

JUNIO 2024

INTELIGENCIA EMPRESARIAL

REVISTA DE DIVULGACIÓN DE ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS

URSULA VON DER LEYEN

LA MUJER MÁS
PODEROSA
DE EUROPA

Pág. 29

AFORE PARA
TUS HIJOS
¿CONVIENE
INVERTIR EN ÉL?

Pág. 17

EL MUNDO DEL
DROPSHIPPING

Pág. 11



¿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 Junio

Estimado Lector:

Alcanzamos ya la mitad del año, y en Inteligencia Empresarial abordamos desde distintas posiciones la actividad e integración que hoy prevalece en el mundo corporativo y que antes se traducía en pasividad.

Actualmente, los productores se asumen a sí mismos como consumidores también (prosumers), un concepto que desmenuzamos y explicamos para que te sumes a esta nueva tendencia que innova los procesos haciéndolos más eficientes.

Y es que la innovación es lo que mantiene en boga a las empresas, lo que las hace diferentes. Junto a la creatividad y al ingenio funcionan como los elementos indispensables que mantienen todo a flote aún en los momentos más cruciales.

Lo cual no significa que esta característica por sí misma lo sea todo. La interconectividad en todos los sentidos es necesaria, tanto en las distintas disciplinas que se dominan como en los departamentos y los procesos. Sin dejar a un lado la necesidad de ser cada día más autosustentable, como el caso que exponemos en este número, el de la empresa neozelandesa Allbirds.

Al mismo tiempo, hemos profundizado en temas de nutrición, pues una cosa va ligada a la otra, y la alimentación es necesaria para la productividad como lo veremos en diversos artículos que exponen la situación desde distintos enfoques.

En cuanto a finanzas, reflexionamos contigo acerca de qué tanto convienen las afores para los hijos, lo mucho que abona a su sano crecimiento emocional el ejemplo de sus padres y el hábito del ahorro. También ponemos sobre la mesa la realidad cada vez más creciente de las bancas en línea que parecen haber llegado, no solo para quedarse, sino también para revolucionar los créditos y el mundo de las tarjetas.

Finalmente, el liderazgo desde ejemplos puntuales de empresarios que han destacado en la historia de los grandes líderes, pero también los casos de micromanagement que resultan tan nocivos en una corporación, son analizados aportando por igual algunas técnicas para vencer esta tendencia.

¡Te esperamos el próximo mes con más información!

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





INNOVACIÓN DEL CONSUMIDOR: DE RECEPTOR A PROSUMER

En la actualidad, el papel del consumidor ha llegado a tales dimensiones que ha obtenido una gran capacidad de innovación, y hasta ha llegado a dar una nueva forma al mercado. Antes quedaba claro que el consumidor era imprescindible en cualquier negocio. Por muy buenas ofertas y productos que hubiera, sin nadie que lo compre resulta imposible prosperar. Ahora esto ha cobrado mayor presencia, sobre todo en un mundo donde la voz de cada quien tiene un potencial viral.

Ahora, ¿de qué va el término “prosumer” o “prosumidor”? En realidad es una combinación curiosa entre “productor” y “consumidor”. Esto implica al consumidor más allá de su recepción pasiva, hacia una participación activa en lo que ocurre con el futuro de la marca, producto o servicio que están comprando. La tecnología y la media masiva ha permitido que los consumidores tengan la capacidad de influir con mayor inmediatez a otros consumidores, sin mediadores artificiales en medio.

Las redes sociales brindan un alcance, si bien no totalmente democrático, sí más basado en popularidad que en estrategias publicitarias. Alvin Toffler introdujo esta idea en “La tercera ola” en 1980, con una idea (aún sin concretarse) de que los consumidores participaran en el proceso de producción. Esto cobró interés para algún

sector del panorama empresarial y de ahí que exista presencia publicitaria sutil, más allá de los anuncios tradicionales.

El concepto ha evolucionado, hasta modificar la forma en que los consumidores crean y comparten su propio contenido, con relación con sus compras en tendencia. Las redes sociales han aumentado esta comunicación, en donde se puede mostrar talentos, compartir opiniones y monetizar con creaciones. De ahí que resulte conveniente ser tanto consumidor como productor, en ocasiones al mismo tiempo. Este involucramiento también repercute en la identidad del individuo y de la marca.

El prosumer no va de boca en boca, sino que es algo masivo. Este proceso ha dejado de estar en las manos de las empresas y su marketing, sino que el último proceso de un producto o servicio recae exclusivamente en los consumidores. Esto ha llegado al punto de incurrir en plataformas de co-creación, en donde ambas partes colaboran para desarrollar lo que está más cercano al comercio masivo, inmediato y completamente efectivo.

Los meros espectadores sirven de poco a la data de las empresas que desean innovar, pero bajo una dirección certera, acorde a la recepción actual de sus

productos. De ahí que un prosumidor sea muchísimo más valioso, participan en la creación, personalización y comercialización. Esto les puede brindar un sentido de empoderamiento, de que su opinión tiene una dirección y su inteligencia es considerada y escuchada. En realidad podrían considerarse publicidad gratuita.

Hoy en día lo mejor que puede hacer una empresa por sus productos es escuchar a los consumidores, sobre todo a los fieles, lo suficientemente apegados a ellos como para lucir en Internet consumiendo u opinando del asunto. Lo ideal sería incluirlos desde la ideación o el desarrollo del producto, pero con mayor énfasis en la publicidad, el diseño y el alcance a otros prosumidores. Lo primero estaría en la satisfacción y la escucha activa de estas necesidades públicas.

Las decisiones empoderadas se llevan hasta sus últimas consecuencias. Hoy los consumidores no pueden vivir sin asumir alguna identidad, algo que aparentemente los distinga del resto. De ahí el sentido de la personalización, pero también de las decisiones estratégicas y los cambios de rumbo. Entre más natural se sienta, mejor. La idea de la marca tendría que convivir con esta visión del mundo de sus consumidores estrellas, además de abogar para que sigan a su lado.

Imagina que un prosumer es como un fanático asiduo de algún equipo deportivo. Es algo que se vive, un tatuaje que se muestra con orgullo y pasión. Esto ha dejado de ser asunto de las empresas, ha pasado a ser la voz del pueblo, de portavoces poderosos, capaces de dejar en alto o de echar al olvido a cualquier empresa. Es evidente que hay empresas lo bastante establecidas como para que les afecte esta dinámica, sin embargo, comienza a ser una fuerza implacable de innovación.

El marketing consciente se basa en ese contacto con los clientes, con personas interesadas en un consumo que las haga sentir identificadas, que les obsequie algún sentido de bienestar o prosperidad. Es una exigencia para con las empresas que parece crear beneficios en ambas direcciones. Así, el cliente compra, bajo la idea de que sus pequeñas acciones tienen consecuencias frente a estos grandes conglomerados, mientras las empresas aseguran por completo el éxito.

POR: RICARDO DAVILA DEL BOSQUE



SER IRREMPLAZABLE SKILL STACKING PARA EL PROFESIONAL IDEAL

POR: REGINA DAVILA DEL BOSQUE

Si ya es bueno tener varias habilidades, ahora imagina lo que sería combinarlas. Esto es posible para un puñado de personas, y de las formas más diversas. No van por una misma vía, sino que su capacidad les da para manejar un abanico de habilidades variadas y dirigir las a un mismo objetivo.

Las posibilidades son infinitas, puesto que las súper habilidades reúnen tus mejores características profesionales y, con base en ellas, es posible moverse y marcar la nueva pauta en tu nicho. Para prosperar en este nuevo mundo laboral, hace falta encontrar tus habilidades y hacer un "skill stacking". Este concepto se basa en una mezcla de destrezas, con el objetivo de obtener un enfoque profesional refrescante y beneficioso. A través de esta combinación no sólo obtendrás un trabajo flexible, sino también gozarás de exclusividad. Con esta combinación también viene una exigencia sin precedentes, porque no es fácil ser único en un campo.

Los expertos de un campo suelen ser personas con muchísima experiencia, con una carga experiencial y una historia de vida sorprendente. Es en el camino donde las habilidades predilectas se aprenden y se aplican a la cotidianidad. Y es que, si no surgen en tu camino, ¿para qué te servirían? Este trayecto debe ser natural, acorde a tus necesidades profesionales.

Es posible percibir habilidades base, sobre todo en el mundo de los negocios: comercializar, vender en línea, aprender cada vez más sobre la IA... No obstante, lo que tendrías que hacer sería preguntarte desde el día uno ¿para qué necesitas esa habilidad?, ¿por qué tendrías que sumarla a tu lista de habilidades? Si

combina o le da un giro a tu profesión, o, por el contrario, si no parece tener coherencia con el resto de las cosas que ya sabes hacer.

Más allá de desechar algo que parecería no combinar con tu trayecto profesional, habrías de preguntarte ¿cómo podrías darle un giro? En especial si es algo novedoso o que parecería no tener relevancia actual. Un ejemplo está en la redacción. Hay personas que, después de estudiar, no vuelven a tocar una pluma en su vida, mucho menos un libro.

