

Abril 2024

INTELIGENCIA EMPRESARIAL

REVISTA DE DIVULGACIÓN DE ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS

NBA LA HISTORIA DE UNA EMPRESA DEPORTIVA

Pág. 30

AMAZON EN QUERÉTARO
LA INVERSIÓN DEL
GIGANTE DEL COMERCIO
ELECTRÓNICO

Pág. 18

**AUMENTO SALARIAL
EN LA 4T**
¿DE VERDAD AUMENTO?

Pág. 20



¿Otro **Lote rechazado?**
¿Otro **gasto en tiempo extra?**
¿Otro **accidente operativo?**
¿Otro **envío expeditado?**



Y entonces...

¿**Cuándo** vas a **automatizar**
tus **procesos industriales?**

 **RAMISA**[®]
SERVICIOS Y AUTOMATIZACIÓN

Soluciones a tu alcance.

 **442 444 7098**

servicios.ramsa@gmail.com

www.ramsaservicios.com

Carta Editorial Abril

Estimado Lector:

Abril es un buen mes para reflexionar en lo perdido, lo que vale la pena recuperar y lo que debemos rescatar. Ahora que parece que la pandemia es vista como algo del pasado, es necesario rescatar el equilibrio. Aprovechar la tecnología para un trabajo más preciso, eficaz y global, y al mismo tiempo saber dar tiempo a lo cotidiano, más valor a la memoria y más espacio a lo que estamos dejando perder.

Debemos aprender a darle un significado a lo que hacemos, no perder ese niño interior capaz de asombrarse y de ser creativo. Lleno de sorpresas. ¿Y sabes qué? Todos los tips para lograrlo los encuentras en este número.

También hemos preparado varias historias inspiradoras, entre ellas la de Play-doh que además de ser divertida, colorida y siempre bienvenida por las manos inquietas, es un ejemplo de cómo una chispa de ingenio, puede salvar a toda una empresa de la quiebra y cambiar el futuro transformando las funciones de un producto.

¿Habías escuchado del proyecto del clip rojo? Es un libro, pero también el testimonio de alguien que se atrevió y comenzó a truequear un clip rojo para después de varias transacciones terminar con una casa a su nombre. Una historia sorprendente que nos demuestra que nada es imposible, mucho menos en el mundo de la persuasión y la ventaja de ir varios pasos adelante de los demás.

Y finalmente, te presentamos TAN, un juego de mesa para profesionales que ayuda a definir los objetivos de un equipo de trabajo y a encontrar soluciones de manera divertida, entre risas y mucha diversión. El trabajo no tiene por qué ser aburrido. Te lo demostramos aquí.

Esto, además de presentarte la estrategia del cross-selling para ventas y la del briefing para organizar proyectos. Cómo ser un gran conferencista y saber usar la indiferencia a tu favor son solo algunos de los temas que nuestros equipos de expertos financieros han preparado para ti.

Inteligencia Empresarial te espera en mayo con más sorpresas, tips, aplicaciones, métodos e inspiración.

INTELIGENCIA EMPRESARIAL

Presidencia: Roberto Andere Montes de Oca

Directora: Patricia Zárate Barrera

Redacción: Jessica del bosque, Ricardo Davila del Bosque, Regina Davila del Bosque, Jose Porchini, Fernando Lozano Arellano, Eva Corella Puente, Carlos Lozano, Lago Janeiro, Alonso Janeiro Cangas, Alfredo Priante, Paola Priante, Giovanni Priante, Alejandra Cabañas, Jean pierre Robert, Ricardo Davila Santamarina, Roxana Arrambide Diaz, Esteban Gonzalez Goyeneche, Maria Isabel Cangas Cueto, Francisco Jose Barbosa Niembro, Francisco Jorge Janeiro Rodriguez, Emilio Alanis Alonso, Rafael Francisco Padilla Alonso, Jose Benjamin, Aguillon Padilla y Arturo Torres Arpi Acero

Editor de Estilo: Alejandro Cruz Saldaña

Arte y Diseño: Aide Martínez Reyes

Fotografía: Alejandro Cruz Saldaña, Felipe Cruz Saldaña

Editor Web: Aide Martínez Reyes

Comercial: Jorge Ángel Hernández Soto

Ventas y Publicidad: Samanta Vázquez Nava, Luis Conrado Gutiérrez Hernández.

Relaciones Publicas: Joel Alvarado Padilla

www.inteligencia-empresarial.asppublicidad.com.mx

Oficina de representación en México escribir a:

Agencia de Servicios Publicitarios S.A de C.V

Boulevard Golondrinas 17 B Edif 2 B Int 101 B

Colonia Calacoaya, Atizapán de Zaragoza.

Estado de México. CP: 52990



ORGANÍZATE SIN DEPENDER DE LA TECNOLOGÍA

POR: REGINA DAVILA DEL BOSQUE



Todos concordamos en que la tecnología ha gozado de increíbles avances exponenciales. En la actualidad ya casi es imposible vivir sin estar en contacto con alguna parte de este mundo, o con todo, siempre a la espera de lo más novedoso. Sin embargo, ¿existirán desventajas en estas innovaciones? Sin duda existen inconformidades, las cuales vienen de personas más tradicionales. ¿Tendrán razones para adoptar una cotidianidad sin tecnología? ¿Hay formas de organizarse sin tener que depender de estos mecanismos?

Lo cierto es que poco a poco le hemos dado mayor lugar a algo que irremediamente contiene sus respectivos problemas. Por ejemplo, tenemos el correo electrónico, que resta la dependencia al correo postal, pero que también abusa de tu tiempo con correo basura, spam y ataques cibernéticos. Y aunque creemos que estamos ahorrando tiempo con aplicaciones dedicadas a la organización, usar el teléfono para esto es contraproducente para quien tiene un consumo excesivo de redes sociales e Internet. ¿Cuántas veces no hemos abierto aplicaciones o mensajes del trabajo y nos quedamos a ver muchas otras cosas?

Gracias a la tecnología algunas personas consideran que tenemos la posibilidad de albergar un "segundo cerebro", uno digital. La idea se basa en que este recurso te ayude a recordar todo lo que tu cerebro ya no puede, desde tu agenda hasta toda la literatura profesional que requiera tu trabajo; tu preparación académica, incluso información vital de tus seres queridos. Sin embargo, ¿cuánto estamos confiando en esta herramienta? Se supone que todavía no puede igualar la capacidad mental de un ser humano. Entonces, ¿estamos expandiendo nuestra mente con algo más limitado o nos estamos privando de una valiosa neuroplasticidad?

El riesgo está en que la tecnología no se limita a ser funcional, sino que también contiene entretenimiento, libertinaje y exceso. Se escucha con frecuencia que la memoria a corto plazo de la persona promedio está

disminuyendo debido al frecuente uso de pantallas y redes sociales. Los más jóvenes desean transitar experiencias más prácticas, innovadoras y veloces.

Así es como todo comienza a lucir menos como una vivencia, con partes aburridas y frustrantes, pero también divertidas y valiosas; todo ha pasado a ser contenido, modos de adormecernos del presente y de la realidad, porque ¿para qué recordar mi propio número telefónico si lo tengo al alcance de mi mano? ¿Para qué tener conocimiento general si basta con buscarlo en Google?

Entonces, si así lo deseas, intenta devolverle cierta independencia a tu memoria y a tu mente en general. En esta instancia, es común pensar que cualquier reunión laboral pudo haberse abreviado en un correo, sin embargo, no ignoremos la riqueza que nos da la convivencia humana. También el llamar por teléfono en lugar de mandar correos o mensajes de texto. La capacidad de establecer conexiones debería de propiciarse desde las charlas más pequeñas.

Ahora, al usar una agenda tradicional, serás capaz de apegarte a tu rutina. No obtendrás notificaciones que te inciten a gastar "unos minutos" para ponerte al día en tu círculo de Internet. Así notarás todo el tiempo que desperdiciabas en entretenimiento que ni siquiera se mantiene en tu memoria a corto plazo. Más adelante incluso podrías asignar tiempo para ocio electrónico, al grado de organizarte para priorizar las actividades más importantes para tu vida, no para mantenerte al tanto de tendencias que ni siquiera se relacionan contigo. Lo ideal sería que te devolvieras la capacidad de elegir tu entretenimiento y de poder recordarlo y adoptarlo como un pasatiempo que colabore con tu neuroplasticidad.

Asimismo, gracias a la separación de actividades de lo digital, podrás reconocer tu incapacidad de hacer multitasking. Siempre estuvo ahí, pero, gracias a las distracciones tecnológicas, insistíamos en que podíamos designarnos varias tareas a la vez, o que incluso podíamos mezclar entretenimiento con deberes. La realidad es que nuestro cerebro sólo puede enfocarse en una cosa. Lo apropiado para una buena organización sería darle su lugar al funcionamiento correcto de nuestra mente y después darle su recompensa. Hay quienes disfrutan de tachar sus pendientes, o de proporcionar un momento de ocio entre cada actividad.

Recuerda lo que era cuando dependías sólo de tu cerebro o de tu organización por escrito, de los recursos que ahora están monopolizados en tu celular. Esto tampoco se trata de ser alérgicos a la tecnología, al grado de alienarse del resto de la sociedad. Los avances sociales en este campo son importantes, pero sería contraproducente asumir que debemos consumirlos todos, sin priorizar su utilidad esencial. Lo más seguro es que tu cerebro te agradecerá cuando vuelvas a ejercitar tu memoria y tu propia capacidad de organizar tus días sin necesidad de notificaciones y correos molestos. No será regresar a la antigüedad, sino regresar a lo humano.

EL TRABAJO DE TU VIDA: DARLE UN SIGNIFICADO A LO QUE HACES

Hablemos de la antigüedad, cuando existía la economía local y los trabajos eran una parte importante de nuestra identidad. En ese entonces, tener un oficio brindaba el reconocimiento de la comunidad, uno desempeñaba un rol valioso y único en ese engranaje social. No obstante, con la globalización y la desigualdad entre empleados y dueños, hemos creado trabajos vacíos, sin utilidad concreta y, por ende, sin la capacidad de brindarle satisfacción al trabajador.

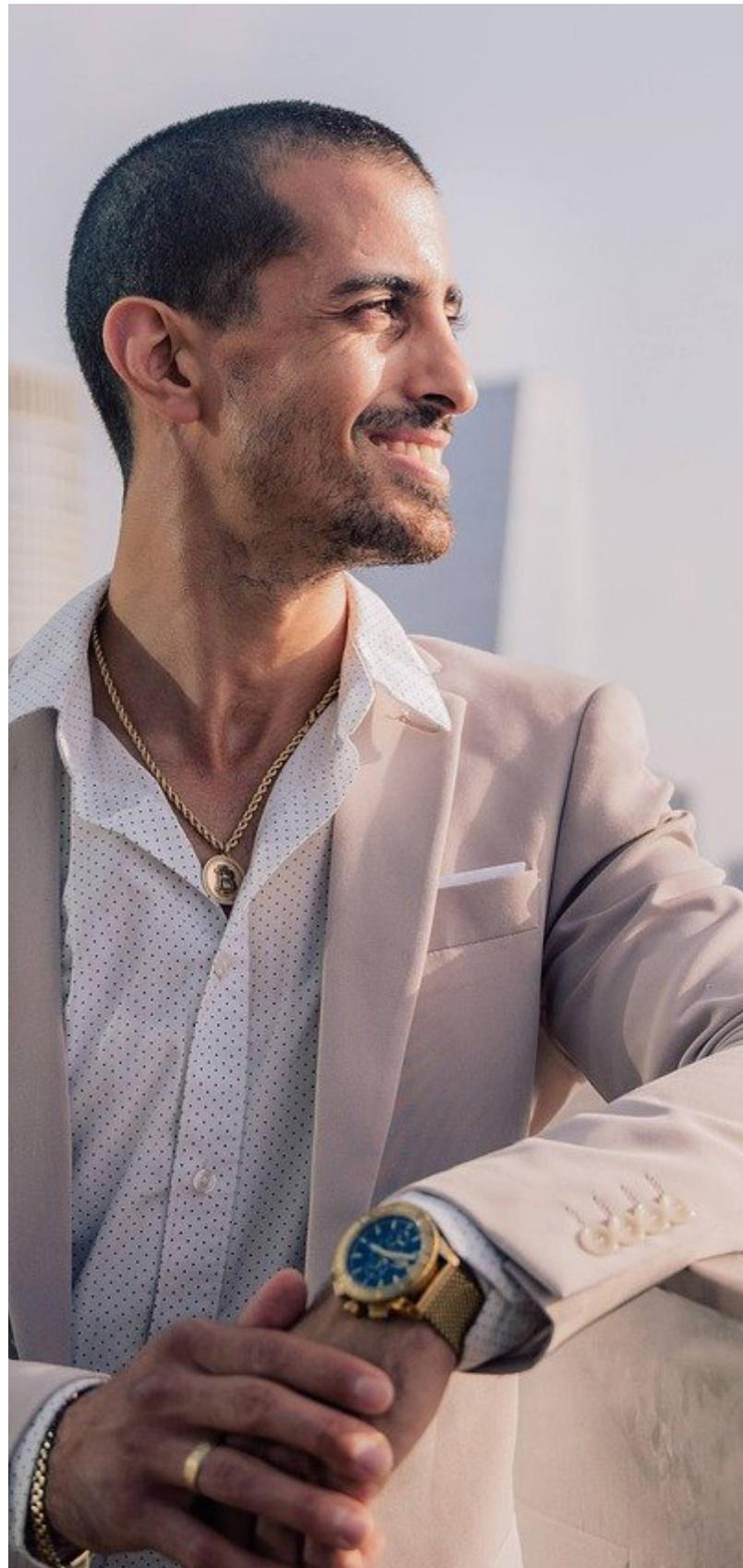
¿Consideras que estás en esa posición? Cumpliendo un fin frívolo, como fabricar algún objeto o cotejar datos que la empresa a la larga no usará, mover un engranaje de toda la cadena de producción, o señalar una puerta. Ahora tenemos trabajadores cada vez más especializados, pero con cada vez menos oportunidades para poner en práctica todo su conocimiento.

Quizá ya es hora de dejar de pensar que el dinero es suficiente para evitar reflexionar sobre las actividades que harás la mayor parte de tu vida. Aún si lo dejas de lado y te dedicas a explotarte, a comprar los bienes que los demás compran para establecerse; de igual forma te llegará esa inquietud, tarde o temprano. Hay cierta valía en preguntárselo desde ahora: el tiempo ahorrado.

Sin embargo, hay más detrás de dedicarte a un trabajo con sentido para ti. Cuando sigues la corriente y consigues lo que sea, todo a tu alrededor se contagia de un desinterés: tanto en el producto, en el consumidor y en el empleado mismo. En este ambiente no hay ganadores, se habrá conseguido dinero, pero se caerá en esta producción desmedida, sin sentido y sin conciencia.

Todos hemos atravesado este sentimiento en alguna ocasión. Es fácil decirlo, como si fuera una premisa fácil de cumplir: trabaja en lo que te apasione. Incluso es un discurso común, una narrativa en donde es fácil caer para explotarse. Lo cierto es que también el otro punto de la situación es delicado. Encontrar una profesión que te apasione te dará el mismo trabajo que un trabajo alienante.

Entonces habría que identificar si experimentas algún tipo de desmotivación por cansancio, o si realmente te encuentras en un camino equivocado. Lo cierto es que ambas opciones contienen aspectos positivos y negativos, pero el amor a un trabajo no impedirá que ten-



gas momentos de estrés e incluso de cierta frustración. Todo se trata de elegir qué tipo de esfuerzo queremos hacer y por qué motivos.

Es normal tener un referente de un profesional apasionado con lo que hace, pero es común que evitemos ver sus aspectos negativos, o incluso creamos que no existe todo el esfuerzo detrás de su trabajo. No hay atajos para llegar a ese espacio ideal, el trabajo nunca será un juego ni el paraíso en la Tierra. Es evidente que, si tuviéramos que elegir entre vacacionar en la playa y trabajar en lo que te apasiona, la respuesta sería muy obvia.

