardo**

Empresaria y conferencista

A problemas globales, soluciones globales

EN MÉXICO CON ÉXITO

Antonio Del Rosal

Director General de Experiencias Genuinas

Las empresas deben ser líderes en el proceso de transformación del estatus quo



sesderma^x

listening to your skin

C-VIT
ERES LUZ

SÍGUENOS



2023

WORLD CORPORATE GOLF CHALLENGE



SAVE THE DATE

29 DE JULIO 2023

PUNTA ESPADA - CAP CANA

ANFITRIONES

FDE
SPORTS

FACTOR DE ÉXITO

FDE
FACTOR DE ÉXITO

PARA MÁS INFORMACIÓN DE PARTICIPACIÓN Y PATROCINIOS
INFO@REVISTAFACORDEEXITO.COM 829-766-3160



Isabel Figueroa de Rolo
CEO y Directora Editorial Factor de Éxito

Con el viento en contra

El Banco Mundial proyecta que “el crecimiento mundial se desacelerará al 1,7 % en 2023, el tercer ritmo más débil en casi tres décadas, solo opacado por las recesiones mundiales de 2009 y 2020”.

Esta desaceleración abrupta plantea importantes retos, donde los efectos de la guerra entre Ucrania y Rusia, la inflación internacional y el reciente colapso de algunos bancos en los Estados Unidos, marcan la pauta de la agenda, que algunos califican de tempestad.

Pero, un buen capitán sabe poner un barco a son de mar, para navegar en cualquier circunstancia sin correr peligro. En la región, los líderes empresariales trazan estrategias, se reúnen con sus equipos y analizan el panorama, abriendo un abanico de oportunidades para enfrentar los desafíos que se

están presentando. No hay duda, los ajustes son necesarios.

Por eso, en esta edición consultamos con referentes de diversos sectores de la economía y la industria para que nos ofrecieran su mirada de la situación económica mundial, de la región, de su país y sus empresas, a fin de conocer cuáles son los elementos en los que están colocando el foco, y que les permitirán navegar durante el 2023 a buen ritmo. Diversificación, productividad, competitividad, resiliencia, innovación, transformación, parecen ser palabras clave dentro de cada estrategia de negocio durante este año.

La meta es continuar con las velas izadas para lograr el crecimiento económico, a pesar de tener el viento en contra.



VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

MÉXICO

RANKING TOP 100 América

Sostenibilidad, el imperativo de hoy

Rosa Nelly Treviño-Rodríguez
Senior Advisor for Families-In-Business
Inclusion & Good Governance Initiatives
Treviño-Rodríguez & Asociados

La sostenibilidad, el nuevo paradigma de las empresas del futuro 3.0

INNOVACIÓN CON DATOS
Somos un sector que se mueve a la vanguardia de la innovación de negocios y tecnología.

EL MUNDO CON DATOS
El mundo se mueve a la vanguardia de la innovación de negocios y tecnología.

EL MUNDO CON DATOS
El mundo se mueve a la vanguardia de la innovación de negocios y tecnología.

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

MÉXICO

Líderes que abren camino
Ismael Cala

• **Visión con valores**
El futuro de las empresas se construye con valores.

• **Formación de líderes**
El futuro de las empresas se construye con valores.

• **El futuro de las empresas**
El futuro de las empresas se construye con valores.

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

México

Jorge Vallejo
Presidente Mitsubishi Motors México

Sector automotriz, pilar estratégico en la reactivación económica

• **Un cambio de rumbo**
El futuro de las empresas se construye con valores.

• **El futuro de las empresas**
El futuro de las empresas se construye con valores.

• **El futuro de las empresas**
El futuro de las empresas se construye con valores.

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

MÉXICO

John Maxwell
Fundador de The John Maxwell Company
The John Maxwell Team y JAMES/REUP

Yo siempre digo que liderarme a mí mismo es mi desafío más grande en la vida

• **El futuro de las empresas**
El futuro de las empresas se construye con valores.

• **El futuro de las empresas**
El futuro de las empresas se construye con valores.

• **El futuro de las empresas**
El futuro de las empresas se construye con valores.

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

MÉXICO

El cambio del consumidor hacia los alimentos de origen vegetal llegó para quedarse

Raúl Acosta Salas
General Manager Confiterías S. Carib

Jorge Hernández Ortiz
General Manager México

Panorama económico de cara al 2022

• **El futuro de las empresas**
El futuro de las empresas se construye con valores.

• **El futuro de las empresas**
El futuro de las empresas se construye con valores.

• **El futuro de las empresas**
El futuro de las empresas se construye con valores.

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

MÉXICO

Elica Guerra
Fundadora de Mujeres Líderes y Impacto

“LIDERAZGO FEMENINO, LIDERAZGO DE IMPACTO”

• **El futuro de las empresas**
El futuro de las empresas se construye con valores.

• **El futuro de las empresas**
El futuro de las empresas se construye con valores.

• **El futuro de las empresas**
El futuro de las empresas se construye con valores.

FACTOR DE ÉXITO
¡La clave está en la diferenciación!

MÉXICO

Hugo Romero Gracia
CEO de Integra Meetings y Director de E-Tech Evolving Education

Transformación digital, el gran desafío para el liderazgo responsable

• **El futuro de las empresas**
El futuro de las empresas se construye con valores.

• **El futuro de las empresas**
El futuro de las empresas se construye con valores.

• **El futuro de las empresas**
El futuro de las empresas se construye con valores.

APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS
EDICIONES



[contenido]



Innovación
Disruptiva:
visión y motor de
crecimiento

pág. **12** | **Andrés Villalobos Rodríguez**



Generamos un
impacto en la
sociedad actual
al brindar a
las personas
oportunidad de
alcanzar su mejor
versión

pág. **26** | **Lucas Melman**
Country Manager para Betterfly México



A problemas
globales,
soluciones
globales

pág. **33** | **Adriana Gallardo**
Empresaria y conferencista

gente de éxito



Las empresas
deben ser líderes
en el proceso de
transformación
del estatus quo

pág. **40** | **Antonio Del Rosal**
Director General de Experiencias Genuinas

en México con éxito



Una empresa
que no sea
sostenible y
socialmente
responsable
no debería de
operar

pág. **47** | **Emiliano Iturriaga Tovar**
Director General de Rutopía

OpenBusiness



pág. **56** | XIV Encuentro Empresarial Iberoamericano
Iberoamérica necesita de sus empresarios

directorio

► Revista Factor de Éxito México Número 8, Año 2



CEO y Directora Editorial:
Isabel Mariella Figueroa de Rolo
i.figueroaderolo@revistafactordeexito.com

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

Comité Ejecutivo:
Héctor Rolo - Isabel Figueroa de Rolo
Andrés García - Isabel Cristina Rolo Figueroa
Arianna Rolo Figueroa

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo y Ventas:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones Internacionales:
Jacqueline León

Directora de Comunicaciones:
Siddhartha Mata

Coordinadora de Comunicaciones:
Edrix Polanco

Periodistas:
Isamar Febres
Magnolia Sánchez
Baudy Dávila

Asesor comercial:
Rosely Matos

Secretaria Administrativa:
Eimy Pimentel

Contenidos web:
Roberto Rolo

Content Manager:
Gabriela Alfonso

Diseño y Diagramación:
Luis Gota

Webmaster:
Juan Rebollo

Portada:
Andrés Villalobos Rodríguez
Consultor, experto en Finanzas, Comercialización y Desarrollo de Negocios

Articlistas:
Álvaro "Cuco" de Venegas
José Augusto De León
Carmelina Peguero
Paulina Farías
Iván Calvo
Lesslie de Dadovich
Marcelo Muñoz
Javier Giménez Divieso

Revista Factor de Éxito Colombia
info@colombia.revistafactordeexito.com

Instagram: @RevistaFactordeExito

Twitter: @RevistaFDE

Facebook: Revista Factor de Éxito

www.revistafactordeexito.com

Sede Principal:
Factor de Éxito Rolga Group SRL
RNC 1-3135817-9
Dirección: Av. Lope de Vega #29, Novo Centro. Nivel 3.
Local C-6.
Ensanche Naco. Santo Domingo.
Teléfonos: +1 829.340.5724 – 809.542.2479
info@revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito República Dominicana
info@revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Atlanta
info@atlanta.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Chile:
info@chile.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Ecuador
info@ecuador.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito México
info@mexico.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Miami
info@miami.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Panamá
info@panama.revistafactordeexito.com

Sector hotelero

Las tendencias tecnológicas en 2023 para el sector hotelero están basadas en una sola cosa: mejorar la experiencia del huésped. Así lo entiende Intelisis, quien presentó a empresarios del sector el sistema de administración especializado Intelisis Vertical Hotelera.

De acuerdo con Ricardo Boy, director de Desarrollo de Negocios de Intelisis Software, Vertical Hotelera permite tener una consulta y control de reservaciones, generar informes globales y facilitar las tareas operativa, crear bitácoras de controles de limpieza y mantenimiento de las instalaciones, generar solicitudes por notificación, crear inventarios, además de permitir un registro puntual del consumo de los huéspedes y la emisión de facturas.

“Lo más importante es brindar a los hoteles una solución que permita simplificar los procesos operativos al interior, haciendo más eficientes los recursos y el tiempo de los colaboradores, al tiempo de brindar soluciones para que los huéspedes tengan una mejor experiencia, automatizando procesos y generando una mejor experiencia durante su estancia”, señaló Boy.

Otra de las ventajas que tiene Intelisis Vertical Hotelera es que combina la integración de un PMS (Property Management System) conectado al ERP de última generación, lo que permite a los huéspedes hacer un auto Check-in, firmar el registro, contar con soporte



electrónico, tener la posibilidad de abrir la puerta de su habitación con tecnología Bluetooth o Wifi, interactuar con los servicios del hotel desde su celular o una tablet, generar su cuenta y hasta facturar.

Descarga masiva gratis

A partir de abril de 2023, todos los CFDIs tendrán que ser 4.0; aún cuando este tipo de comprobantes fiscales han estado disponibles desde el 1 de enero de 2022, la gran mayoría de los contribuyentes han optado por seguir utilizando la versión 3.3. Pero esa época ha llegado a su fin, pues ya no se podrán generar ni enviar más CFDI 3.3: los intentos ahora serán automáticamente invalidados por el SAT.

Ante los cambios impulsados por la autoridad, las PyMEs necesitan cada vez más recursos tecnológicos para poder cumplir a cabalidad con sus obligaciones fiscales. Tener un CDFI 4.0 con información errónea (los errores más frecuentes son en los campos del Código Postal o del Régimen Fiscal) puede representar un costo alto sobre todo cuando no se detecta a tiempo, pues al final la empresa no podrá deducir dichas facturas. Para las compañías que reciben un alto número de facturas de múltiples proveedores, el reto es mayúsculo.

Un sondeo realizado por Box Factura durante el primer trimestre del 2023, revela que entre un 18 % y un 25 % de las facturas que están recibiendo actualmente las PyMEs vienen con errores que terminan teniendo un impacto significativo en la capacidad de las empresas para deducir.

Contar con esta herramienta ahora será fundamental, pues lamentablemente existe un mito entre las empresas



de que el SAT valida por nosotros el Código Postal y el Régimen Fiscal, esto no es cierto y es la principal causa de que un CDFI 4.0 se convierta en no deducible.

Transformación digital

SONDA, empresa especializada en transformación digital con presencia en 11 países, incluido México, reportó sus resultados financieros correspondientes al año 2022 con ingresos consolidados que ascienden a \$1.068.112 millones de dólares, equivalentes a \$ 1.248 mdd, y un EBITDA de \$ 120.574 mdd, equivalentes a \$ 140,9 mdd.

Los ingresos acumulados a diciembre aumentaron 19 % y el EBITDA un 8,2 % respecto de 2021. Por su parte, la utilidad neta atribuible a la controladora fue de \$35.502 mdd, equivalentes a US\$ 41,5 mdd. Tanto los ingresos como el EBITDA crecieron en todas las geografías donde la compañía está presente.

En términos comerciales, los cierres de negocios durante el ejercicio alcanzaron la cifra récord de US\$ 1.695,8 mdd, la mayor cifra de cierres en la historia de SONDA, con un crecimiento de 34,4% en relación con 2021. En esta línea, se lograron mayores cierres de negocios en todas las regiones: Cono Sur (7,8 %), Andina (41,2 %), Norteamérica (93,2 %) y Brasil (72,1 %). Las oportunidades de nuevos negocios -o pipeline- llegaron a US\$ 3.554,9 millones, de las cuales, 43% corresponde a Brasil.

Sonda ofrece servicios de Ciberseguridad, Digital Business, Nube híbrida, pública y privada, Datacenter y servicios de plataforma.



El CEO de SONDA, José Orlandini, señaló que, “Esperamos durante 2023 continuar cerrando nuevos negocios y abriendo oportunidades que permitan consolidarnos como un socio estratégico en los 11 países donde operamos, impulsando la transformación digital de nuestros clientes en un contexto desafiante para las economías de la región”.

Tecnología

La marca de smartphones de más rápido crecimiento del mundo, realme, ha anunciado su colaboración con Coca-Cola® y ha presentado su primer smartphone edición Coca-Cola, el realme 10 Pro 5G edición Coca-Cola.

Este smartphone de edición especial presenta los elementos de diseño clásicos de Coca-Cola con una combinación de rojo y negro. El diseño trasero asimétrico 70/30 resalta el logotipo de Coca-Cola con tres puntos de negro y siete de rojo, lo que hace que el logotipo clásico se reconozca al instante.

El rojo Coca-Cola® transmite una sensación positiva, juvenil y energética. Con un giro atrevido a un logotipo clásico, el logotipo recordado de Coca-Cola aporta nueva energía a la experiencia del smartphone. El proceso de imitación de metal mate proporciona el toque elegante del aluminio pulido sin dejar de ser resistente a los arañazos y las huellas dactilares.

En términos de configuración, realme 10 Pro 5G Edición Coca-Cola cuenta con el procesador Snapdragon 695 5G líder del segmento, una batería masiva de 5000mAh, y realme UI 4.0. Además, también ofrece 8GB+8GB de RAM dinámica y hasta 1TB de memoria externa, para que los consumidores puedan guardar más recuerdos.



El realme 10 Pro 5G edición Coca-Cola contará con 6.000 unidades limitadas. Los usuarios que adquieran el smartphone edición especial obtendrán la tarjeta con número de edición limitada. El día del lanzamiento se revelarán más detalles.

Certificación

Syncfy, la plataforma de Open Finance líder en América Latina, anunció que obtuvo la certificación ISO 27001, la norma internacional que permite el aseguramiento, la confidencialidad e integridad de los datos y la información, para sus productos y servicios de gestión de datos financieros.

Desde su fundación, la empresa siempre ha velado por la protección de los datos financieros, desarrollando su tecnología con apego al modelo Zero Trust, para garantizar que los datos siempre estén seguros y protegidos en cada etapa del ciclo de vida de la información.

Con esta certificación, Syncfy reafirma su compromiso con las mejores prácticas de seguridad de la industria de servicios financieros y es emblemática de su filosofía de excelencia en el desarrollo de sus soluciones de Open Finance, algo que ha sido fundamental para impulsar su crecimiento y expansión en la región. Esta certificación es válida para las filiales de Syncfy en todos los países en los que la empresa opera.

Syncfy actualiza constantemente e implementa las políticas y procedimientos para evaluar los riesgos y aplicar rápidamente las medidas necesarias para mitigarlos o eliminarlos. Con esto no solamente se protegen los datos, también se genera mayor confianza entre usuarios, clientes, proveedores y colaboradores.



En este sentido, Syncfy puede establecer una sinergia más estrecha con sus clientes y proveedores mediante mecanismos de seguridad más robustos para garantizar que cumplen con los más altos estándares y normas de ciberseguridad.

Tomorrow's commerce

Si bien es evidente que factores como la pandemia, la guerra y la inestabilidad política están impactando de manera significativa el comportamiento de las personas, es necesario detenerse en las implicaciones que ello tiene en sus hábitos de consumo. Al respecto, Wunderman Thompson presenta el informe “Tomorrow's commerce 2023”, un análisis con algunas de las tendencias más relevantes del futuro del comercio.

“El mundo está en constante movimiento, las tecnologías avanzan a una velocidad inimaginable. Al mismo tiempo, los consumidores cambian sus hábitos de compras y crecen sus demandas. Por eso las empresas deben incluir estas tendencias en sus estrategias comerciales, ya que, si no se quedarán fuera del mercado y perderán grandes oportunidades para acercarse a sus consumidores”, explica Glenda Kok, Chief of Technology Business Wunderman Thompson LATAM.

El informe explora aspectos como la evolución, el alcance y el poder de los Marketplaces, la creciente omnipresencia e impacto de la inteligencia artificial, las posibilidades en expansión del metaverso, y las nuevas vías y peligros a los que se enfrentan las marcas, así como las tecnologías y tendencias con potencial para transformar los mercados de casi nada a nicho a normal.



Experto en audio

Margules Group es una empresa familiar con cuatro generaciones de ingenieros y artesanos dedicados al diseño y fabricación de sistemas de sonido de alto desempeño desde 1927, en la Ciudad de México.

MARGULES puso en alto el nombre de nuestro país en la cuarta edición de Florida International Audio Expo 2023 calificado por los expertos como lo mejor del encuentro, demostrando una vez más liderazgo en el sector.

FLAX es una muestra anual en la que los aficionados al sonido exploran una emocionante exhibición de estéreos, auriculares, altavoces, cables y amplificadores de alta gama.

Entre más de 250 marcas y casi 80 espacios llenos de sistemas de audio, los productos de Margules Group se exhibieron en una sala de escucha donde los asistentes coincidieron en que se creó un escenario sonoro con una riqueza tonal, texturas y matices que los hicieron vivir la experiencia del evento.

Los equipos de alto rendimiento de MARGULES son mucho más que piezas sonoras, son sistemas fabricados manualmente que aprovechan la calidad y calidez de los recursos análogos y se fusionan con la tecnología más avanzada.