En un mundo con textos IA, ¿cómo podría tener relevancia la redacción humana? Bien, eso dependería de tu formación profesional. Sin embargo, habría que recalcar lo sencillo que es reconocer el estilo de redacción artificial, contra una pluma profesional y su capacidad multifacética para apelar a la atención de lectores y no tan lectores. En la actualidad la escritura no sólo está en un texto común, sino en cursos, en cada venta y cada espacio publicitario; en esencia. Asimismo, es imposible sacar provecho a la IA sin reconocer primero cómo hacer aquello que estamos pidiendo de un robot.

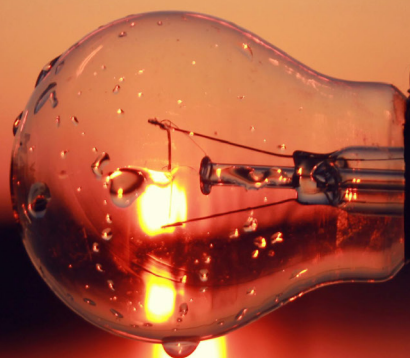
Lo cierto es que el aprendizaje permanente es profundamente satisfactorio. Son capacidades que comienzan a complejizarse y hallar nuevos trayectos profesionales. Encontrar valor a las nuevas habilidades a través de las ya obtenidas puede dar frutos de incalculable valor. Con ello también se puede tener una habilidad principal, habilidades pasajeras y habilidades que sumen a otras, como se percibe en los idiomas y cómo es más fácil aprender otro cuando ya se tienen varios.

En la actualidad se exige bastante flexibilidad profesional, la capacidad de aplicar habilidades diferentes y combinadas a nuevas situaciones. Esto no implica llevarse la vida volviéndose experto en todo lo que se atraviese. Ser parte de un 1% podría tomarte muchísimo esfuerzo, recursos y frustraciones, pero destacarte en un 10% en varios campos podría ser la diferencia en tu campo. Esto implica un manejo más orgánico de tus experiencias y metas.

No olvides encontrar un equilibrio entre la generalidad y la experticia. Un especialista puede ser muy bueno en algo en específico, pero limitado en todo lo demás. El skill stacking no implica ser "todólogo", sino tener una mirada informada, misma que implica derivar a otro profesional si la carga de la situación no se relaciona contigo. Saber que no sabes es igual de valioso.

Entonces, ya lo sabes, ahora busca y crea un nuevo trayecto para ti y para los innovadores en tu campo. Busca cómo se podrían combinar tus habilidades, qué tienes, a qué aspiras y cómo podrías darle un giro inesperado a todo lo demás. ¿Qué habilidades te harán más valioso en tu propio futuro profesional y plan de vida?





CREATIVIDAD Y PENSAMIENTO INNOVADOR PARA RESOLVER PROBLEMAS

POR: FERNANDO LOZANO ARELLANO Y EVA CORELLA PUENTE

En un mundo en constante cambio, donde los desafíos parecen multiplicarse a diario, la creatividad y el pensamiento innovador se visualizan como herramientas fundamentales para la resolución de problemas. Es bien sabido que la capacidad de generar ideas nuevas y originales, de pensar de manera diferente y de encontrar soluciones novedosas a problemas complejos es esencial para prosperar en un entorno cada vez más competitivo y dinámico. Así, no se trata solo de encontrar soluciones ingeniosas, sino de desafiar el statu quo, de replantear las suposiciones y de abrir nuevos caminos hacia un futuro mejor.

Como ya hemos abordado en anteriores ocasiones, la creatividad es la capacidad de generar ideas nuevas que satisfagan necesidades primarias, secundarias y terciarias. Y si bien la originalidad es un término complejo de utilizar dentro de los planos de la creatividad, puesto que la creatividad y las ideas surgen de creaciones y pensamientos previos, en ese sentido, el término originalidad estaría siendo reinterpretado. En efecto, la originalidad dentro del plano de la creatividad tiene que ver con aquellas ideas que aportan valor y son susceptibles de ser implementadas. La creatividad no sólo se limita al ámbito artístico como se suele creer, se manifiesta en todas las esferas de la vida, desde la ciencia y la tecnología hasta los negocios y las relaciones interpersonales. Vaya, la creatividad es una manifestación dentro de la vida cotidiana. No obstante, en los últimos años, la creatividad es una herramienta en los negocios y las tecnologías disruptivas.

Por su parte, el pensamiento innovador es el proceso de transformar ideas creativas en soluciones tangibles. El pensamiento innovador implica pensar de manera crítica la deficiencia de las tecnologías, los productos, los servicios y hasta los conocimientos o formas de ver el mundo. El pensamiento innovador tiene el objetivo de analizar problemas desde diferentes perspectivas y desarrollar estrategias efectivas para implementar dichas soluciones o ideas de cambio y mejora.

Ahora, ¿por qué son importantes la creatividad y el pensamiento innovador para la resolución de problemas? En un mundo cada vez más complejo, los problemas tradicionales requieren soluciones innovadoras. Entonces, la creatividad nos permite: visualizar perspectivas, generar soluciones o hipótesis comprobables, mejorar la efectividad de las soluciones y promover la adaptabilidad y el cambio.

Entonces, la creatividad en conjunto con el pensamiento innovador nos permite ver los problemas desde nuevas perspectivas. Esto se da al salir de los esquemas mentales convencionales, ya que de esta manera podemos identificar nuevas oportunidades y enfoques para abordar los desafíos. Asimismo, la creatividad en conjunto con el pensamiento innovador nos permite generar una amplia gama de soluciones. Para empezar, la creatividad nos libera de las limitaciones del pensamiento convencional, para posteriormente, explorar una gran variedad de ideas, aumentando las posibilidades de encontrar la solución adecuada.

La conjunción de estas habilidades también nos permite desarrollar soluciones más efectivas. El motivo se da después de un profundo análisis de campo en el cual se identifican las problemáticas, se analiza la relación de causa y efecto, para posteriormente proporcionar un listado de posibles soluciones. A través de la creatividad y el pensamiento innovador, las soluciones innovadoras suelen ser más eficientes, duraderas y adaptables a los cambios del entorno. Esto último nos lleva a promover la adaptabilidad y el cambio. En un mundo en constante evolución, la creatividad y el pensamiento innovador son esenciales para adaptarnos a los nuevos desafíos y aprovechar las oportunidades que se presentan.

En conclusión, la creatividad y el pensamiento innovador son habilidades esenciales para resolver problemas y crear un futuro mejor. Al desarrollar estas habilidades, podemos abordar los desafíos de manera más efectiva, generar nuevas oportunidades y contribuir al progreso de la sociedad. Y en este proceso es fundamental colaborar con otros, compartiendo con personas de diferentes disciplinas y perspectivas puede generar nuevas ideas y enfoques innovadores. Así como salir de nuestra zona de confort, experimentar cosas nuevas y exponerse a diferentes entornos nos permitirá estimular la creatividad y nos ayuda a pensar de manera más flexible.



EL TRABAJO INTERDISCIPLINARIO UNA CLAVE PARA EL ÉXITO

POR: CARLOS LOZANO Y IAGO JANEIRO

El mundo actual se caracteriza por su complejidad e interconexión. Los desafíos que enfrentamos como sociedad, ya sean ambientales, sociales, económicos, tecnológicos, entre otros no se resuelven desde una única perspectiva o disciplina. Abordarlos de manera efectiva requiere del trabajo conjunto de profesionales de diversos campos, compartiendo sus conocimientos, sus habilidades y sus experiencias para encontrar soluciones innovadoras y sostenibles. Es aquí donde el trabajo interdisciplinario se convierte en una herramienta fundamental para el éxito.

La interdisciplinariedad se define como la interacción entre diferentes disciplinas académicas con el objetivo de abordar problemas o temáticas que no pueden ser comprendidos o resueltos de manera aislada por una sola disciplina. Esta interacción implica el intercambio de ideas, métodos y perspectivas, lo que permite generar nuevas formas de conocimiento y abordar desafíos desde una óptica más amplia. En ese sentido, el trabajo interdisciplinario se define como la colaboración entre profesionales de diferentes disciplinas para alcanzar un objetivo común. El trabajo interdisciplinario se caracteriza por la interacción dinámica entre los miembros del equipo, quienes comparten información, ideas y perspectivas, buscando generar sinergias que enriquezcan el proceso y potencien los resultados.

Ahora, el trabajo interdisciplinario ofrece numerosos beneficios que abarcan diversos aspectos. Entre los más importantes podemos destacar: la riqueza de perspectivas, la toma efectiva de decisiones, el desarrollo amplio de la creatividad y la innovación, la comunicación asertiva y una eficacia de mayor impacto. En efecto, el trabajo interdisciplinario es de suma importancia para las generaciones actuales y las generaciones futuras.