Además, tendríamos que considerar si tu profesión ideal es una idea realista de tu futuro. Aquí podrías recordar qué querías ser cuando eras niño, ¿qué tanto se parece a tus expectativas actuales? Si bien es importante tener grandes sueños, tampoco se trata de apostar hasta lo imposible, siempre puedes hallar cierto equilibrio entre lo que quieres hacer y lo que debes hacer, acorde a las presiones de nuestra realidad. También podrías considerar que tu pasión no necesariamente debe de "rendir" como para pagar tus cuentas, no te exijas tanto para un pasatiempo que te da lo suficiente para disfrutarlo.

No obstante, encontrarle sentido a lo que haces también podría salir de las mismas actividades de tu trabajo. Guarda cierto aspecto positivo que en la actualidad nadie se defina por su labor, existe mayor flexibilidad para evolucionar una carrera ecléctica y diversa. Además, es un buen aliciente saber que tu profesión puede cambiar de ritmo cuando quieras.

Encontrar sentido a lo que haces no sólo parte de tu jornada laboral, de tus responsabilidades. También puede guardar mucho sentido gracias a que paga las cuentas del día a día, porque le brinda un buen sustento a tu familia o porque, en su efecto transitorio, puede ser la base para prepararte en otra profesión en el futuro. Bajo esta línea, tu experiencia única en tu trabajo te dará otra visión que sumará a lo que quieres hacer después, hacia una mirada única y práctica.

Ahora es posible reconocer que tu reflexión profesional parte de una decisión con múltiples miradas. A veces, amar tu trabajo ni siquiera dependerá de ese mismo trabajo. Otras veces no bastará pensarlo mucho para entender que no estás en el camino correcto. Sin embargo, en esta introspección también incluye cierto cuidado; nunca hay que tomar decisiones apresuradas, sobre todo cuando el trabajo de uno sostiene más allá del propio futuro. Lo propio es buscar evolucionar sin soltar una base segura.

**POR: FERNANDO LOZANO ARELLANO
& EVA CORELLA PUENTE**



CÓMO CRECER SIN PERDURAR LA CREATIVIDAD SEGÚN WARDLE

Todos nacemos siendo creativos, pero conforme vamos creciendo arrinconamos nuestra capacidad creativa. Tal pareciera que el crecimiento y la creatividad son palabras opuestas. A medida que avanzamos en nuestra vida, la creatividad se va perdiendo hasta ser reemplazada por la seriedad; en casa, en la universidad, en el trabajo, en la iglesia y en la calle nos piden que seamos serios. Tenemos la percepción de que madurar implica sacrificar la imaginación y, por ende, la creatividad. No obstante, Duncan Wardle nos demuestra que estas palabras no sólo son compatibles sino necesarias para nutrir nuestra vida adulta.

Wardle es un consultor de ideas y agente de cambio. Gracias a su talento y métodos creativos forjó una carrera de consultoría creativa e innovadora. Wardle trabajó por más de 25 años en Disney como presidente en innovación y creatividad. El cargo exigía desarrollar estrategias e ideas creativas para expandir positivamente el impacto de la empresa dentro de la industria. Wardle lo lograba mediante la capacitación continua de empleados y creativos, esta capacitación se focalizaba en la resolución de conflictos creativos; para ello Wardle privilegiaba la creatividad por encima de cualquier otra herramienta; con ello hacía que creativos, empleados y directivos pensarán fuera de la caja. Durante su permanencia en Disney, Wardle creó un departamento llamado "El equipo catalizador creativo", un grupo de líderes creativos que capacitaron a más de 3 mil profesionales de Disney; incluidos parte de los colaboradores de Marvel, Pixar, Disney Institute, y Disney University.

Entonces, ¿cuáles son las enseñanzas que podemos aprender de Wardle? Para comenzar, hay algunas premisas de las que parte Wardle a la hora de proponer sus herramientas para el desarrollo de la creatividad en la vida adulta. La primera es entender que todos somos creativos por más que intentemos dejar de serlo (por voluntad o inconscientemente). Esto nos lleva a la segunda, cuando creemos que la creatividad ha desaparecido, la realidad es que se mantiene oculta y la tercera es que todas las personas adultas somos capaces de desbloquear nuestra capacidad creativa.

Teniendo por base estas premisas, Wardle nos recomienda que no perdamos la capacidad de ser curiosos con aquello que nos rodea. Para ello debemos de aprender de los más pequeños. Cuando un niño pequeño recibe un

regalo, la sorpresa es genuina, se dispone a abrir la caja y ver su regalo, probablemente un juguete; sin embargo, después de unas horas volvemos a observar al pequeño y nuevamente aparece la sorpresa; el niño se encuentra jugando con la caja. ¿Por qué pasa esto? porque la caja está sujeta a infinidad de posibilidades de juego; ya sea un castillo, un cohete, un fuerte o una sala de juegos. Al igual que los niños, los adultos debemos mantenernos curiosos ante las cosas y las situaciones que se nos presentan. La capacidad de pensar de forma flexible y libre parte de la curiosidad, la cual se transforma en creatividad.

Ahora más que nunca todas las personas están sujetas a estímulos que nos hacen movernos y cambiar. Y aunque en algún momento de nuestra vida nos dijeron que ya no éramos creativos y les creímos; los estímulos nos permiten darnos cuenta de que no es así y recuperar nuestra creatividad. Recordemos que la creatividad es una herramienta sin límites, la cual nos impulsa a ir más allá de lo establecido como posible racional. Si bien con el ascenso de la Inteligencia Artificial, para los humanos cada vez es menos necesario pensar; existen herramientas que por lo menos en los próximos años la IA no podrá replicar y esas son: la intuición, la inteligencia emocional y obviamente la curiosidad.

Para desarrollar grandes ideas, debemos jugar. Las personas somos capaces de controlar el 13% de nuestro cerebro, a través de la relación entre la racionalidad y el consciente. Esto indica que el 87% de nuestro cerebro forma parte del subconsciente, esto no significa que esta parte escapa de la racionalidad, probablemente hay elecciones que inconscientemente realizamos y nos resultan racionales y correctas; sino que justo en esta parte se encuentra la creatividad, ya que en esta parte almacenamos cada recuerdo de nuestra vida.

La clave está en la forma en que pensamos. La creatividad requiere un desafío que enfrentar. Si no problematizamos nuestra manera de percibir el mundo, estaremos condenados a una vida poco creativa y muy monótona. Para Wardle, la vida no se trata de sobrevivir sino de disfrutarla con sus matices y sus adversidades, pero siempre buscando maneras de sobrellevarlas y es allí donde la creatividad es nuestra salvación. Al abrazar los desafíos y recibirlos como oportunidades la vida se vuelve más significativa y plena.

PERDER LA

POR:
CARLOS LOZANO
& IAGO JANEIRO

N DUNCAN WARDLE



PLAY-DOH Y LA MAGIA DE APROVECHAR UN ACCIDENTE

¿Sabías que la masa Play-Doh era utilizada como instrumento de limpieza? Antes de venderse como uno de los mejores juguetes infantiles en el mercado era el producto principal de Kutol, una empresa dedicada a la limpieza. Se fabricaba un compuesto suave y flexible para quitar el hollín del papel tapiz. Con el tiempo el producto se quedó sin demanda, de modo que el futuro de la empresa era incierto. Entonces a la cuñada de uno de los directores se le ocurrió dejar que los niños jugaran con el producto.

Solía haber una alta demanda en este tipo de limpiadores, ya que las personas usaban calefacción basada en carbón, lo que ensuciaba las paredes y sus recubrimientos. Sin embargo, a la segunda mitad del siglo XX, los materiales de calefacción cambiaron hacia petróleo, gas y electricidad. Esto sustraía la necesidad de limpiar los alrededores de hollín, de modo que la demanda de Kutol bajó de manera considerable. Casi nadie necesitaba limpiar acumulación de hollín.

No fue sencillo para la empresa, pero la mesa directiva contempló darle un giro a su imagen y a su oferta. Mientras tanto, Kay Zufall, cuñada de Joseph McVicker (uno de los directivos), como maestra de guardería, estaba investigando qué material podría usar para que los niños hicieran proyectos de modelado, en específico, buscaba un sustituto de la plastilina. Se encontró con un artículo que aconsejaba usar el limpiador como juguete, sobre todo por su propiedad no tóxica para los pequeños. Pronto le contó al hombre encargado e incluso fue ella quien sugirió que se llamara Play-Doh.

Este descubrimiento cambió la suerte de la empresa, fue prácticamente una salvación de la obsolescencia y la bancarrota. En la actualidad, Play-Doh es una de las empresas más fuerte en la industria de los juguetes. Ha pasado a ser propiedad de Hasbro y, como producto, es un material de iniciación para todos los niños, ya que contribuye a una diversión creativa.

Desde su debut como juguete, es posible que haya vendido más de tres mil millones de latas, muchísimas más que cuando se desempeñaba como limpiador de papel. Hasbro presume que todas las latas vendidas podrían crear una serpiente de masa salada que le diera la vuelta al mundo 300 veces. Esta increíble popularidad le concedió un merecido espacio en el "Strong" Salón Nacional de la Fama del Juguete (Rochester, Nueva York) en 1998.

La oferta de Play-Doh ha crecido a lo largo de los años. Después de crear la masita suave y flexible que todos los niños conocen y aman, además de ponerle todos los colores, también se han creado derivados, como Play-Doh Touch, Play-Doh Kitchen Creations, Play-Doh Shape & Learn, DohVinci. Todo esto se ha extendido hasta ser un sistema de artes y manualidades especializado para niños. La marca también ha colaborado en sets de juego de My Little Pony, Princesas de Disney, Star Wars y Frozen. También se ha diversificado en diversos materiales, como foamy, slime y cloud, con tintes metálicos y brillantes.

La visión de Play-Doh se ha enfocado en propiciar la libre expresión de los niños, bajo espacios y productos que hacen florecer su creatividad. Desde que el producto tomó ese giro de 180°, la amenaza de cualquier obsolescencia ha quedado en el pasado. La mezcla sigue siendo bastante igual a la original, sólo que ahora se contempla el uso de menos sal, con el objetivo de que tenga mayor duración la pasta.

El bote del producto indica que es un juguete ideal para niños mayores a dos años, e incluso puede ser utilizado por preadolescentes que encuentren diversión en el modelado y la escultura. También se indica que el producto puede contener trigo y que no es tóxico, pero que tampoco se recomienda el consumo. Pese a tener compuestos orgánicos, no tiene fecha de caducidad (aludiendo que no es un alimento). Sin embargo, resulta sorprendente que en su información todavía haya indicaciones para utilizar el material como un limpiador. Basta con aplicarla y rasparla cuando se seque. Sorprendente, ¿cierto?

Play-Doh resultó una mercancía con dos vidas. Cuando disminuyó la demanda de limpieza de hollín, el giro resultó ser mucho más popular que el destino original del producto. Ahora la empresa ha mantenido un buen ritmo de diversificación, pero bajo la base que les permitió seguir en el mercado, pero hacia un público muy diferente. Este giro le ha hecho inmune a toda obsolescencia, mientras sigan habiendo niños y encima niños que deseen seguir jugando y explorando su creatividad.

POR: ALONSO JANEIRO Y PAOLA PRIANTE



Howard & Wayman Bajío SC.

Contadores Públicos

www.dhw.com.mx



COBIJAS SAN MARCOS: ÉXITO Y DECADENCIA

Probablemente en cada uno de los hogares mexicanos se encuentra por lo menos un cobertor con estampado de tigre de Bengala. Grupo Textil San Marcos fue la empresa manufacturera de tan famosas cobijas. Y es que esta cobija del tigre se ha convertido en un símbolo familiar, trascendiendo durante varias generaciones dejando una huella imborrable dentro de la cultura popular mexicana.

Grupo Textil San Marcos fue uno de los principales fabricantes de textiles en México. Todo comienza con la visión de un hombre emprendedor llamado Jesús Rivera Franco. Fue en 1970 que Rivera Franco, un empresario textil, se embarcó en la búsqueda de un producto innovador que conquistara el mercado mexicano. Su búsqueda lo llevó a España, en donde encontró un tejido sintético, que permitía crear múltiples diseños en él. Sin embargo, este tejido no se fabricaba en México.

Rivera Franco impulsado por su interés emprendedor, comenzó un arduo proceso de investigación y experimentación, mismo que lo llevó a desarrollar su propia fórmula textil con la que fabricó una cobija cálida, durable y con una amplia variedad de diseños, los cuales iban desde paisajes naturales hasta objetos de la vida cotidiana, así nació Grupo Textil San Marcos en Aguascalientes. Fue en 1978 cuando Grupo textil San Marcos lanzó lo que sería su producto estrella: la icónica cobija del tigre. El factor diferenciador se encontraba en tres elementos: el diseño llamativo, la calidad de la tela y el precio accesible.

Rápidamente, la cobija del tigre ganó popularidad en todo México, convirtiéndose en un producto indispensable en los hogares mexicanos. Las exitosas ventas de la cobija del tigre lograron impulsar el crecimiento de Grupo Textil San Marcos. La empresa aumentó su producción a tal punto que tuvo que expandirse, abriendo nuevas fábricas y contratando a más trabajadores. Asimismo, Grupo Textil San Marcos amplió su catálogo de productos incluyendo otros cobertores, sábanas, toallas, mantas de viaje y artículos para el hogar, tales como ollas, platos y tazas.

Rivera Franco, impulsado por el éxito de su cobija, continuó con la innovación como pilar fundamental de su empresa. Constantemente Grupo Textil San Marcos invirtió en tecnología de punta para la optimización de los procesos de producción sin que estos afectarían la calidad de sus productos. Asimismo, Rivera Franco dejó claro a sus colaboradores que el cliente era el centro de todo su negocio al ofrecer diseños vanguardistas que satisfacían las necesidades y gustos de cada uno de sus consumidores.

Por otra parte, Grupo Textil San Marcos estuvo comprometido con el impacto social que se desprendía de la empresa. Esta empresa implementó programas de apoyo social para sus trabajadores y sus familias, tales como actividades recreativas y deportivas, servicios médicos y becas educativas. También esta empresa participó activamente en iniciativas de responsabilidad social apoyando a organizaciones civiles y de promoción al cuidado del medio ambiente.



Pero no todo fueron éxitos. Como toda empresa, Grupo Textil San Marcos atravesó por múltiples desafíos. En 1990, experimentó un mercado hostil y competitivo debido a la apertura comercial de empresas nacionales e internacionales. Por lo que en 1992, Rivera Franco vendió su empresa Celulosa y Derivados (Cydsa), consorcio regional. Ya bajo el mando de Cydsa, el principal desafío para la empresa fue adaptarse a las nuevas dinámicas de mercado las cuales hacían que los consumidores cambiaran constantemente de gustos, y aunado a la crisis de 1994; el desempeño de Grupo Textil San Marcos se vio afectado. Para 2004, Cydsa decide cerrar la planta de Aguascalientes y vender la marca de la famosa cobija del tigre.

La historia de Grupo Textil San Marcos nos enseña valiosas lecciones sobre el emprendimiento, la innovación, la responsabilidad social y los retos de la competencia en un mercado globalizado. Su legado nos invita a reflexionar sobre la importancia de adaptarnos a los cambios y mantenernos competitivos para asegurar la permanencia en el tiempo. Y que a pesar de este cierre definitivo, el legado de Grupo Textil San Marcos sigue vivo en la memoria y en los hogares de miles de mexicanos. La cobija del tigre se convirtió en un símbolo de nostalgia, tradición y calidez; al ser un recordatorio del pasado familiar de los hogares mexicanos.

**POR:
GIOVANNI PRIANTE &
ALEJANDRA CABAÑAS**

ORSTED: INNOVACIÓN LIMPIA

La empresa responsable de la creación del primer parque eólico marino, Orsted, hoy en día sigue siendo una de las compañías líderes en el sector del mercado de energías verdes. Luego de la publicación de Corporate Knights, la empresa de medios que clasifica anualmente a las corporaciones más sostenibles del mundo, y de haber evaluado a 6733 compañías, determinó que Orsted ocupa el primer lugar en empresas que pertenecen al mercado de energías y obtuvo, al mismo tiempo, el puesto número 17 dentro de la clasificación general de este año.