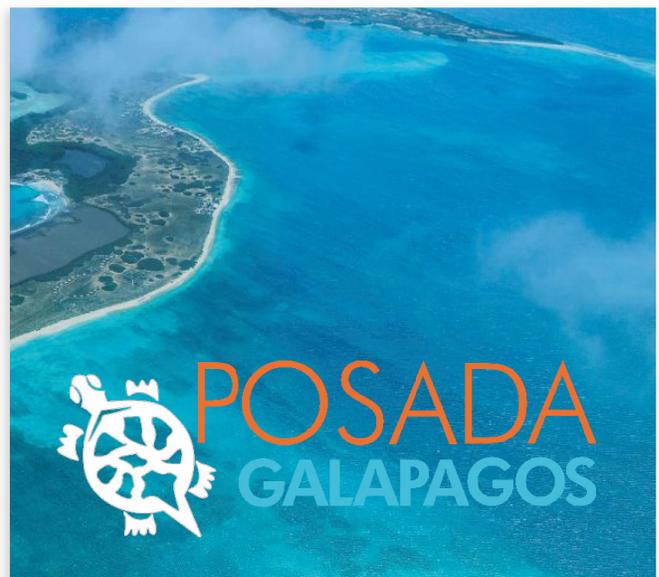


Desde hace más de 95 años MARGULES ha investigado y desarrollado tecnología de punta que se integra en cada uno de sus equipos con el objetivo de crear experiencias sonoras que propicien una relación humana entre la música y quien la escucha.

Experiencia caribeña

El Mar Caribe cuenta con muchos paraísos para brindar unas vacaciones playeras de ensueño. A menos de 200 kilómetros al norte de Caracas, capital de Venezuela, se encuentra enclavado el archipiélago de Los Roques. En este paradisiaco destino está la Posada Galápagos desde 1995. Un lugar, donde la calidez humana de sus dueños es parte de una filosofía de trabajo y atención que busca brindar a sus huéspedes confort, lujo y buen servicio, complaciendo sus variedades de gustos. Así como satisfacer las necesidades de estos para superar sus expectativas, ofreciendo un producto de calidad y excelencia.

La isla del Gran Roque, cayo principal donde se encuentra el mayor número de establecimientos comerciales del archipiélago, es donde está la acogedora estancia 4 estrellas que cuenta con 17 habitaciones, 3 de ellas en formato de suite, restaurante, bar, discoteca, patio interior y una terraza abierta. Además, se ha convertido en la opción de descanso de celebridades venezolanas y extranjeras, es por ello que bien se ha ganado el nombre de: La Posada de las Estrellas. Consolidando el compromiso, respeto, integridad, innovación y responsabilidad como sus pilares fundamentales para con sus clientes, vecinos y el ambiente que rodea a esta mágica opción caribeña.



Andrés Villalobos Rodríguez

Con una larga trayectoria, experimentada en diferentes sectores empresariales y en el mundo de los negocios de consultoría, finanzas, tecnología, servicios, comercialización, desarrollo de mercados, clientes e industrias, hombre de negocios que ha viajado por el mundo

Innovación Disruptiva: visión y motor de crecimiento

La disrupción = Rotura o interrupción brusca ha creado oportunidades para que las empresas mexicanas mejoren su competitividad y se adapten a un mercado global cada vez más cambiante.

En esta edición para el marco de “Economía y finanzas, oportunidades y desafíos para el 2023”, entrevistamos a Andrés Villalobos Rodríguez con una larga trayectoria, experimentada en las ventas y comercialización en diferentes sectores empresariales y en el mundo de los negocios de consultoría, finanzas, tecnología, servicios, comercialización, desarrollo de mercados, clientes e industrias, hombre de negocios que ha viajado por el mundo, nos explica el papel de la innovación en la creación de empleo y el crecimiento económico, así como las oportunidades y desafíos que enfrenta México en su camino hacia una economía resiliente crecimiento y sostenible, con respuestas muy acertadas sin tocar grandes complicaciones que aquejan a México y su política económica.

También abordamos cómo la disrupción tecnológica está cambiando las formas en que las personas acceden a los servicios financieros y cómo las empresas pueden aprovechar estas tendencias para impulsar sus negocios. En definitiva, esta entrevista es una oportunidad para explorar cómo la disrupción y la innovación están transformando el panorama económico en México y qué oportunidades pueden surgir de ello para el presente año y el futuro cercano.

¿Cómo han enfrentado las empresas de México los cambios económicos, tecnológicos y sociales en los últimos cinco años y cuáles fueron las perspectivas a largo plazo que tomaron en cuenta?

En México, la mayoría de las empresas Pequeñas y medianas empresas en México generalmente llamadas (PYMES), son un importante segmento en la economía de México. Se clasifican en dos tipos pequeñas y medianas empresas: negocios familiares y negocios no familiares, estas quedaron rezagadas en el camino y han muerto muchos negocios por no tener la velocidad, flexibilidad y capacidad en adaptarse a todos los desafíos económicos, tecnológicos y sociales

Algunas grandes empresas han tenido que enfrentar grandes retos en sus finanzas, productivos, operativos, comerciales y culturales, algunas si lograron sacar provecho y capitalizar el momento adecuándose a un nuevo contexto mundial, saliendo adelante, pero la gran mayoría de las empresas (PYMES) siguen teniendo grandes carencias y rezagos por superar en todas sus departamentos en el corto plazo operando en modo supervivencia a lo mínimo, pero han tratado de utilizar todos sus recursos disponibles para superarlos y salir exitosas. Todas las empresas han enfocado todos sus esfuerzos y recursos en mantener los ingresos y liquidez del negocio, actualizando la estrategia empresarial, integrándose de forma proactiva, reinventando sus políticas de Capital Humano y la gestión de talento, ajustando los nuevo perfiles para atraer al nuevo talento que se requiere, análisis de las nuevas conductas de mercado y uso de tecnología avanzada de última generación, disruptiva.

Además, se han enfocado a mantener y crecer clientes, aumentando y reteniendo las ventas de forma constante y sostenible, siendo muy creativos, renovando su oferta, servicios y productos, pensando fuera de la



caja, disruptivos e innovadores, buscando alianzas, abriéndose a las exportaciones y buscar nuevas fronteras en nuevos mercados con todos los países y continentes.

Para lograr todo esto, han puesto especial atención en sus finanzas, profesionalizándose y volviéndose muy hábiles en el cuidado de su flujo de efectivo y liquidez, desarrollando mejores prácticas comprobadas y exitosas en la misma gestión, con cumplimiento de indicadores, niveles y estándares mundiales. También han implementado estrategias de anticipación y asesoría en el intento de mitigar los impactos y efectos en el manejo del tipo de cambio, evitar pérdidas cambiarias, así como la supervisión diaria en el incremento de precios de las materias primas, esto como una medida más, recordemos que también los bancos centrales su principal labor es tratar de controlar y mitigar la inflación, planificando las cosas y adelantarse a los posibles imprevistos

En cuanto a las operaciones, se han llevado a cabo análisis y estudios para poder adaptarse y tener capacidad suficiente para satisfacer la cadena de suministro y el manejo, control, resiliencia, supervisión y monitoreo del aumento de la inseguridad en todos los niveles y sectores que afecta el entorno de mercado.

El talento también ha sido un factor clave, enfocándose en la contratación, desarrollo y retención de personal clave, brindando asesoría en la mejora continua, readaptación y reconversión de capacidades para afrontar nuevos desafíos y paradigmas a lo desconocido, así como capacitarse en todos los aspectos tecnológicos que son claves en la adopción, mismos que demandan grandes recursos, tiempos, sistemas, cambio de procesos y replanteamiento del modelo de negocio para ser más flexibles, rápidos en el control y atención.



El trabajo remoto ha sido una herramienta muy valiosa para las empresas, desarrollando esquemas actuales exitosos y operativos para ser más flexibles y productivos vía home office, implementando diversas competencias en las organizaciones para enfrentarse al cambio tan dinámico, rápido y constante, adaptando los modelos de negocio a las exigencias del mercado mundial actual y futuro, anticipando tendencias disruptivas del corto, mediano y largo plazo.

Todas las empresas de México sin importar el tamaño están enfrentado numerosos e intensos cambios económicos, tecnológicos y sociales

Como ejemplo, recientemente tenemos la experiencia que vivimos del impacto que enfrentamos y el como se manejo la pandemia del coronavirus (COVID-19) es una enfermedad infecciosa causada por el virus SARS-CoV-2 como un cambio sociales drástico, complejo y muy profundo

Finalmente, las empresas más innovadoras en México están combinando y aprendiendo muy rápido de manera proactiva el manejo de los insumos de tecnología, talento y todas las cambiantes conductas y expectativas de los consumidores para transformar su modelo de negocios, girar rápidamente en busca de nuevas oportunidades y administrar los recursos de manera más eficaz. Los altos directivos de las empresas tienen que comprometerse más para enfrentar con mayor disciplina, orden, dedicación todo el potencial de la disrupción y asegurar el éxito de sus empresas.

Considerando el contexto actual en el 2023, ¿cuáles son las estrategias que las empresas en México han implementado para enfrentar y superar los desafíos económicos y financieros, y mantenerse exitosas en el mercado?

En la actualidad y el futuro inmediato, EL MEXICAN DREAM estamos viviendo un gran momento disruptivo histórico mundial, estos grandes eventos y cambios se presentan en promedio en ciclos de 100 años, este

tipo de cambios globales tienen un impacto muy profundo, con la relocalización de empresas y la salida de empresas de China, los problemas bélicos como es la guerra en Ucrania, esta disputa nos favorece a Mexico, la relocalización de la producción de los (microchips – micro procesadores), que son la unidad de procesamiento principal de un ordenador, es a sí misma la unidad más importante, el «cerebro», es una diminuta placa de material semiconductor que incorpora un circuito electrónico

El nearshoring es una tendencia como respuesta a la búsqueda de sobrevivencia de las empresas, más que de expansión, las empresas por ejemplo chinas que tienen altos aranceles tienen que migrar o relocalizar sus plantas si quieren mantener el mercado de USA, las empresas que se están casi muriendo por los altos costos de la transportación y los tiempos de entrega, quieren acercar la cadena de suministros

El nearshoring se ha convertido en una estrategia, tendencia, muy atractiva y sexi para las empresas que buscan expandirse en nuevos mercados y mejorar su eficiencia y rentabilidad.

La relocalización de fábricas en México en los últimos 5 años ha impulsado el aumento de la inversión extranjera y el desempeño de la actividad manufacturera en todos los Estados de la República Mexicana, ejemplo tenemos en el Estado de Nuevo Leon el anuncio de la construcción de la Gigafactory de Tesla.

Todos estos eventos pueden favorecer de forma muy positiva a todo Mexico

lo que representa una oportunidad única para el país en términos de (nearshoring) que significa acercar la producción al territorio de consumo, es un tipo de actividad que en el país de origen, que se encuentra relativamente cerca en la distancia y/o el huso horario, friendshoring, reshoring, offshoring, la regionalización, nacionalización de los países y apertura de nuevos mercados con USA, Canadá, Europa, Asia y los 5 continentes en su conjunto, Mexico necesita de forma urgente despertar y aprovechar al máximo todos los tratados comerciales limitándose a los países con los que se tienen tratados disponibles. Ya que lo que está provocando el nearshoring es justo que las economías tienden a ser más cerradas y por ello hay que acercarse más a cada economía.

Sin embargo, a pesar de este escenario positivo ya que se espera genere mucha atracción de inversión extranjera directa, empleos mejor remunerados, atracción de nuevas empresas y crecimiento en todos los sectores por su gran derrama económica, México y el mundo enfrenta grandes desafíos económicos y financieros en el 2023, como la posibilidad de una recesión en USA y mundial, los conflictos bélicos internacionales, la continuidad de la guerra y crisis en Ucrania, la disputa comercial entre China, Rusia con USA y países europeos, así como las elecciones en Mexico de



VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

APUNTA Y ACCEDA
A TODAS NUESTRAS
EDICIONES





nuevos Gobernantes, cambios climatológicos y la escasez de recursos naturales.

La logística y la necesidad de cambiar e interrumpir el uso de la tendencia actual del uso masivo de autos y camiones para resolver los grandes problemas de la movilidad y contaminación ambiental y migrar un poco más hacia modalidades más verdes como está el uso del ferrocarril entre otros

Para abordar todas las oportunidades, las empresas deben revisar muy bien sus modelos de negocio, fortalecer su inversión y comercio exterior, tomar en cuenta la importancia del (TMEC) es el nuevo acuerdo comercial entre México, Canadá y Estados Unidos que sustituye al TLCAN en sus bondades, fortalezas, estrategias e implicaciones internacionales. Además, deben estar preparadas para controlar un tipo de cambio peso-dólar sano y equilibrado, y comprometerse con los principios de Ambiental, Social y Governance (ESG), sustentabilidad y sostenibilidad al 1000 % al máximo nivel de forma urgente e inmediata, así como la implementación de todas tecnologías limpias y la descarbonización.

Es fundamental también enfocar la inversión en la mejora de la calidad de vida y la productividad, invertir en infraestructura en todos los niveles, mejorar la conectividad y toda la integración de la cadena de valor, productiva, suministro, logística, para optimizar su funcionamiento. La desigualdad, el incremento de la pobreza y los problemas de fondo en el nuevo entorno del mercado laboral también deben ser abordados.

Si bien con incrementos en los costos, también desde una motivación por reconocer mejor su valor como agentes de la producción de valor de las empresas, emparejar un poco la cancha, se supondría mejorar la calidad de vida y luego de consumo para una economía de valor agregado

Para lograr una adaptación exitosa a un mundo cambiante, las empresas deben tener una visión muy clara y planificar un modelo de crecimiento y desarrollo a corto, mediano y largo plazo para los próximos 30 años, manteniéndose actualizadas en todos los rubros como lo son la migración, tecnología, seguridad y mitigación de la inflación. Asimismo, es muy importante ser innovador y disruptivos en todos los sentidos y frentes de forma paralela. Por otro lado, el Estado deberá enfocarse en aumentar el empleo en México, así como mejorar la distribución de la riqueza a nivel local, regional y mundial de los países

Esto es algo que no se puede controlar desde las empresas, sino que se tiene que atender desde el Estado

En este sentido, la globalización continúa siendo un modelo vigente, por lo que las empresas deben ser más sofisticadas en términos de gobierno corporativo y adaptarse a los requerimientos regulatorios. Las fusiones, adquisiciones y alianzas también son una excelente oportunidad, pero requieren una estrategia bien planificada para aprovechar su potencial.

En conclusión, el MEXICAN DREAM tiene que pasar a la acción, acción y más acción, activándose de forma inmediata con sentido de urgencia, dejar de ser los ya méritos, todos tenemos la gran responsabilidad de ejecutar y trabajar en equipo

Todos tenemos en nuestras manos el grandísimo potencial y responsabilidad de hacer historia y realidad que realmente se haga la gran diferencia para los próximos 100 años de forma exitosa, sustentable y sostenible, pero es necesario prepararnos adecuadamente para atender de forma exitosa el presente y futuros cambios que tenemos por delante. Debemos estar todos convencidos y creémosla de que si podemos hacerlo excelentemente bien como nunca antes nadie lo ha logrado, dando un brinco cuántico al futuro próximo inmediato, sin miedos, si restricciones de ningún tipo, liberarnos de todo pasado, sin miedo al éxito.

¿De qué manera las soluciones tecnológicas podrían ayudar a las empresas latinoamericanas a enfrentar los desafíos económicos del futuro cercano?

Una de las formas de usar las soluciones tecnológicas para ayudar a enfrentar los desafíos es a través del uso de tecnología de última generación, como la disrupción de la inteligencia artificial (IA) esta va a ser más grande que cuando se desarrolló la luz eléctrica, el internet de las cosas, la robótica avanzada y la cadena de bloques entre otras. Estas tecnologías pueden ayudar a las empresas a comprender mejor a sus clientes, identificar nuevas tendencias y patrones, mejorar la productividad y la eficiencia, y tomar decisiones más informadas. Además, la automatización robótica de procesos y la seguridad cibernética son factores muy importantes que considerar para mejorar la infraestructura de apoyo y la gestión del personal.

En cuanto a la industria manufacturera, la masificación de las nuevas tecnologías y la implementación de la red tecnología 6G será la sexta generación de tecnologías de comunicaciones inalámbricas que soportan redes de datos celulares. Será el sucesor de la 5G y será significativamente más rápida, a velocidades de unos 95Gb/s, son claves para la creación de nuevos modelos de producción y organización industrial.

La digitalización también puede tener un impacto significativo en la inclusión financiera, la educación a distancia y la atención médica digital. Sin embargo, para lograr una mayor eficiencia y resiliencia productiva, es importante abordar las brechas de acceso a banda ancha y universalizar el acceso a la tecnología digital.

Además, la competencia y la creación de valor a través de la aparición de nuevos jugadores, la desintermediación y reintermediación son factores muy importantes que considerar en la cadena de valor. La gobernanza, la institucionalidad y las agendas digitales son elementos clave para impulsar la transformación digital y garantizar la privacidad y la seguridad de los datos en el mercado digital regional.

En su trayectoria profesional, ha trabajado en empresas de diferentes sectores, desde tecnología hasta servicios financieros, ¿cómo cree que la interconexión de estos sectores podría influir en la economía y finanzas de México en el 2023?

Las (FINTECH) es una industria naciente en la que las empresas usan la tecnología para brindar servicios financieros de manera eficiente, ágil, cómoda y confiable. La palabra se forma a partir de la contracción de los términos finance y technology en inglés.

FINANZAS + TECNOLOGÍA = FINTECH

tecnología financiera es una industria financiera que aplica nuevas tecnologías a actividades financieras y de inversión entre otras está revolucionando a pasos gigantes las finanzas y cambiando la forma en que todas las personas acceden a los servicios financieros. Las empresas de tecnología están irrumpiendo en el sector de los servicios financieros tradicionales y obligando a los bancos a innovar para no perder relevancia. Sin embargo, el rápido crecimiento de estas empresas y su importancia cada vez mayor en la intermediación financiera pueden acarrear riesgos para todo el sistema.

A pesar de los retos que aún enfrentan, las empresas de tecnología han demostrado que los nuevos modelos de negocio que están llevando a cabo las grandes empresas son viables en el entorno financiero. La rápida evolución de estas empresas, gracias a los continuos avances tecnológicos, augura una fuerte transformación del mercado financiero en el futuro.

Como grandes referencias y ejemplos tenemos a empresas muy exitosas:

FEMSA con <https://spinbyoxo.com.mx/> y a Banregio con <https://banco.hey.inc/> entre otros

¿Cómo pueden las empresas y los gobiernos trabajar juntos para fomentar el crecimiento económico y el desarrollo empresarial sostenible? ¿Cuáles son las mejores prácticas en este sentido?