En primer lugar, a través del trabajo interdisciplinario obtenemos una mayor riqueza de perspectivas. Al reunir a profesionales de diferentes disciplinas, se obtiene una visión más amplia y completa del problema o situación que se aborda. Esto permite identificar nuevas aristas, considerar diferentes enfoques y generar soluciones más creativas e innovadoras. En segundo lugar, el trabajo interdisciplinario mejora la toma de decisiones, ya que la diversidad de perspectivas y la colaboración entre expertos de distintos campos permiten analizar el problema desde diferentes ángulos; lo que facilita la toma de decisiones más informadas y estratégicas.

En tercer lugar, el trabajo interdisciplinario desarrolla la creatividad y la innovación. La interacción entre diferentes disciplinas estimula la creatividad y la generación de nuevas ideas. Al combinar diferentes enfoques y conocimientos, se pueden encontrar soluciones novedosas y originales que no podrían surgir desde una única perspectiva. En cuarto lugar, el trabajo interdisciplinario mejora la comunicación, ya que promueve una interacción más efectiva y una colaboración más sana entre los miembros del equipo. Con ello, se genera un ambiente de trabajo más positivo y productivo, donde se fomenta el respeto y el aprendizaje mutuo.

Y, en quinto lugar, el trabajo interdisciplinario desarrolla una eficiencia y una eficacia de mayor impacto. Al unir esfuerzos y recursos de diferentes disciplinas, se puede optimizar el trabajo y lograr resultados más eficientes y eficaces. Además de que se evitan las duplicaciones de los esfuerzos y se optimizan los tiempos de respuesta. Las soluciones generadas a través del trabajo interdisciplinario suelen tener un mayor impacto y alcance, ya que consideran las diferentes dimensiones del problema y responden a las necesidades de diversos grupos de interés.

Quizás sería bueno preguntarnos ¿cómo implementar el trabajo interdisciplinario de manera exitosa? Para que el trabajo interdisciplinario sea efectivo es importante seguir algunas recomendaciones clave. Por un lado, es importante establecer objetivos claros y compartidos, ya que es fundamental que todos los miembros del equipo comprendan el objetivo común que se busca alcanzar y estén comprometidos con su logro. Por otro lado, debemos seleccionar al equipo adecuado, es decir, contar con un equipo formado por profesionales de diferentes disciplinas que tengan las habilidades y la experiencia necesarias para abordar el problema.

En general, el trabajo interdisciplinario exige la fomentación de la comunicación y la colaboración. Un ambiente de trabajo abierto y colaborativo facilita la comunicación efectiva entre los miembros del equipo y gestiona los conflictos de manera constructiva. El trabajo interdisciplinario es una herramienta fundamental para el éxito en un mundo complejo. Al aunar los conocimientos, habilidades y experiencias de profesionales de diversos campos, se pueden encontrar soluciones innovadoras, creativas y sostenibles a los desafíos que enfrentamos como sociedad.



CONTRA VIENTO Y MAREA: SACA A TU NEGOCIO DE LA BANCARROTA

Parece ser cada vez más complicado que los pequeños negocios se mantengan a flote. Algo ocurre, por lo general un inadecuado manejo de sus finanzas, un intento por abordar el mundo profesional por más de una vía, o simple frustración. Como toda actividad humana, esto tiene su parte emocional, de mucha resiliencia, pero también crea áreas de oportunidad para desarrollar distintas estrategias. Si lo crees oportuno, esta es una señal para que no desistas y continúes con tu negocio.

La operación de cualquier trabajo es difícil, pero esta complejidad aumenta cuando se atraviesan dificultades. Este momento cabe recordar si se tomaron las medidas necesarias desde la creación de la empresa; es decir, desde un inicio tuvieron que preverse estos altibajos. Si bien, la intención no está en pensar de forma pesimista, podría tenerse esperanza y ser precavidos al mismo tiempo.

En primera, se tendrían que identificar las áreas críticas. Si hay espacios donde se puede venir todo abajo, es necesario atenderlos primero. Es mejor continuar con un cierto sentido de uniformidad y planear los siguientes pasos, hacia una continuidad lo más completa posible: los productos más rentables, los clientes claves y la protección necesaria para tu infraestructura y tu personal. Pregúntate cómo luciría tu negocio con lo esencial, con los pasos más seguros de tu plan.

Si es necesario actualizar tu plan de negocios, hazlo, mientras te lleve a objetivos respaldados por los cambios implementados. Considera apoyos gubernamentales o financiamientos extra, sobre todo cuando se trata de pagar a los empleados y mantener a flote todo en el momento más crítico. Es valioso reconocer quién estará ahí en ese tipo de situaciones, posteriormente podrías devolver el favor o contribuir a la sociedad de alguna otra forma.

En la misma línea de la ayuda, contempla el asesoramiento en distintos niveles. Por ejemplo, el asesoramiento con expertos comerciales: contadores, abogados y financieros, inclusive otros emprendedores, en especial si han pasado por una crisis similar a la tuya. La mayoría podría implicar más inversión, pero otros ofrecen ese tipo de ayudas a bajo costo, o bajo un acuerdo de pago posterior a tu conflicto.

Reconocer tu necesidad de apoyo podría hacer la diferencia a la hora de recuperarte. Un apoyo para ti y tus empleados podría crear vínculos que mejoren la situación en un futuro. Esta concientización te brindará una evaluación humana, una noción de tus siguientes pasos, basados siempre en la mejora desde la retroalimentación profesional, sin caer en desesperación o frustración.

En medio de todo ello debes evaluar tus finanzas en cada paso del camino. No sólo desde el principio para diagnosticar tu situación, sino para comprobar lo que funciona, gestionar tus deudas y para tener una mirada informada para el asesor financiero. Esto puede ser fundamental para mantener tus operaciones y para saber cuáles son tus siguientes pasos, y no olvides que en este momento es crítico, así que ahora valdrá la pena reconocer cómo se comportan tus finanzas a corto plazo.

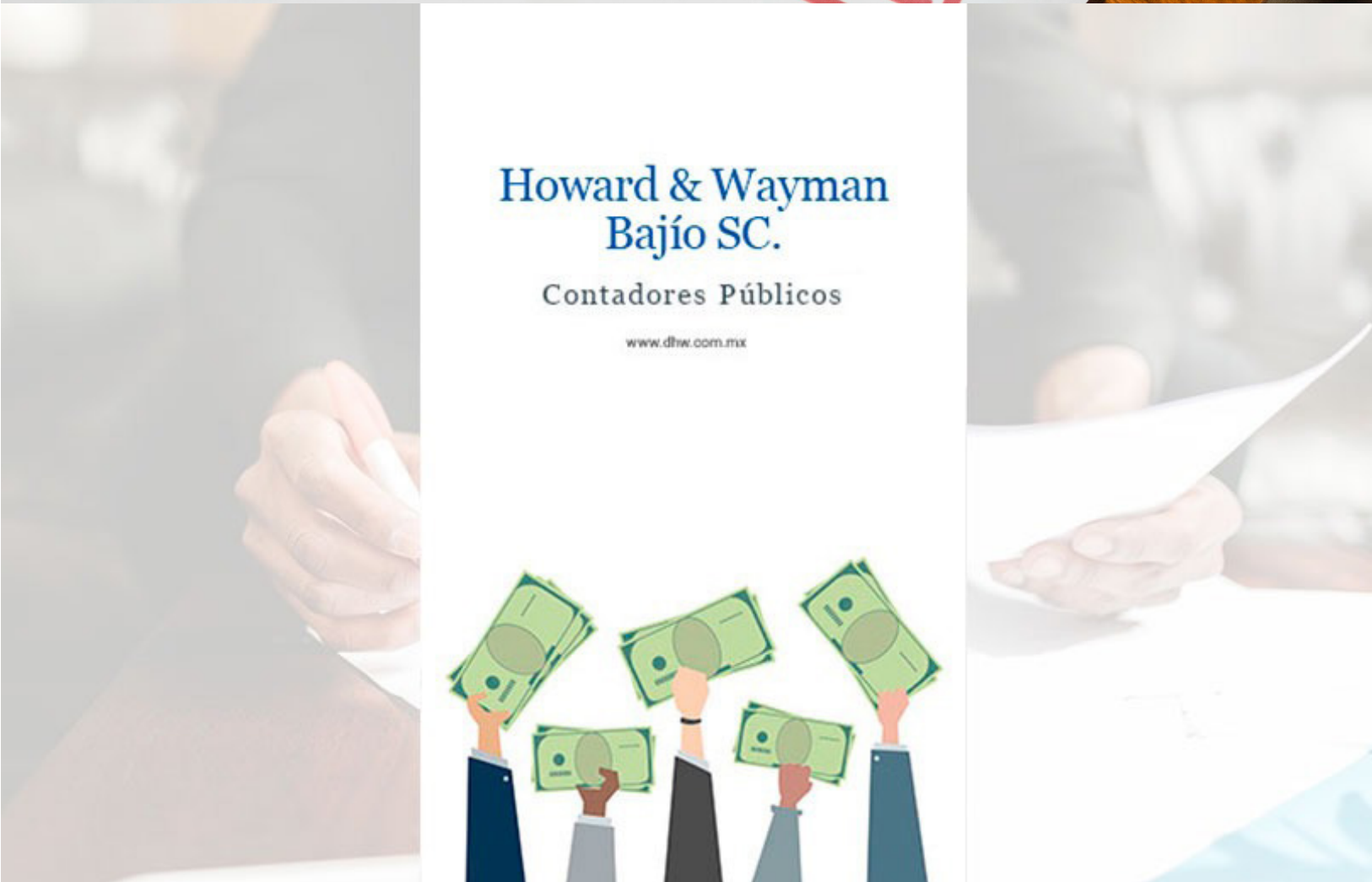


Asimismo, si tienes algunos deudores, lo adecuado será pedir el favor de vuelta en cuanto antes. Debes contemplar todo lo que te mantenga en funcionamiento, con la menor inversión y los mayores retornos de la ganancia. Considera también tu administración remota, ya sea desde casa o a distancia, mientras gestionas otras inversiones. Es posible que tus empleados requieran lo mismo, así que no dudes en brindarles el apoyo necesario, mientras sea posible.