Sin embargo, a pesar del reconocimiento que ha recibido Orsted no sólo por ser una de las compañías más sostenibles, sino también por la responsabilidad ambiental que ha asumido dentro de su mercado, los inicios de su historia fueron muy distintos. La crisis de petróleo en Dinamarca en la década de los 70's llevó al estado a fundar una empresa en la que ya no tuviera que depender de Oriente para generar energía, por lo que se fundó Dansk Naturgas, nombre que años más tarde cambió a Dansk Olie og Naturgas, y como su nombre lo indica, la compañía estaba centrada en la producción de energía a través de combustible fósil.

Luego de este primer paso, para lograr su independencia de Medio Oriente, en 1991 crearon el primer parque eólico marino que abastecía a más de dos mil hogares, este hecho demostró que el uso de la energía eólica era rentable y en 1998 se comenzaron planes para la creación de otros cinco parques más. En 2006 la empresa se asoció con otras compañías del mercado energético como Frederiksberg Forsyning, Energi E2, Elsam, entre otras.

El paso del tiempo y la inversión que la empresa había hecho por energías renovables hizo que la visión de la compañía cambiara de manera radical; la apuesta por las energías de compuestos fósiles no sería un mercado rentable para siempre, por lo que cambiaron su enfoque y lo direccionaron para convertirse en una empresa de energía verde y renovable. Este hecho ha marcado un hito en la compañía desde su fundación, no debemos olvidar que los problemas ambientales, derivados del cambio climático se han agravado con el tiempo y el mercado de energías es el responsable de la mayor cantidad de emisiones de carbono en todo el mundo, pues más del 70% de éstas provienen de este sector.

El año 2008 fue determinante para la empresa que pasó de trabajar con combustibles fósiles a desarrollar un plan para convertirse en una compañía de energía verde, creando

parques eólicos marinos ya no sólo en su propio territorio sino también en otras partes del mundo. Aunado a esto sus centrales de electricidad dejaron de depender del gas y el carbón para ser alimentadas con biomasa.

Finalmente, en 2017 la compañía decidió cambiar su nombre a Orsted, como la conocemos actualmente, anunciando así su incursión definitiva en un modelo de negocio sostenible no sólo a nivel económico, sino también ambiental. Pronunciándose como la empresa líder en energías renovables limpias, pues actualmente opera en Asia, Europa y América del Norte. Además, su expansión de parques eólicos sigue en aumento pues la construcción de éstos ha llegado a Taiwán, Alemania, Estados Unidos, entre otros.

Orsted ya no sólo genera energía verde para el territorio que fundó esta empresa, sino para muchos otros países,



el cambio radical que logró la compañía es digno de admirar no sólo por lograr mantenerse como la líder mundial, durante varios años, como una de las empresas más sostenibles, sino también por convertirse una compañía socialmente responsable.

La apuesta por la implementación de energías limpias se ha convertido en una necesidad a nivel global y Orsted es un ejemplo de innovación al lograr adaptarse a las necesidades ambientales de nuestro entorno, convirtiéndose en una empresa ágil y colaborativa que ofrece soluciones a problemáticas que nos afectan a todos sin sacrificar por ello el cuidado de las necesidades diarias que tenemos como seres humanos.

La transformación de Orsted, que pasó de negro a verde, no es un fenómeno común dentro del mundo empresarial, sin embargo, su decisión los ha logrado afianzarse en uno de los mercados más competitivos, demostrándonos con ello que existen maneras responsables de generar ingresos sin tener que sobreexplotar el mundo que habitamos.

POR: JEAN PIERRE ROBERT



Inmobiliaria Howard & Wayman, SA de CV.

El paso del tiempo y la inversión que la empresa había hecho por energías renovables hizo que la visión de la compañía cambiara de manera radical; la apuesta por las energías de compuestos fósiles no sería un mercado rentable para siempre, por lo que cambiaron su enfoque y lo direccionaron para convertirse en una empresa de energía verde y renovable



HÁBITOS PARA REDUCIR EL ESTRÉS

POR: RICARDO DAVILA SANTAMARINA

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), el estrés se ha convertido en la enfermedad más común de nuestro siglo y este hecho no sorprende a muchos, pues somos testigos de la incertidumbre que nos rodea de manera continua en distintos aspectos de nuestra vida: la carga laboral, las crisis económicas, enfermedades, conflictos políticos, entre muchas otras razones.

Y si bien es cierto que el estrés forma parte del ser humano, pues se trata de una respuesta natural de nuestro organismo frente a estímulos o situaciones que pueden ser amenazantes, nuestra reacción ante éste y la gravedad con la que puede manifestarse en algunas personas es la razón que resulta alarmante, pues los síntomas que pueden experimentar derivan también en problemáticas de salud mental más graves como la ansiedad y la depresión.

Algunos de estas señales más habituales son: dolores de cabeza, falta de apetito o atracones, problemas gastrointestinales, contracturas, consumo excesivo de alcohol u otras sustancias, cansancio, entre otras. Este hecho demuestra la gravedad de la epidemia del siglo XXI, pues no sólo afecta el estado mental de una persona, sino en general, su calidad de vida pues, el estrés se ha convertido en la enfermedad más discapacitante de nuestros tiempos. Un estudio realizado por la Sociedad Española para el Estudio de la Ansiedad y el Estrés (SEAS) reveló que las personas que padecen trastornos de ansiedad, depresión o estrés van al médico aproximadamente más de 15 veces que una persona que no padece este tipo de problemas y con frecuencia requieren de medicamentos como antidepresivos, calmantes y ansiolíticos.

Es importante comprender el funcionamiento de las fases de estrés para poder pedir y recibir la ayuda que necesitamos. El estrés se compone de etapas: la primera consiste en la fase de alarma, que se trata del momento en el que nuestro cerebro reconoce que debe adaptarse a una situación que está fuera de nuestro control, durante este periodo nuestro cuerpo se pone en modo de alerta a través de reacciones físicas para estar preparados ante la situación emergente; la fase dos, o de resistencia, responde a momentos que consideramos graves y durante este periodo nuestro cuerpo reacciona produciendo más cortisol y adrenalina, hormonas que pueden ocasionarnos bloqueos. Esta última fase de estrés, si se mantiene con frecuencia en el tiempo, puede derivar en un trastorno crónico pues el cerebro se acostumbra a producir altas cantidades de estas hormonas como si fuera su estado natural. Lo ideal es acudir con un especialista para que pueda diagnosticarnos si consideramos que este padecimiento se ha convertido en un malestar cada vez más frecuente y con secuelas que se agravan, pero si no es el caso, existen hábitos que podemos incluir en nuestras rutinas diarias y que pueden ayudarnos a reducir nuestros niveles de estrés.

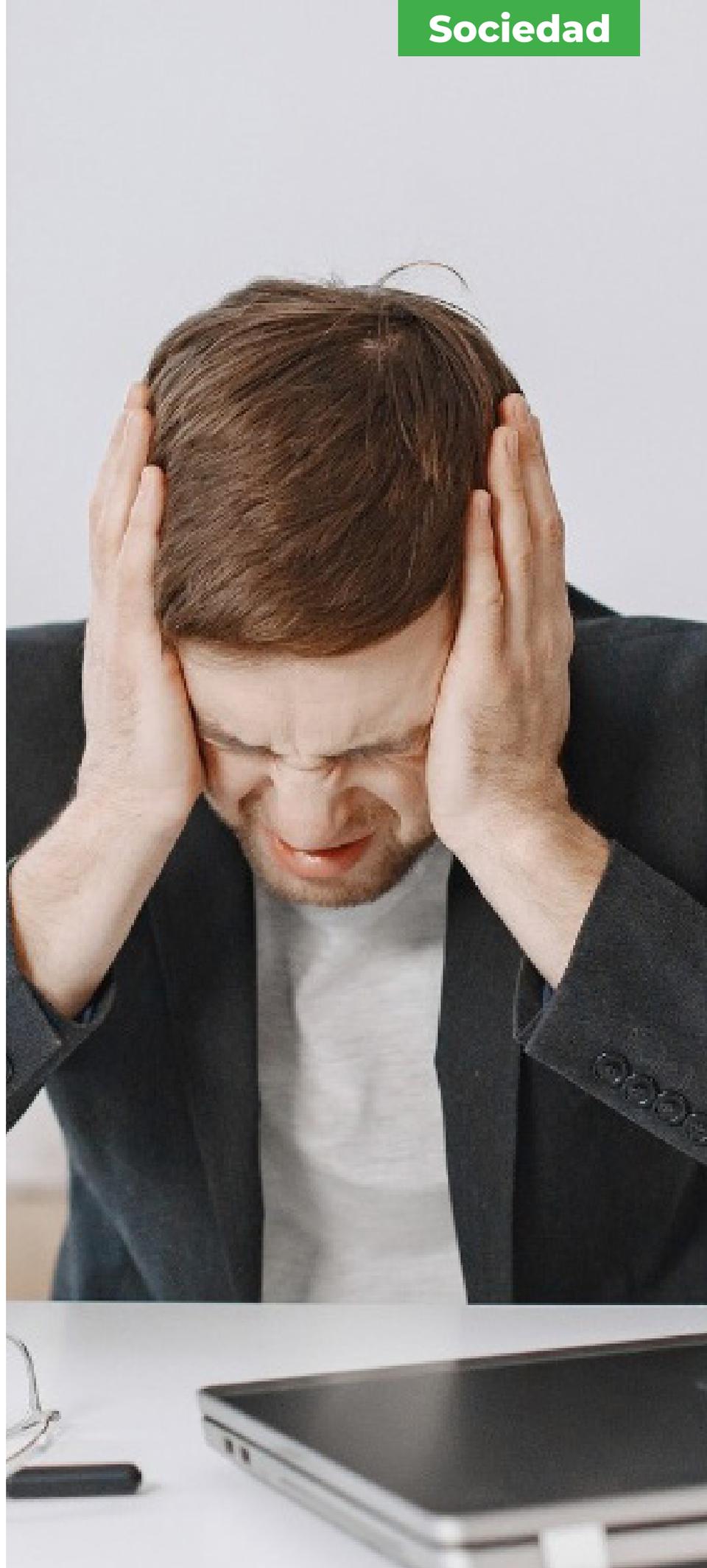
Uno de los síntomas que más asociamos con el estrés, son los problemas para conciliar el sueño, sin embargo, éste también forma parte de un círculo vicioso de mala higiene del sueño, algunos factores que pueden estar relacionados son: no tener un horario riguroso, es decir, no levantarnos y dormirnos a horas establecidas, es importante ser constantes incluso los días de descanso pues nos ayudarán a

respetar nuestras horas de sueño, las cuales deben ser en 7 y 9; el uso de aparatos electrónicos antes de dormir pueden perturbar nuestro espacio de sueño, es importante acondicionar un lugar de descanso en el que tengamos tranquilidad y que nos resulte agradable para poder relajarnos; no consumir sustancias o alimentos que puedan alterar nuestro ciclo de sueño como la cafeína, contribuirá para que podamos conciliarlo de manera más efectiva.

El ejercicio, es otro de los recursos a los que podemos recurrir no sólo para aliviar el estrés, sino también mejorar nuestro estado de ánimo y lograr un sueño profundo. Y es que gracias al ejercicio nuestro cuerpo libera endorfinas, las hormonas de la felicidad, pero también norepinefrina, otra hormona que ayuda a regular el estado de ánimo, y de manera directa, puede afectar de forma positiva nuestra respuesta ante el estrés. Aunado a esto, no podemos dejar a un lado el hecho de que el ejercicio, como práctica habitual, trae un sinnúmero de beneficios a nivel físico, emocional y psicológico que se traduce en una mejor calidad de vida, y es que expertos han afirmado que el ejercicio puede llegar a tener la efectividad de una sesión de terapia.

La alimentación es otro de los factores que pueden ayudarnos a regular nuestros niveles de estrés. Aunque el consumo voraz, como también la falta de apetito pueden ser síntomas de que nuestros niveles de este padecimiento son altos, aprender a llevar una alimentación sana, balanceada pero también rigurosa en cuanto a nuestros horarios, nos ayudarán a ser conscientes de lo que estamos comiendo y en qué cantidades nuestro cuerpo lo necesita. Quizá no somos lo que comemos, pero definitivamente la manera en la que alimentamos nuestro cuerpo se refleja en nuestro bienestar físico y anímico.

Estos tiempos vertiginosos precisan que no olvidemos cuidar de nuestra salud física y mental, y una manera de lograrlo es tener una rutina en la que nuestro cuidado personal sea priorizado. Nuestro cuerpo es nuestro motor y darle la atención que requiere es el mínimo básico para poder mantenernos en adecuado funcionamiento, por eso es imprescindible ser rigurosos con nuestros rituales de bienestar personal.



AMAZON EN QUERÉTARO

El estado de Querétaro es un referente de industrialización y modernidad. El 21.7% de su población labora en la industria manufacturera y el 16.9% en la industria de la construcción. Este crecimiento industrial ha hecho que cientos de familias de los demás estados de la república mexicana busquen una mejor calidad de vida en Querétaro. Según reportes del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) llegan 105 personas a asentarse, ya sea por trabajo o por estudio, a Querétaro. En el año anterior la actividad industrial en Querétaro se incrementó un 7.4% lo que ha generado un mayor interés de empresas nacionales y extranjeras en invertir en el estado.

Querétaro se ha convertido en una atracción para empresas nacionales e internacionales y Amazon no es la excepción. Este gigante del comercio electrónico anunció en 2024 una inversión de 5 mil millones de dólares en la región para la construcción de una nueva región de centros de datos, lo que representa un hito histórico para el desarrollo tecnológico del estado. Pero ¿qué implicaciones económicas, sociales y ambientales tiene tal inversión?

Amazon Web Services (AWS) es la plataforma de computación en la nube más completa y ampliamente adoptada del mundo. AWS ofrece una amplia gama de servicios informáticos, de almacenamiento, de bases de datos, de análisis, de red y de entrega de contenido. AWS se utiliza por millones de clientes en todo el mundo, incluyendo startups, empresas en crecimiento y grandes organizaciones.

La inversión de Amazon en Querétaro se traduce en la creación de una región de infraestructura de AWS, compuesta por tres zonas de disponibilidad con uno o más centros de datos cada una. Se espera que la región entre en funcionamiento a principios de 2025, ofreciendo los 240 servicios de la compañía a empresas y organizaciones de México y América Latina; tales como Aeroméxico, Kavak, Skyalert y Cinépolis.

La inversión de Amazon en Querétaro traerá consigo un sinnúmero de beneficios para la región. Algunos de los beneficios que se destacan son: la creación de empleos, el impulso a la economía local, el desarrollo del talento local y la atracción de nuevas inversiones. Por un lado se estima que la construcción y la operación de los tres centros de datos generará cerca de 60 mil nuevos empleos, de los cuales más de 10 mil serán directos con Amazon.

Asimismo, la inversión de Amazon estimulará la economía local, debido al crecimiento orgánico de diversos sectores tales como la construcción, la hostelería y el turismo. Aunado a este crecimiento de la economía local, Amazon se ha comprometido a trabajar con instituciones educativas locales para desarrollar el talento local en áreas como la computación en la nube, la seguridad cibernética y la inteligencia artificial. En una rueda de prensa, el director general de AWS México, Rubén Mugártegui mencionó que con esta inversión se refrendaba el compromiso con el estado para que se impulsara el desarrollo local y el acceso a servicios tecnológicos para las startups, pymes, empresas privadas y entidades gubernamentales. Por último, la presencia de Amazon en Querétaro posicionará al estado como un hub tecnológico de primer nivel, atrayendo nuevas inversiones de empresas nacionales e internacionales.

Por otro lado, Amazon está comprometida con la sustentabilidad y la protección del medio ambiente. La compañía se ha fijado el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono en 2040. Para ello, Amazon está invirtiendo en energía renovable, desarrollando tecnologías más eficientes y trabajando con sus proveedores para reducir su huella de carbono. Para ello, Querétaro se encuentra en la mejor disposición y con las mejores características para dicha inversión, Mauricio Kuri González, gobernador del estado, mencionó que gracias a la ubicación geográfica, la conectividad, la disponibilidad de energía eléctrica y la innovación tecnológica, Querétaro era el lugar ideal para dicha inversión.