A medida que los precios aumentan, el poder adquisitivo disminuye y la confianza de los consumidores y los inversores se ve afectada negativamente. En este contexto, México debe centrarse en implementar políticas y medidas para controlar la inflación y garantizar una economía estable.

El Gobierno del Estado de Nuevo Leon, encabezado por Samuel Alejandro García Sepúlveda, Gobernador Constitucional del Estado de Nuevo León

Para muestra un gran ejemplo y caso de éxito en todos los sentidos de la palabra del como si se puede hacer bien las cosas cuando se quiere trabajar en equipo, armonía, bien alineados, coordinados, comunicados, con una misma visión, necesidades y estrategia en conjunto con la quintuple hélice, empresas, universidades, inversionistas, sociedad, medio ambiente y gobierno así mismo hacemos una referencia muy destacada de los grandes logros en los organismos como Nuevo Leon 4.0 e Invest Monterrey

Tenemos el gran anuncio dado a conocer recientemente:

Tesla, construirá la Gigafábrica más grande del mundo en Monterrey, Nuevo León, México

TESLA, el fabricante líder mundial de vehículos eléctricos, invertirá más de \$ 5 mil millones de dólares y creará al menos 5,000 nuevos puestos de trabajo, en lo que será la Gigafactory más grande del mundo.

El control de la inflación es un aspecto crítico para la estabilidad económica y financiera de un país, hoy por hoy creo que la certidumbre jurídica en las instituciones es más importante para las inversiones extranjeras, si no preguntarles a todas las empresas que están complicados con las reformas energéticas.

La desaceleración del ritmo de crecimiento mundial es otro factor que afecta a México y a otros países latinoamericanos. Esto puede traducirse en una menor demanda de exportaciones y, por lo tanto, en una reducción de los ingresos por exportaciones.

Si hay desaceleración de exportación, la idea es diversificar, porque tenemos alta dependencia de US y su mercado.

Es fundamental que México diversifique su economía y busque nuevas oportunidades comerciales y de

inversión para minimizar los efectos negativos de la desaceleración mundial.

El uso correcto del manejo de instrumentos, para la optimización y maximización de las tesorerías, el fondeo, uso de los derivados, warrants, futuros, cobertura, pólizas, seguros, esto les permitirá al país y empresas tomar mejores decisiones informadas en cuanto a políticas monetarias y fiscales, así como prever posibles riesgos financieros y económicos.

A destacar son los problemas que se tienen con las cadenas mundiales de suministro se sumaron a las secuelas del conflicto ruso-ucraniano, lo que ha encarecido las materias primas. Esto ha tenido consecuencias comerciales y fiscales en la región y ha obligado a los bancos centrales a acelerar sus incrementos de tasas de interés.

Este escenario ralentiza el crecimiento económico, ya que esto no tiene una respuesta, sigue siendo el reto en sí mismo, como deberemos cuestionarnos la correcta colaboración entre las empresas y los gobiernos, se deberán de facilitar el comercio, crear certidumbre para fortalecer la inversión y todo tipo de colaboración gobierno - empresas - gobierno y no encarecer el crédito.

Sin embargo, este escenario también puede ser una oportunidad para que muchos países latinoamericanos, incluyendo a México, inviertan las divisas adicionales generadas por el aumento neto en el precio de las exportaciones, en capacidades que aumenten la productividad y sienten las bases para el desarrollo económico a largo plazo. Esto puede incluir la inversión en tecnología, infraestructura y educación, entre otras áreas clave.

Ante el cierre de algunos bancos en EE.UU, ¿Cuáles son las perspectivas para los mercados financieros en 2023 en México?

En el contexto de la caída de dos bancos en Estados Unidos, el subgobernador del Banco de México, Jonathan Heath, afirmó que el sistema financiero mexicano tiene diferencias intrínsecas que lo hacen resistente a posibles afectaciones. A pesar de esto, el director de Estrategia de Inversión de Santander Asset Management, Luis Arturo Flores, destacó la importancia de repensar el sistema financiero mexicano ante los índices de inflación y alzas en las tasas de interés. Además, alertó sobre la próxima reunión de la Reserva Federal y la posibilidad de una nueva alza en las tasas de interés, lo que podría afectar el mercado mexicano. A pesar de estos retos, México tiene buenos fundamentos y el peso mexicano ha demostrado ser resiliente en los últimos meses.

Ante la posibilidad de una desaceleración del ritmo de crecimiento mundial, es importante evaluar variables claves del USD/MXN, como el diferencial de tasas de interés, la inflación y los flujos de capital, para

determinar los niveles de equilibrio de mediano y largo plazo. En este sentido, es necesario tomar en cuenta los factores que puedan afectar el mercado y adaptarse a las circunstancias para mantener una economía estable y resistente.

¿Cómo puede una empresa garantizar la continuidad de su negocio en un mundo cada vez más incierto y volátil? ¿Cuáles son las mejores prácticas para la gestión de riesgos?

La gestión de riesgos es crítica en la actualidad debido a la volatilidad del panorama y las crecientes exigencias de los clientes y los reguladores. Las empresas deben enfocarse en la calidad y gestión de riesgos, monitorear y mejorar sus procesos y procedimientos en la materia y promover una cultura consistente de inteligencia frente al riesgo. El Marco Empresarial de Riesgos (Enterprise Risk Framework) es esencial para identificar, evaluar, gestionar y monitorear riesgos y oportunidades, tanto a nivel global como a nivel local.

Además, las empresas deben tener un Comité de Reputación y Riesgo, un equipo de toma de decisiones de emergencia y establecer un mecanismo de comunicación de información positiva para evitar una opinión pública negativa.



Andrés Villalobos Rodríguez
 Cuenta con más de 30 años de experiencia en banca, finanzas, ventas, servicios, consultoría, MKT, alianzas estratégicas, canales, mercados, desarrollo de negocios y ecosistemas para México, Europa y LATAM, hombre de negocios que ha viajado por el mundo, soluciones, productos y servicios en tecnología de la información, entendimiento integral para empresas nacionales, multinacionales y gubernamentales, al servicio de todos los sectores económicos e industrias, profundo conocimiento de las últimas tendencias en la industria TI, 4.0, tecnologías disruptivas, ciberseguridad, transformación digital y empresarial, estrategias empresariales, riesgos, informática, impuestos, legal, comercio exterior, auditoría, consultoría.
 Experto en ejecución y gestión de ventas, cambios culturales, diseño, desarrollo y entrega de soluciones, liderazgo de equipos multiculturales, certificado en ventas consultivas, implementación de estrategias comerciales, información estratégica para negocios, excelente comunicador y negociador

Andres Villalobos Rodriguez | LinkedIn 

Ha trabajado para grandes empresas internacionales líderes en su sector, Bancos, Consultoría y Tecnológicas:
 INTEL, XEROX, T-Systems, Banorte, BBVA, PEMEX

Forma parte de diferentes cámaras y asociaciones:
 Invest Monterrey, Nuevo Leon 4.0, GERMAN MEXICAN CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY (CAMEXA), British Chamber of Commerce, American Chamber of Commerce (AMCHAM), Canadian Chamber Commerce (CANCHAM), ANDAMOS, CAINTRA, CANACO, Clusters de Nuevo Leon, IMMEX, COPARMEX, MEM, ERIAC, COMCE, CSOFTMTY, IMEF, AMPI, CANIETI, otros

Cuenta con diferentes estudios y cursos:
 Escuela Bancaria y Comercial (EBC), UVM, ITESM, IPADE, SAP, Oracle, Microsoft, HP, IBM, Cisco, otros

Dos retos del liderazgo: tecnología y habilidades de gestión



Muchos aspectos de nuestra vida cobraron un nuevo significado con el advenimiento de la crisis sanitaria, entre ellos el liderazgo. ¿Qué significa dentro de las organizaciones ser líder en tiempos de grandes cambios como el que vivimos? ¿Qué esperan los colaboradores de su líder de equipo, de área o de la empresa? ¿Qué cualidades deben tener?

Sin duda ese es un reto enorme que enfrentan las empresas a nivel región ahora que la pandemia está cediendo. Aunado a ello, está el avance que ha tenido la tecnología en años recientes, en especial los últimos tres en los que la contingencia sanitaria aceleró la digitalización, automatización, uso del big data y demás tecnologías de la información.

Bajo este contexto, los conocimientos y las habilidades técnicas/digitales son fundamentales hoy para los líderes. Adquirirlos y desarrollarlos les permitirá tener mejores bases para la toma de decisiones y llevar a sus organizaciones hacia el rumbo que requieren para mantenerse vigentes en un mundo globalizado, cambiante, incierto y muy competido.

Es cierto, serán muy demandadas esas habilidades, sin embargo no son las únicas. La situación actual demanda de los líderes ciertas cualidades que antes no considerábamos indispensables. Las habilidades blandas han cobrado gran relevancia dados los sucesos que han marcado el inicio de esta segunda década del siglo XXI.

Estas habilidades son aquellas destrezas sociales y emocionales que posee una persona y le son útiles para interactuar y relacionarse de manera efectiva con los demás a nivel personal y profesional. Si bien algunas personas nacen con ciertas capacidades,

pueden desarrollarse tomando en consideración que son transversales a las habilidades duras.

Liderazgo, trabajo en equipo, comunicación, manejo de conflictos, resolución práctica de problemas, administración del tiempo, empatía, tolerancia, manejo del estrés, resiliencia, flexibilidad y adaptación al cambio son solo algunas de las destrezas que en la actualidad son clave para los líderes, además de las capacidades técnicas.

Y es que las empresas reconocen desde hace algún tiempo que estas habilidades, además de facilitar la interacción con otras personas y generar un ambiente de trabajo más confortable, son esenciales para el entendimiento, la buena disposición, la proactividad y la cooperación en los equipos de trabajo. Como es de suponer todo ello contribuye a mejorar la efectividad y la productividad.

La inteligencia artificial, la automatización y otros avances tecnológicos son vistos por muchas personas como una amenaza, pues consideran que en un futuro no muy lejano los desplazará de sus puestos. Esta consideración no es descabellada, pero tampoco absoluta. El componente humano seguirá siendo necesario, solo que tendrá que adecuarse a las necesidades que vaya requiriendo el mercado laboral.

Así es que los líderes en las organizaciones actuales tienen un doble reto: adoptar las tecnologías lo más rápido posible y adquirir o desarrollar sus capacidades de gestión de talento. No pueden permitir, en ninguno de los dos casos que se abra una brecha que pueda significar quedarse atrás.



Mario Lubetkin
Director Regional, FAO

Abordar los sistemas agroalimentarios de forma integral es una prioridad para la seguridad alimentaria en la región

Para el director Regional de la FAO, el rol de la empresa privada es clave en la conexión de los mercados, llevando los alimentos desde donde son producidos a un costo menor hacia donde son escasos, estabilizando la oferta y, por ende, los precios de los mismos.

La seguridad alimentaria a nivel de individuo, hogar, nación y global, se consigue cuando todas las personas, en todo momento, tienen acceso físico y económico a suficiente alimento, seguro y nutritivo, para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias, con el objeto de llevar una vida activa y sana. Esta situación varía en todo el mundo y puede ser afectada por una variedad de factores, como la pobreza, los conflictos armados, los desastres naturales, la inestabilidad política, la falta de acceso a agua limpia y saneamiento, el cambio climático, entre otros. Es un problema importante en muchas regiones del mundo, especialmente en países en desarrollo.

“Desde el 2014, el hambre y la inseguridad alimentaria han aumentado en el mundo llegando a 828 millones de personas en 2021. Entre 2015 y 2021, el hambre aumentó más en América Latina y el Caribe que en el resto del mundo, particularmente entre 2019 y 2021, años en los que se acercó al promedio mundial. Entre el 2019 y el 2021, el número de personas que sufren hambre en la región aumentó de 43,3 millones a 56,5 millones, un incremento del 30 %”, señala Mario Lubetkin, director Regional de la FAO, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.

En 2021, 56,5 millones de personas sufrieron hambre en la región, situación que también fue afectada por el impacto de la pandemia causada por la COVID-19 y el 40,6 % de la población regional experimentó inseguridad alimentaria moderada o grave, en comparación a un 29,3 % de la población a nivel mundial. La inseguridad alimentaria severa también es más frecuente en la región (14,2 %) que en el mundo (11,7 %).

Conversamos con Lubetkin para ahondar más en este panorama y conocer al día de hoy cómo está región en términos de seguridad alimentaria y cuáles serían las perspectivas de cara a los próximos años.

¿Cómo evaluaría la situación de la región en términos de seguridad alimentaria?

La región enfrenta la doble carga de la malnutrición, el 7,5% de los niños menores de 5 años presentaron sobrepeso en 2020, lo que representa 2 puntos porcentuales por encima del promedio mundial (5,7 %); alejándose de la meta del Objetivo de Desarrollo 2 de mantener el sobrepeso en niños menores de 5 años por debajo del 3 % para el 2030. La obesidad en adultos presentó un aumento significativo en toda la región entre 2000 y 2016, afectando a casi una cuarta parte de la población (24,2 %), muy por encima del promedio mundial del 13,1 %.

Estas tendencias en la inseguridad alimentaria podrían explicarse por el hecho de que los países de la región, en promedio, tienen el nivel más alto de desigualdad de ingresos (45.9 %) en comparación con las demás regiones. La CEPAL ha proyectado que la cifra de pobreza alcance a 201 millones de personas y la pobreza extrema a 82 millones a finales del 2022. Esto significa un retroceso de 10 a 12 años en los esfuerzos por reducir la pobreza y el hambre en la región.

¿Cómo considera que deben transformarse los sistemas agroalimentarios en Latinoamérica y el Caribe? ¿Cuáles son los grandes desafíos a vencer?

La transformación de los sistemas agroalimentarios en Latinoamérica y el Caribe es un proceso complejo que implica cambios en múltiples dimensiones, incluyendo la productividad agrícola, la diversificación de cultivos, la sostenibilidad ambiental, la inclusión social y la equidad de género. Estos cambios son necesarios para abordar los desafíos actuales y futuros de la región, como la seguridad alimentaria, la pobreza rural, la migración y el cambio climático.

Desde FAO a través de nuestro marco estratégico buscamos respaldar la agenda 2030, mediante la transformación de los sistemas agroalimentarios, para que estos sean MÁS eficientes, inclusivos, resilientes y sostenibles, para conseguir estas cuatro mejoras:

1. Mejor producción
2. Mejor nutrición
3. Mejor medio ambiente
4. Mejor vida, sin dejar a nadie atrás.

Las cuatro mejoras constituyen un principio organizador sobre cómo la FAO pretende contribuir en forma directa al Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 1 (fin de la pobreza), el ODS 2 (hambre cero) y el ODS 10 (reducción de las desigualdades) y para



respaldar el cumplimiento de la Agenda 2030 en general.

Las mejoras reflejan las interconexiones entre las dimensiones económica, social y ambiental de los sistemas agroalimentarios. Por consiguiente, también fomentan un enfoque estratégico y orientado a los sistemas en todas las intervenciones de la FAO.

En ese sentido la transformación de los sistemas agroalimentarios debe ir orientada hacia los siguientes puntos:

Promover la agricultura sostenible y la agroecología.

Mejorar el acceso a los mercados y la comercialización.

Fomentar la participación de los jóvenes y las mujeres en la agricultura.

Fortalecer la resiliencia de los sistemas agroalimentarios frente a los impactos del cambio climático.

Es muy importante trabajar en colaboración con los gobiernos, el sector privado, los agricultores y otros actores clave para desarrollar soluciones integradas y sostenibles.

Recientemente, en la Cumbre de Jefes de Estados realizada en República Dominicana se aprobó una RUTA CRITICA PARA ALCANZAR UNA SEGURIDAD ALIMENTARIA INCLUYENTE Y SOSTENIBLE EN IBEROAMERICA, donde se propone, entre otras cosas, la necesidad de expandir el acceso de productores y productoras de agricultura familiar a los mercados. Además de apoyar las ventas directas de productores familiares a consumidores aprovechando las herramientas de digitalización que hoy tenemos para el comercio.

¿Considera que en la región, gobiernos, empresas y sociedad en general, están conscientes de su papel frente al cambio climático y sus consecuencias, especialmente en la seguridad alimentaria?

Sin duda hay una dinámica importante en este sentido. Ya existe una mayor conciencia a nivel mundial de la importancia de trabajar juntos para hacer frente al cambio climático y la seguridad alimentaria. Un ejemplo de esto es la reciente Cumbre Iberoamericana de Jefes y Jefas de Estado y de Gobierno.

Además, como ustedes saben, la evidencia científica pone de manifiesto la urgencia de acelerar la acción climática a nivel global y regional cuanto antes. Es por eso que desde FAO estamos desarrollando una maciza agenda para el sector de la agricultura, son al menos cuatro las líneas de actuación, a las cuales debemos dar mayor énfasis:

► *Primero, la colaboración entre países de la región es clave, para que a alto nivel se oriente y apoye un desarrollo productivo adaptado a los efectos del cambio climático, resiliente y bajo en emisiones de gases de efecto invernadero. Con ese foco, en la COP25 se lanzó la Plataforma de Acción Climática en Agricultura de Latinoamérica y el Caribe, PLACA, que hoy está conformada por 13 países miembros 6 organizaciones asociadas y una Secretaría compuesta por la CEPAL y por la FAO.*

► *Segundo, la región tiene un gran potencial de producción de alimentos, pero nuestros sistemas agroalimentarios deben ser resilientes, ajustándose a los inminentes cambios que vienen y mitigando los efectos del cambio climático que ya se presentan. Para ello, las Contribuciones Determinadas a nivel Nacional (NDC) de los países, son un gran instrumento.*

► *En tercer lugar, es fundamental fortalecer la participación y posicionamiento de la región en los procesos internacionales de negociación. En este sentido, se destaca la Labor Conjunta de Koronivia sobre la Agricultura (KJWA), decisión que reconoce el potencial único de la agricultura para hacer frente al cambio climático y sus impactos.*

Por último, debemos encontrar, desarrollar, y promover acciones que, aplicadas a gran escala, permitan la adaptación y mitigación del Cambio Climático. Para lograrlo, son muchas las acciones que se deben tomar, es un esfuerzo conjunto de múltiples actores. Un ejemplo de esto es el proyecto coliderado entre FAO y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) Stalin up Climate Ambition en Land Use and Agricultura through nationally determined contributivos and National Adaptation Plan (SCALA), el cual apoya a 12 países a

nivel mundial. Con este proyecto esperamos mejorar la capacidad para identificar y evaluar acciones innovadoras y transformadoras, fortalecer planes para integrar las prioridades relacionadas con el clima en los sectores de agricultura y uso de la tierra.