Con base en lo anterior, podrías contemplar el paso a lo digital, si se puede. Con esto podrías aumentar la eficiencia y encontrar oportunidades que salgan del funcionamiento local. Apela a un público más amplio y comunícate con tus clientes. Así como las finanzas actuales, es necesario mantener un apoyo constante y creciente hacia tu empresa. Para ello, los clientes constantes y fieles son la base y la comunicación con ellos tendría que corresponder con el apoyo que te han brindado.

Debes saber que crisis es sinónimo de cambio, y no todos los cambios son provechosos, pero tampoco todas las crisis son fulminantes. Si bien tu empresa se encuentra inmersa en esto, no significa que deba estar así siempre, y tampoco implica que tú debas cargar con todo. Recuerda que una empresa la hace el producto, los inversores, los empleados y los seguidores. Implica todo de ti en este proceso de recuperación, pero también tómallo todo como un aprendizaje.

POR: ALONSO JANEIRO Y PAOLA PRIANTE



TENDENCIAS C EL MUNDO DEL



Sin duda, vivimos en la era de la velocidad, algunos dirían que hasta de lo instantáneo. El comercio, un sistema de tendencias y eficacias, no puede estar alejado de ello. Aquí entra la participación del dropshipping, una forma en que la empresa es el intermediario entre consumidor y proveedor. En este caso, la tienda gestiona el pedido y el paso, pero envía esto al proveedor, quien se ocupa de preparar el artículo y entregarlo.

Con este método no es necesario que la empresa tenga productos en stock, ¡ni siquiera en existencia! La tienda se ocupa de vender el producto, pero pasa el pedido a un proveedor externo, quien se encargará de los siguientes pasos, hasta que el cliente obtenga su compra. Bajo este punto de vista, es posible notar que la empresa se ocupa del marketing y la atracción de los clientes, pero no se desgasta en contemplar toda la manufactura, el transporte y el almacenamiento del producto.

En teoría parece sencillo el dropshipping, puesto que uno se ahorra toda la publicidad y la atención con el cliente. Algunos de estos sistemas se basan en vender exclusivamente, transportar de un sitio a otro. Sin embargo, todo esto tiene su nivel de complejidad: gestiones diarias, inconvenientes con el transporte, obstáculos de infraestructura, entre otras cosas. Aunque parece ser un medio veloz, su gestión y sus ganancias pueden demorar más de lo que esperabas.

Las tiendas de comercio electrónico se apoyan bastante del dropshipping, ya que es su oportunidad de inventariar e ir agregando nuevos productos conforme progresa el negocio. En esencia, cualquier producto puede tener una potencial compra y los encargados de las existencias y el transporte se encargarán exclusivamente de ello. De esta manera, las pequeñas empresas pueden hacerse un lugar en el comercio en línea.

El dropshipping apela planes de negocio de todo tipo. Pero sus márgenes de beneficio no son espectaculares. Lo son para marcas establecidas, como Apple y toda la línea tecnológica con cierto renombre (que, bajo esta perspectiva sólo eso tienen, el nombre). Al invertir menos, también se obtiene menos. Por ello se tienen que hacer muchos tratos, tener una venta considerable, para cubrir más allá de los costos operativos de marketing, mantenimiento del sitio, pedidos y mano de obra.

Aun comprando a mayoristas, el descuento podría ser inferior al 20%. Los precios son bastante competitivos, de modo que hay que ser cuidadosos con las negociaciones, puesto que otras empresas podrían rebajar su precio y conformarse. Las ganancias podrían estar determinadas por tu tráfico, de modo que si se te dificulta construir una base de clientes, será complicado destacar en espacios como Shopify o Marketplace. Tendrás todo el trabajo y nada de beneficios inmediatos.

COMERCIALES: DROPPSHIPPING



Asimismo, es necesario lidiar con toda la línea de producción: proveedores, procesamiento de pedidos, devoluciones y servicio al cliente. En teoría, esto se vuelve más manejable cuando el tráfico se vuelve regular. Los bajos gastos generales no valdrán de mucho mientras la competencia se lleve tu público potencial. Entre más popular sea una empresa, más grande será y sus márgenes de droppshipping pueden reducirse bastante más. Pero mientras no sea así...

También puede ocurrir que no consigas un trato directo con los proveedores, mucho menos exclusivo. Esto causa que tu competencia pueda vender exactamente los mismos productos. Y si se encuentran más tiempo en el mercado, si su empresa es más grande o poseen más recursos, no dudarán en bajar sus precios mientras tu empresa esté en su mira. Aunque les provoque algunas pérdidas, a la larga podrán reponerse al mantener su marca vigente y lidiar contra la competencia fugaz.

Los clientes iniciales no son nada fieles, e incluso los más apegados a una marca pueden elegir a un competidor si la oferta es lo suficientemente tentadora. Si tienen la posibilidad de comprar lo mismo a alguien más por menos dinero, ¿por qué tendrían que ser leales a quien no vela por sus intereses? Asimismo, si tus proveedores quedan mal, no serán quienes den la cara para brindar explicaciones, sino que serán situaciones que deba

resolver la empresa al frente. Y en muchas ocasiones los clientes no atienden a razones, sólo hacen válido su propio malestar.

Los problemas pueden tardar más cuando varios mediadores están en el camino a la obtención de un producto. Esto puede implicar mucha frustración en todas direcciones, pero sobre todo hacia los clientes, quienes no se van a cansar de expresarlo abiertamente, y en redes sociales nada se olvida tan fácilmente, en especial cuando se implica alguna especie de indignación. Asociarse con proveedores ilegítimos podría traer mayor caos y una mala mirada hacia la marca.

Si ya es complicado construir una marca de cero, ahora lo es más con mediadores en el proceso. Podría ser que tus prioridades no sean las mismas que las de tu proveedor o tus clientes, de modo que llevará un tiempo alinear todo aquello. El droppshipping podría ser un método eficaz de compra, pero de venta todavía queda a deber. Como negocio también es complicado, mientras no se entienda su funcionamiento secundario en el proceso de una empresa ya establecida.

POR: GIOVANNI PRIANTE & ALEJANDRA CABAÑAS

ALLBIRDS EN EL MUNDO

En un mundo dominado por gigantes de la industria del calzado deportivo, una marca emergente ha logrado conquistar el corazón de millones de consumidores: Allbirds. Allbirds se fundó en Nueva Zelanda en 2014 y se ha convertido en un referente de la comodidad y la sostenibilidad, conquistando mercados internacionales y redefiniendo la categoría de calzado casual. Hoy, compartimos un poco de la historia de esta marca y cómo fue que alcanzó el éxito en una industria dominada por las zapatillas a volumen.

La historia de Allbirds comienza en Nueva Zelanda, tierra natal de Tim Brown, cofundador de la marca. Desde pequeño, Brown estuvo rodeado de la belleza natural del país, lo que despertó en él una profunda conexión con el medio ambiente. Esta conexión lo llevó a cuestionarse la huella que la industria del calzado dejaba en el planeta. Con esta profunda curiosidad, en 2014, Brown se embarcó en una misión para crear un calzado cómodo, versátil y sostenible. Dicho calzado estaba inspirado en la lana de oveja neozelandesa, conocida por sus propiedades transpirables, suaves y resistentes. Fue así como Brown comenzó a experimentar con diferentes técnicas para incorporar la lana en el diseño de zapatos.

Tras años de investigación y desarrollo, Brown dio con la fórmula del éxito: una tela tejida a partir de lana

de oveja de alta calidad, combinada con una suela de etilvinilacetato, mejor conocida como goma EVA, la cual es ligera y duradera. Así nacieron las primeras zapatillas Allbirds. Brown las llamó: Wool Runners en honor a sus materiales y declaró que daban la sensación de estar "caminando sobre una nube". Las Wool Runners rápidamente cautivaron al público por su comodidad, ya que el tejido era capaz de repeler la humedad y reducir el olor tras horas de uso continuo; también encantaron por su estilo minimalista, sin grandes detalles que resaltaba el material mismo.