No obstante, la falta de servicios de agua en el estado es un claro y urgente problema en la entidad. Con ello la deforestación de áreas naturales en el estado pone en alerta a ciudadanos y asociaciones civiles acerca de las agresiones al medio ambiente que sufrirá el suelo queretano tras la construcción de las tres naves. Otro de los problemas que se avecinan con la llegada de Amazon a Querétaro es la sobrepoblación debido a la alta demanda de mano de obra, lo que a su vez generará un aumento al precio de la vivienda y un deterioro mayor al servicio de transporte público y privado; repercutiendo directamente en la calidad de vida de la población queretana.

En general, la inversión de Amazon en Querétaro es una gran oportunidad para el desarrollo del estado y la región Bajío. Pero también representa un desafío para mantener la tranquilidad de las y los queretanos. La presencia de

Amazon en la región impulsará la economía local, creará empleos y fomentará el desarrollo del talento local. Además, la apuesta de Amazon por la sustentabilidad es un ejemplo a seguir para otras empresas.

POR: JESSICA DEL BOSQUE

“Debido a la novedad que representa la inversión social, suele confundirse ésta con las donaciones. Aunque los términos sean parecidos, la concepción de la inversión social no empata con la de los donativos. La diferencia entre ambos conceptos se encuentra en la finalidad.”



AUMENTO SALARIAL DURANTE LA 4T

Hace menos de seis años el salario mínimo en México era de 88 pesos diarios, es decir, 2 mil 687 pesos mensuales. En 2024, el gobierno federal anunció el aumento de 207.44 a 248.93 pesos diarios para la zona metropolitana y de 312.41 a 374.89 pesos diarios en la zona de Frontera Norte; para ambas zonas representa un incremento del 20%. El aumento al salario mínimo ha sido uno de los pilares de la política económica del gobierno del actual presidente Andrés Manuel López Obrador, gobierno enmarcado en la llamada Cuarta Transformación (4T).

En 2018, desde su llegada al poder, su gabinete ha implementado incrementos anuales considerables al salario mínimo. Esto con el objetivo de mejorar el poder adquisitivo de las y los trabajadores que mueven al país: la clase obrera. Es por ello por lo que hoy nos damos a la tarea de presentar un análisis profundo sobre el aumento al salario mínimo durante la 4T. En el presente artículo consideraremos algunos antecedentes económicos y políticos, los impactos al aumento, los desafíos y las perspectivas a futuro.

Previo al ascenso de López Obrador al poder, el salario mínimo en México había experimentado un estancamiento durante décadas. Con la Crisis del 2008, el peso pierde rápidamente valor frente a otras monedas; quedándose estancado en 75.26 pesos diarios en el periodo de transición de la presidencia de Felipe Calderón a la presidencia de Enrique Peña Nieto. Durante el periodo de Peña Nieto el aumento al salario fue paulatino y nimio, durante su sexenio el salario mínimo pasó de 75.26 a 86.37 pesos diarios, lo que representó un aumento promedio de 14.6%. Las consecuencias no se hicieron esperar y el peso siguió perdiendo poder adquisitivo frente a la inflación.

Ante este panorama, el gobierno de López Obrador estableció como una de sus prioridades recuperar el poder adquisitivo del salario mínimo. Para ello, se implementó una nueva metodología para su determinación, la cual está basada en dos criterios principales: la inflación y el crecimiento económico. La 4T buscó que el salario mínimo se incrementara al menos al ritmo de la inflación para evitar que las y los trabajadores perdieran el poder adquisitivo de sus sueldos.

Respecto al crecimiento económico, en la 4T se consideró el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) como un indicador de la capacidad del país para sostener un mayor salario mínimo. En ese sentido, entre más grande el porcentaje del PIB, menor inflación. Recordemos que el PIB determina la fortaleza económica de un país y mientras

este crezca existe un mayor crecimiento económico nacional. Tan sólo en 2023, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) informó un crecimiento de 3.2% del PIB cuando las expectativas rondaban de 2.8 a 3%; logrando que México pasara de la posición 14 a las 12 dentro de las mayores economías del mundo. Ahora se espera que las estadísticas para el 2024 sean de al menos un 3%.

Por lo que se refiere a los impactos en el aumento al salario mínimo durante la 4T, se rescatan los siguientes: el aumento del poder adquisitivo, ya que se ha recuperado parte del poder adquisitivo perdido durante décadas, beneficiando directamente a las y los trabajadores de menores ingresos; la reducción de la pobreza: ya que mejora las condiciones de vida de los hogares más vulnerables; la dinamización del mercado interno, al disponer de un mayor ingreso se impulsa el consumo interno beneficiando a diversos sectores económicos; la reducción de la desigualdad, ya que la brecha salarial entre los trabajadores es menor.

A pesar de los avances logrados, el aumento al salario mínimo también presenta algunos desafíos. Entre los que se encuentran: el impacto en la inflación, puesto que existe la preocupación de que los aumentos salariales puedan generar presiones inflacionarias, especialmente en un contexto de alta inflación como el actual; el efecto en el empleo, más cuando algunos sectores empresariales han expresado su preocupación de que los aumentos salariales puedan impactar negativamente en el empleo, especialmente en las pequeñas y medianas empresas.; la necesidad de reformas estructurales, para consolidar los beneficios del aumento al salario mínimo, se requieren reformas estructurales que promuevan la productividad y la competitividad de las empresas. Asimismo, manufactureras internacionales se ven desinteresadas en continuar invirtiendo en México si la mano de obra no va a ser la más barata disponible.

En resumen, el aumento al salario mínimo durante la 4T ha sido una política pública relevante que busca un impacto positivo en el bienestar de los trabajadores y la economía mexicana. Sin embargo, es importante abordar los desafíos existentes y continuar con reformas estructurales para consolidar los beneficios y garantizar un crecimiento económico sostenible e incluyente.

**POR: ROXANA ARRAMBIDE DIAZ
& JOSE BENJAMIN AGUILLON PADILLA**



NOTARIA
Pública
No. **2** 
San Juan del Río, Qro.



BITCOIN Y SU VOLATILIDAD

HACE UNAS SEMANAS, EL BITCOIN NUEVAMENTE ALCANZÓ SU MÁXIMO HISTÓRICO TRAS UNA MALA RACHA DE MÁS DE DOS AÑOS. SITUACIÓN QUE PUSO EN ENTREDI-CHO EL FUTURO DE TODO EL ECOSISTEMA DE LAS CRIPTOMONEDAS.

Hace unas semanas, el bitcoin nuevamente alcanzó su máximo histórico tras una mala racha de más de dos años. Situación que puso en entredicho el futuro de todo el ecosistema de las criptomonedas. El Bitcoin es la primera moneda digital de mayor valor del mundo, cotizada en casi 67 mil dólares en 2024, superando su anterior récord de casi 65 mil millones de dólares en 2021. Este repunte ha sido bien recibido por especialistas en los fondos cotizados en la bolsa, sobre todo los vinculados al activo digital, lo que ha atraído las miradas de los inversores más tradicionales a invertir en bitcoins. No obstante, ¿qué implicación trae este repunte?

El Bitcoin es la criptomoneda más popular del mundo. Sin embargo, ha sido objeto de fascinación y controversia desde su creación en 2009. Una de las características más distintivas del Bitcoin es su alta volatilidad, lo que significa que su precio puede experimentar cambios bruscos y significativos en un corto período de tiempo. Justo esta volatilidad es la implicación más fuerte para que las y los inversores se mantengan al margen del mercado de criptomonedas. La volatilidad ha sido tanto una ventaja como una desventaja, ya que ha dispersado dudas e interrogantes para empresarios e inversionistas

amateurs. Si bien el Bitcoin ha atraído a inversores que buscan ganancias rápidas, también ha generado incertidumbre y riesgo para quienes buscan usarlo como una moneda estable.

La volatilidad del Bitcoin se debe a una serie de factores interconectados. De entre los más destacados se encuentran: la novedad en el mercado, la falta de regulación, la manipulación del mercado y la liquidez que merodea alrededor del Bitcoin. Por un lado, el mercado del Bitcoin es relativamente nuevo y pequeño en comparación con los mercados financieros tradicionales. Esto conlleva a que esta moneda sea más susceptible a las fluctuaciones de precios causadas por eventos relativamente pequeños, tales como la entrada o salida de grandes y pequeños inversores.

Por otro lado, la falta de regularización del Bitcoin crea mayor volatilidad para esta moneda. A diferencia de las monedas fiduciarias tradicionales, es decir, administrada por alguna autoridad financiera que acepta el cargo de cuidador en beneficio del dueño de estas monedas, no del suyo; el Bitcoin no está regulado por ningún gobierno o banco central. Esto significa que no hay una autoridad

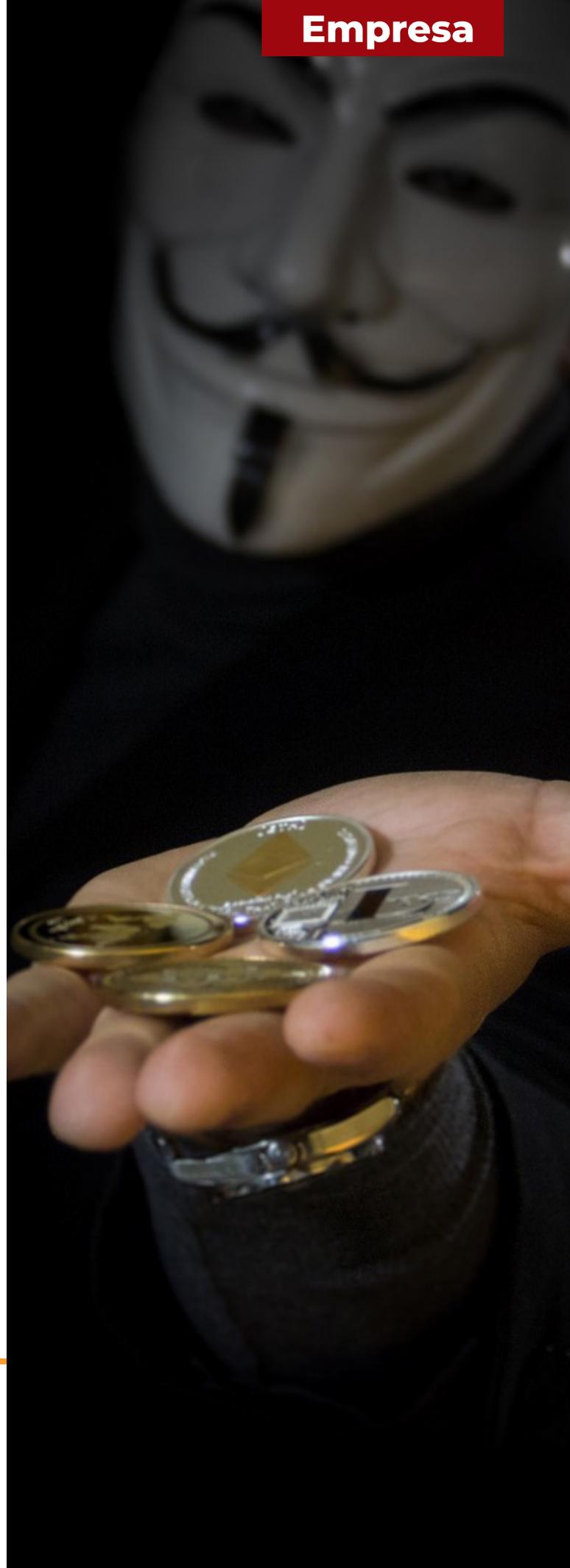
central que pueda intervenir para estabilizar el precio en caso de volatilidad extrema, situación que hace que los movimientos de los activos no se mantengan estables.

Respecto a la manipulación del mercado en el ecosistema de Bitcoin no tiene buena percepción entre la mayoría de los bancos e inversores ya que se han realizado acusaciones dentro de este mercado de utilizar técnicas desleales y engañosas para inflar o desinflar artificialmente el precio del Bitcoin. Recordemos que el precio del Bitcoin está fuertemente influenciado por el sentimiento del mercado, es decir, la confianza o el pesimismo general de los inversores. Las noticias positivas, como la adopción de Bitcoin por parte de una gran empresa, pueden impulsar el precio al alza; como ocurrió con Tesla: tras invertir más de 40 mil bitcoin (equivalente a 1.5 millones de dólares), empresas como Square y Galaxy Digital Holdings decidieron seguirle el paso. Mientras que las noticias negativas, como una estafa o una regulación hostil, pueden provocar una caída del precio, como ocurrió con Modern Tech con la estructura piramidal que afectó a más de 32 mil inversores de Bitcoin.

Otra de las causas de la volatilidad del Bitcoin es su liquidez. La facilidad con la que se puede comprar y vender Bitcoin sigue siendo relativamente baja en comparación con otros activos financieros. Esto significa que incluso pequeñas órdenes de compra o venta pueden tener un impacto significativo en el precio. Ahora con el repunte del precio del Bitcoin en 2024 la volatilidad de esta criptomoneda se encuentra en constante revisión. No negamos que hay ventajas bien definidas desprendidas de la volatilidad del Bitcoin, tales como el potencial de los altos retornos de inversión, la cobertura contra la inflación y la innovación financiera; también existen desventajas alrededor de esta criptomoneda, tales como el alto riesgo de inversión y la intromisión del Bitcoin como moneda de cambio dentro de los mercados.

En resumen, la volatilidad del Bitcoin tiene una serie de implicaciones que van desde un futuro incierto, la necesidad de la regulación y el desarrollo de tecnologías para la estabilización y la seguridad del sistema de las criptomonedas; tales como los ETF que son instrumentos de inversión que rastrean una cesta de activos pero cotizan como acciones. Sin duda, el Bitcoin es el máximo referente para el sector de las criptomonedas y su reputación seguirá siendo golpeada y alabada por empresarios, inversores e instituciones financieras.

**POR: ARTURO TORRES ARPI ACERO
& MANUEL ANTONIO MUREDDU GONZALEZ**



REFORMA NACIONAL A LAS PENSIONES EN 2024

El pasado mes de febrero de 2024 en la conferencia de prensa matutina el presidente Andrés Manuel López Obrador anunció la iniciativa de reforma constitucional en materia de pensiones, la cual pretende garantizar la entrega del 100% del último salario obtenido por los trabajadores inscritos ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE). Así como la creación del Fondo de Pensiones para el Bienestar (FPB), con el que se asegurará una pensión promedio de 16 mil 777 pesos, en el caso de las y los derechohabientes del IMSS. Si esta reforma es aprobada por el Poder Ejecutivo representaría una configuración completamente nueva del sistema de pensiones actual.

Pero antes, un poco de contexto. En México existen dos regímenes de pensión: la Ley de 1997 y la Ley del 73. La pertenencia a alguna de estas dependerá del año en el que una persona activa laboralmente fue dada de alta ante IMSS o ISSSTE por su primer empleador; es decir, las personas que empezaron a cotizar antes del 1 de julio de 1997 se les conoce como la generación de transición puesto que estas personas tuvieron el derecho de elegir el régimen con el que se querían pensionar. Por otro lado, las personas que comenzaron a cotizar después del 1 de julio de 1997 son parte del Régimen de 1997, el cual se diferencia del régimen del 73 por la dinámica de pensión la cual depende del monto ahorrado en la cuenta de Afore, contrario al régimen del 73, en el cual el ahorro de los trabajadores se iba a un fondo único y del que se tomaba dinero para repartirlo entre todos los trabajadores que se jubilaban.

La diferencias entre regímenes es abismal a tal punto que ha sido tema de debate entre especialistas, diplomáticos, políticos y la clase trabajadora misma. Por un lado, los requisitos para el régimen del 73 fueron contar con al menos 500 semanas cotizadas y tener una edad de 60 años mínimo al momento de tramitar la pensión. Mientras que los requisitos para el régimen de 1997 fueron contar con un mínimo de 1250 semanas cotizadas y tener una edad de 65 años mínimo al momento de tramitar la pensión.