En la FAO estamos trabajando activamente en esto, con sentido de urgencia, y no nos detendremos en apoyar a los países de la región para avanzar en la transformación de los sistemas agroalimentarios

¿Cómo la empresa privada puede aportar en el alcance la seguridad alimentaria?

Para la FAO, abordar los sistemas agroalimentarios de forma integral es una prioridad. Es necesario conectar los mercados y llevar los alimentos desde donde pueden ser producidos a un costo menor hacia donde son escasos, estabilizando la oferta y por ende los precios de los mismos. En este punto el rol de las empresas privadas es clave.

Las empresas privadas de todos los tamaños deben aspirar a crear mercados verdaderamente inclusivos con modelos de negocio que respeten los derechos humanos, promuevan el trabajo decente y la igualdad de género, valoren la rendición de cuentas y respeten el medio ambiente.

Junto a nuestros Estados Miembros, estamos trabajando y generando evidencia y asistencia técnica directa basadas en una gran variedad de instrumentos analíticos - científicos, trabajo normativo, datos y medidas de análisis y de respuesta rápida en terreno para impulsar la producción y el comercio agroalimentario, medidas como:

► *Mantener abierto el comercio de alimentos y fertilizantes, reduciendo medidas de restricción a su comercio internacional y fortaleciendo el comercio intrarregional.*

► *Mejorar la transparencia del mercado y evitar la especulación a través del aprovechamiento y uso de herramientas y plataformas digitales para transparentar el acceso a la información.*

► *Apoyar a través de alianzas público - privadas al desarrollo de la agricultura familiar y pesca artesanal para mantener la producción de alimentos nutritivos e incrementar el desarrollo territorial.*

También para mejorar la producción y el comercio de alimentos, e impulsar la seguridad alimentaria en nuestra región algunas acciones que se puede coordinar con la empresa privada son:

► *La financiación a largo plazo de inversiones del sector público coordinadas con inversiones de empresas, bancos multilaterales de desarrollo y donantes, para aprovechar el potencial de crecimiento del sector agroalimentario y las oportunidades de negocio que este genera.*

► *Promover la inversión en infraestructura hídrica e iniciativas de producción de alimentos en la región centroamericana, reduciendo los efectos del cambio climático, generando fuentes de ingresos para la población y reduciendo significativamente la migración.*

► *Generar un amplio programa regional de infraestructura para la producción, almacenamiento y transporte de alimentos por vía terrestre, marítima, fluvial y multimodal, facilitando el comercio intrarregional y las exportaciones a mercados extrarregionales.*

► *Ampliar la escala de la asistencia agrícola, generando capacidades locales en terreno para garantizar la disponibilidad de alimentos de forma permanente, sostenible.*

América Latina y el Caribe es una importante fuente de producción de productos pesqueros y agrícolas, representando el 13 % de la producción mundial. La región es también el principal exportador neto de alimentos y productos agrícolas. No obstante, si las tendencias actuales continúan como hasta ahora, será imposible alcanzar los ODS para 2030, especialmente la erradicación de la pobreza y el hambre cero.

VIVE CAP CANA



20 AÑOS

CAP CANA
REPUBLICA DOMINICANA
Club de Golf

| +809-CAP CANA | WWW.CAPCANA.COM |



Lucas Melman

Country Manager para Betterfly México

BETTERFLY 

Generamos un impacto en la sociedad actual al brindar a las personas oportunidad de alcanzar su mejor versión

Las organizaciones deben ser ágiles y flexibles para adaptarse rápidamente a los cambios en su entorno. Para ello, es importante estar dispuestos a experimentar, aprender de los errores y hacer ajustes necesarios para seguir avanzando.

Betterfly quiere tener un impacto positivo en la sociedad en general al aumentar la capacidad de las personas para contribuir de manera más efectiva a sus comunidades y al mundo en general. Al mejorar la calidad de vida de las personas a través del desarrollo personal y profesional, Betterfly puede ayudar a crear un mundo más próspero y equitativo para todos.

El encargado de que este propósito de la empresa se cumpla en México es Lucas Melman, un brasileño, graduado por la Universidad Católica de Río de Janeiro, con especializaciones en las universidades de Harvard y Stanford.

Su objetivo como Country Manager es liderar la expansión y consolidación de la empresa en el mercado mexicano. “Dentro de Betterfly, promovemos la transformación de impacto en las organizaciones, para consolidar un equipo de alto rendimiento y contribuir a la construcción de una sociedad más sostenible y responsable”, enfatiza.

Melman cuenta con una amplia experiencia en gestión de empresas de alto crecimiento, desde scale ups unicornios como iFood y Gympass hasta empresas grandes como B2W. Es experto en ecommerce, marketplaces y B2B SaaS, y ha trabajado en múltiples países de Latinoamérica, como Brasil, Colombia, Argentina, Chile y México.

¿De qué manera se podría compaginar la transformación digital con la transformación de la cultura y desarrollo de los equipos en procura de los objetivos?

Si lo queremos reducir a una palabra, sería, “tecnología”. Para compaginar la transformación digital con la transformación cultural y el desarrollo de los equipos, es importante definir objetivos y metas alineados con los valores de la organización, comunicar la visión y los objetivos, identificar las habilidades necesarias, crear un equipo multidisciplinario, fomentar la colaboración, una cultura de innovación y medir los resultados.

Dicho en otras palabras, la transformación digital y la transformación cultural son procesos interdependientes y complementarios, donde ambos deben estar enfocados en lograr los objetivos estratégicos de la empresa. Por esto, es fundamental involucrar a los colaboradores y crear un sentido de propósito compartido superior al nivel individual y corporativo, lo que permitirá a la empresa adaptarse al cambio y mantenerse competitiva en un mundo cada vez más digital.

¿Cómo llevas la responsabilidad y el rol de ser un líder en el equipo Betterfly?

Ser un líder conlleva una gran responsabilidad, ya que se espera que la persona encargada de liderar el equipo tenga la capacidad de garantizar el buen funcionamiento de la organización, así como la capacidad de inspirar y motivar a los miembros del equipo a dar lo mejor de sí mismos para alcanzar los objetivos establecidos.

Ser un líder efectivo implica ser responsable de tomar decisiones importantes y difíciles, así como de guiar y orientar al equipo en la dirección correcta. Esto requiere



una combinación de habilidades y cualidades, como la capacidad de comunicación, la empatía, la flexibilidad y la integridad, entre otras.

Porque para llevar a cabo el rol de líder de manera efectiva, es necesario asumir la responsabilidad y tener en cuenta el impacto que las decisiones y acciones pueden tener en el equipo y en la empresa en general. Al mismo tiempo que es importante desarrollar habilidades y cualidades que permitan al líder inspirar y guiar al equipo hacia el éxito.

¿Cuáles crees que son los factores principales que motivan para que el propósito de las empresas tenga cada día una connotación más social y colectiva?

Existen varios factores que motivan a las empresas a adoptar un propósito más social y colectivo en la actualidad, entre ellos se encuentran:

Cambio de las expectativas de los consumidores: los consumidores están cada vez más conscientes y preocupados por los problemas sociales y ambientales que enfrenta el mundo. Como resultado, esperan que las empresas adopten un papel más activo en la solución de estos problemas y contribuyan a la construcción de un mundo mejor.

Cambios en la demografía y la cultura organizacional: las nuevas generaciones de consumidores y trabajadores están más comprometidas con las causas sociales y ambientales. A medida que más jóvenes ingresan al mercado laboral, están impulsando cambios en la cultura empresarial, lo que significa que las empresas deben adaptarse para atraer y retener talento.

Cambios en el entorno: el entorno empresarial se ha vuelto cada vez más competitivo y complejo. Las organizaciones que adoptan un propósito social y colectivo tienen una ventaja competitiva en el mercado y son más resilientes a los cambios en el entorno empresarial.

Acceso a la información y toma de conciencia, ya que cada vez es más común acceder a datos sobre el impacto positivo o negativo que genera una organización en una comunidad o medio ambiente, lo cual, a la vez genera más conocimiento sobre el rol que tenemos cada persona junto a las compañías como agentes de cambio. Justamente por esto podemos decir que cada vez es más común ver compromisos corporativos o la búsqueda de certificaciones para generar impactos positivos en la sociedad y el mundo en general. Al mismo tiempo que los mismos candidatos y colaboradores buscan esto mismo en los lugares donde trabajan.

Estos factores están llevando a las organizaciones a adoptar prácticas más responsables y sostenibles, lo que contribuye a la construcción de un mundo mejor y más justo para todos.

¿Cómo evitar que el desarrollo humano quede solo en una intención? ¿Cómo mantener a las organizaciones actualizadas al ritmo de los cambios de paradigmas que nos lleva la era digital?

En la era digital actual, el ritmo de cambio y la evolución son constantes, las organizaciones deben estar dispuestas a adaptarse y evolucionar para mantenerse competitivas. Para lograrlo, es importante fomentar una cultura de aprendizaje continuo, donde se invierta en programas de capacitación y formación para los empleados, así como ofrecer oportunidades para el desarrollo de habilidades y conocimientos.

Además, las organizaciones deben estar al tanto de los cambios y tendencias en su industria y en el mundo en general, participando en eventos y conferencias de la industria, leyendo publicaciones especializadas y manteniendo contactos con expertos y líderes de la industria.

Por otro lado, las organizaciones también deben ser ágiles y flexibles para adaptarse rápidamente a los cambios en su entorno. Para ello, es importante estar dispuestos a experimentar, aprender de los errores y hacer ajustes necesarios para seguir avanzando. Asimismo, fomentar la creatividad y la innovación en todos los niveles de la organización es clave para mantenerse relevante y adaptarse a los cambios en el entorno.

¿Es posible una transformación de impacto con un liderazgo responsable? ¿Cómo puede identificarse empresas y aliados estratégicos listos para asumir esa realidad y retos junto a Betterfly?

Sí, es posible una transformación de impacto con un liderazgo responsable. Un liderazgo responsable implica tomar decisiones que consideren el impacto social y ambiental de la empresa, no solo sus beneficios económicos a corto plazo. Esto puede incluir la adopción de prácticas sostenibles, la promoción de la igualdad y la inclusión, la mejora de las condiciones laborales y la responsabilidad en la cadena de suministro.

Para identificar empresas y aliados estratégicos listos para asumir esa realidad y retos junto a nosotros, es importante buscar organizaciones que muestren un compromiso similar con la sostenibilidad, la responsabilidad social y buscar apoyar a sus colaboradores a que alcancen su mejor versión, tanto a nivel personal como profesional. Algunas formas de hacerlo pueden incluir:

- ▶ Investigar la misión, visión y valores de la empresa para determinar si están alineados con los principios de la sostenibilidad y la responsabilidad social.
- ▶ Buscar información sobre las prácticas de la empresa en términos de sostenibilidad, igualdad, diversidad e inclusión.
- ▶ Buscar empresas y aliados que hayan adoptado políticas y prácticas sostenibles, como la reducción de emisiones de carbono, la utilización de energías renovables o la reducción del desperdicio.
- ▶ Buscar organizaciones que hayan obtenido certificaciones o reconocimientos por sus prácticas sostenibles o responsables.
- ▶ Al establecer alianzas con empresas y aliados estratégicos que compartan los mismos valores y principios, Betterfly puede lograr una transformación de impacto más efectiva y sostenible.

¿Cuál es la huella que quiere dejar con su labor como Country Manager de Betterfly en México?

El objetivo de un Country Manager es liderar la expansión y consolidación de la empresa en el mercado. Para lograr esto, se debe trabajar en varios frentes, como:

- ▶ Establecer y mantener relaciones estratégicas con clientes, socios y aliados para impulsar la adopción de hábitos saludables, prácticas sostenibles y responsables en el mercado.
- ▶ Promover la educación y conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad y la responsabilidad social entre empresas y comunidades en México, a través de eventos, conferencias y otros medios. Sumado a destacar el valor que cada uno de nosotros tenemos como agentes de cambio.
- ▶ Monitorear y evaluar el impacto de los proyectos y programas de bienestar e impacto social, asegurándose de que se cumplan los objetivos y las metas establecidas y que se generen resultados tangibles y positivos para cada organización.
- ▶ El rol de ser un Betterflyer, desde el Country Manager hasta un asistente debe ser trabajar para dejar una huella significativa promoviendo el cambio positivo y la transformación de impacto en la sociedad y el medio ambiente. Porque vale destacar que como organización global nuestra misión es impactar a 300 millones de personas para 2030.



José Ricardo Cárdenas Iriarte

Profesional de la comunicación y la mercadotecnia

La Inteligencia Artificial y el cambio de paradigma que enfrentamos

Se hace necesario reevaluar los sistemas de educación y formación, los sistemas de seguridad social, los modelos de organización, entre otros, para adaptarse a la nueva realidad.

Por otra parte, tal vez con más intensidad en la última década, el desarrollo de algoritmos de IA relacionados con la operación bursátil, los llamados en el ambiente “bots de trading”, ya realizan operaciones bursátiles de manera automatizada siguiendo ciertas estrategias de trading y toman decisiones basadas en datos históricos en tiempo real del mercado. El punto importante aquí es que aún siguen siendo supervisados y programados por personas, pero el avance de esta tecnología les permitirá llegar al momento de ajustar y corregir su estrategia de manera 100% autónoma, con la ventaja de poder conectarse a internet, accedendo y procesando todo tipo de información que les permita identificar patrones “invisibles” para el ojo humano, correlacionando acontecimientos humanos con movimientos en indicadores, lo que les agregará un método más para “entender el sentimiento” de los mercados y tomar decisiones más acertadas al correr sus regresiones.

Esta misma lógica de aprendizaje tiene varias aplicaciones en las empresas a nivel la administración, las finanzas y su operación comercial. Ejemplos de ello son los “sistemas expertos” que han dominado la inteligencia empresarial durante un buen tiempo, pero la IA que estamos conociendo ahora, agrega una gran profundidad y dimensiones al análisis de la organización y la relación con sus clientes de manera totalmente integral, con la capacidad de automatizar las decisiones acerca de ajustes en estrategias, procesos y procedimientos en todas las áreas, en la búsqueda de una mayor eficiencia y rentabilidad.

Los desafíos a los que debemos poner mucha atención, y que estarán presentes en todos los sectores donde se opera con información acerca de las personas, sus posesiones y actividades, se enfocan en garantizar la privacidad y la seguridad de los datos financieros que es claramente un tema muy sensible. Y, como ya he comentado antes, la disminución del número de colaboradores necesarios para operar una organización.

Según sus predicciones, la IA experimentará una explosión en el 2023 que transformará el mundo de manera radical. ¿Podría darnos algunos ejemplos concretos de cómo esto podría manifestarse?

Yo no lo llamaría una predicción, sino más bien una conclusión derivada de entender el proceso de “causa-efecto”. La masificación de IA s como ChatGPT y otras muchas más que también se enfocan en la interacción y generación de contenido en texto y programación, así como aquellas que trabajan en la generación de imágenes, diseño, búsqueda de información avanzada, automatización, e incluso diseño de “prompts”, han sido lanzadas con el objetivo alterno de que los usuarios ayudarán a “entrenar” aceleradamente. Esto ya tiene un impacto

y lo seguirá teniendo a una escala exponencial, conforme el número de usuarios y la amplitud de los usos en donde la apliquen se multiplique, mientras no se detenga el desarrollo.

Seguramente es de todos conocido que, muchos expertos y líderes de opinión, han creado una iniciativa para “detener” por un tiempo el desarrollo que la IA. Comparto muchas de sus inquietudes y yo me colocaré en una posición más neutral, porque puedo vislumbrar los enormes beneficios que traerá esta tecnología, incluso cuando pienso en la “singularidad”, si algún día llega. Haciendo un símil, siempre será mejor colaborar con personas más “inteligentes” que uno mismo, aunque la realidad es que esto implica que siempre hay habilidades donde unos son mejores que otros. Lo mismo sucederá al colaborar con la IA.

Ahora, esto no significa que todo es “miel sobre hojuelas”. También puedo entender los riesgos que implica su uso irresponsable y enfocado en el más puro beneficio particular, sea individual o de grupo. Por eso, en todas mis comunicaciones, siempre invito a todas las personas a que nos involucremos con esta tecnología y, en la medida de lo posible, podamos influir en que su uso sea colaborativo y siempre en beneficio de la sociedad y la humanidad en su conjunto.

¿Cómo cree que la combinación de la IA con la robótica física y digital afectará el ingreso y consumo de millones de personas? ¿Qué medidas podrían tomarse para manejar productiva y humanamente esta situación?

Es muy interesante esta pregunta porque, en mi opinión, representa una paradoja bajo el orden económico actual de las cosas. Por un lado, mejoraremos exponencialmente la eficiencia y reducción de los costos en la producción y distribución de bienes y servicios, lo que debería llevar a precios más bajos para los consumidores. Pero, en el otro lado, estos beneficios llegan a través de la automatización impulsada por IA que reemplazará a los colaboradores humanos progresivamente, dependiendo de cómo avanzan las herramientas y tecnologías disruptivas que incrementarán su capacidad para laborar no solo a nivel digital, sino también en el mundo real. Esto, en términos económicos, significa que, en el algún momento, arribaremos a la coyuntura en la que habrá una capacidad de oferta gigantesca de productos y servicios, pero gente que, aunque los podría necesitar

y usar, no contará con el poder adquisitivo para adquirirlos. Esto es lo que yo he llamado en mis artículos el cambio de “paradigma”.

En su opinión, ¿qué tipo de cambio en el paradigma socioeconómico y financiero se



requiere para afrontar el impacto de la IA en la sociedad? ¿Cómo podrían hacer las empresas y los gobiernos para prepararse para esta transformación?