No es hasta unos años que Allbirds alcanzó un ascenso fulgurante, conquistando el mundo de la moda. El boca a boca y las recomendaciones de figuras influyentes como Leonardo DiCaprio impulsaron la popularidad de Allbirds a un ritmo vertiginoso. La marca se convirtió en un símbolo de la moda sostenible, atrayendo a un público consciente del medio ambiente que buscaba productos éticamente responsables. En 2016, Allbirds cruzó el océano y estableció su sede en San Francisco, California. Desde allí, la marca comenzó su expansión internacional, abriendo tiendas en ciudades como Londres, Nueva York, Shanghai y Tokio. El éxito de Allbirds se basó en una estrategia simple pero efectiva: ofrecer productos de alta calidad, elaborados con materiales sostenibles y a un precio accesible.



Y SU ÉXITO DEL CALZADO

Ahora bien, Allbirds no se conformó con conquistar el mercado del calzado. La marca se expandió hacia la ropa, creando una línea de prendas confeccionadas con lana y otros materiales sostenibles, como el eucalipto Tencel, el cual es una fibra textil viscosa que se compone de celulosa de haya (modal) y eucalipto (lyocell). Además, Allbirds se comprometió a reducir su impacto ambiental en toda su cadena de producción. Desde la selección de materiales hasta la distribución de sus productos, la empresa implementa prácticas sostenibles para minimizar su huella de carbono.

Las claves del éxito de Allbirds son: la comodidad y el estilo de sus zapatillas, la sostenibilidad en su procesos de fabricación y distribución, la innovación en el uso de materiales textiles y su campaña de marketing efectivo. Por un lado, Allbirds ha conquistado a un público amplio gracias a la comodidad superior de sus productos y a su diseño versátil. Por otro lado, el compromiso de Allbirds con la sostenibilidad ha sido un factor clave en su éxito. La marca utiliza materiales ecológicos y fomenta prácticas de producción responsables. Asimismo, Allbirds no se detiene en sus esfuerzos por crear productos innovadores y sostenibles. La empresa busca constantemente nuevas formas de reducir su impacto ambiental y mejorar la experiencia del cliente. Allbirds ha sabido aprovechar el poder del marketing digital y las redes sociales para

conectar con su público objetivo. La marca ha creado una fuerte comunidad en torno a sus valores y ha logrado una gran visibilidad a través de colaboraciones con influencers y figuras reconocidas.

En la actualidad, Allbirds se posiciona como una de las marcas de calzado sostenible más reconocidas a nivel mundial. Con una comunidad de seguidores apasionados y un compromiso inquebrantable con la sostenibilidad, Allbirds continúa innovando y expandiéndose, inspirando a otras empresas a adoptar prácticas más responsables con el medio ambiente. Si bien, la marca se enfrenta a nuevos retos y oportunidades en un mercado en constante evolución; su compromiso con la comodidad, la sostenibilidad y la innovación la posiciona como un líder en la industria, inspirando a otras empresas a adoptar prácticas más responsables con el planeta y con las personas.

POR: JEAN PIERRE ROBERT & ROXANA ARRAMBIDE DIAZ



OATLY

LA MARCA PIONERA DE LA LECHE DE AVENA

Oatly es la marca omnipresente de leche de avena que adorna los estantes de los supermercados y protagoniza campañas publicitarias ingeniosas. La historia de Oatly se remonta a más de tres décadas. Esta marca de leche de avena no surgió de la noche a la mañana como una moda pasajera, sino que es producto de la investigación científica sueca y una visión enfocada en un futuro más sostenible.

Dentro de la industria láctea, se considera a Oatly como la marca pionera de la leche de avena, como la primera alternativa de productos lácteos de origen vegetal. La historia de Oatly comienza a principios de la década de 1990 en Suecia. Rickard Öste, un científico de alimentos, y su hermano Björn, buscaban una alternativa a la leche de vaca para personas con intolerancia a la lactosa. Los hermanos Öste no estaban solos en esta búsqueda. La investigación de la Universidad de Lund en Suecia ya había explorado el potencial de la avena como base para bebidas vegetales.

Öste y sus colaboradores, entre ellos Ingegerd Sjöholm, una química alimentaria, e investigadores de la compañía cerealera Skånska Lantmännen, vieron la oportunidad de llevar esta investigación al mercado. En 1994, fundaron Ceba Oatly, para después cambiar su nombre a uno más comercial: Oatly. La fundación de Oatly tuvo como misión crear productos alimenticios a base de avena que fueran buenos para las personas y el planeta. Pero la efectividad de este producto no fue desde un inicio brillante.

Los primeros años de Oatly no fueron fáciles. La leche de vaca era la bebida láctea dominante, y las alternativas vegetales ocupaban un nicho marginal. Por consiguiente, Oatly se centró inicialmente en el mercado sueco, ofreciendo sus productos a hospitales, restaurantes y tiendas de alimentos saludables. El camino hacia el éxito fue lento y constante. Oatly se enfocó en la investigación y el desarrollo, perfeccionando su proceso de elaboración de leche de avena para crear un producto con un sabor y una textura agradables. Asimismo, Oatly comenzó a desarrollar otros productos a base de avena, como yogurt y helados.

A principios de la década de 2000, Oatly se encontraba en una racha económica muy deplorable. La demanda de alternativas vegetales seguía siendo baja, y la empresa luchaba por ganar terreno. Durante estos años Oatly decidió enfocarse en la elaboración y venta de la leche de avena y detener sus investigaciones para la creación



de otros productos bebibles a base de avena. En 2009, Oatly contrató a Henrik Ohlsson como su nuevo CEO. Ohlsson era reconocido por ser un líder visionario con experiencia en marketing, y fue él quien reconoció el potencial del mercado de la alimentación vegetal por lo que puso en marcha planes ambiciosos para Oatly.

Ohlsson implementó varios cambios estratégicos e innovadores. En primer lugar, Oatly se centró en la leche



de avena como su producto principal, reconociendo su creciente popularidad entre los consumidores. En segundo lugar, la compañía adoptó un enfoque de marketing audaz y poco convencional. Y es que, las campañas publicitarias de Oatly presentaban un tono humorístico e irreverente, a menudo cuestionando la industria láctea tradicional. El marketing era ácido pero consciente y respetuoso, buscaba mover las mentes de los consumidores de los productos lácteos tradicionales.

En tercer lugar, bajo el liderazgo de Ohlsson, Oatly comenzó a expandirse internacionalmente, ingresando a nuevos mercados como Estados Unidos y Europa. La compañía también se asoció con cafeterías de especialidad para ofrecer su leche de avena a los consumidores. A mediados de la década de 2010, varias tendencias convergieron para impulsar el crecimiento de Oatly. La creciente preocupación por la salud y el bienestar llevó a un mayor interés en las alternativas vegetales. Los consumidores se volvieron más conscientes del impacto ambiental de la industria láctea y buscaron opciones más sostenibles.

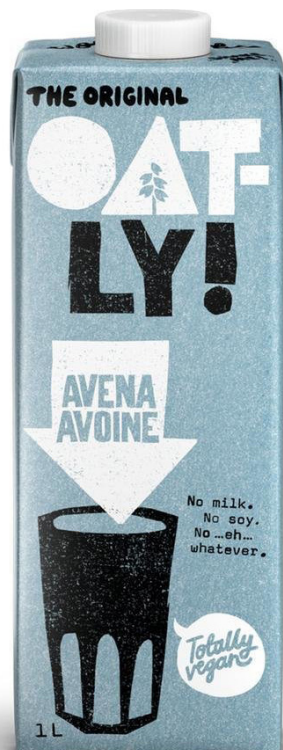
La leche de avena, con su perfil nutricional favorable y su menor impacto ambiental en comparación con la leche de vaca, se convirtió en la favorita de muchos consumidores. Las campañas publicitarias ingeniosas de Oatly también ayudaron a generar conciencia de marca y a posicionar a la compañía como una opción innovadora y sostenible. A finales de la década de 2010, Oatly experimentó un crecimiento exponencial. Las celebridades comenzaron a promocionar la leche de avena, y los minoristas aumentaron el espacio en sus estantes para los productos Oatly. La compañía abrió nuevas fábricas para satisfacer

la creciente demanda y se convirtió en una de las marcas de leche de avena más populares del mundo.

Si bien la leche de avena es el producto estrella de Oatly, la compañía continúa innovando y desarrollando nuevos productos a base de avena. Su línea actual incluye bebidas de café con leche de avena, yogures, helados y productos para untar. Oatly también está explorando formas de utilizar la avena en otros productos alimenticios. El futuro de Oatly parece brillante. La demanda de alternativas vegetales sigue creciendo, y la compañía está bien posicionada para aprovechar esta tendencia.