Bajo la ley del 97, se creó el Sistema de Ahorro para el Retiro (SAR) y las Afores, las cuales son instituciones que administran los recursos individuales destinados como ahorro para el retiro de los trabajadores. Esta reforma legislativa reemplazó el fondo colectivo por un sistema de contribución definida en cuentas individuales para trabajadores formales inscritos en el IMSS o ISSSTE. En ese sentido, con la Ley del 97 el monto de la pensión

dependía 100% del ahorro del trabajador. Fue hasta el nombramiento de AMLO como presidente que bajo su llamada 4T surgieron propuestas en materia de reforma al sistema de pensiones; tales como la reforma de 2020 con la disminución de semanas cotizadas a 750 y el aumento del monto de la aportación patronal.

Ahora, ¿Cuáles serían las consecuencias si la reforma de 2024 se aprueba? Por un lado, esta reforma representa un gran desafío ya que para garantizar una pensión promedio de 16 mil pesos con el FPB cuando el salario mínimo actual no llega ni a 8 mil pesos mensuales. En dicha conferencia matutina se mencionó que el FPB partirá con un capital semilla de 64 mil millones de pesos, los cuales no compromete los ingresos del país; por el contrario dicho capital se recaudará a partir de la acumulación de recursos de operaciones del Instituto para Devolver al Pueblo lo Robado (INDEP), la venta de terrenos del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur), el cobro de adeudos a entidades públicas con el ISSSTE, IMSS y SAT y la liberación de fideicomisos del Poder Judicial de la Federación.

En cuanto a las consecuencias positivas claro está la dignificación y el reconocimiento a los años de trabajo arduo de las personas pensionadas. Así como, la reversión de efectos perjudiciales provocados por las reformas neoliberales de 1997, mediante el aumento gradual de las cuotas patronales hasta llegar a un 15% para 2030, con ello los montos de pensión serán más altos. También el aumento de 25 semanas por año al conteo total de semanas cotizadas de las y los trabajadores y la disminución de cobro de comisiones otorgadas a las Afores por costos de administración.

Aunque claramente la intención de esta reforma es mejorar las condiciones de los trabajadores y remunerar sus años de trabajo, hay que tomar en cuenta el impacto económico que esto implica. Mundialmente la población de la tercera edad va en aumento y México no es la excepción. Es por ello que los sistemas de pensiones como el del 73 y la nueva propuesta de la 4T resultan cada vez menos sostenibles. Apenas en junio de 2023 el presidente de Francia, Manuel Macron presentó una propuesta para las pensiones que contemplaba el hecho de la sostenibilidad. Por ello hay que tener en cuenta que no siempre lo que parece más beneficioso para los trabajadores es lo mejor para economía de todos.

**POR: ROXANA MARTINEZ ARRAMBIDE
& MIRENE MARTINEZ ARRAMBIDE**

en la fijación de los salarios mínimos

Constitución que dicho incremento debe ser superior al índice de inflación.

PROYECTO DE REFORMA AL ARTÍCULO 123:

La fijación de los salarios mínimos debe ser superior al índice de inflación o la inflación acumulada durante el periodo de observación.



LA IMPACTANTE VIDA DE CHARLES GOODYEAR

**POR: JOSE LUIS VIVEROS COVARRUVIAS
& ALFONSO SOTO PESQUERA**

Si hay una historia de sufrimiento esa es la de Charles Goodyear. Y, de todos modos, puede que se le reconozca más por sus logros que por sus penas. No obstante, aquellos conocedores, sabrán que este hombre se mantuvo firme en sus propósitos, pese a todos los sacrificios que vivió. Pese a la tristeza que le rodeó, se le reconoce como un gran ejemplo de lucha frente a obstáculos y fracasos.

Nacido en 1801, en New Haven, Connecticut, fue el mayor de seis hijos. Su papá era un importante comerciante de ferretería y también un granjero con un gran talento inventivo. Siempre le pidió a Charles que ayudara en las labores cotidianas, de forma que no obtuvo mucha educación. Por otra parte, se le daba muy bien leer y prefería dedicarle su tiempo libre a instruirse, en vez de jugar con otros niños de su edad.

Conforme creció comenzó a pensar en un material que fungiera como tela, hecha como una delgada capa de caucho indio, que no pudiera derretirse y que fuera sólida, pero sin perder su finura. Siguió creciendo y trabajando en la ferretería, se casó a los 24 años, y con su esposa seguiría contemplando su invento. Desde joven decidió ser abstemio, sin fumar ni beber, al reconocer estos vicios tan presentes en la juventud de su sociedad.

Sus desgracias comenzaron desde el principio de su carrera. Obtuvo múltiples fracasos en el mundo de los negocios, luego su salud se deterioró, bajo continuos problemas gastrointestinales. Su constitución corporal era pequeña, frágil y débil. Debido a sus deudas fue a parar a la cárcel. No obstante, nunca se detuvo frente a sus pruebas con el caucho indio.

Perseveró pese a que en la época el material fuera muy difícil de conseguir y aún después de conseguirlo, las dificultades eran muchísimas. Quedó en quiebra, con mala salud, familia numerosa que dependía de sus escasos sustentos. Su perseverancia lo llevó a experimentar en la cárcel. Sufrió de hambre junto con su esposa e hijos, al extremo de la miseria. Sus pocas amistades lo tildaron de loco, se burlaron y fueron deslindándose de su relación.

Forzado a pedir préstamos mínimos de todos lados, nada lo preparó para que uno de sus hijos muriera en invierno ante la falta de combustible para la calefacción de la casa. También tenía que verse en la penosa necesidad de pedir dinero para pagar su pasaje a la ciudad. Prometía a todos sus prestamistas que lo haría mejor, que lo conseguiría. Entonces lo consiguió, de pura casualidad.

Pudo notar que la goma de mascar contra el fuego permanecía rígida y carbonizada, como el cuero. También probó poniendo un trozo de goma caliente afuera de su puerta, y frente al frío comprobó que aún mantenía su flexibilidad. Esto se le conoce como la "vulcanización" del caucho indio. Y aun así, le tomó un par de años para darle un uso práctico a su descubrimiento.

Nadie confiaba en él, toda su vida había sido un ejemplo de fracaso, de modo que no le creyeron cuando anunció que consiguió un descubrimiento. Se mudó a Massachusetts y ahí siguió experimentando en la cocina de su casa, o en hornos de fábricas, cuando éstas cerraban. Vivía de limosnas de amigos, quienes

comenzaban a dudar de su cordura. Su familia buscaba en el bosque lo que fuera para sobrevivir.

Goodyear priorizaba su descubrimiento para obtener un gran beneficio para toda la humanidad. Su propósito de vida lo absorbió por completo, pero lo logró. Se introdujo el caucho indio bajo sus patentes y demostró su valor. Pronto se encontró que su caucho tenía por lo menos quinientos usos diferentes. Era flexible, duro, elástico, rígido; ¡todo al mismo tiempo!

No obstante, como suele suceder, el gran invento no enriqueció ni trajo nada bueno al propio inventor, ni a su familia. Este material dio empleo a más de sesenta mil personas y lograron producir artículos con valor de ocho millones de dólares a lo largo de Estados Unidos. Los últimos años de Charles Goodyear los pasó sin penuria ni privaciones, murió feliz de haber conseguido su cometido, aunque sin ver del todo el beneficio que brindó a toda la humanidad. El uso industrial del caucho salvó a este producto de su desaparición, además de conseguir que fuera tan duradero y resistente para obtener neumáticos y transportes más seguros.





EL PROYECTO DEL CLIP ROJO: LOS TRUEQUES DE KYLE MACDONALD

Esta historia comenzó con un clip rojo. El 12 de julio de 2005, Kyle Macdonald publicó la foto de un clip rojo en la sección de "trueque" de Craigslist, una plataforma que en ese entonces se especializaba en compra y venta de todo tipo de productos. Le bastó con preguntar si había manera de intercambiar dicho clip por un producto más grande o mejor. Esto lo llevó a una cadena que no paró hasta sus últimas consecuencias.

En cuestión de días consiguió un bolígrafo con forma de pez a cambio del clip. Este bolígrafo pasó a ser después el pomo de una puerta. En total, se hicieron catorce transacciones hasta que todo terminó con una casa. El mismo Kyle Macdonald menciona la ubicación, en 503 Main Street en Kipling Saskatchewan, Canadá, en donde se puede distinguir una casa grande de dos pisos con un clip rojo enorme en el patio. Todo eso se hizo en un año.

Una vez que tuvo su casa, Macdonald se estableció en ella y se puso a escribir un libro que contiene el proceso para llegar a eso, una historia personal narrando escenas e ideas exclusivas. El libro se tradujo en 14 idiomas, incluidos el coreano y el estonio. Asimismo, este hombre dedicó algún tiempo a ser orador motivacional, con su historia del clip rojo transmitida en conferencias, eventos corporativos y universidades a lo largo del mundo.

Durante su año de intercambios, tuvo la oportunidad de conocer a muchas personas y entablar amistades, además de abrirse a todo tipo de experiencias. Entre estas maravillas se destaca que fue nombrado alcalde por un día en Kipling, además de ser condecorado como residente honorario. Además, le obsequiaron la llave de la ciudad y recibió varios récords mundiales, como el comercio de Internet más exitoso y el levantamiento del clip rojo más grande del mundo.

La experiencia también lo llevó a ser invitado en varios programas japoneses, a subir al escenario de un concierto con Alice Cooper, a salir en diversos medios y en ser el foco de la prensa por un buen tiempo, tanto local como internacional. Es bastante notable el buen

humor y el carisma de Kyle Macdonald. Él mismo narra cómo su intercambio lo llevó a experimentar momentos extraordinarios, sin embargo, tomó mucho de él para conseguir el primer trueque.

Si no hubiera comenzado con algo tan simple, ahora mismo seguiría siendo cualquier tipo con un clip rojo en su escritorio. Él menciona que la aventura puede partir en cualquier momento, y que ha sido tan valioso cómo ha escalado todo. Algún tiempo después de escribir su libro y ponerse a hacer conferencias a lo largo del mundo, decidió donar la casa a la ciudad de Kipling. Hoy en día sigue siendo una atracción turística de la ciudad, además de un importante activo comunitario.

En ese entonces, Kyle tenía 26 años. De alguna forma sabía que su gusto por los proyectos lo harían pensar fuera de la caja. En su blog se encarga de mencionar lo mucho que le gusta enfocarse en cosas divertidas, incluso a un grado obsesivo. Cree que lo del clip rojo comenzó como una idea tonta, pero que resultó tomar giros interesantes. Ahora se le conoce de esa forma, como el chico del clip rojo, aunque no tenga un gusto particular por ese utensilio de oficina. Así, menciona que lo mejor que pudo hacer fue deshacerse de dicho clip.

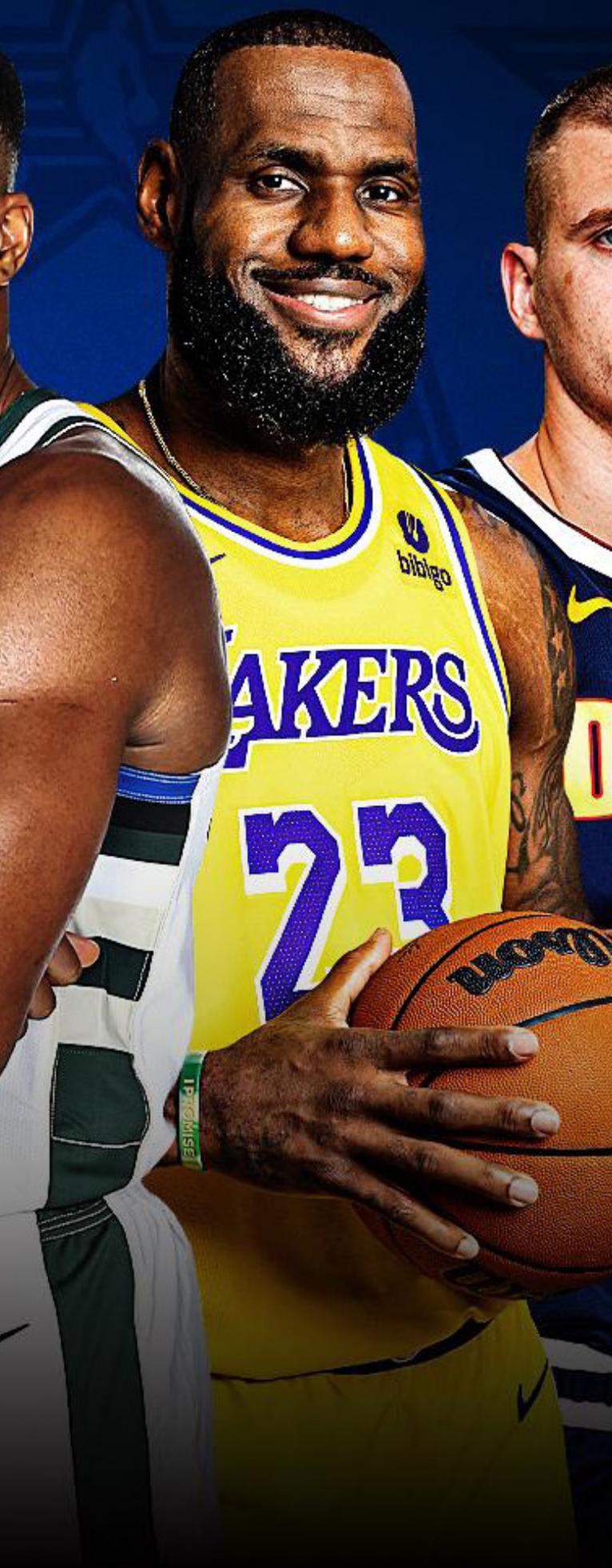
Su intercambio se basó en el clip, el bolígrafo, un pomo de puerta, una estufa, un generador Honda, un barril de cerveza y un aviso neón de Budweiser, una moto de nieve, un viaje de dos a Yahk, en Columbia Británica; luego ese viaje lo cambió por un pequeño camión, luego por un contrato de grabación con Metalworks, hasta llegar a un año de renta en Phoenix, Arizona; después por una tarde con Alice Cooper, una bola de nieve (con mecanismo electrónico) de la banda KISS, luego por un papel en la película "Donna on Demand" y finalmente aquel rol se intercambió por una casa de dos pisos en Kipling. No se rindió hasta poder negociar la casa con éxito.

Esta es la historia de Kyle Macdonald, un viajador mochilero casual, que repartía pizzas y se la pasaba en otros trabajos de medio tiempo. De naturaleza inquieta, no dudó en intentar todo tipo de proyectos, que incluían promocionar productos de feria a cambio de una parte de su alquiler. Sabía que no podía pagar una casa, aún con todos sus trabajos, no estaba tan establecido como cualquier "adulto serio".

No obstante, con su facilidad para los ascensos, descubrió su capacidad para escalar de un lugar a otro, utilizar el Internet como un recurso de sus negociaciones, y después la historia generada de su proyecto para escribir un libro y contar su historia a todo aquel interesado. Él dice que le bastó con proponerse algo y contarlo a los demás, eso le dio la apertura de la gente para adentrarse en el proyecto y colaborar. Todos ellos hicieron posible que Kyle pudiera decir que pasó de un clip rojo a una casa de dos pisos en Kipling.

**POR: RICARDO RAMIREZ
& MAYRA BELEM VAZQUEZ LOPEZ**





NBA: LA HISTORIA DE UNA EMPRESA

La NBA (National Basketball Association) es una empresa deportiva con casi ochenta años de existencia. Todo empezó cuando por allá de 1946, el propietario del Boston Garden (en Nueva York), Walter Brown, pudo percatarse que los estadios de hockey sobre hielo se quedaban vacíos en la mayoría de las noches. Pensó en que sería el lugar indicado para hacer partidos periódicos de baloncesto.

Después decidió establecer la ABA (Asociación de Baloncesto de América), la cual se fusionó tres años después con la Liga Nacional de Baloncesto y así se creó la NBA. A lo largo de sus casi ocho décadas, esta organización se ha hecho de una tradición impresionante. Entre jugadas, rivalidades históricas, dinastías e historias personales de unas cuantas leyendas deportivas.