Ya hay una discusión al respecto que, aunque no se ha comunicado y difundido como corresponde entre la población en general, si ha impulsado a diversos líderes de opinión en todo el mundo que, tanto desde el sector privado como público, están manejando como una necesidad real en el futuro muy próximo, la implementación de la llamada “Renta básica universal”. Esta es una alternativa, pero puede haber otras donde se promueva una cultura empresarial que valore la labor humana en otros parámetros donde los alcances y capacidades de IA no son tan interesantes como lo son las actividades artísticas o creativas de todo orden, o que se tomen medidas efectivas para garantizar que los beneficios de la IA y la automatización sean compartidos de manera justa entre todos los seres humanos.

Por supuesto, un cambio de paradigma como el que enfrentamos, hace necesario reevaluar los sistemas de educación y formación por completo, las políticas de colaboración de seres humanos en proyectos científicos, tecnológicos, culturales y sociales de todo orden, los sistemas de seguridad social y los modelos de organización para adaptarse a la nueva realidad, por lo que los gobiernos deben estar preparados para esta transformación y las empresas deben

estar dispuestas a invertir en tecnologías de IA, y la sociedad debe promover la formación de las personas para poder aprovechar los beneficios que esta tecnología ofrece.

¿Qué le diría a las personas y organizaciones que tienen miedo de este cambio?

Por supuesto, todo cambio o transformación es atemorizante y es muy razonable que así sea. Todo aquello que nos rodea puede ser usado para el bien, pero también para el mal. Por lo que es comprensible tener dudas y temores ante cualquier cambio disruptivo de esta magnitud que impactará en nuestra sociedad y en nuestras vidas. La IA presenta muchas oportunidades y beneficios para la sociedad y el progreso humano, pero es muy importante comprender que es solo una herramienta y su impacto dependerá de las decisiones que tomemos al utilizarla. Si se utiliza de manera responsable y ética, el ser humano colaborando en conjunto con la IA, podremos generar un salto positivo para nuestra civilización, por lo que todos debemos involucrarnos en las decisiones que se toman para dirigir el curso de esta tecnología y otras más.

Hoy la clave de una marca o empresa está en generar una conexión cercana con su cliente/ consumidor, ¿cómo se logra eso un mundo cada vez más tecnológico? ¿Cómo conectar en el metaverso, por ejemplo?

Esa es, precisamente, una de las muchas razones para involucrarse ya con el desarrollo del metaverso y los ambientes virtuales. En el futuro próximo estos ambientes serán “los websites” donde interactuaremos con empresas y organizaciones privadas y públicas. Esto ya está siendo utilizado para la publicidad y el marketing de productos y servicios. En particular, para las empresas serán un medio extraordinario para proporcionar una experiencia de marca más inmersiva y atractiva para los consumidores. Al crear una experiencia en línea única, los negocios y marcas podrán mejorar su visibilidad en línea y atraer a un público más amplio o atender, de manera sofisticada, a un público más especializado, según sea el caso.

Hoy ya existen algunos metaversos que todavía podríamos calificar en “desarrollo”, ya que intentan atraer a los usuarios por la curiosidad, más que por su utilidad real. Es por esto que, el camino que he expuesto arriba, ya es posible implementarlo y tendrá una utilidad real en el futuro cercano, cuando el metaverso y los ambientes virtuales serán, al inicio, una forma alternativa de conocer acerca de una marca y de sus productos, así como tener una experiencia de compra directa o indirecta mediante un ecommerce más inmersivo, rico en orientación acerca de características y beneficios, construyendo una experiencia de marca muy poderosa e influyente, desde cualquier lugar donde se encuentre el usuario.

A professional portrait of Adriana Gallardo, a woman with long, wavy, light brown hair, wearing a dark blue blazer over a white top and a necklace with a diamond pendant. She is smiling and looking directly at the camera.

Adriana Gallardo

Empresaria y conferencista

A problemas globales, soluciones globales

Gracias a una sólida trayectoria, la empresaria ha desarrollado una serie de conferencias que buscan el empoderamiento femenino y de todas las personas en general.

Adriana Gallardo llegó a los Estados Unidos, como muchos inmigrantes, con una maleta llena de sueños. Sin papeles ni seguridad financiera, tuvo que limpiar mesas y trabajar en una cadena de comida rápida.

Cuando finalmente logró establecer Adriana's Insurance, prometió ayudar a su gente, no sólo con los mejores precios en sus seguros de auto, sino también a impulsarlos a lograr sus sueños.

“Me inicié en el mundo de los negocios gracias al impulso de mi mamá, desde muy chica mi madre me impulsó a ser mejor y querer más, a llegar más lejos”, afirma la empresaria.

Desde entonces siempre ha querido ayudar a su comunidad y a otros migrantes, para que, como ella, se abran camino y triunfen en todos sus sueños y aspiraciones.

Hoy, ya cuenta con 30 años de vida empresarial y, además, ha desarrollado una serie de conferencias tituladas Empodérate, un concepto creado para impulsar y ayudar a las personas a crecer de manera personal y profesional, y Chingona Circle, enfocado en inspirar a las mujeres latinas que buscan potenciar sus fortalezas y descubrir su mejor versión.

“Yo creo que cuando emprendes todos los días son un desafío y siempre vas a fracasar en algo, a pesar de tener más de 30 años como empresaria y emprendedora, el fracaso se hace presente, pero los fracasos se enfrentan y se superan volviéndolo a intentar resolviendo todo lo que salió mal las veces anteriores. Un fracaso no puede ser fracaso si no te rindes”, señala.

¿Cómo se inició usted en el mundo de los negocios y de dictar conferencias?

Cuando llegué a Estados Unidos desde México, pues llegué con muy pocos recursos, sin saber hablar inglés, sin papeles y solo con los sueños en la maleta, pero después de haber conseguido mi primer trabajo en una cadena de comida rápida, mi mamá casi que me obligó a pedir trabajo en una oficina donde vendían seguros y pues resultó que sí me dieron el trabajo y además me convertí en la vendedora número 1... Pero, ya que había comenzado a tener logros, mi mamá de nuevo me plantó la semilla de abrir mi propia oficina, mi propio negocio. De pronto llega mi mamá a casa y me entrega las llaves de lo que fue la primera oficina de Adriana's Insurance, desde ese momento inició mi viaje como empresaria, como emprendedora. Sin duda alguna mi mamá siempre ha sido parte de mi carrera como empresaria.

Como conferencista, ha sido un camino que se ha dado solo, realmente creo que fue gracias a la necesidad de cumplir un propósito de vida, que es ayudar a las personas a potenciar sus talentos y a impulsarlos a creer en sí mismos... Además, creo que desde que he compartido mi historia de vida y mi experiencia, poco a poco han llegado las invitaciones a dar conferencias y pláticas en las que realmente me siento muy agradecida de poder compartir mi historia, mi experiencia y cumplir mi propósito de vida.



¿Cómo surgió la idea de crear “Chingona Circle” y qué objetivos persigue?

Chingona Circle es una comunidad de mujeres Chingonas ¿Qué significa esto?, pues que todas las mujeres son bienvenidas a formar parte de esta comunidad. Yo creo que todas las mujeres somos chingonas, pero también creo que no todas han despertado a la chingona que vive en ellas.

Así que Chingona Circle surge como parte de mi propósito y misión en la vida de poder ayudar a las mujeres a creer en ellas y cambiar su historia de vida. Para mí es importante impulsar a la mujer a tener un balance en todas las áreas de su vida.

El principal objetivo de Chingona Circle es que puedas despertar y sacudir a la mujer chingona que vive en ti para que puedas brillar en el mundo y puedas sentirte en paz y armonía contigo misma. Que encuentres tu plenitud.

¿Puede hablarnos sobre su serie de conferencias “Empodérate” y cómo ayudan a los emprendedores y dueños de negocio a alcanzar sus metas?

Empodérate 2023 fue una conferencia virtual que realicé en febrero de este año; sin embargo, Empodérate es un concepto que he creado para impulsar y ayudar a las personas en general a crecer de manera personal y profesional, y dentro de ese concepto estoy creando una serie de programas y cursos para poder llevar tu empresa, negocio, emprendimiento o simplemente tu vida, al siguiente nivel de éxito. Actualmente, tenemos en curso EBS, Empoderate Business System, el sistema de negocio que he diseñado e implementado en cada una de mis empresas y de mis marcas. Las personas que están en este reto están aprendiendo cómo aplicar el Mindset o la mentalidad, El Marketing, sobre todo el Marketing Digital, Ventas y Expansión de Negocios.

En su artículo habla sobre el impacto de las empresas “unicornio” en la reactivación de la economía. ¿Puede explicarnos qué son estas empresas y cómo han contribuido a la economía?

Las empresas unicornio, son empresas emergentes que están valoradas en más de mil millones de dólares. Yo creo que de las mejores contribuciones en las que impactan en la economía es que debido a su rápida expansión tienen la capacidad de generar muchos empleos y de atraer inversión a sus arcas y esto solo significa poner el dinero a trabajar. Es importante que la inversión fluya y se multiplique.

¿Cree usted que las empresas “unicornio” son un modelo a seguir para los emprendedores dueños de negocios?

Yo creo que sí, porque estas empresas generan un alto valor en el mercado y obviamente eso impacta de manera positiva en la economía, además que estas empresas siempre están a la vanguardia e innovando constantemente, algo que muchas veces cuesta trabajo a quienes llevan mucho tiempo operando de una manera tradicional. Yo creo que siempre hay que estar actualizados y este tipo de empresas siempre está buscando estar un paso adelante.





En su opinión, ¿qué cualidades o estrategias diferencian a las empresas “unicornio” del resto?

Fíjate que, por lo general, las empresas unicornio tienen un enfoque global, y eso es algo que hay que aprender, porque hoy puedes emprender pensando en nichos de mercado globales y eso te permite diversificar tus clientes y/o usuarios, lo que provoca un crecimiento mucho más rápido. En estos tiempos, todo producto o servicio lo puedes promover y vender desde cualquier parte del mundo y otra de las cualidades que veo es que crean una excelente experiencia para sus clientes, y esto es una estrategia que les ayuda a tener clientes fieles que comparten la experiencia en sus redes o en los reviews y eso se traduce a un marketing digital muy efectivo.

¿Qué lecciones podemos aprender de las empresas “unicornio” y cómo podríamos aplicarlas en nuestras empresas?

Te diría un par de lecciones que me parecen muy importantes, creo que atraer inversión y financiamiento te ayuda a tener un crecimiento exponencial, no todos los empresarios quieren buscar inversión, prefieren ir solos en el viaje del emprendimiento, hay quienes piensan que el financiamiento sólo es una deuda innecesaria. Otra lección que podemos aprender de estas empresas es la innovación, como empresarios o como emprendedores es de vital importancia estar innovando con productos o servicios que resuelvan de una manera fácil y efectiva los problemas del cliente.

En Latinoamérica, se han cerrado millones de empresas debido a la pandemia de COVID-19. ¿Cómo cree usted que las empresas “unicornio” han logrado mantenerse a flote en estos tiempos de crisis?

Creo que el covid-19 nos mostró que no hay que dar nada por sentado y que los problemas globales son una realidad, entonces yo diría que a problemas globales, soluciones globales, y eso es lo que creo que las empresas unicornio saben realizar muy bien, buscar clientes de manera global y eso los ayuda a mantenerse a flote. Más clientes, son más ventas, más ventas es igual a más ingreso y más ingreso es igual a prosperidad.

¿Qué opina usted sobre el papel de la tecnología en la reactivación de la economía y cómo las empresas “unicornio” están impulsando la adopción de tecnología?

En mi opinión, la tecnología lleva ya mucho tiempo jugando un papel fundamental en la economía en general, la tecnología, mejora la eficiencia y la productividad en una empresa y por lo general la mayoría de las empresas unicornio, se valen del uso de la tecnología y las nuevas tecnologías para crear procesos más eficientes y rentables dentro de su operación.

En su artículo menciona la importancia de enfocarse en el cliente. ¿Cómo las empresas “unicornio” logran entender las necesidades de sus clientes y ofrecer soluciones que se adapten a sus requisitos?

Fíjate, cuando hablamos de empresas unicornio, hablamos de empresas de crecimiento rápido, esto es, empresas frescas y jóvenes que utilizan los datos de sus clientes como una herramienta clave para hacer el viaje del consumidor más eficiente y agradable, además la utilización de datos



mejora la forma de satisfacer las necesidades del usuario o consumidor. Por eso es importante estar actualizados y utilizar todas las herramientas que la tecnología nos ofrece.

¿Puede compartir con nosotros algún ejemplo de empresa “unicornio” que haya implementado con éxito una estrategia de colaboración con otras empresas y startups?

Pues está el ejemplo de Uber que ha colaborado con otras empresas de movilidad como Jump Bikes y Lime para diversificar su forma de hacer entregas. Al mismo tiempo de ofrecer más oferta laboral.

En su artículo también menciona la importancia de una cultura empresarial sólida. ¿Puede explicarnos cómo las empresas “unicornio” construyen y mantienen una cultura empresarial inclusiva y diversa?

Al ser empresas que operan de manera global, hay que mantener una cultura de equidad, desde la contratación, la promoción, la toma de decisiones, así como en el desarrollo y crecimiento de los miembros de sus equipos de trabajo. Las personas en cualquier empresa, no solo en las empresas unicornio, lo que quieren es pertenecer y sentirse parte de algo más grande y ahí está la clave de la inclusión y la diversificación. En el sentido de pertenencia.

¿Cómo cree usted que los emprendedores pueden fomentar una cultura empresarial que promueva la colaboración y la creatividad?

Impulsando a todos sus equipos de trabajo a crecer y a potenciar sus talentos. Siempre se necesitan manos, siempre se necesitan talentos y todos los seres humanos tenemos habilidades diferentes, entonces tienes que ayudar a tu equipo de trabajo a fortalecer esas habilidades y potenciarlas. Así es como creo que se promueve la colaboración y creatividad. Por lo menos es algo que yo aplico en mis empresas y en mis equipos.

¿Cuál es su perspectiva sobre el futuro de la economía y las empresas en Latinoamérica?

Los latinos somos muy talentosos, y tenemos constantemente el deseo de crecimiento y superación, yo creo que los países se deben a su gente, y mientras los latinos sigamos teniendo esas ganas de ir adelante y escalar, el futuro es próspero y exitoso.

¿Qué proyectos y objetivos tienes para el futuro en su carrera como líder empresarial y conferencista?

Actualmente, estoy muy enfocada en seguir compartiendo con las personas mi experiencia como empresaria y mi experiencia de vida, siento un gran compromiso con poder impulsar a las personas a crecer de manera personal y profesional, y este año ya se está llenando la agenda con conferencias en diferentes lugares de América, inclusive el próximo 9 de Septiembre tendré un evento en donde haré una Certificación de mujeres líderes chingonas, este evento será de manera presencial en Los Ángeles California y también lo haremos de manera virtual, así que vamos a seguir empoderando a la mujer, empoderando a los emprendedores y empresarios y a todos aquellos que quieran crecer en diferentes áreas de su vida. Entonces como digo: este año ¡Vamos con Todo!

PLAN B EN ESTADOS UNIDOS



DESCUBRE **NUESTRA SOLUCIÓN**
MIGRATORIA A TRAVÉS DE UN
PROYECTO INMOBILIARIO

CONOCE **MÁS**

globofran.com/usa

Antonio Del Rosal

Director General de Experiencias Genuinas

**Las empresas deben ser líderes
en el proceso de transformación
del estatus quo**

Las soluciones requieren un cambio fundamental de percepción, de pensamiento y de valores. Y creo que, en el turismo, como en todos los otros procesos humanos (económicos y sociales) estamos enfrentando precisamente este reto.

Las empresas del sector turismo tienen una oportunidad única que muy pocas otras industrias tienen. La afirmación corresponde a Antonio Del Rosal, Ingeniero Civil por la Universidad Iberoamericana con MBA por la Georgetown University en Washington D.C. Especialista en turismo de aventura y naturaleza, y con 28 años de experiencia en la industria turística.

Actualmente, es Director General de Experiencias Genuinas, firma especializada en diseño de destinos de aventura, naturaleza y turismo rural y Coordinador General de ATMEX, un evento enfocado en este nicho de mercado. Del Rosal considera que la industria del turismo puede lograr cosas interesantes a nivel organizacional / empresarial, un sector que representa el 10% del PIB.

“En el mundo hay nuevamente cerca de 1.7 mil millones de turistas cruzando fronteras, cuando viajamos nos volvemos hasta cierto punto “vulnerables”, estamos en una situación donde nuestra percepción se amplía y estamos abiertos a nuevos estímulos y aprendizajes. Yo veo esto como una enorme oportunidad de impactar a 1.7 mil millones de personas con objeto de sensibilizarlos al reto que tenemos en materia de no solamente sustentabilidad, sino de regeneración de nuestros territorios. Cada interacción con un guía, con un prestador de servicios turísticos, con un hotel o cualquier otro eslabón de la cadena de valor puede convertirse en una oportunidad de cambiar mentes y corazones”, argumenta.

El ingeniero que también ha sido Consultor del BID (Banco Interamericano de Desarrollo) y del LAIF (Latin American Infrastructure Fund), Director de estrategia para CEMEX, Director Ejecutivo para Latinoamérica de la Asociación Mundial de Turismo de Aventura (ATTA) afirma que estamos ante el reto de preservar este planeta para futuras generaciones. “Y esto es responsabilidad de todos. Hay 1.7 mil millones de posibles embajadores del cambio a quienes podemos impactar a través del turismo”.

¿Por qué una empresa u organización debe cambiar hacia la sostenibilidad?

Porque no hay alternativa. Por donde lo veamos, es imprescindible iniciar este proceso. Si nuestro enfoque estuviera exclusivamente en reducción de costos, la transición hacia la sostenibilidad ayuda con mayores eficiencias y menor desperdicio. Si lo hiciéramos por atender las preferencias del cliente, entonces también está claro que una proporción importante de los consumidores no solo esperan, sino que exigen que sus productos y servicios sean provistos por empresas que no dañan al medio ambiente y que contribuyen positivamente a la calidad de vida de las comunidades. Las empresas deben ser líderes en el proceso de transformación del estatus quo. Está claro que los gobiernos y los



compromisos internacionales se han quedado cortos. Tenemos la obligación moral de ser esos agentes de cambio que necesitamos como especie para poder crear una nueva relación con el planeta, en el que nuestros hijos puedan florecer.

Según su experiencia en el sector turístico. ¿Cómo hacer la transición hacia la sostenibilidad de la mejor manera?