POR: RICARDO DAVILA SANTAMARINA

**MILK
FOR
S.**



**Inmobiliaria Howard &
Wayman, SA de CV.**

AFORE PARA TUS HIJOS ¿CONVIENE INVERTIR EN ÉL?

POR: JESSICA DEL BOSQUE



La relación que tenemos con el dinero está determinada por diversos factores, pero sin lugar a dudas uno de los más significativos es el que aprendemos de nuestros padres, pues es a través de ellos que construimos nuestras primeras nociones sobre la importancia que tiene y para qué sirve. No es que el dinero por sí sólo sea valioso sino por lo que podemos obtener gracias él: tiempo de calidad con nuestra familia, estabilidad económica, un estilo de vida digno... Por esta razón es tan importante que los padres de familia eduquen desde una edad temprana a sus hijos a administrarse responsablemente.

Esto no significa que debemos obligarlos a ahorrar todas sus mesadas, sino más bien a darles un ejemplo de una forma equilibrada de administrarse para que ellos tomen sus propias decisiones de forma inteligente. Las crisis económicas, que son los titulares en las noticias diarias deben ser el parteaguas que nos haga poner manos a la obra para asegurar nuestra tranquilidad económica en el futuro.

Existen muchas formas de hacer crecer nuestro capital a modo de asegurar nuestra estabilidad financiera, y una de estas opciones que, a la par nos ayuda educar a nuestros hijos sobre la importancia de tomar decisiones sobre su economía, es a través de la inversión de un Afore. Si bien no vivimos en los tiempos de nuestros abuelos, para contar con las mismas prestaciones laborales, esto no es una excusa para no crear un fondo de ahorro que nos permita tener un retiro digno. Pero ¿cómo funciona y que beneficios podemos obtener de éste?

Los afores, son entidades financieras destinadas a administrar el capital de los trabajadores para su retiro, éstos se manejan por la inversión de los recursos para hacer crecer el dinero y poder asegurar una pensión cuando sea el momento de retirarse. Actualmente diversas instituciones ofrecen opciones para que puedas invertir en un Afore para tus hijos.

La dinámica para hacer uso de esta herramienta es que los padres cuenten con un afore para poder abrir una cuenta para sus hijos. En ésta ellos pueden destinar una cantidad periódica de ahorro, misma en la que los menores de edad pueden hacer sus aportaciones, con la finalidad de involucrarnos en el funcionamiento de las inversiones a largo plazo. Sin embargo, es importante considerar que estos afores para los menores estarán vinculados a las cuentas de sus padres hasta una vez que los hijos cumplan la mayoría de edad, pues en adelante podrán administrarla ellos mismos, de ahí la importancia de reforzar la cultura de ahorro y una buena relación con el dinero en general.

Uno de los beneficios, que podemos tener de estos instrumentos de administración, además de fomentar una cultura de ahorro a largo plazo, es que ellos aprendan a invertir. Además, abrir una cuenta de afore para un menor de edad también representa una ventaja, pues al iniciar este ahorro lo antes posible, significa que sus activos tendrán más tiempo para crecer y asegurar su estabilidad económica.

Otra ventaja, es el acceso que estos instrumentos te dan para diversificar el portafolio de inversiones de los activos, y por ende, obtener mejores resultados. Los afores tienen una gama muy diversa de alternativas de inversión, mismas que podemos utilizar a favor y enseñar a nuestros hijos a sacar el mayor beneficio de estas herramientas.

Cabe recalcar que, como toda inversión, supone riesgos, es imprescindible buscar asesoría para que estos peligros se aminoren y podamos obtener el mejor escenario posible utilizando esta herramienta a nuestro favor. Invertir en nuestra estabilidad económica para el futuro es una de las decisiones más inteligentes que podemos tomar para nosotros y nuestras familias.

Es importante resaltar que, a la par de que consideremos hacer una inversión de este tipo para nuestros hijos, debemos pensar igualmente en nuestra jubilación resuelta, pues una manera de ayudarlos en su futuro es también pensar en que ellos no tengan que llevar los gastos de nuestro cuidado en la vejez, es decir, hacernos cargo de nosotros mismos. Invertir en un afore para tus hijos es una herramienta que puedes heredarles para que ellos continúen en el futuro haciéndose cargo de ellos mismos, pues es de nuestro ejemplo que ellos aprenderán.

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 APRENDIZAJE AUTOMÁTICO EN FINANZAS

El Machine Learning, conocido en español como el aprendizaje automático, está transformando la industria financiera a un ritmo acelerado. Al aprovechar el poder de los algoritmos y los grandes conjuntos de datos, las instituciones financieras están obteniendo nuevas perspectivas, automatizando tareas y tomando decisiones más inteligentes. El mundo de las finanzas se encuentra en un momento de profunda transformación. La irrupción del aprendizaje automático en dicho sector ha abierto un abanico de posibilidades sin precedentes para optimizar procesos, mejorar la toma de decisiones y potenciar la experiencia del cliente.

El aprendizaje automático es una rama de la inteligencia artificial (IA) que permite a los sistemas informáticos aprender y mejorar sin ser programados explícitamente. En lugar de seguir instrucciones rígidas, los algoritmos del aprendizaje automático aprenden de los datos, identificando patrones y relaciones complejas. En el ámbito financiero, el aprendizaje automático se nutre de vastos conjuntos de datos, que incluyen transacciones históricas, datos de mercado, información de clientes y otras fuentes relevantes.

A partir de estos datos, los algoritmos del aprendizaje automático pueden identificar patrones y tendencias. El aprendizaje automático puede detectar patrones ocultos en grandes conjuntos de datos, lo que permite a las instituciones financieras comprender mejor el comportamiento del mercado, las preferencias de los clientes y los riesgos potenciales. Asimismo, los algoritmos del aprendizaje automático pueden realizar predicciones: los modelos del aprendizaje automático pueden

predecir eventos futuros, tales como: el rendimiento de las acciones, el riesgo crediticio o la probabilidad de fraude. Estas predicciones son cruciales para la toma de decisiones informadas en áreas como la inversión, la gestión de riesgos y el desarrollo de productos financieros.

Acerca de las aplicaciones del aprendizaje automático en finanzas son amplias y diversas. Sus aplicaciones abarcan prácticamente todos los aspectos de la industria. Algunos ejemplos destacados incluyen la detección de fraudes. El aprendizaje automático se utiliza para identificar patrones de comportamiento que podrían indicar actividades fraudulentas, como transacciones inusuales o solicitudes de crédito sospechosas. También, el análisis de riesgos: el aprendizaje automático se emplea para evaluar el riesgo crediticio de los prestatarios, estimar el valor de los activos y pronosticar las condiciones del mercado. Así como, la inversión algorítmica: los algoritmos del aprendizaje automático se utilizan para desarrollar estrategias de inversión automatizadas que pueden tomar decisiones de compra y venta de activos con mayor rapidez y precisión que los humanos.

Al mismo tiempo, el aprendizaje automático ofrece numerosos beneficios a las instituciones financieras. Algunos de ellos son: una mayor eficiencia ya que este tipo de aprendizaje puede automatizar tareas repetitivas y que requieren mucho tiempo, liberando a los empleados para que se centren en tareas más estratégicas. También mejora en la toma de decisiones, ya que proporciona información y análisis más precisos, lo que permite a las instituciones financieras tomar decisiones más informadas sobre

inversiones, riesgos, clientes y operaciones. Asimismo, reduce los costos operativos al automatizar tareas y mejorar la eficiencia.

Sin duda, el aprendizaje automático seguirá transformando el sector financiero en los próximos años. A medida que la tecnología continúa evolucionando y los datos se vuelven más abundantes, podemos esperar ver aún más aplicaciones innovadoras de aprendizaje automático que revolucionarán la forma en que se llevan a cabo las transacciones financieras, se gestionan los riesgos y se atiende a los clientes. Es un hecho que el aprendizaje automático se ha convertido en una herramienta indispensable para las instituciones financieras que buscan mejorar su eficiencia, tomar decisiones más informadas y ofrecer una mejor experiencia al cliente.

**POR: JOSE BENJAMIN
AGUILLON PADILLA
& ARTURO TORRES ARPI ACERO**

LA BANCA ABIERTA UNA REVOLUCIÓN DEL SECTOR FINANCIERO

**POR: MANUEL ANTONIO MUREDDU GONZALEZ
ROXANA MARTINEZ ARRAMBIDE**

En la era digital actual, la forma en que interactuamos con las finanzas está cambiando radicalmente. La industria financiera se encuentra en un momento de profunda transformación. Esta transformación está impulsada por la rápida adopción de tecnologías digitales y la creciente demanda de los consumidores por experiencias más personalizadas y centradas en sus necesidades. En este contexto, la banca abierta emerge como un paradigma innovador que redefine la forma en que las instituciones financieras interactúan con sus clientes y con el ecosistema financiero en general.