Los fanáticos de alrededor del mundo han encontrado su propio nicho a lo largo del legado histórico de esta asociación. La NBA ha sabido crear leyendas vivas, tanto en jugadores que se vuelven celebridades, entrenadores y equipos enteros, aunque también se han modificado para seguir atrayendo a público nuevo, en camino hacia el futuro. Esta liga se reconoce por sus múltiples innovaciones tecnológicas y el impulso creado en el mundo de baloncesto a nivel mundial, ya que se transmite en más de 200 países.

La liga se creó cincuenta y cinco años después que el mismo deporte, inventado por el Dr. Naismith. Algunas figuras de este deporte han levantado la categoría "Made in NBA", como George Mikan, la primera gran figura de la NBA; Bill Russell, con once anillos de campeonato; Wilt Chamberlain, el hombre que rompió todos los récords; Magic Johnson, Charles Barkley, Dennis Rodman, Scottie Pippen, Kobe Bryant y, por supuesto, el deportista más entrañable en los años 90, Michael Jordan. La NBA ha escalado hasta volver al baloncesto el quinto deporte más popular del mundo.

Gracias a su continua expansión, la NBA ha mantenido un status mundial, con estrellas deportivas de todo el mundo, como Dirk Nowitzki, Manu Ginóbili, Horacio Llamas, los hermanos Gasol, entre muchos otros. Debido al estatus que representa formar parte de la NBA, se ha creado una liga menor para estrellas en ascenso, la NBA G League y la Jr. NBA, para jugadores infantiles en formación que deseen seguir su amor por el juego. Además, existe el programa NBA Cares, una organización de ayuda humanitaria, en donde se construyen hogares para familias de escasos recursos.

HISTORIA DE LA DEPORTIVA

Es posible que el modelo de negocio de la NBA la haya hecho evolucionar hasta volverse una potencia deportiva global. De acuerdo con Forbes, el valor de la empresa ha subido hasta poco menos de 4 mil millones de dólares. La venta del espectáculo se ha disparado por la expansión de los derechos dentro de los medios como Apple, YouTube TV y Amazon Prime. Asimismo, se ha previsto la futura integración de dos nuevos equipos, uno en Las Vegas y otro en Seattle, con valores multimillonarios por cuenta propia.

La NBA ha sido pionera en su difusión en la adaptación de diversas innovaciones tecnológicas. En un principio comenzó por derechos de distribución en radiodifusión con las cadenas ESPN, TNT y demás socios internacionales. Pronto esto fue evolucionando hasta que llegaron a transmisiones dentro de plataformas digitales, mientras que con la NBA League Pass, se obtiene la flexibilidad de ver juegos desde el celular, fuera de cualquier medio tradicional.

También la NBA ha obtenido patrocinios de amplia gama como Nike, Coca-Cola, Samsung, además de asociarse con el campo de los deportes electrónicos. Así expandieron su huella digital de la mano con Tencent, hacia un demográfico más joven. A esto hay que sumar que la propia marca ahora comercializa con sus propios productos, desde camisetas hasta zapatillas deportivas, con la exclusividad publicitaria de estrellas mundiales de la liga. Esta es una enorme fuente de ingresos a la hora de visualizar las ventas generales de la empresa.

Esta asociación de baloncesto pasó de ser una alternativa a las noches de hockey en Boston a ser uno de los mayores eventos principales a nivel mundial. Hay varias celebridades que asisten a los partidos principales y estadios dedicados a la solidez financiera de la liga. Su crecimiento es un ejemplo del marketing exitoso y el crecimiento que pasa de aliarse a diversas marcas deportivas y de comercio a adoptarse como una marca propia y buscar del beneficio externo al beneficio propio, con influencia y estatus de celebridad en varios de sus componentes actuales de la liga, con el poder de las estrellas actuales, como LeBron James y Stephen Curry.

**POR: RICARDO DAVILA
DEL BOSQUE**



Aceptamos y apreciamos el valor de todo lo que nos rodea, empezando por las personas, sus derechos y pertenencias.

¿POR QUÉ LLEVAR A TUS HIJOS A LA BIBLIOTECA?

Todos los padres queremos lo mejor para nuestros hijos, sin embargo, a veces es como si quisiéramos vivir la vida por ellos, para que todo salga bien. Antes que buscar su protección, deberíamos buscar su independencia. Y, a propósito, qué mejor recurso que la educación, un camino hacia un crecimiento integral, creativo y de su propio esfuerzo. ¿Sabías que todo ello lo inculca la lectura? Aquí podremos hacernos una idea del buen hábito que sería acudir a menudo a la biblioteca con tus hijos.

En caso de que acostumbres a leer, ya debes saber todos los beneficios que trae el amor por la lectura. Si todavía no lo adoptas como parte de tu vida, debes saber que la lectura puede ser algo que te una a tu familia más que nunca. Los niños aprenden a través de ejemplos cotidianos, de modo que tienen que estar en contacto con la lectura como algo normal, siempre adaptado a su estilo de vida, a sus gustos y a su rutina.

Lo peor que podemos hacer para el futuro de nuestros niños es cargarles la lectura como un obstáculo hacia su diversión. Es común que la escuela mate todo interés por la lectura, ya que los niños relacionan la tarea con un deber molesto, además de recibir contenido pesado y poco interesante para su imaginación. Aquí es donde entra en escena la biblioteca.

La biblioteca es una herramienta de libertad, un lugar en donde se puede hallar tanto éxito como felicidad. Por si fuera poco, las bibliotecas infantiles son lugares especializados en alimentar el interés por la lectura, con dinámicas divertidas para los niños, con enseñanza que sale del molde académico que desespera a cualquier estudiante elemental. Para los niños debe quedar claro que la biblioteca no es una segunda escuela, sino un espacio que le permitirá alimentar su mente con los temas que más llamen su atención.

Se sabe que la lectura en voz alta trae múltiples beneficios, sobre todo si es a temprana edad. A través de una lectura atenta, los niños podrán enfocarse y dar rienda suelta a su imaginación, a una conexión que se base en una comprensión en distintos niveles. El objetivo sería que se sorprendan con la lectura y que además busquen replicarlo en casa, de forma que no sólo será trabajo de la biblioteca, sino también de nosotros como padres. Se trata de buscar un seguimiento orgánico, con base en los intereses de los niños

Las bibliotecas son espacios exclusivos para la lectura, totalmente gratuitos y con un beneficio inmediato y a muy largo plazo. La bondad de la lectura es eterna cuando se encamina de forma correcta y no partiendo de un deber aburrido. Una biblioteca infantil te dará acceso a libros y demás materiales destinados a niños que deseen explorar. Además, puede que cada recinto de esta naturaleza implemente programas, eventos especiales y actividades de todo tipo.

Lo mejor es que a estos lugares asiste una comunidad con intereses afines. Es la oportunidad de que tus hijos socialicen con sus pares y que partan de un camino nutritivo. Esta actividad extracurricular puede ser la más importante, al lado de la práctica en algún deporte o de algún instrumento musical. Lo mejor es que este vistazo a su futuro puede empezar desde la más tierna infancia y puede encaminarlos hasta aquellas bibliotecas enormes y de apariencia más sobria.

Por lo pronto, una biblioteca infantil es el espacio ideal para desarrollar las habilidades lingüísticas de los niños, además de ser un pilar en la alfabetización temprana, sin perder el aspecto de la diversión y un compañerismo con sentido. Asimismo, mientras lo acompañas, puedes seguir alimentando la idea de predicar con el ejemplo. En tu visita a la biblioteca puedes involucrarte en los intereses lectores de tu niño, intentar la lectura en voz alta o incluso proponerle que él tiene que leer mientras tú lo haces con un libro propio. ¡Las actividades en este espacio son infinitas!

Las bibliotecas infantiles son estancias que están ahí para ayudar, alentar y asistir hacia la formación del mejor hábito que se puede tener para ser una persona exitosa: la lectura. Propiciar esta actividad debe ser una prioridad esencial en el trabajo de cualquier padre de familia, ya que no sólo le servirá a los niños durante su época escolar, sino también en el futuro, hacia un crecimiento intelectual sin comparación con la juventud actual, la cual tiene cada vez menor capacidad de retención y se enfocan en el consumo de videos rápidos, sin sentido y sumamente perjudiciales para una mente que se encuentra en su mayor capacidad de neuroplasticidad. Es casi una garantía que llevar a tu hijo a una biblioteca infantil te dará frutos en el futuro, además de una convivencia profunda y bien encaminada, que incluso podría beneficiarte a ti como lector asiduo o principiante.

**POR: CARLOS PEON HERNANDEZ
& SUSANA ELORZA MUÑOZ**

JEFFREY KATZENBERG UN VISIONARIO SIN LIMITACIONES

**POR: RICARDO CHARUR GONZALEZ
MARCOS RAMIREZ ACEVEDO**

Jeffrey Katzenberg es uno de los productores estadounidenses más sobresalientes en la industria del entretenimiento. Katzenberg es mundialmente conocido por haber fundado DreamWorks; una de las casas productoras audiovisuales más importantes del mundo; junto con Steven Spielberg y David Geffen. Actualmente, Katzenberg está a cargo de la dirección ejecutiva de DreamWorks. Su nombre resuena con fuerza en la industria del entretenimiento, al ser considerado el titán que hizo temblar a Walt Disney Animation.

Katzenberg nació en Nueva York en 1950. Hijo de padres con intereses variados, por un lado, su madre, Anne Katzerberg, es una artista plástica y profesora de Antropología de la Universidad de Calgary en Canadá y, por el otro lado, su padre, Walter Ketzberg, un corredor de la bolsa. Influenciado por las ocupaciones de sus padres Katzenberg manifestó intereses por ambos extremos: el arte y las finanzas. El gusto por las finanzas estuvo influenciado por su trayectoria académica: Katzenberg asistió a la Escuela de la Sociedad de Cultura Ética de Fieldston, Nueva York, lo que lo llevaría a tener un interés profundo por la política a tal punto que abandonó la universidad para trabajar en la campaña del alcalde John Lindsay por el Partido Demócrata en 1972.

Ahora, el gusto por el arte y el entretenimiento comenzó a sus 12 años, cuando consiguió un trabajo como asistente de producción en The Tonight Show Starring Johnny Carson, un programa de televisión estadounidense. Esta experiencia lo expuso al mundo de la televisión y la producción, sembrando en Katzenberg el germen de su capacidad creativa en la industria del entretenimiento. Katzenberg ha dejado una huella imborrable en el mundo del cine, la televisión y la animación. La carrera de Katzenberg ha estado marcada por éxitos y desafíos, los cuales lo han convertido en una figura icónica y respetada a nivel mundial.

Fue en la década de los 70's cuando Katzenberg decide dejar a un lado su carrera política y embarcarse en la industria del entretenimiento. Y, ayudado por sus influencias políticas, se convierte en agente de talentos de David Picker, un productor de cine independiente. Para 1977, Katzenberg se traslada a Los Ángeles, a la sede de Paramount Pictures para trabajar en la programación de una cuarta red de televisión nacional; proyecto que fracasó. No obstante, Katzenberg dejó una buena impresión

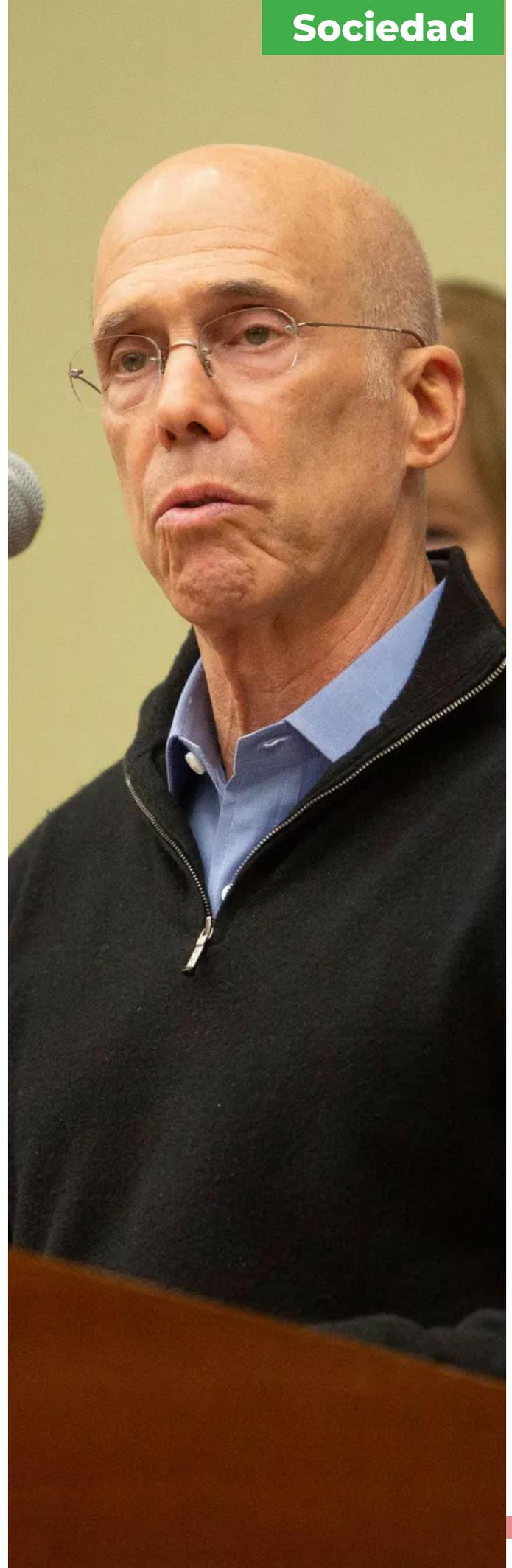


ante los directivos, quienes lo contrataron para liderar el proyecto de *Stark Trek: The Motion Picture*, una cinta de gran éxito taquillero. Este fue el primero de varios proyectos exitosos y liderados por Katzenberg. Algunos de los más destacados fueron: *En busca del arca perdida*, *Aterrizaje como puedas* y *Beverly Hills Cop*.

En ese mismo año, Katzenberg se unió a Walt Disney Studios. Y rápidamente ascendió de rango debido a su visión y su capacidad para identificar el potencial de las historias. Esta capacidad convirtió a Katzenberg en una pieza clave del éxito de la compañía. Bajo su liderazgo, Disney Animation Studios produjo algunos de los clásicos más aclamados por la academia, tales como *La Sirenita*, *La Bella y la Bestia* y *El Rey León*. Sin embargo, no fue del todo satisfactoria su permanencia en Disney. En 1994, Katzenberg renunció a Disney tras una disputa con Michael Eisner, el CEO de aquella época.

A finales de septiembre del mismo año, Katzenberg junto a Steven Spielberg y David Geffen, fundó DreamWorks SKG, un nuevo estudio de entretenimiento que buscaba desafiar el dominio de Disney en la industria. DreamWorks se convirtió en un semillero de creatividad e innovación. Bajo el liderazgo de Katzenberg, el estudio produjo películas animadas reconocidas por la crítica y amadas por el público, tales como *Kung Fu Panda*, *Madagascar*, *Cómo entrenar a tu dragón* y *Shrek*. Estas películas no solo entretuvieron a audiencias de todas las edades, sino que también redefinieron el panorama de la animación por computadora. Fue en este momento que Disney sintió temor, puesto que DreamWorks había alcanzado un rápido ascenso en la industria de la animación. Además de su éxito en la animación, DreamWorks también produjo películas live-action de gran éxito, tales como *La máscara de Zorro*, *Minority Report* y *Gadiador*.

A lo largo de su carrera, Katzenberg ha recibido numerosos reconocimientos por su trabajo en la industria del entretenimiento. Ha sido galardonado con el Premio Annie y el Premio David Geffen. En 2012, recibió una estrella en el Paseo de la Fama de Hollywood. Más allá de los logros profesionales, Katzenberg es conocido por su filantropía y su activismo. Es un firme defensor de la educación y las artes, y ha donado millones de dólares a diversas causas benéficas. También es un defensor de los derechos de los niños y ha trabajado para combatir la pobreza y el hambre. Sin dudas, Katzenberg es un gigante de la industria del entretenimiento. Su visión, su creatividad y su tenacidad lo han convertido en uno de los productores más exitosos de todos los tiempos.