No existe un modelo perfecto, y tal vez eso es lo que haga a las empresas turísticas titubear y que no se comprometan con el objetivo, pensando equivocadamente que esto sea una moda pasajera. Sin embargo, peor que la inacción es la falsa fachada de que estamos haciendo algo al respecto como pantalla de ventas, el llamado “green washing”, que desafortunadamente esta altamente presente en el sector (pensemos en las empresas que eliminaron el uso de popotes como iniciativa de sustentabilidad). Hay varias certificaciones, modelos de gestión y consultores que se dedican a acompañar a empresas en este proceso, pero lo más importante es contar con un liderazgo que establezca una visión, y que se vayan dando los primeros pasos en esa dirección, con una convicción férrea.

¿El camino hacia la sostenibilidad tiene un final? ¿De qué forma una organización puede ser cada vez más sostenible?



No. Es un proceso continuo. Las mejoras en procesos, en tecnología y la integración multidisciplinaria que eventualmente nos lleve a una visión sistémica de los destinos turísticos por definición es un proceso que tiene un claro comienzo, pero para el que no se podría imaginar un final definitivo. Hay que estar atentos a estos cambios y mejoras para poder adaptar nuestras organizaciones, nuestros destinos y las relaciones entre los actores que comparten un territorio.

¿Cuál es el costo de no cambiar?

En el corto plazo, significa una pérdida de competitividad (ya sea por tema de costos o por tema de mercado). En el largo plazo, no cambiar significa el colapso de nuestra organización y la contribución que esto tendría (en términos del tiempo

perdido) hacia el cambio más grande que debemos hacer como especie. La capacidad de producción y regeneración de la tierra es finita y vamos en un camino directo al colapso, por sobreexplotación y por mala distribución. ¿Qué significa esto? No estamos seguros, pero sin duda será doloroso para nuestros descendientes (posiblemente para nosotros mismos) si no enderezamos el rumbo de inmediato.

¿Existe algún método que permita abordar de manera sistemática los procesos de cambio?

Hay grandes pensadores y filósofos que basan su propuesta precisamente en esta visión sistémica, Fritjof Capra dice que "Ninguno de los problemas que enfrenta la humanidad puede ser resuelto de forma aislada, todos son parte de un problema o de un reto mayor, que a su vez se traducen en una falta

de percepción. Estamos operando bajo una visión del mundo caduca. Las soluciones requieren un cambio fundamental de percepción, de pensamiento y de valores.” Y creo que en el turismo, como en todos los otros procesos humanos (económicos y sociales) estamos enfrentando precisamente este reto.

¿Cuáles considera que son los dilemas que enfrentan las empresas frente a la inminente revolución de la sostenibilidad?

Como mencionábamos antes, el dilema de acción vs inacción se traduce en un tema de supervivencia o colapso de las empresas. Y esto a su vez juega dentro de un contexto más amplio de adaptación en el que estamos inmersos como especie. Tenemos que adaptar nuestras empresas, pero también nuestras sociedades. El cambio nunca es fácil, pero la evolución nos ha demostrado que aunque sea doloroso, el cambio es la única forma de garantizar continuidad. Hay que iniciar ya. Es frustrante ver como algunos de nuestros gobernantes siguen aferrados a una visión de los 60´s o 70´s que no va en línea con nuestra realidad actual.

¿Qué iniciativas sostenibles han emprendido y cuál ha sido el impacto hasta hoy? ¿Podría darnos cifras?

Nuestra organización es muy pequeña (somos 7 personas muy comprometidas) por lo que el impacto de que todos trabajemos de forma remota, con una huella mínima de CO2 que podemos compensar a través de apoyo a iniciativas de secuestro de carbono gestionadas localmente y de que seamos una empresa incluyente tal vez no sea impresionante en términos del impacto directo, pero como dicen en inglés “we walk the talk”. Donde creo que si hemos podido influir es a través de la creación de una red, el Adventure Travel Network y su evento insignia ATMEX que hoy representa a 1,500 empresas y a más de 12 mil profesionales del sector turismo de aventura y naturaleza en México y América Latina. A través de esta red y de 10 años de reunirnos sin interrupción en ATMEX con compradores, con medios, con operadores de la región y con líderes de opinión globales hemos podido compartir una visión, compartir retos y mejores prácticas, y hemos podido poner la lupa en iniciativas increíbles que están haciendo las cosas bien y que deben ser inspiración y modelos que seguir para toda la industria turística. Estamos convencidos que hay una mejor forma de hacer turismo y que podamos integrar a muchos más actores a esta economía turística al mismo tiempo que protegemos nuestro capital natural y cultural.

Cuéntenos de algunas innovaciones que podremos ver en el próximo ATMEX.

Bueno, pues esta 11ª edición de ATMEX será nuestro primer evento en un destino de playa, Huatulco. Siempre hemos querido poner los reflectores en

destinos que no son los bien conocidos de sol y playa que caracterizan a México. Pero este año queremos mostrar como un destino de playa también puede ser un ejemplo para seguir en materia de sustentabilidad y que fijen una visión orientada a la conservación de su capital natural. Huatulco es precisamente ese ejemplo, y está frente a un reto importante, pues esta por concluirse una carretera que vinculará a este hermoso puerto con la capital del estado de Oaxaca. La presión por convertirse en otro destino de resorts todo incluido será potente, pero los operadores y los gestores de destino locales tienen una visión clara de hacia dónde quieren llevar a Huatulco. Nosotros queremos sumar a esta visión, demostrando que hay un turismo de menor impacto y mayor derrama que pueden ayudar a proteger destinos como este, y que eso es precisamente lo que busca el consumidor actual. También exploremos el fenómeno del Turismo Rural y como destinos como España han logrado consolidar un modelo turístico diferente, aprovechando los recursos existentes para crear experiencias únicas. Como dato, en 2021, uno de cada dos españoles hizo al menos un viaje de turismo rural. ¡Imagínense lo que podríamos hacer potenciando este modelo en nuestro país! Tendremos charlas con expertos que ojalá nos ayuden a identificar oportunidades que nos encaminen hacia un turismo no solamente sostenible, pero regenerativo. Ese es el plan.



Carlos Enrique Pacheco Coello

Especialista en Comercio Exterior y doctor en Análisis Estratégico y Desarrollo Sustentable

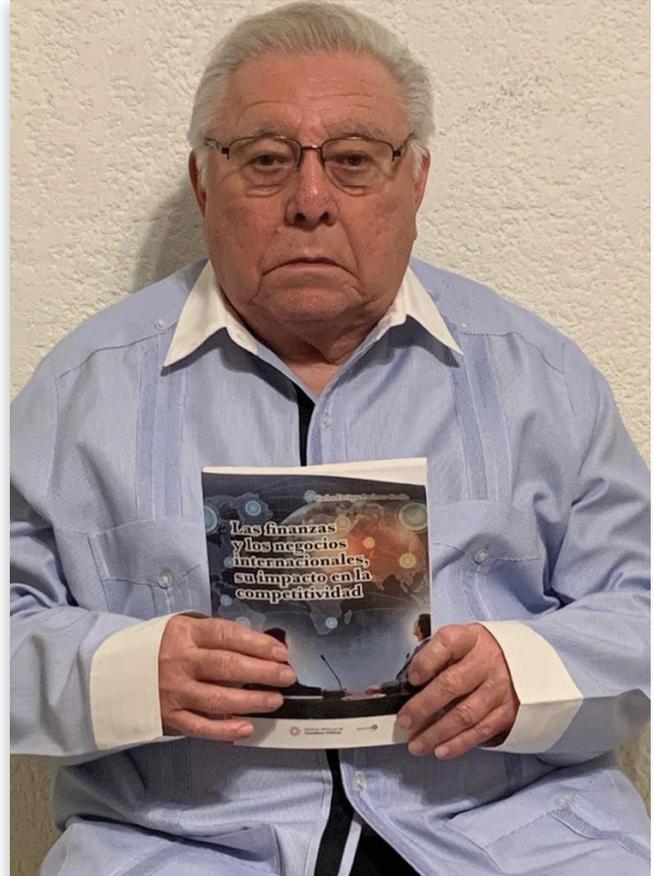
Nos estamos enfrentando a un ambiente VICA

Como estrategia, plantea no pensar en el corto plazo sino ver el futuro y revisar a diario el comportamiento del contexto tanto interno como externo.

Sin desear ser pesimista, Carlos Enrique Pacheco Coello, contador, especialista en Comercio Exterior y doctor en Análisis Estratégico y Desarrollo Sustentable, considera que el mundo se está enfrentando en este 2023 a un ambiente VICA; siglas que buscan sintetizar y describir un estado caracterizado por su volatilidad, incertidumbre, complejidad y con información ambigua. “Es irónico y no me reconforta lo que esta sucediendo a nivel mundial y que les pega a nuestros países latinoamericanos”.

Agrega el autor de varios libros y artículos en su área que: “el desempleo, el robo de tierras ejidales y la falta de inversión en México y en Latinoamérica es un desatino de los actores de un país. Según el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) en el primer trimestre del año se crearon 423,000 nuevos empleos, sin embargo, hay que analizar cuál es el monto que les pagan y en cuánto son los sueldos o salarios con que les dan de alta. Según una calificadora el PIB real anualizado será de 1.6 % en el 2023 y el 1.5 % al 2024. Y, según unos estudios de Investigadores de la UNAM, para que se recuperen los empleos perdidos y para las nuevas generaciones el PIB debe crecer cuando menos al 7 %. ¡Que les parece!”

La inflación es otro factor que analiza Pacheco Coello. “En cuanto los salarios mínimos con valor en pesos mexicanos en la zona fronteriza norte se les dio un valor en 2022 en pesos mexicanos de \$260.00 y \$ 312. 46 en el resto del país. A la fecha en su carrito del super que lo podía llenar con varios productos ahora casi está vacío. Tomen en cuenta que en México se le quitaron tres ceros a la moneda. Les doy otro ejemplo, en una empresa que vende baleros industriales, el dueño les daba como aguinaldo un mes, pero les hacía firmar un recibo que la diferencia era a cuenta de la parte que les tocaba en el reparto de utilidades. No me gusta ser negativo, pero estoy seguro de que cambiando la forma de pensar de los empresarios en el sentido de ver que los talentos humanos que trabajan en su empresa, estos le pondrán amor a su trabajo”, enfatiza.



Dada su vasta experiencia le preguntamos qué plan considera que debe trazar una empresa para tener éxito, y señaló que la clave es “no pensar en el corto plazo sino ver el futuro, aunque ahora el futuro es hoy. Muy importante es revisar a diario el comportamiento del contexto tanto interno como externo y si hay nubes negras cambiarlas a blancas con la estrategia”.

Es triste ver que la mayoría de las empresas traen talentos de otros países y no pensar que en nuestros lugares o mejor hogar (Nuestra Comunidad) a los jóvenes que estudian y donde nacieron se le haga a un lado y se contrate a extranjeros que no han



bebido de nuestra agua. Conozco a muchos jóvenes que con ilusión terminaron una carrera universitaria y acaban como pintores o taxistas o se van a otros países ¡Que desperdicio! El plan que deberían trazar: es capacitar a los jóvenes de nuestros países para que le sientan amor a la empresa donde trabajan y asegurar con esto su permanencia.

En su opinión, los gobiernos deben de estimular a los emprendedores con menos trámites burocráticos exenciones de impuestos y poner reglas muy claras para que la inversión sea valiosa para su país.

A Pacheco Coello le gusta ejemplificar cada reflexión que hace, y tras reconocer que es de suma importancia conservar el ecosistema, nos relata el siguiente ejemplo para demostrar las ironías que enfrenta el ser humano: “En México, en un restaurant de platillos de carnes finas, al dueño se le ocurrió poner el buzón de sugerencias y quejas al ver que los comensales cada día se reducían y al revisarlo a diario su sorpresa fue que casi todos se quejaban de salir oliendo a humo que se impregnaba en su ropa y, por consejo del ingeniero, alejó la cocina del área de los comensales para lograr que las quejas se solucionen. Sin embargo, para su sorpresa los costos de personal se incrementaron al tener que contratar más meseros para atender rápido a los comensales ejecutivos, siguió investigando y alguien le comentó: compra una campana extractora para que el humo no se quede en el restaurante; gran solución, mágicamente ya el humo no se quedaba impregnado en la ropa. Vamos a hacer una reflexión: ¿resolvió el problema? dentro del local del restaurante, ¡SI! Pero el humo de ese restaurant se iba a la atmósfera y, por ende, contaminaba el ambiente del exterior y si le sumamos el aceite quemado de los autos, los cuales cada día son más, producía el smog un efecto tóxico y aumentaron las enfermedades respiratorias.

Para terminar, aconseja que “la mejor manera de tener éxito es no confiarse y mirar hacia adelante. Y si se falla jamás rendirse”.

Emiliano Iturriaga Tovar

Director General de Rutopía

**Una empresa que
no sea sostenible
y socialmente
responsable no
debería de operar**

El costo de no cambiar el modelo es gigantesco para el mundo, si no cambiamos de manera radical hacia la sostenibilidad. La capacidad de carga del planeta no va a soportar que sigamos haciendo negocios como lo venimos haciendo hasta ahora. Y desde una perspectiva para la empresa, también habrá un costo importante.

Emiliano Iturriaga Tovar es un apasionado de los viajes y la naturaleza desde antes de aprender a caminar. Este ingeniero en desarrollo sustentable con concentración en innovación social por el Tecnológico de Monterrey sabe muy bien los riesgos que corremos como humanidad si no cambiamos el modelo de desarrollo.

“Yo creo que para una empresa debería ser un requisito cambiar hacia la sostenibilidad, contar con el sello de empresa socialmente responsable, no debería ser algo como un orgullo o distinción, sino más bien un requisito. Una empresa hoy en día que no sea sostenible y socialmente responsable no debería de operar. No se trata ya de no ver cómo no generar daños al ambiente, sino de cómo generar un impacto positivo, cambiar el entorno y el mundo para bien, y eso es lo que hace una empresa responsable, utilizar un modelo de negocio con impacto positivo y mover las cosas para bien. Esa es la transformación empresarial que se debe lograr. Ya hay muchos sellos que certifican un desempeño sostenible”, enfatiza Iturriaga que ha tenido la oportunidad de participar en programas de desarrollo social y manejo ambiental en países como Kenia, Colombia, Marruecos e Italia.

Advierte que el costo de no cambiar el modelo es gigantesco para el mundo. “Si no cambiamos



de manera radical hacia la sostenibilidad, la capacidad de carga del planeta no va a soportar que sigamos haciendo negocios como lo venimos haciendo hasta ahora. Y desde una perspectiva para la empresa, también habrá un costo, porque el mercado está cambiando y el comportamiento de los consumidores también. Y si no innovamos y nos modernizamos como empresa vamos a perder competitividad en el mercado. Por lo que podemos afirmar que si hay un costo como sociedad y también como estrategia empresarial”.

Vale destacar que Iturriaga fue delegado mexicano en el Foro Mundial de Jóvenes Líderes en el 2015, ha sido panelista y orador en eventos internacionales como TEDx Talks, La Conferencia Mundial de Crecimiento Verde en Corea o la Conferencia Mundial de Economía Solidaria en Francia. Además, es miembro desde el 2017 del International Development Innovation Network del MIT (Massachusetts Institute of Technology) y es co-fundador y director general de Rutopía, empresa social de turismo comunitario galardonada con más de 5 premios internacionales, entre ellos el Hult Prize, el premio de emprendimiento social más grande del mundo otorgado por el ex-presidente Bill Clinton en las Naciones Unidas.



En cuanto a Rutopía explica que es una empresa social, con un propósito muy claro como lo es regenerar la cultura y la naturaleza a través del turismo. “Nuestro fin es lograr una regeneración en los tejidos sociales, en los ecosistemas y en la cultura de las comunidades rurales y hacerlo a través de un modelo de negocio basado en el turismo”.

Explica que un dilema que en general enfrentan las empresas es que quieren ser sostenibles y al mismo tiempo ser rentables. “La cuestión es que tanto podemos poner la sostenibilidad sobre las métricas tradicionales de negocio para una rentabilidad en el corto plazo. Mi opinión es que si beneficiamos el impacto y la sostenibilidad frente a la utilidad en el corto plazo vamos a generar un beneficio para la empresa mucho mayor a largo plazo, por el contrario, si buscamos maximizar el beneficio económico rápidamente por encima de todas las cosas, a corto plazo se verá bien, pero a largo plazo pondrá en riesgo a la organización”.

Iturriaga considera que la transformación digital puede ayudar a hacer a las empresas más sostenibles y la transformación sostenible puede ser un gran incentivo para que se desarrollen nuevas tecnologías digitales. “Van muy de la mano en los cambios empresariales. En el caso de Rutopía somos una empresa que está generando una transformación sostenible y altamente respaldados por tecnología digital”, afirma.

Y ciertamente, es muy valioso lo que están haciendo desde diferentes perspectivas y las métricas así lo confirman. “Vendemos turismo sostenible en comunidades rurales de México y eso ayuda a regenerar la cultura, naturaleza y tejidos sociales de estas comunidades, beneficiamos directamente a más de 525 personas en comunidades rurales, el 39% de las reservas turísticas que generamos van directo para personas en lugares rurales. Más de 1,100 viajeros vivieron experiencias de impacto en comunidades rurales generando una sensibilización por parte del viajero”, concluye.

EL PAÍS



EL PAÍS

Presentado por
amazon

BanBajío





Elizabeth Vázquez Rodríguez
Chef repostera especializada en cacao y chocolate

Ayudo a personas que quieren expresarse a través del chocolate

Ha trabajado en San Sebastián con Martín Berasategui. En Ciudad de México trabajó con Lauren Troublé de Chocolate Laurent. En Madrid ha asesorado a pastelerías y ha sido chef pastelera de dos restaurantes de alta cocina: 57 Ronin y SQD Meat Point.



Elizabeth Vázquez Rodríguez, una mexicana radicada en Madrid desde el 2014, por dos años consecutivos ha hecho la escultura de chocolate para el bodegón de Pascua del hotel Westin Palace de Madrid. Esta chef repostera especializada en cacao y chocolate, que cuenta con su marca de chocolate de autor: Elizabeth Vázquez Chocolatier, ha destacado en el viejo continente trabajando con cacao mexicano y productos siempre con sabores e inspiración mexicanos.