En esencia, la banca abierta es un modelo de negocio que permite el intercambio seguro de datos financieros entre instituciones financieras y proveedores de servicios externos autorizados. Este intercambio de datos financieros se logra mediante la implementación de interfaces de programación de aplicaciones, conocidas como APIs; las APIs facilitan la conexión y el intercambio de información de manera estandarizada.

En cuanto al funcionamiento de la banca abierta, este se basa en el consentimiento del cliente. Los usuarios otorgan explícitamente su permiso a un tercero autorizado para acceder a sus datos financieros, delimitando el alcance y la duración de dicho acceso. Las APIs se encargan de transmitir la información de manera segura, protegiendo la privacidad y seguridad de los datos. En ese sentido, los agentes que participan en el ecosistema de la banca abierta son: las instituciones financieras tradicionales, es decir, los bancos son los proveedores de datos, abriendo sus sistemas a través de APIs; los terceros autorizados, fintechs, startups hasta otras empresas innovadoras que utilizan las APIs para desarrollar nuevas aplicaciones y servicios financieros; y los usuarios, los clientes tienen el control total sobre sus datos, decidiendo qué información compartir y con quién.

La adopción de la banca abierta presenta una serie de beneficios tanto para los consumidores como para las instituciones financieras y el ecosistema en general. Por un lado, los beneficios para los consumidores son un mayor control sobre sus datos financieros, ya que son los clientes quienes deciden dar autorización de su uso de datos. A su vez, el acceso a una gama más amplia de productos y servicios financieros ya que la banca abierta permite la creación de aplicaciones y servicios innovadores que combinan datos de diferentes instituciones, ofreciendo a los consumidores opciones más personalizadas y convenientes. También, el acceso a experiencias bancarias más personalizadas: las instituciones financieras pueden aprovechar los datos abiertos para comprender mejor las necesidades de sus clientes y ofrecerles productos, servicios y consejos financieros más relevantes.

Por otro lado, las instituciones financieras también obtienen beneficios de la banca abierta. Entre los beneficios más destacados se encuentran: mayores oportunidades de innovación: la banca abierta abre la puerta a la creación de nuevos productos y servicios, permitiendo a las instituciones financieras explorar nuevas fuentes de ingresos y fidelizar a sus clientes. También mejora

la eficiencia operativa mediante el intercambio de datos automatizado a través de APIs reduciendo la necesidad de procesos manuales, optimizando la eficiencia operativa y reduciendo costos. Y un mayor acceso a nuevos mercados: la banca abierta permite a las instituciones financieras llegar a nuevos segmentos de clientes y expandir su presencia en el mercado.

Respecto al ecosistema financiero, también se ve beneficiado por la banca abierta. Entre los beneficios más destacados se encuentran: una mayor competencia y dinamismo, la entrada de nuevos actores al mercado financiero, impulsada por la banca abierta, fomenta la competencia y la innovación, beneficiando a los consumidores con mejores productos y precios. También una mayor promoción de la inclusión financiera: la banca abierta facilita el acceso a servicios financieros a segmentos de la población tradicionalmente excluidos del sistema financiero formal. Y, por último, una mayor eficiencia en los pagos y transferencias: el intercambio de datos entre instituciones financieras permite optimizar los procesos de pago y transferencia, reduciendo costos y tiempos de procesamiento.

No obstante, la banca abierta puede experimentar distintos desafíos y riesgos. La protección de los datos financieros es de suma importancia. Las instituciones financieras y los proveedores de servicios externos deben implementar medidas de seguridad robustas para garantizar la confidencialidad e integridad de los datos. El marco regulatorio en torno a la banca abierta aún se encuentra en desarrollo en muchos países, lo que genera incertidumbre legal y desafíos para el cumplimiento de las normas. Es fundamental educar a los consumidores sobre los beneficios y riesgos de la banca abierta para generar confianza y fomentar su adopción responsable.

La banca abierta representa un cambio radical en la forma en que las instituciones financieras operan y se relacionan con sus clientes. Si bien existen desafíos y riesgos que deben abordarse, los beneficios potenciales de la banca abierta son considerables y prometen revolucionar el panorama financiero en los años venideros. Las instituciones financieras que se adapten de manera efectiva a este nuevo paradigma estarán mejor posicionadas para prosperar en la era digital y satisfacer las necesidades de los consumidores en constante evolución.

¿SIGUE SIENDO UNA BUENA IDEA INVERTIR EN CHINA?

POR: MIRENE MARTINEZ ARRAMBIDE Y JOSE LUIS VIVEROS COVARRUVIAS

Las inversiones, son una de las formas de hacer crecer tu capital sin tener que esclavizarte a un empleo de tiempo completo. Esta estrategia consiste en generar rendimientos a través de la compra de activos cuyo valor crece con el tiempo, es decir, es una manera de hacer que tu dinero trabaje por ti. Sin embargo, a pesar de ser uno de los métodos más rentables para aumentar nuestro capital, esta conlleva riesgos a considerar, por lo que es imprescindible estar bien informados a la hora de tomar una decisión financiera de esta naturaleza. Es importante pensar en qué, cómo y cuándo invertir, pues la escena de la economía mundial ha tenido cambios dignos de consideración.

China es prueba de ello, pues su mercado es uno de los que más se ha transformado en los últimos años, luego de que la pandemia por COVID-19 afectara de manera significativa la economía de este país. Hasta hace un par de décadas, la potencia era considerada una de las apuestas más seguras para las empresas occidentales que buscaban afianzar su fortuna en este país asiático. Sin embargo, en 2023 la economía de China tuvo uno de los crecimientos más lentos, desde los 90's, fuera de la pandemia, aumentado poco más del 5%.

Este hecho ha provocado que las multinacionales se replanteen si es pertinente o no seguir invirtiendo en el gigante asiático, pues aunado al hecho de cómo la economía china ha sufrido los estragos de la crisis sanitaria, se suman las reformas económicas impuestas por el actual mandatario Xi Jinping, que están centradas en desarrollar un modelo económico más sostenible, reforzando estrategias que impulsen el consumo interno para dejar de depender de las exportaciones.

Esta dinámica, ha cambiado por completo la escena de las empresas que se han tenido que enfrentar a una competencia por reducir el costo de sus servicios y productos. Tesla, por ejemplo, perdió terreno contra su adversario chino BYD, que logró aumentar más de 20% su venta de vehículos eléctricos, mientras que la compañía del magnate, Elon Musk, disminuyó la entrega de vehículos, de su fábrica en Shanghai, más de 15% en abril de este año.

Los hábitos de consumo del pueblo chino han sufrido un cambio radical debido a las condiciones de empleo, y por lo tanto, de generar ingresos. A este hecho se

suma la crisis del sector inmobiliario y el decrecimiento de la compra y venta de activos en la bolsa de valores. Esto ha provocado que los habitantes del gigante asiático administren sus recursos de otra manera, pues la importancia de adquirir marcas reconocidas o de lujo ha pasado a segundo término, lo que ha empeorado el panorama de todas las empresas que no logran adaptarse a un mercado cada vez más competitivo

Otro ejemplo de esta feroz contienda de precios, es la que han tenido Apple y Huawei en los últimos meses. Mientras que la primera ha reducido sus ingresos en más de 6%, que equivale a una pérdida de 16mil millones de dólares, su competencia china, Huawei aumentó sus ventas más del 50% en lo que va del año, demostrando con esto que el mercado en este país se ha convertido en uno de los más competitivos y difíciles para los inversores extranjeros.