EL BRIEFING UN PASO NECESARIO EN CUALQUIER PROYECTO

POR: MAYRA ALEJANDRO CRISTANCHO SIERRA

El Briefing es un documento que proporciona información relevante de una empresa para la creación de campañas efectivas de publicidad. Hay quienes aseguran que han abandonado este método y basan el trabajo precampaña en reuniones libres de trabajo con los interesados.

Sin embargo, aún sigue siendo fundamental para muchas más compañías. Se trata de un cuestionario que se va rellenando junto con el cliente para aterrizar toda la información pertinente antes de comenzar con el proceso, especialmente porque estos datos son la base de toda campaña exitosa, pues ayuda a desentrañar todos los aspectos tanto del producto o servicio, como de la marca y los competidores para finalmente dejar claro el objetivo bien cimentado a alcanzar.

Es muy importante que esto se haga de persona a persona con el cliente para que no haya vacíos en la información. Puede ser presencial o en reunión virtual.

No realizarla es hacer un trabajo al azar. Por el contrario, esta serie de respuestas que vamos a obtener, ayudan a construir un camino preciso.

El encargado de elaborarlo es el ejecutivo de la cuenta con la información proporcionada por el cliente y el objetivo que desea alcanzar con esta campaña. No existe un formato concreto para ello, cada anunciante crea su propia estructura.

El briefing es moldeable, hay aspectos que se pueden modificar se pueden subrayar más unos que otros y hasta cambiar. Todo esto lo definen las necesidades del cliente y su objetivo principal.

Sin embargo, un buen brief cuenta con la siguiente información:

Datos de la empresa, el público objetivo al que va dirigido el mensaje, y por último, la competencia. Nombre de la empresa, datos de contacto, horarios y redes sociales con las que cuenta.

Descripción de la situación, para establecer un punto de referencia del producto o servicio que se ofrece, la gama en la que se encuentra, sus características, el punto exacto de maduración en el que está y los condicionamientos legales que puedan existir. Para así establecer el tipo de proyecto que debe realizarse.

BRIEFING DE NAR

- OBJETIVOS
- PÚBLICO OBJETIVO
- DESCRIPCIÓN DE LA
- REQUISITOS
- PRESUPUESTO
- PLAZOS DE EJECUCIÓN
- REFERENCIAS DE LA C

Filosofía de la empresa. Cuál es la historia de la compañía, la trayectoria que ha enfrentado, las razones para haberla creado, los valores, la visualización que el propio emprendedor tiene de su emprendimiento. Si cuenta con página web, si tiene un manual de identidad.

Definición de la marca. Qué es, el posicionamiento en el que se encuentra actualmente, la notoriedad, proyección futura, el tipo de organización o empresa que la produce, la cultura corporativa, la evolución en el mercado, la etapa actual en la que está.

Análisis de la competencia. Identificación y clasificación de los competidores, el contenido que éstos proporcionan de sus productos o servicios, las estrategias que emplean, su posicionamiento en el mapa, cuál es el sector en el que trabajan, si existe algún competidor al que se le admire y por qué.

Antecedentes publicitarios. Aquí se debe informar sobre campañas publicitarias llevadas a cabo anteriormente para conocer el tipo de lenguaje empleado y el concepto que se ha planteado para que el equipo pueda definir si es necesario conservar ese formato o se deben implementar cosas nuevas, si se han tenido experiencias publicitarias negativas.

El perfil del destinatario al que se desea llegar para determinar la actitud que éste tiene frente a la oferta, motivaciones, forma de usar el producto, si el público objetivo es clásico o moderno, por qué alguien compraría los productos que se ofrecen.

Objetivo publicitario. Tiene que ver con lo que se desea conseguir a través de la campaña. Aquí es donde se mide la efectividad y las posibilidades de la recuperación de inversión realizada.

Beneficio de la campaña. En qué persuadiremos al cliente con esta campaña, qué ventaja competitiva nos brindará. De qué manera debemos dirigirnos a este público para transmitirle nuestras fortalezas, y que a final de cuentas representa la parte medular de toda la campaña.

Finalmente, hay que definir el medio por el que vamos a transmitir la campaña, el presupuesto asignado a ello, si hay alguna imagen que nunca deba incluirse en la marca y el calendario de ejecución.

Como puedes ver, el objetivo principal de este recurso es evitar el caos en la información para lograr una mejor organización. El éxito o fracaso de una empresa depende de la claridad, veracidad y calidad de la información que comparte con su público, sus competidores y en su entorno en general.

Hay diferentes tipos de briefing: el publicitario, de negocios, de marketing y creativos. Sin importar el objetivo de cada uno, lo importante es que el cuestionario contenga toda la información necesaria para la consecución de los objetivos y sirva como un referente para campañas presentes y futuras.



EL CROSS SELLING

UNA ESTRATEGIA DE VENTAS EFICAZ

POR: LEOPOLDO CAMPUZANO PERALES

También llamado venta cruzada o complementaria, consiste en ofrecer al cliente potencial algo adicional a lo que desea comprar. El producto puede ser de menor, igual o mayor precio al de la compra principal, no hay reglas al respecto pues aquí de lo que se trata es que el conjunto que se ofrece sea afín, práctico y atractivo ¿Ya la conocías?, ¿la aplicas?

Esta no es una técnica nueva, por el contrario, ha sido empleada desde hace mucho tiempo para elevar el marketing con el objetivo de aumentar el valor de una venta para que resulte más atractiva; y actualmente se ha modernizado y adecuado a los tiempos para vender más.

No importa el giro del emprendimiento, todo es susceptible de ser parte del cross – selling. Todos los productos y servicios pueden valerse de este método para fidelizar clientes, concretar ventas y que los clientes se vayan felices. Por ejemplo, en las tiendas departamentales es un recurso muy recurrido, especialmente en el área de perfumería. El cliente no solo sale de ahí con su fragancia favorita, sino que seguramente se llevará con ella un estuche atractivo con el perfume, una crema corporal de la misma marca o una cosmetiquera por un precio especial.

En el caso de las cafeterías, podemos ver ejemplos de cross – selling cuando con la compra de una taza de café se puede tener también una rebanada de pastel por la mitad del precio. Es muy importante que los paquetes sean armados con lógica, un producto debe ser el completo del otro y no un eclipse o un estorbo.

Es decir, si con el café le ofrecemos una taza de té probablemente no le sea atractiva la oferta ¿por qué tomaría dos bebidas distintas? A menos que lleve un acompañante y quiera cederle alguna. Pero lo coherente es que sean productos que vayan de la mano: café con galletas, té con pastelillos, chocolate y churros, etcétera.

Con habilidad y talento puede ser un recurso que marque la diferencia entre los números rojos o las finanzas sanas. De lo que se trata es de que toda la mercancía sea desplazada y así evitar pérdidas, mientras que el cliente se va feliz porque lleva más productos por menos de lo que hubiera pagado al adquirirlos por separado. El secreto está en hacerlo de una manera sutil, pensando en brindarle al consumidor opciones de valor.

Por eso es que es muy necesario estar atento al cliente, escuchar sus inquietudes y necesidades para armar paquetes de oferta funcionales e irresistibles ¿recuerdas a don Corleone? el Padrino, personaje principal de la obra de Mario Puzzo, enredaba a sus víctimas con la propuesta: "te voy a hacer una oferta que no podrás rechazar". Así es en este caso también. Si por ejemplo, lo que se está vendiendo son utensilios de cocina, el interés será distinto si el comprador es un chef que busca funcionalidad al de un ama de casa que prefiere la usabilidad y lo novedoso. Son dos públicos distintos por lo que los paquetes deben estar pensados a la medida de sus necesidades, para que les parezca prácticamente imprescindible aprovechar la oferta.

La creatividad es lo que manda, se pueden hacer muchas combinaciones prácticas y atractivas. Por ejemplo, la oferta no tiene que darse forzosamente desde la primera intención de compra. Hay quienes esperan a que se haga la compra principal para días después enviar la propuesta del complemento disponible solo para quienes adquirieron el producto.



ACADEMIA DE LECTURA

6

Más de seis años
fomentando la
lectura.

70

Más de setenta libros de
negocio leídos.

400

Más de cuatrocientos
participantes.



EL PODER DE LA INDIFERENCIA

¿QUÉ TANTO LO EJERCES?

La indiferencia es esa falta de diferencia en la que no se distinguen los contrastes, ni las gamas, ni las opciones. Se relaciona con la apatía, con mantenerse al margen, con la falta de interés. Dicen que lo más difícil a lo que se puede enfrentar una persona es a la indiferencia, no al odio, no a la falta de empatía, no a la crítica.

Pensamos en la indiferencia como una actitud que denota falta de empatía o una especie de violencia hacia el otro. Pero en realidad es una herramienta que bien aplicada puede proporcionar poder, comunicar seguridad y fuerza interior. Especialmente cuando esta indiferencia la ejercemos sobre aquello que nos resta fuerza.

Es un arma de doble filo; cuando la empuñamos para afectar a otros causa mucho daño, pero al ejercerla sobre nuestras actitudes y circunstancias es de gran beneficio personal.

Mientras que la mayoría de las personas buscan asegurar su área de confort para sentirse a salvo de la incertidumbre a través de seguir lo establecido y someterse a normas con las que pueden no estar de acuerdo pero que igual acatan para no perder lo ganado, hay quienes se esfuerzan por ser genuinos y aplicar aquello de tomar el camino menos transitado para llegar a donde realmente desean y llevando la vida que les hace felices, a pesar de las críticas o el rechazo social que esto puede traer.

Quien le da valor a su autenticidad se vuelve resistente y sabe dejar ir aquello que no está en su control. En esto estriba el valor positivo de la indiferencia, eliminar la energía negativa que generamos con aquello que no depende de nosotros. De esta manera se está conservando la independencia y la autenticidad.

La indiferencia se vuelve poderosa cuando la enfocamos en no dar un valor excesivo a las opiniones ajenas. Aún cuando somos seres sociales, dar lugar a opiniones de los demás nos va llevando a un camino que no es el nuestro, a realizar cosas que no deseamos, a seguir con los preceptos que otros nos imponen aunque sepamos que no es lo que queríamos hacer. Al final de cuentas, hacerlo así nos lleva a dejar de expresar nuestras opiniones, emociones e ideas desdibujándonos y terminamos perdiéndonos a nosotros mismos y a quienes somos.

Ser indiferentes a lo que no controlamos, y que son muchas más cosas de las que nos gustaría. En cambio, centrándonos en lo que sí somos capaces de cambiar y mejorar. La manera en la que respondemos a las situaciones favorables o adversas es en lo que sí debemos centrar

nuestras fuerzas. No victimizarse, no dejarse abatir o permitir que la preocupación nos invada por cosas que sí o sí van a suceder o están sucediendo sin que nada lo pueda evitar. En nuestro poder está resolver, tener resiliencia y una actitud positiva sí depende de nosotros.

Entender que las cosas no pasan como queremos, sino como deben pasar. A veces nos empeñamos en algo que quizá ni siquiera es lo que más nos convenga. Por eso es que sobre pensar, alimentar las preocupaciones, abrazar al estrés es nocivo. El poder está en ser indiferente a ello y en centrarse en recibir lo que viene o se tenga y mejorarlo.

Entender que una vida feliz no depende de las riquezas o la abundancia. Ser indiferente a ello nos hace libres porque no estamos sujetos a una marca, una moda, una tendencia, al derroche, a lo que debe ser o lo que se pretende ser por sobre lo que es, o necesitamos en realidad.

Epicuro afirmaba que había una clase de deseos que son necesarios y naturales porque están ligados a la supervivencia; y otros no naturales relacionados con lo social, la política y las costumbres. Los primeros hay que conquistarlos y a los segundos hay que obviarlos.

Por lo tanto, la indiferencia es positiva exclusivamente cuando la usamos como una forma de control sobre aquello que nos es adverso. Cuando en vez de surgir a través del miedo, el dolor o la angustia para nulificar, se manifiesta como una forma de tener disciplina y auto control para potenciar nuestras propias posibilidades.

A veces es necesario el desapego emocional, especialmente cuando venimos de entornos poco favorables, de familias tóxicas o personas que nos nulifican. Esto sucede porque ante todo, la defensa de nuestros derechos y deberes con nosotros mismos es incluso una obligación personal.

La clave de una indiferencia poderosa es hacer lo correcto en el momento indicado con la finalidad de conseguir una buena vida acorde a las cuatro virtudes cardinales: justicia, templanza, sabiduría y coraje.

A final de cuentas es un rasgo de la asertividad saber poner límites a lo que permitimos o no que forme parte de nuestra existencia de acuerdo a nuestros principios y forma de vida establecida.

POR: ISABEL DUARTE MORALES

SÉ UN CONFERENCISTA EXITOSO

POR: MA. VERÓNICA RAMIRÉZ TORRES

Ser invitados a hablar en público no es un evento afortunado para todas las personas, sin embargo, saber hacerlo posiciona al speaker a otro nivel. Es mucho más el miedo que hemos adquirido a lo largo de los años que la realidad de lo difícil que pueda ser. La verdad es que todos podemos ser grandes conferencistas, solo hay que practicar hasta dominarlo, y vencer el temor al éxito.

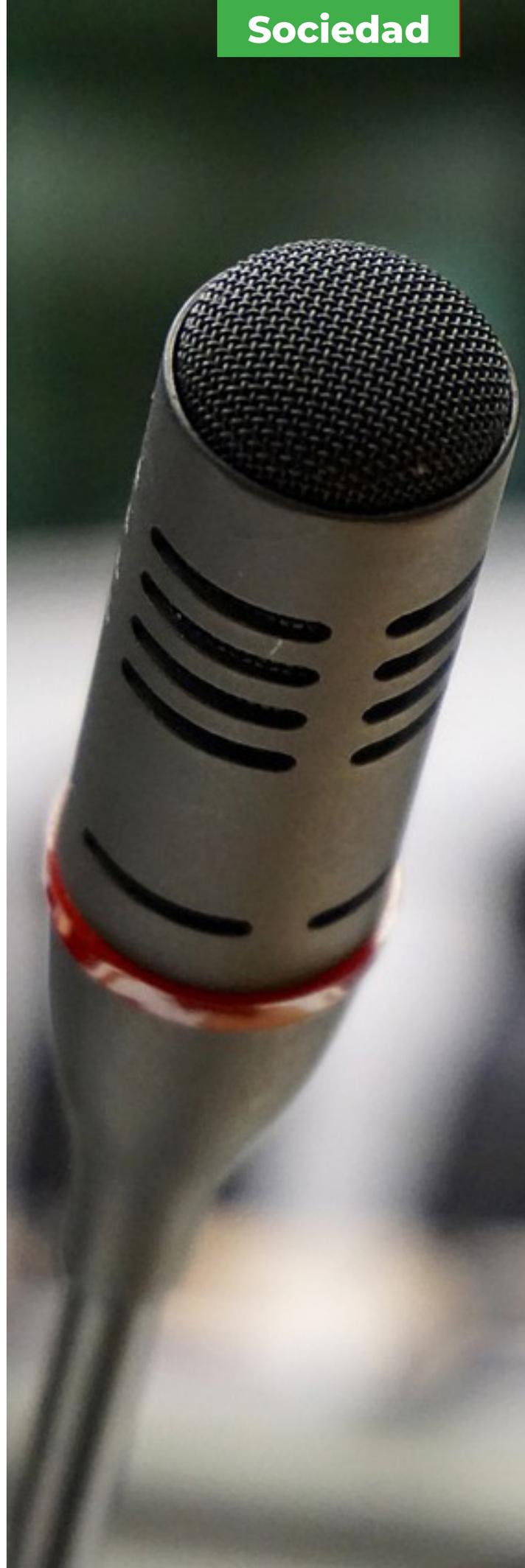
Porque además de que esta habilidad es un escalón más que abona a tu nivel como profesional y líder, también puede convertirse en un momento dado en un recurso que te brinde un medio de vida. Sí, hay quienes viven de dictar conferencias, viajan por todo el mundo y obtienen grandes beneficios.