“Ayudo a personas que quieren expresarse a través del chocolate. Comparto con ellos todo el aprendizaje de mis más de 10 años de experiencia en el sector. Aprenden a trabajar con el chocolate mediante cursos personalizados, donde trabajamos uno a uno y también ayudo a empresas con asesorías para mejorar sus procesos de producción y desarrollo de líneas de productos”, nos cuenta Vázquez, que también es Licenciada en gastronomía en el Instituto Culinario de Veracruz.



Becada por la Fundación Turquoise para desarrollar una estancia profesional en el Hotel de París en Mónaco. Ha trabajado en San Sebastián con Martin Berasategui. En Ciudad de México trabajó con Lauren Troublé de Chocolate Laurent. En Madrid ha asesorado a pastelerías y ha sido chef pastelera de dos restaurantes de alta cocina: 57 Ronin y SQD Meat Point.

“Cuando decidí que quería especializarme en repostería, busqué una beca para hacer una

estancia profesional en el extranjero. Esa beca la gané en la Fundación Turquoise, y me aceptaron en el Hotel de París en Mónaco. La primera semana decidí empezar en la chocolatería, y ahí empezó mi amor por el cacao. Recuerdo muy bien cuando me preguntaban por el cacao en México y me di cuenta de lo poco que sabía. Empezó mi curiosidad y el 80% de mi estancia fue dentro de la chocolatería. Tuve un mentor que me contagió su amor por el trabajo artesanal del chocolate. Cuando volví a México en el 2011 seguí trabajando con el chocolate hasta

el día de hoy”, se remonta a sus comienzos esta mexicana oriunda del estado de Guerrero.

Cuando recuerda su llegada a España, dice que su objetivo era seguir trabajando en producción de pastelería y chocolatería y en ese momento en Madrid no encontró ninguna opción que le interesara, por lo que decidió emprender por su cuenta.

“Empecé como chef repostera y a la par hacía algunas cosas con chocolate para eventos. Empezaba a pensar en el desarrollo de mi marca, pero lo tuve más claro en el momento en que pensé en ser madre y decidí diseñar mi vida profesional de manera que fuera conciliable con mi vida personal. Fui haciendo networking, yendo a eventos, entrando en el mundo dulce donde nadie me conocía. Dejando a un lado la vergüenza y sacando mi lado mexicano de decirme que tenía que hacer lo que quería. Y me topé con que hay mucho amor para México en España y decidí que México fuera parte importante de mi marca”, enfatiza con orgullo.

Su posicionamiento como chocolater en la península ibérica no ha sido una labor solitaria, agradece el apoyo que ha recibido de otras personas también amantes del mundo chocolatero.

“Gracias a mi querida Helen López conocí a Chema Pascacio y hoy trabajo con cacao de Finca La Rioja en Chiapas, México. Uno de los mejores 50 cacaos del mundo. Empecé más como autoempleo y con la venta de productos. Hoy mi línea de productos es



sólo una parte de mi marca personal. Me dedico más a la enseñanza y asesoría. Doy cursos de pastelería con Miele, ayudo a personas que quieran expresarse a través del chocolate con cursos personalizados y además asesoro a empresas para mejorar sus procesos de producción y desarrollo de nuevas líneas de productos. Y la conexión con México la tengo también en la Fundación Casa de México en España, donde desde el 2019 soy chef colaboradora”.

Con respecto a sus experiencias y enseñanzas como pastelera y chocolatier en una ciudad con tanta competencia cómo lo es Madrid, explica que lo primero que asimiló es que el emprendimiento es un camino, sigue siendo un camino, una transformación constante.

“Desde la idea inicial, hasta lo que vas descubriendo, lo que te gusta más, lo que te deja más beneficio económico, lo que te llena el corazón, lo que tu cliente pide. Aceptar un cambio constante donde nada está hecho y decidido ha

sido lo más duro de asimilar. Porque al ser pastelera y chocolatera, te acostumbras a las medidas, las temperaturas, a tener control la mayoría del tiempo. Cosa difícil en el emprendimiento”, reflexiona Vázquez.

Recuerda mucho que al principio se sentía incomoda al decir que se dedicaba al chocolate, como si fuera demasiado pretencioso. “Creía que la gente pensaría que era un hobby y que no podría yo vivir de esto. Y mucho tiempo me creí todo esto que estaba en mi cabeza”.

Sin embargo, comprendió que lo que hace demanda mucho tiempo y dedicación y es un magnífico trabajo más que un hobby. “Competencia hay mucha en todos lados, yo tengo referentes de todas partes del mundo, profesionales que admiro, pero cada vez que me vienen las comparaciones, me repito que yo soy yo, con un talento diferente, con una historia de vida propia, con prioridades distintas, y así es más sano y fácil de sobrellevar la competencia o comparaciones”, concluye.





XIV Encuentro Empresarial Iberoamericano

Iberoamérica necesita de sus empresarios

El evento culminó con el compromiso empresarial de inversión en la región.



Andrés Allamand
Secretario general Iberoamericano

En el marco de la XXVIII Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno, el XIV Encuentro Empresarial Iberoamericano, organizado por la Secretaría General Iberoamericana-SEGIB, el Consejo de Empresarios Iberoamericanos-CEIB y las organizaciones empresariales de República Dominicana, lideradas por el Consejo Nacional de la Empresa Privada-CONEP; en colaboración con la Federación Iberoamericana de Jóvenes Empresarios-FIJE, reunió a más de 1,500 empresarios de la región en Santo Domingo, durante dos días.

Andrés Allamand, secretario general Iberoamericano había hablado en los últimos meses de los problemas de crecimiento que hay en Iberoamérica, situando esto como una clara prioridad a tomar y como centro de discusión en el XIV Encuentro Empresarial Iberoamericano. Así, en la sesión inaugural, enfocó sus palabras en el compromiso del empresariado de la región con el crecimiento. “Yo estoy convencido que Iberoamérica tiene los empresarios que se necesitan”, enfatizó durante su participación.

En el transcurso de las jornadas, los ponentes abordaron la sostenibilidad y acción climática, compromiso social y nuevos modelos de financiación, las perspectivas económicas de Iberoamérica, la igualdad de género como motor transformador de las nuevas transiciones, infraestructuras, energía y transición ecológica; conectividad y transformación digital como base para una innovación productiva y sostenible; y el turismo en la región, como la gran palanca para la recuperación.

Desde el inicio del encuentro, se vislumbró que este generaría el compromiso de los empresarios iberoamericanos para invertir en la región, aún cuando el flujo de inversión está decayendo. “Se requiere de empresarios comprometidos, comprometidos con la legitimidad de la economía libre. ¿Qué implica esto?, rechazar la corrupción, el monopolio y los privilegios, que estén comprometidos con el bien común, con sus trabajadores, sus proveedores y con el medio ambiente”, enfatizó Allamand.

Al finalizar, representantes de 22 países entregaron un manifiesto a los presidentes de Iberoamérica, entre los que se encontraba el rey de España Felipe VI y el presidente dominicano Luis Abinader, donde indicaron que el empresariado es parte de la solución a los problemas que aquejan a la región y exaltaron la necesidad de asegurar la libertad de empresa y la libertad económica, dos factores fundamentales para impulsar el desarrollo económico. Asimismo, plantearon la necesidad de abogar por marcos normativos adecuados y estables, que faciliten de manera armónica las legítimas aspiraciones y anhelos de los distintos grupos de interés de las sociedades, evitando ausencias o excesos. Además, puntualizaron que las inversiones no solo se deben regir por criterios financieros y de maximización de beneficios, sino que deben tener en cuenta su impacto en el medioambiente y en el conjunto de la sociedad.



Reconocieron que se debe recuperar el atractivo de la región como destino de inversiones mundiales, “que ha retrocedido un 7 % en los últimos diez años en materia de inversión extranjera directa (IED)”.

El documento pone en valor la necesidad de incrementar la inversión en la región, “que ha retrocedido un 7 % en los últimos 10 años en materia de IED”, con el fin de posicionar a Iberoamérica como foco de atracción para los mercados financieros y empresas a escala nacional e internacional. Igualmente, generar una economía más competitiva, que impulse el desarrollo y el bienestar de los ciudadanos es considerado fundamental.

Iberoamérica cuenta con economías muy diversas, que han tomado caminos diferentes desde el punto de vista económico. Por ello, resulta imprescindible tener una visión de conjunto, con el firme propósito de lograr alianzas público-privadas y entre diferentes países para enfrentarse y superar los retos que la región tiene por delante.

Un espacio para los jóvenes empresarios

La cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno también ofreció un espacio para el desarrollo del Congreso Iberoamericano de Jóvenes Empresarios, donde se abordaron los diversos retos a los que tiene que hacer frente la región y destacaron el papel protagonista que tendrán los jóvenes empresarios en el crecimiento económico y social, y en el futuro de Iberoamérica. Los ponentes incidieron en la importancia de incentivar y gestionar la formación, el emprendimiento y el talento, factores que abundan claramente en una región que destaca por su juventud, con más de un 25 % de su población joven, con edades comprendidas entre 15 y 29 años.





**Manifiesto compromiso
XIV Encuentro Empresarial Iberoamericano**

1- Nos comprometemos a seguir apostando por los países de Iberoamérica.

A través de una mayor y mejor inversión que aumente nuestro potencial de crecimiento y genere empleos de calidad.

2- Apostamos por un nuevo pacto social

Que promueva las alianzas público-privadas y comprometa a todos los actores con el desarrollo sostenible, procurando retomar el crecimiento sin dejar a nadie atrás.

3- Nos comprometemos con la defensa de los derechos de propiedad y la libertad de empresas

Instrumentos claves para reducir los costes de transacción, mejorar la asignación de recursos y estimular la innovación.

4- Asumimos el reto de la transformación digital de nuestra región

Impulsando la mejora de nuestra productividad y competitividad, superando brechas y alentando la innovación y el emprendimiento.

5- Nos comprometemos a invertir en el desarrollo de capital humano

Haciendo nuestro aporte en formación y asistencia técnica.

6- Reconocemos los desafíos en materia de desarrollo de infraestructuras

Manifestamos nuestra disposición a colaborar en los grandes proyectos que integren y conecten Iberoamérica.

7- Reconocemos la existencia de significativas brechas de género que condicionan el desarrollo de nuestras sociedades

Asumimos el compromiso de promover una mayor integración de la mujer en el ámbito empresarial, evitando toda forma de discriminación arbitraria.

8- Animamos a promover la transparencia y la ética pública y privada

Para alentar la inversión y mejorar la percepción de confianza de nuestras sociedades.

9- Nos comprometemos a invertir en empresas y proyectos que generen un triple impacto positivo -económico, social y ambiental-

Alentando el cuidado del medioambiente, la inclusión social y la transición energética.

10- Trasladamos un mensaje claro sobre el papel de las empresas en nuestras sociedades y en nuestra región

Esta gran Iberoamérica de todos: sin iniciativa privada no hay desarrollo. Los empresarios no somos el problema, sino la solución.



TRABAJADORES DESDE CASA: NI TANTO NI TAN POCO

Álvaro "Cuco" de Venegas

International Senior Advisor for Growing Trends & Innovation

<https://linkedin.com/in/cucodevenegas>

Cuando la pandemia por Covid-19 trajo consigo el trabajo desde casa, oficializó lo que se llevaba haciendo por Skype y por Webex desde hacía mucho en las empresas con sucursales, incluso en empresas más grandes se invertía en "war-rooms" con cámaras, microfonía y sistemas destinados a conectarse en remoto... eso sí, eran más bien eventuales.

Durante mucho tiempo la gente -trabajadores, empleadores, clientes, proveedores y hasta la Administración Pública- se acostumbró a que, para mantener el puesto de trabajo, se pudiera hacer desde casa, sin embargo, el halo de super-aprobación marcado por el temor al contagio que hacía las veces de conciencia colectiva, el uso de

las mascarillas y el alcohol gel el pegamento que todo lo unía. Y por destacar aspectos positivos, en el mismo tiempo se desarrollaba la industria del delivery, el comercio electrónico y el almacenaje en la nube.

El esfuerzo de empleadores por mantener la productividad en el límite inferior no ha salido gratis; el team-building ha retrocedido, la sensación de "conocerse" al divisarse entre pasillos, accesos o alrededor de la máquina de café han caído en desuso. Es el colectivo corporativo el que ha descubierto que tener a todos desplazados ha aumentado los gastos operacionales en vez de reducirlos, cada sistema de control: de tiempos, de operación, de producción, de ventas y postventa ha tenido que adaptarse para cuando se esté en modo virtual y en el "tradicional", como si tuviera alguna lógica.

Cada colaborador agradece el tener la oportunidad para, mantenerse en su puesto de trabajo por un lado, y para conciliar la vida familiar así como personal por otro, tan desplazada digamos... desde siempre. Ahora bien, ¿son los empleadores los llamados a hacerse cargo de esa necesidad social?

Está lleno de casos de éxito en el lado humano, sólo falta que sea un éxito para el lado corporativo.



LA IMPORTANCIA DEL CURRICULUM VITAE: DATOS Y ESTADÍSTICAS QUE DEBES CONOCER PARA DESTACAR EN LA BÚSQUEDA DE EMPLEO

José Augusto De León

Human Resources Coordinator

Muchos se me han acercado y me han indicado qué tan importante es tener un buen curriculum vitae y cómo esto impacta a la hora de un proceso. Por lo que hoy traigo algunos datos que resaltan la importancia de tener un CV bien redactado, con información clara y concisa, y libre de errores.

Según una encuesta realizada por CareerBuilder, el 39 % de los empleadores estadounidenses dijeron que esperan recibir un CV de dos páginas como máximo, mientras que el 25 % espera que el CV tenga solo una página. El porcentaje en el resto de los países de América es mayor.

TopResume indica, según su encuesta, que el 77 % de los CVs recibidos para una oferta de trabajo contienen errores de algún tipo.

Un estudio realizado por TheLadders encontró que los empleadores tardan en promedio solo 7,4 segundos en revisar un CV antes de decidir si lo descartan o lo seleccionan para una entrevista.

Según un informe de Glassdoor, el 98 % de los CVs nunca llegan a la persona responsable de la contratación, debido a sistemas de seguimiento de solicitudes de empleo (ATS) y filtros automáticos.

Robert Half, en su encuesta, indica que el 36 % de los gerentes de contratación han descartado a un candidato debido a una mala redacción o errores gramaticales en el CV.

Según una encuesta realizada por LinkedIn, el 87 % de los reclutadores confía en LinkedIn para evaluar a los candidatos, mientras que el 55 % dijo que valoran más el CV que la carta de presentación.

Como siempre indico, un CV bien diseñado y estructurado es crucial para destacar en el mercado laboral (que es muy amplio, diría también estrecho y con muchas competencias) y asegurarse de ser considerado para las mejores oportunidades laborales.



COACHING, RECURSO DE VALOR EN EL BIENESTAR CORPORATIVO

Carmelina Peguero

Leadership Coach & Trainer

Más de 20 años de experiencia como Consultor de Gestión Humana, asesorando tanto empresas locales como multinacionales.

El coaching consiste en un proceso de aprendizaje y crecimiento para alcanzar algún objetivo específico y su presencia a nivel profesional va en continuo incremento. El logro de metas retadoras forma parte del día a día en las empresas, y es usual concentrarse en actividades por realizar para alcanzarlas, dejando de considerar la mentalidad requerida para convertirlas en realidad.

El acompañamiento de un coach facilita la identificación de creencias que pueden ser obstáculos en miras de conseguir lo propuesto. Además, favorece la sostenibilidad en el tiempo de los avances y logros conseguidos.

Asimismo, en el ámbito organizacional se toma cada vez mayor consciencia sobre el impacto de generar culturas de bienestar. La productividad de los colaboradores está claramente vinculada a la manera en que se sienten tratados dentro de la empresa, y esto va más allá de la recompensa económica relacionada con sus resultados. En esto consiste la entrega de Salario Emocional.

Dentro de una cultura de bienestar existen ciertos elementos que resultan claves para que la misma sea exitosa. Entre ellos se encuentran estilo de liderazgo, el aprendizaje continuo, el acceso a espacios y herramientas adecuados, balance vida/trabajo, entre otros.

El desarrollo del colaborador, que es ese sentir de avance profesional dentro de la organización, es un factor de relevancia debido a que incrementa el nivel de satisfacción y bienestar que el mismo puede percibir, impactando el sentido de pertenencia y compromiso. Por mucho tiempo, la práctica usual conectada al crecimiento ha sido la capacitación impartida de modo grupal.

Sucede que, cuando se trabaja en capacitaciones grupales, el contenido formativo a entregar suele ser un promedio de lo que pueden necesitar los miembros del grupo. Habrá aquellos quienes ya dominan el conocimiento, mientras que para otros el conocimiento ofrecido puede no ser suficiente.

Considerando esta particularidad, sobre todo cuando se busca el desarrollo de competencias conductuales, el acompañamiento individual se convierte en una inversión con mayor tasa de retorno debido a que se enfoca en las fortalezas y áreas por desarrollar del colaborador. Y es él quien va definiendo el norte a alcanzar y comprobando los avances, sintiéndose dueño de su propio crecimiento.

Otro de los beneficios del coaching en las organizaciones está vinculado a su aporte a fortalecer el Employer Branding o Marca Empleadora. En las empresas que cultivan un ambiente de bienestar se ha convertido en una práctica frecuente brindar el acompañamiento de un coach a quienes cierran su vida laboral en la empresa. Con este servicio, se logra reducir el período de transición del colaborador hacia nuevas oportunidades laborales y disminuir el proceso de duelo para quienes permanecen en la institución.

También, en momentos de generación de cambios, independientemente de su naturaleza, contar con acompañamiento brinda beneficios importantes debido a que favorece la gestión efectiva de las emociones que puedan presentarse, a la vez que provoca una amplitud de perspectiva que conduce a la identificación de nuevas posibilidades y alternativas para hacer una transición armoniosa hacia nuevas maneras de hacer las cosas.

Recordando el proverbio africano que dice: “Si caminas solo llegarás rápido, si caminas acompañado llegarás más lejos”, el coaching ha llegado a las organizaciones para favorecer la expansión de su visión estratégica y consecución de su Misión



LAS 5 CLAVES DEL NEUROLIDERAZGO PARA TRANSFORMARTE EN UNA VERDADERA LÍDER

Paulina Farías

En el mundo empresarial actual, liderar un equipo no es tarea fácil. Los líderes deben enfrentarse a constantes desafíos, pero es importante recordar que detrás de cada objetivo o meta empresarial, hay personas con necesidades emocionales y motivacionales. Un líder verdaderamente inspirador y contenedor no solo se enfoca en cumplir los objetivos de la compañía, sino que también se preocupa por el bienestar y desarrollo personal de cada miembro del equipo. Al crear un ambiente de trabajo positivo, donde se fomente la comunicación, la colaboración y el respeto mutuo, los líderes pueden inspirar a su equipo a dar lo mejor de sí mismos.

Pero ¿cómo pueden los líderes asegurarse de que sus equipos estén alineados y comprometidos con la visión y los valores organizacionales?

La respuesta podría estar en el neuroliderazgo, el cual se encarga de comprender cómo funciona el cerebro y cómo esto afecta el liderazgo para tener equipos de alto desempeño, fomentar el placer en el trabajo, aumentar la calidad de vida y lograr cumplir con las metas propuestas.

En este artículo, revisaremos cómo puedes aplicar los principios del neuroliderazgo para motivar a tu equipo, fomentar su creatividad e innovación, y con esto cumplir tus objetivos, los de tu equipo y los de tu compañía.

1) Conócete a ti mismo: En primer lugar, es fundamental conocerte a ti mismo, identificar tus talentos, fortalezas y áreas de mejora. Conocer el modo de procesar la información de tu cerebro es fundamental para ejercer un liderazgo efectivo.

2) Conoce a tu equipo: Cada miembro de tu equipo tiene un cerebro único y diferente.

Al conocer las fortalezas, debilidades y preferencias de cada uno, podrás adaptar tu estilo de liderazgo para motivarlos y potenciar sus talentos.

3) Comunica efectivamente: La comunicación es clave en cualquier tipo de liderazgo. Al comprender cómo funciona el cerebro, podrás adaptar la forma de comunicarte con tu equipo para que tus mensajes sean claros, asertivos y efectivos.

4) Practica la empatía: La empatía es una habilidad esencial para cualquier líder que busque motivar a su equipo y construir relaciones sólidas. Al comprender cómo funciona el cerebro, podrás desarrollar técnicas que fomenten la empatía en ti y en tu equipo.

5) Fomenta la resiliencia: La resiliencia es clave para liderar con éxito. Al comprender cómo funciona el cerebro en situaciones de estrés, podrás aplicar técnicas como la respiración profunda para fortalecer tu resiliencia y la de tu equipo. Al mismo tiempo, te permitirá reconocer los errores sin sentir culpa, para aprender de ellos y prevenirlos en el futuro.

Está comprobado que los líderes que aplican el neuroliderazgo pueden mejorar su capacidad de tomar decisiones, resolver problemas y comunicarse efectivamente con su equipo, pares y jefatura.

También pueden utilizar técnicas de comunicación que tengan en cuenta las diferencias individuales en el procesamiento de la información de cada uno de los miembros de su equipo, ya que al conocer cómo funciona el cerebro de cada uno será más fácil adaptar el propio estilo de comunicación para ser más efectivo.

En conclusión, el neuroliderazgo es una herramienta poderosa que puede ayudarte a liderar de manera efectiva en el mundo empresarial actual.

Al comprender cómo funciona el cerebro y las necesidades básicas del ser humano, podrás crear un ambiente laboral favorable y de apoyo para tu equipo, promover el bienestar y la calidad de vida y con esto lograr cumplir con los objetivos y metas de la organización.

¡Atrévete a aplicar el neuroliderazgo en tu día a día y conviértete en un verdadero líder!



LA QUINTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL Y LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Iván Calvo

Ingeniero y Sociólogo

www.linkedin.com/in/ivancalvoprieto/

He estado tentado a tratar de dejar que Chat-GPT escribiera este artículo, pero por el momento, a fecha de mediados de Febrero de 2023 que es cuando estoy sentado frente al teclado, soy yo, Iván Calvo, un humano del siglo XXI el que aún diseña y escribe estas líneas. ¿Por cuánto tiempo será así?, no sé hasta dónde durará mi oficio de “columnista” o “creador de contenido”.

El momento ya ha llegado, el momento de poder decir que nos estamos adelantando en la quinta revolución industrial que iba a tener lugar en esta tercera década del Siglo XXI ya es una realidad.

La expansión de Chat-GPT a nivel mundial (ha ganado usuarios más rápidamente que cualquier otra plataforma o tecnología en la historia de la humanidad), la apuesta firme de Microsoft, a finales del pasado mes de Enero, al invertir 10.000 millones de dólares en Open AI (la empresa creadora de Chat-GPT) es una clara señal de que hemos entrado en el tiempo de la quinta revolución industrial y que la Inteligencia Artificial será la tecnología clave de esta revolución que lo transformará todo, en todas partes del mundo, en todos los países y empresas en las dos próximas décadas.

En las cuatro revoluciones industriales anteriores también ha habido una o varias tecnologías clave que las protagonizaron. Sin duda alguna fue la máquina de vapor la protagonista en la primera revolución industrial a finales del Siglo XVIII, y a finales del Siglo XIX tuvo lugar la segunda revolución industrial con la electricidad y el petróleo y sus múltiples usos en todo tipo de sectores productivos y el transporte a nivel mundial los que provocaron los mayores cambios en el mundo.

Ya a mediados del Siglo XX, fue la electrónica, con los símbolos clave de la televisión y el computador los protagonistas de la tercera revolución industrial y el mundo aceleró sus cambios para llegar a la cuarta revolución industrial a finales de ese siglo y principios del XXI, con la globalización del conocimiento que produjo el nacimiento de internet, el hito histórico del I-phone de Apple en el año 2007 que metió en un smartphone por primera vez todo el conocimiento del mundo y la creación de gigantes como Google, Amazon o Facebook, que junto a otras empresas tecnológicas han liderado los cambios producidos por el internet de las cosas, la revolución del big data y la interconexión global de todo tipo de dispositivos.



Pero ahora vivimos nuevos tiempos, la tercera década del Siglo XXI está siendo protagonista del nuevo impulso tecnológico, la inteligencia artificial avanza a pasos agigantados y nos abre la puerta a una nueva era, junto con otras tecnologías como la realidad aumentada, la realidad virtual, blockchain, el metaverso, la nanotecnología, la robótica avanzada e incluso la energía de fusión nuclear, marcarán esta nueva era y nosotros, vivamos dónde vivamos, vamos a verlo, a sentirlo y a surfear estos cambios.

Entramos en la quinta revolución industrial, la puerta al nuevo tiempo está abierta. Pasen y vean. Somos testigos de la historia.



LA FELICIDAD EN EL TRABAJO, ¿UN LUJO O UNA INVERSIÓN RENTABLE?

- ▶ ¿Te has preguntado alguna vez cómo la felicidad de tus colaboradores puede impactar en la rentabilidad de tu empresa?
- ▶ La respuesta es sencilla: de una manera muy positiva.

Leslie Davidovich

CCO, Awards of Happiness

Al proporcionar un ambiente de trabajo seguro y saludable, puedes reducir los costos de seguros médicos y de compensación por lesiones laborales. El bienestar emocional de los colaboradores tiene un impacto positivo en su salud física, lo que reduce los costos asociados con enfermedades y lesiones.

Un informe de Aon Hewitt encontró que los colaboradores infelices son un 60 % más propensos a dejar su trabajo en comparación con los empleados felices.

Si tus colaboradores están felices y satisfechos es más probable que se queden en tu empresa, lo que reduce los costos de búsqueda y contratación de nuevos colaboradores. Un ambiente de trabajo saludable y positivo puede aumentar la motivación y mejorar la moral de los colaboradores, lo que a su vez puede llevar a una mayor colaboración y trabajo en equipo.

Además de los ya mencionados beneficios, la felicidad de los colaboradores también puede aumentar la innovación en la empresa.

Un estudio de Deloitte concluyó que las empresas que invierten en la felicidad laboral tienen una tasa de innovación un 37 % más alta que las empresas que no lo hacen.

Los colaboradores felices tienen más ideas y soluciones creativas para los desafíos del día a día y del negocio. Esto puede conducir a una mejora en los procesos y un aumento en la rentabilidad de la empresa.

La felicidad en el trabajo es una inversión rentable y tiene un impacto positivo en los resultados financieros de la empresa.

Cuidar de tus colaboradores no solo es ético y moralmente correcto, sino que también mejora la productividad, reduce el absentismo, ahorra dinero en seguros y compensaciones, mejora la retención del talento y genera más clientes y mayores ingresos.

Así que, ¿no crees que es hora de invertir en la felicidad de tus colaboradores?

Al final, todos salen ganando.

Un estudio de Harvard Business Review muestra que los colaboradores felices son más productivos y creativos, y que su compromiso con la empresa es mayor, lo que reduce el absentismo y los costos de formación.

¿Y eso no es genial?

Pero eso no es todo, la felicidad de tus colaboradores también puede generar más dinero para tu empresa.

¿Cómo? Por ejemplo, cuando tus colaboradores están felices, van a recomendar tu empresa a sus conocidos, lo que puede atraer nuevos clientes y mejorar la imagen de tu marca.

Además, los clientes satisfechos con el servicio proporcionado por colaboradores felices son más propensos a regresar y a gastar más dinero en la empresa.

Según un estudio de Gallup, los empleados infelices cuestan a las empresas entre \$450 y \$550 millones de dólares al año en costos indirectos, como baja productividad y absentismo.

Invertir en políticas de bienestar y felicidad para tus colaboradores puede ahorrarte dinero a largo plazo, ya que reduce los gastos generales y mejora la eficiencia de la empresa.



LOS LÍDERES TAMBIÉN LLORAN

¿Alguna vez se ha preguntado cómo manejan los líderes las emociones? ¡Prepárese para descubrir la verdad detrás de esa visión de rudo de los líderes y cómo manejan sus sentimientos!

Marcelo Muñoz Rojas

Creador del Método Liderazgo Exponencial.

marmunoz@liderexponencial.org

<http://marmunoz.biz/linkedin>

Lo he postulado infinitas veces, los líderes somos seres humanos, no máquinas. A menudo se espera que los líderes sean fuertes, decididos y emotivamente estables en todo momento. Sin embargo, esta expectativa es irrealista y poco saludable. Los líderes también lloran, y eso está bien.

Los líderes somos seres humanos con emociones y sentimientos. A menudo, se les pide que tomen decisiones difíciles y que se enfrenten a desafíos y problemas. Es natural que experimenten una gama de emociones en respuesta a estas situaciones, incluyendo tristeza, ansiedad, soledad y preocupación. Negar estas emociones o pretender que no existen, no es saludable ni realista.

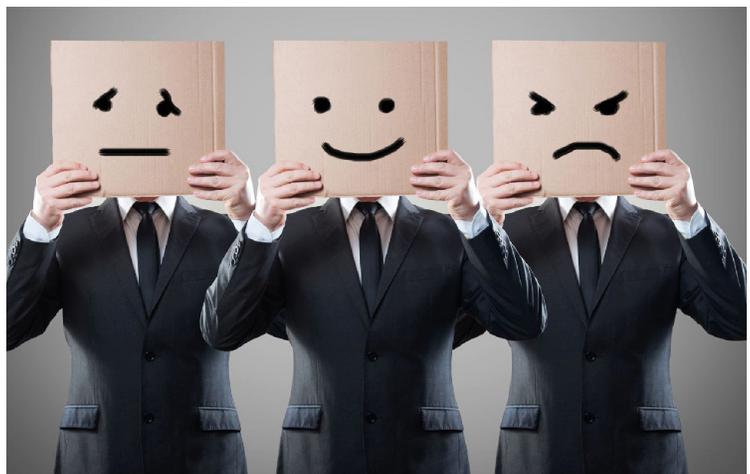
Además, los líderes también enfrentamos días buenos y malos, al igual que cualquier otra persona. Podemos tener días en los que nos sentimos confiados y en control, y otros días en los que nos sentimos inseguros y desmotivados. Esto es completamente normal y natural. Lo importante es reconocer estos sentimientos y aprender a manejarlos de manera efectiva.

Es importante que los líderes aprendamos a reconocer y aceptar nuestras emociones (a veces me pasa y le comento a mi esposa, no sé qué me pasa y ella identifica la emoción que yo no pude identificar), y buscar maneras saludables de manejarlas. Esto puede incluir

hablar con un terapeuta, #coach #mentor o consejero, practicar técnicas de relajación, o simplemente tomarse el tiempo para hacer algo que disfruten.

Además, debemos rodearnos de personas de confianza con las que podamos hablar abierta y honestamente sobre nuestros sentimientos y pensamientos (En mi caso incluye mi señora y mi hija). Estas personas pueden ofrecer apoyo y comprensión, y ayudar a los líderes a ver las cosas desde una perspectiva diferente.

En conclusión, los líderes son seres humanos con emociones y sentimientos, y es importante que se les permita sentir y expresar estas emociones de manera saludable. No debemos tener miedo a llorar o mostrar debilidad, los líderes también somos seres humanos y tenemos derecho a sentir y expresar nuestras emociones como cualquier otra persona.





¿CÓMO HACER QUE TU EQUIPO MEJORE?

Javier Giménez Divieso

Consultor, mentor, interim manager, coach ejecutivo y equipos, formador y conferenciante

la competición que se genera entre los miembros del equipo por llamar la atención, ocupar posiciones de poder, aparecen a veces subgrupos dentro del grupo, etc.

Muchos equipos no pasan esta fase y creen haberlo hecho. Para ello viven como en una especie de “falsa tranquilidad”, ya que muchas veces evitan el conflicto.

Indicar cómo vamos a hacer el qué y cuándo, es realmente importante en esta fase. Como en esta fase todavía no nos conocemos suficiente y hay todavía ciertas discrepancias, el líder sí o sí, va a tener que gestionar el conflicto. Y por eso es muy importante que este cuente con las habilidades directivas apropiadas. El estilo que mejor resultados da es el de líder coach que calma, anima, gestiona conflictos y establece reglas para futuros conflictos.

3) NORMALIZACIÓN

En la fase de normalización, después de haber solventado muchos de los conflictos y diferencias aparecidas, nos planteamos: “¿Cómo vamos a trabajar juntos?”

En esta fase el trabajo ya se hace, sabemos qué hacer, damos feedback y resolvemos los conflictos que puedan seguir surgiendo. El error en esta fase es que el líder quizás esté demasiado tiempo sosteniendo al equipo y solucionando todos los problemas por miedo, cuando debería dejar más al equipo a su aire para que crezca. Para ello, es bueno retirarse a un lado y ver cómo se autogestiona el equipo y si alcanzó un nivel suficiente de madurez.

En esta fase como vemos el estilo es más de facilitador, se muestra comprometido, entendiendo las necesidades, empieza a desarrollar el sentimiento de orgullo en el equipo. El líder, además, debería sopesar si el equipo ha transcurrido durante mucho tiempo por la fase de enfrentamiento o esta ha resultado relativamente estresante. En esos casos el pensamiento de grupo pasa por tomar decisiones más pobres y sin explorar. Lo cual debe ser tenido en cuenta y su líder retar al equipo a que exponga más ideas o a desarrollarlas más, evitando caer en una sensación de autocomplacencia.

4) DESEMPEÑO

La última fase o también denominada fase de desempeño, es aquella en la que el equipo consigue estar en lo más alto y responde a la pregunta: “¿Cómo podemos trabajar de forma más inteligente?” En este equipo ya hay sinergia, uno más uno es tres. Hay buenas relaciones, nada puede pararnos.

Es difícil mantenerse mucho tiempo en esa situación, quizás es un buen momento para compartir con otros equipos, cambiar de proyectos, retar el statu quo, etc. El líder ya forma parte del equipo como uno más, se aleja del equipo y lo deja actuar. En esta fase el estilo del líder es delegativo.

Si quieres saber más al respecto la gestión de equipos, te invito a leer mi libro “Viajando juntos al éxito”, en el que descubrí las claves del éxito empresarial y profesional, a través de mi experiencia.

Si tienes equipo o formas parte de uno, en este artículo te ayudo a descubrir en qué fase estáis como equipo y cuál debería ser el estilo de liderazgo más apropiado, para que el equipo evolucione de una forma más rápida.

Todos los equipos transitan por cuatro fases con características diferentes. Algunos no llegan a la última. ¿Sabrías en qué fase está el tuyo? Y lo mejor, ¿cómo avanzar de fase?

1) FASE DE FORMACIÓN

La fase de formación o inicial es aquella en la que se reúnen los miembros del equipo y su líder, probablemente muchos aún no se conozcan y surjan muchas incógnitas y dudas al respecto; la pregunta más evidente: “¿Por qué estamos aquí?”

Las personas que llegan a un equipo piensan en: cómo voy a contribuir, cómo serán los otros, quién es el nuevo líder, cuál es mi rol y el de cada uno de los integrantes, cómo es la confianza, y un largo etcétera.

En esta fase debemos de tratar de clarificar las expectativas, definir propósitos y objetivos. Debemos dedicar tiempo suficiente a que nos conozcamos un poco. El líder tiene que asumir el control, por eso debe tener un rol más directivo, ya que el equipo no está preparado para hacer muchas de las cosas que son habituales en un equipo maduro.

El líder debe actuar de precursor, tomar decisiones y asumir la responsabilidad. Es una fase donde la complejidad no es demasiado elevada y la energía es alta, pero conviene no pasar por ella de puntillas ya que el resto de las fases podrían resentirse si no se dedica un tiempo suficiente a aclarar dudas, definir objetivos y generar confianza.

2) ENFRENTAMIENTO

Esta fase de enfrentamiento es quizás una de las fases más peligrosas. En ella, básicamente, los miembros del equipo se preguntan: “¿Podemos trabajar juntos?”

Es una fase donde la complejidad aumenta y, por el contrario, la energía positiva decrece, consecuencia de



Emilio Venuti Ideas

PODCAST FUTURIST

LA VISIÓN FUTURISTA QUE
NOS GUÍA HACIA EL ÉXITO.



EMILIO VENUTI

@ EMILIOVENUTI.IDEAS 



CESAR NARANJO

 @ CNARANJOCOACH



EMILIOVENUTI.COM



SEPTIEMBRE
EXPO
CUMUN
TUR
FACTOR DE ÉXITO 2023

SEPTIEMBRE
2023
CAP CANA



FDE
FACTOR DE ÉXITO

lov

Digital
marketing
strategy