El campo de trabajo de un conferencista no solo se limita a una empresa, puede ser llamado también para moderar mesas redondas o para conducir eventos. Si eres empresario y tienes una marca, esta posición puede generar mucho valor a tu negocio y elevarlo a un nivel superior. Pero ¿cómo empezar?, ¿de qué manera lograr ser llamado a dictar una conferencia o charla?, y especialmente ¿cuándo se cobra y cuándo no?

Para comenzar, se debe elegir el nicho en el que deseamos desarrollarnos ¿Qué tema es lo que nos dará imagen? La ecología, superación personal, empresarial, educativo... Es importante elegir esa bandera que nos dará identidad y no pretender ser todólogos y participar en todo, porque quien mucho abarca poco aprieta, y por el contrario, ¿cómo podremos posicionarnos en todo a la vez?

Además, esto no ayudaría a la credibilidad, no seríamos expertos en nada. Y lo que hará que las miradas volteen y la atención de la gente se centre es el expertise, eso en lo que somos tan buenos y que necesitamos compartir con otros.

Una vez que hemos elegido el rubro en el que deseamos desarrollarnos, hay que comenzar a prepararnos. Dejar que las ideas fluyan, decidir qué parte de ese tema es en el que deseamos enfocarnos. Concretar. Y de esta manera poder aprovechar esos consejos que son necesarios compartir para que las demás personas no caigan en los mismos errores; lo que es aprendizaje, lo que necesitamos que se sepa según nuestra propia experiencia.



Ahora sí, ha llegado la hora de darse a conocer. De escribir post en un blog, abrir una página web, aprovechar las redes para crear contenido, hacer videos que además serán útiles para practicar el dominio de la palabra y darnos cuenta de los detalles en los que necesitamos enfocarnos, e incluso abrir un podcast. No tiene que ser todo lo anterior, con que elijas aquello que te haga sentir más cómodo, en donde puedas extenderte y ser tú mismo es suficiente.

Se necesita emplear un tiempo de reflexión y de revisión para determinar las skills que tenemos y las que necesitan un refuerzo o desarrollo, y con base a ellas, desarrollar el story telling de tu charla y planear tus escenas.

Cómo vas a moverte en el escenario, el lenguaje corporal, el tono de voz, si es mejor apoyarte en una presentación para que no pierdas el hilo (y aquí es muy importante resaltar APOYARTE, lo cual es distinto a escribir el contenido en una presentación y limitarte a leerlo) La presentación solo debe ser una estructura. No hay nada que sepulte más a un conferencista que leer todo el tiempo. Esto denota inseguridad, falta de conocimientos, carencia de habilidades para conquistar un público y crear una empatía con él.

Y también es necesario ser conscientes de que no porque lo hayamos aprendido de una forma quiere decir que pase lo que pase debemos seguir al pie de la letra el guión ya frente al público, porque esto solo ocasionará que nos veamos rígidos.

Por el contrario, al momento de planear no hay que perder de vista que es muy importante que en los primeros minutos aprovechemos para observar al público. Son nuestros clientes, y así como en ventas es una regla de oro no perder de vista que todo gira alrededor de nuestro cliente, la forma de presentar nuestro discurso ante los asistentes debe adecuarse a ellos ¿quiénes son?, ¿se ven cansados?, ¿están inquietos?, ¿lo están disfrutando?, ¿se muestran interesados? Esto puede hacer que nos salgamos del guion alguna vez para empatizar con ellos y no perder su atención. No pasa nada. Por el contrario, es lo recomendable.

Busca que el tema que desarrolles sea del interés del público, novedoso, necesario. Si es un tópico del que ya se ha hablado una y otra vez y que incluso puede estar fuera de moda no llegarás muy lejos. Pero, si el tema es atractivo, responde a una necesidad y está bien planeado no pasará mucho tiempo antes de que los contratos comiencen a llegar.

La participación en entrevistas dentro de diversos medios es crucial para la promoción. También la planeación de visitas a empresas y escuelas para darnos a conocer es necesaria. Quizá aquí sea buena idea proponer un taller gratuito para que puedan conocernos y despertemos su curiosidad.

Los expertos siempre aprovechan que han logrado abrir una fecha en algún sitio para conectar con otros cercanos

y hacer de esa presentación del lunes por la tarde, todo un día de trabajo en el que se ha logrado concretar quizá un taller por la mañana, una entrevista a medio día, la conferencia por la tarde y la conducción de un evento por la noche. Esto hace que los recursos que se emplean para llegar a un lugar sean aprovechados al máximo potencializando las ganancias y el tiempo.

Es posible también contratar a un representante que gestione las conferencias, abra las oportunidades en sitios diversos e incluso prepare la logística en un salón de eventos que se pague con parte de las entradas de los asistentes para que puedas presentarte. Por supuesto, habrá que compartir con esta persona un porcentaje de las ganancias como pago, pero siempre valdrá la pena.

Como puedes ver, solo es cuestión de abrir la puerta de las oportunidades, prepararse y hacerlo.



Nos orientamos a un mercado en franco crecimiento por el incremento en las necesidades:

* Desinfección, Control de Plagas y Fumigación Gas.

FumiPlus®
On time pest control

TAN EL JUEGO DE MESA PARA DEFINIR OBJETIVOS

¿Alguna vez se te había ocurrido invitar a jugar a tu equipo de trabajo para tener claros los objetivos? Es muy común que no estén del todo claros y esto esté dificultando los resultados.

Entre el "me gustaría que la cooperación entre los miembros de nuestro departamento fuera más sólida" a tener claras las estrategias para llegar hasta ahí puede haber todo un mundo de por medio.

Si el líder no puede clarificar esto, para los involucrados será casi imposible medir los avances o retrocesos y llegar a esa meta sería como correr un maratón a ciegas. En todos los aspectos de nuestra vida lo que no es transparente y claro hace que sea casi imposible establecer los pasos necesarios para lograr avanzar firmemente. Es tanto como pedir deseos a la fuente de las monedas esperando que al día siguiente al llegar al trabajo la varita mágica de la fortuna haya obrado sobre estos anhelos.

Pues cuando nos encontramos en una situación así, hay una solución al alcance para lograr esclarecer qué tan cerca o tan lejos estamos de la meta. TAN es un juego de los llamados WakeUpBrain para apoyar la innovación. Para que funcione, el requisito es que ya se tenga la idea de lo que se desea, aún cuando la manera de conseguirlo no sea tan clara.

"Mejorar la atención al cliente", "elevar las ventas promedio", "estar por encima de la competencia", "tener un número promedio estándar de clientes diarios con compras realizadas", "bajar la tasa de pagos no realizados en compras a pagos" pueden ser algunos de los muchos ejemplos de metas necesarias. Se entienden, pero ¿cómo conseguirlo en la vida real?

TAN es un sistema de tarjetas o cartas que deben esparcirse en una superficie sin orden ni un sistema fijo. Es importante que se inicie con estas tarjetas en modo caos, porque normalmente del desastre viene la luz, la solución, los caminos que no se habían visto y puertas desconocidas pero afortunadas abiertas. El desorden permite que los jugadores puedan observar las características de las tarjetas, sus dibujos y sus colores. Se vale tocarlas, moverlas, entresacar las que están debajo, en fin. La libertad es total.

Los participantes estarán ya divididos en equipos de dos o tres integrantes y en esta exploración inicial se trata de que determinen cómo les gustaría llegar al objetivo, que el departamento, los miembros, la empresa, los productos fueran TAN... ¿cómo qué? Por ejemplo, si el objetivo es lograr incrementar las ventas, quizá el equipo elige la tar-

jeta con la ilustración de una naranja, porque piensan que sería bueno que el sistema de ventas fuera un proceso tan natural como una naranja. O que las ventas tuvieran un proceso tan elegante como Coco Channel, o se planearan pequeños discursos de convencimiento de compra tan brillantes y poderosos como los de Steve Jobs.

Esta búsqueda o proceso lo que hace es abrir la imaginación, ayudar a que las ideas fluyan, vayan brotando, para que salgan aquellas que incluso habían estado ocultas en el inconsciente a través del juego.

Las tarjetas tienen analogías con lo clásico, lo romántico, lo exitoso, lo divertido, lo ejemplar, lo práctico, lo sutil, en fin... es imposible no engancharse y encontrar mil y un maneras de propuestas al alcance de la vista para llegar a la consecución del sueño y así proponer ser tan veloces como un cohete, tan cálidos como una manta, tan enfocados como un telescopio... aquí la meta es que los adjetivos surjan. La estrategia, el servicio, la imagen puede encontrar decenas de representaciones en las ideas de las tarjetas.

De esta manera se llega al paso tres: determinar cuál de estas analogías es la ganadora, que realmente refleje el objetivo en el que se deben enfocar. Por ejemplo, si el equipo determinó que lo importante para lograr la meta de mejorar la atención al cliente fue la propuesta "ser tan hábil como un joker" se procede a analizar la manera de lograrlo.

Una vez que se estableció la solución, lo siguiente es que cada equipo proponga en qué casos podrá usar esta premisa como elemento de solución: Somos TAN hábiles que las provocaciones de un cliente difícil no serán impedimento para cerrar la venta. El caso es ir aterrizando las soluciones ante situaciones reales que comúnmente resultan perjudiciales para el proceso. Como puedes ver, el objetivo de TAN es que a partir de una frase sencilla se puedan obtener las estrategias necesarias.

Por supuesto, esta es la versión básica, pero hay otras que pueden aplicarse con resultados tan positivos como en este ejemplo. Antes de que lo hayan advertido, el equipo habrá compartido ideas, se habrá relacionado, se habrá abierto cómodamente ante el reto de encontrar el mejor atributo que los demás.

Además de ser divertido será útil para salir unos momentos de la rutina, del estrés y olvidar las reuniones de trabajo aburridas, en las que se habla mucho pero se aterriza poco.

TAN por el contrario, se trata de aterrizar, de visualizar, de medir y definir. No es un juego aplicable a todo pero sí es muy necesario tener una meta clara para que sea útil y surta el efecto deseado.

La vida en la empresa puede ser sumamente divertida ¿quién lo hubiera creído?... ¿verdad?

POR. GERARDO ALFREDO RODRÍGUEZ ORTIZ



LAS MENTIRAS ¿ES POSIBLE DETECTARLAS?

En una empresa, los líderes deben enfrentarse a todo tipo de empleados, algunos ideales y otros perjudiciales. Entre estos últimos están aquellos que mienten para trabajar menos, ausentarse, obtener ventajas, salir victoriosos de una entrevista laboral, entre muchos otros objetivos.

Es muy importante saber detectar las falacias para prevenir futuros conflictos en la empresa. Y aunque hay quienes son sumamente hábiles, sí es posible desenmascararlos. No siempre se miente con mala intención, pero igual se hace.

Cuando tenemos la aspiración de un trabajo y logramos llegar a la fase de la entrevista lo que haremos en esa sesión será vendernos, sí, convencer al otro de que nuestras capacidades son las idóneas, de que somos el mejor candidato al puesto, y que merecemos formar parte de la compañía. Esta es la fase en la que más mentiras nacen, y a veces lo hacen con tanta naturalidad que se toman como verdades absolutas... sin embargo, hay un gran delator: el lenguaje corporal.

El cuerpo se mueve de acuerdo a las indicaciones del cerebro, y las órdenes que el sistema nervioso recibe de este se basan en las emociones, en las sensaciones, y no en las palabras. Por lo que muchas señales que damos al mentir son involuntarias.

El cerebro siempre deja señales, y para él es sumamente complicado mentir porque necesita dejar sepultada la verdad y hacer todo un mecanismo para convencer al otro de la mentira. Implica planear, buscar la forma, convencer y observar al receptor para ver si ha sido efectiva la acción. Todo al mismo tiempo.

Alguien mentiroso se arropa en una historia central, sin detalles, sin soluciones alternas o experiencias sensoriales como consecuencia. Nunca cuenta la historia en primera persona, siempre es con plurales, en tercera persona y cuidando el distanciamiento.

El mentiroso tiene bien aprendido cada paso y cada acción, nos cuenta el proceso detalladamente, de forma mecánica, sin detalles alternos o sin salirse del discurso central. No se distraerá recordando que por cierto, al quedar a merced del destino con la llanta pinchada en medio de la nada sintió sed; o que mientras esperaba el paso de otra persona que lo ayudara, de atrás de un árbol salió una ardilla. Por el contrario, se centra en cada

uno de los pasos y así los relata. Pero si se les pide que comiencen otra vez, pero por el final, la verdad saldrá a la luz irremediadamente. La ambigüedad y la evasión son síntomas de mentira

Esto sucede también con esos curriculums espectaculares, cuando se le pide al candidato que se centre en una de las tantas empresas maravillosas en las que ha prestado sus servicios y que relate de ahí hacia atrás su experiencia laboral se quedarán desarmados.

De la misma forma, si al paso de los días se le pide que vuelva a hacer la relatoría, la hará exactamente igual, sin cambio de palabras, sin modificar una pausa, con los mismos gestos, las mismas inflexiones de voz. Es decir, como lo ensayó y se lo aprendió.

De ahí que en los interrogatorios policíacos terminen descubriendo al culpable después de dos o tres sesiones, pues al pedirles detalles, retrocesos en la acción o ampliación de las declaratorias, la verdad aplasta la mentira y la desenmascara.

Las mentiras son inconsistentes, se van desmoronando poco a poco. Por eso es que a veces nos orillan a contar una historia varias veces porque las pequeñas diferencias o los detalles entre una narrativa y otra muchas veces son las claves que llevan al descubrimiento de la falsedad.

Un mentiroso siempre va a sentir que le falta el aire, que está encerrado, que no hay espacio pues no están en su zona de confort, permanece a su máxima capacidad intentando estar alerta para no complicarse. E igual terminan tropezando cuando se les realizan preguntas sencillas que los sacan de su rutina estudiada por lo que responderán erráticamente, pedirán que se les repita la pregunta, tendrán largos silencios incómodos.

Para un mentiroso, el pasado, el presente y el futuro son lo mismo y se pueden mezclar indiscriminadamente cuando hay preguntas sorpresivas por lo que su cerebro estructurará las respuestas en presente. Los cuestionamientos sorpresivos son muy útiles para descubrir al mentiroso. Lo ponen en jaque. Lo obligan a tomar tiempo para pensar y estructurar sus respuestas. Mientras que alguien sincero no duda en responder inmediatamente.

Los ojos son el espejo del alma, y el rostro el mejor reflejo del interior. Los gestos deben ser coherentes con lo que sucede. No se puede describir una tragedia sonriendo, o anunciar una enfermedad con serenidad. Los gestos y los ademanes ilustran, comunican y enfatizan lo que sucede en el interior. Por lo que al mentir, las manos tiemblan, se paralizan o se esconden. Las expresiones cortas vienen de personas genuinas, las que duran mucho reflejan la falsedad.

A pesar de eso, hay personas que son expertas en gesticulaciones y movimientos a pesar de las mentiras, son

excelentes actores o actrices y pueden desorientar al más experto en detección de mentiras. Pero, los párpados, por el contrario, no son compañeros de la simulación y en ocasiones son los que delatan. Mientras que los ojos también son grandes indicadores. Alguien que no dice la verdad tratará de evadir la mirada, parpadeará frecuentemente.

Alguien que miente se relaja con el contacto físico. Toca objetos: una joya, su suéter, una taza; partes de su cuerpo: cabello, la otra mano. El mentiroso quiere pasar por ese trago amargo rápido por lo que constantemente da muestras de querer irse, de escapar. La mirada estará en la salida, los pies orientados hacia la puerta.

Aunque todo esto parece ser crucial hay que recordar que hay falsos positivos, que una de estas señales no siempre es un indicador de una mentira segura. Hay que saber observar para no caer en la injusticia, y especialmente recordar que la verdad siempre sale a la luz...tarde o temprano.

**POR: JAIRO ARTURO
CASTAÑEDA TREJO**