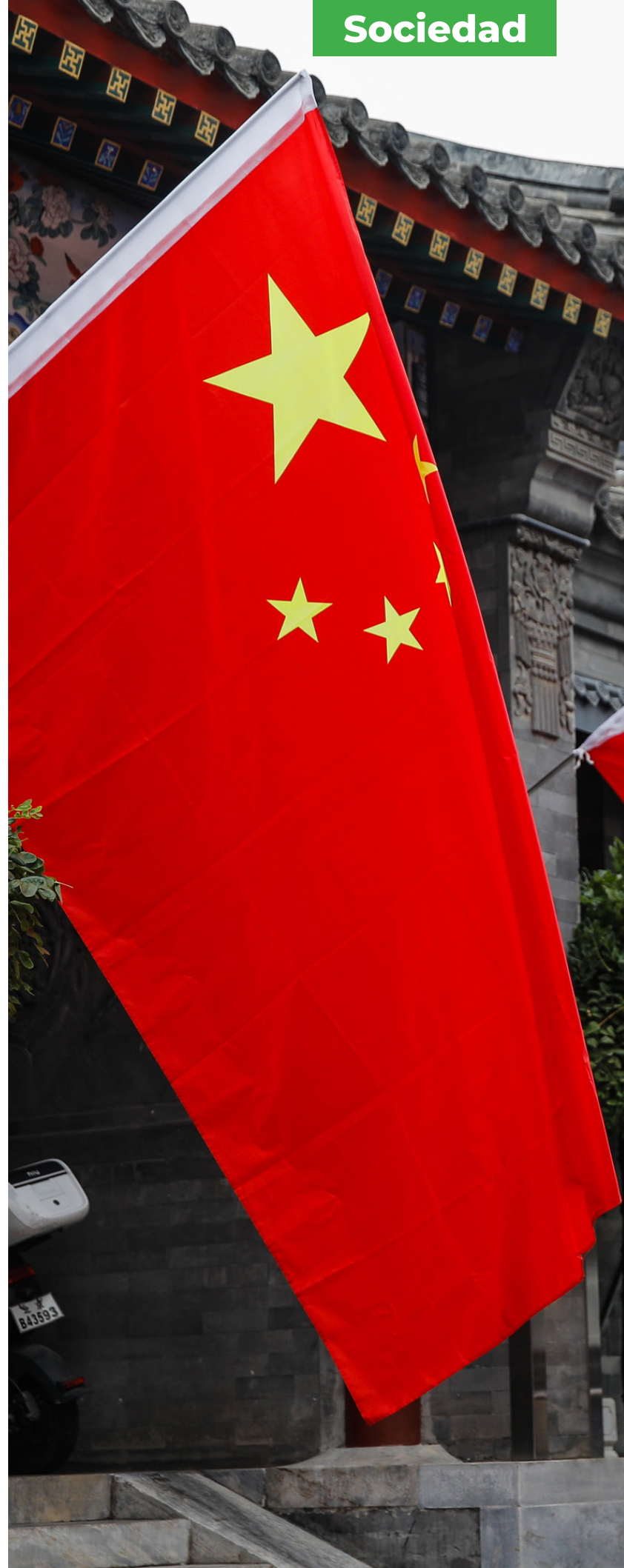
El panorama actual sobre la conveniencia de invertir en China sigue siendo un tema de debate en desarrollo, pues a pesar de la difícil época que está atravesando, su economía sigue siendo la segunda más importante



a nivel mundial. Los estadistas no esperan que la depresión de consumo de los habitantes chinos mejore pronto, sino que este se mantenga por más tiempo. Este hecho ha puesto en conflicto a los inversores que, si bien no quieren arriesgar su capital, tampoco quieren perderse de los beneficios empresariales que puede traerle a futuro mantener su apuesta por en el mercado chino, pues no hay que olvidar que con todo y sus adversidades China sigue siendo el 18% del PIB global y un tercio de la manufactura a nivel mundial.

El escenario actual sobre la pertinencia de invertir en el gigante asiático no termina de desarrollarse, las empresas extranjeras que busquen afianzarse deberán adaptarse a las nuevas reglas del mercado que les exige abaratar sus productos y servicios para mantenerse dentro de la competencia, y aunque esta pareciera ser una solución sencilla no hay que perder de vista que las compañías extranjeras siguen estando en desventaja sobre las nacionales, que no se ven en la necesidad de aumentar sus costos de operación como sí ocurre con las empresas foráneas.

Podemos decir entonces que, si bien China es una de economías más prolíficas y de mayor crecimiento, esta rentabilidad es una apuesta a largo plazo. Todas las inversiones conllevan riesgos a considerar, por ello es de vital importancia tener conocimiento del panorama en general para tomar decisiones inteligentes al respecto.



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

HAMDİ ULUKAYA: UN VISIONARIO HUMANITARIO

Hamdi Ulukaya, el magnate turco-estadounidense detrás del imperio del yogur Chobani, es mucho más que un empresario exitoso. Ulukaya es un filántropo apasionado, un defensor de los refugiados y un líder que ha redefinido el significado del capitalismo. Su viaje, desde una fábrica abandonada en el norte del estado de Nueva York hasta la cima de la industria alimentaria, está repleto de lecciones valiosas sobre la innovación social, el liderazgo con propósito y la responsabilidad empresarial frente a las crisis humanitarias.

Ulukaya nació en 1972 en Turquía. Ulukaya proviene de una familia kurda, el pueblo kurdo es la minoría étnica más grande de Oriente Próximo que no se encuentra establecida en alguna forma de estado nación propio. No obstante, Ulukaya alcanzó el éxito en la industria alimentaria, pero el camino hacia los lácteos no fue lineal. Ulukaya estudió ciencias políticas en la Universidad de Ankara y posteriormente se mudó a los Estados Unidos para estudiar una maestría en administración de empresas en la Universidad de Maryland, en el condado de Prince George.

Inicialmente, Ulukaya se enfocó en el negocio familiar del queso feta (un queso blanco muy popular en Grecia); pero un giro imprevisto lo llevó a explorar el mercado del yogur griego. En 2005, mientras viajaba por Nueva York, Ulukaya se topó con una fábrica abandonada de Kraft Foods, un conglomerado estadounidense de fabricación y procesamiento de alimentos, en el condado de Chenango. Este condado era conocido por ser un área con alto desempleo. Inspirado por una visión y un préstamo de \$5 millones de dólares, Ulukaya compró la planta y la transformó en la sede de Chobani.

Sin duda, la apuesta de Ulukaya fue audaz. En un mercado dominado por marcas tradicionales, él introdujo un producto artesanal: el yogur griego colado, que ofrecía una textura más cremosa y un mayor contenido proteínico. Pero su éxito no se basó únicamente en la calidad. Ulukaya reconoció el potencial de la comunidad local y contrató a muchos inmigrantes y refugiados, revitalizando la economía del condado. Su modelo de negocio se centró en la creación de empleo, el desarrollo de la comunidad y la inversión en prácticas sostenibles.

Ulukaya no se conformó con construir una marca exitosa. Por el contrario, se convirtió en un líder con un propósito más allá de las ganancias. En 2016, Ulukaya fundó Tent Partnership for Refugees, una organización sin fines de



lucro que une a empresas líderes para ayudar a integrar a los refugiados en el mercado laboral. Su interés por ayudar a los refugiados tiene que ver con su historia familiar kurda. Su filantropía se extiende a diversas áreas, desde la defensa de los derechos de los trabajadores hasta la promoción de la educación y la sostenibilidad ambiental.

El recorrido de Ulukaya ofrece un abanico de enseñanzas para empresarios, líderes y ciudadanos del mundo. Entre sus lecciones más audaces se rescata su sentido de innovación, ya que promueve la habilidad de identificar oportunidades en lugares inesperados y apostar por productos diferenciadores como clave para el éxito. También, nos enseña el sentido de un liderazgo con propósito, en el cual las empresas pueden ser fuerzas para el bien social, generando empleo, apoyando a la comunidad y promoviendo la sostenibilidad. Asimismo, Ulukaya nos demuestra su empatía y la inclusión que fomenta, ya que él cree que la diversidad enriquece a las empresas y las comunidades, brindando oportunidades a los inmigrantes y refugiados como un fortalecimiento del tejido social.

El liderazgo de Ulukaya es un ejemplo en tiempos de crisis. En un mundo marcado por la desigualdad y los conflictos humanitarios, la figura de Ulukaya es más relevante que nunca. Su modelo empresarial basado en la inclusión y su compromiso con los refugiados ofrecen un camino a seguir para las empresas y los líderes que buscan generar un impacto positivo en el mundo. En su libro, "Quitarse el abrigo: Cómo el negocio del yogur me enseñó sobre la comunidad, la esperanza y el poder de los refugiados" Ulukaya nos demuestra ser un ejemplo de que el éxito empresarial y el compromiso social pueden ir de la mano. Su historia inspira a soñar con un mundo donde las empresas sean agentes de cambio, generando bienestar y construyendo un futuro más justo para todos.

**POR: ALFONSO SOTO PESQUERA &
MARIA TERESA SOTO PESQUERA**

EL LIDERAZGO DE INDRA NOOYI

Indra Nooyi es una líder empresarial reconocida a nivel mundial por su trayectoria al frente de PepsiCo, empresa que lideró por más de 12 años. Nooyi nació en Madrás, India, en 1955. Su historia inspiradora y sus valiosas enseñanzas la convierten en un referente para mujeres y hombres en el ámbito empresarial y personal. Nooyi se graduó con honores en Química y Economía en la India, y luego obtuvo un máster en administración de empresas en la prestigiosa Escuela de Negocios de Yale. La carrera de Nooyi se despegó en McKinsey & Company, una consultora estratégica global que se focaliza en resolver problemas concernientes a la administración estratégica; en dicha empresa Nooyi adquirió experiencia en gestión innovación.

En 1994, Nooyi se unió a PepsiCo, donde rápidamente ascendió posiciones laborales gracias a su visión estratégica, su capacidad analítica y su liderazgo inspirador. Al asumir la dirección ejecutiva de PepsiCo en 2006, Nooyi se enfrentó a un panorama desafiante. La empresa de refrescos se encontraba estancada en diversos ámbitos empresariales, PepsiCo necesitaba modernizarse, adaptarse a las nuevas tendencias de consumo y mejorar su imagen pública. Bajo el liderazgo de Nooyi, PepsiCo se transformó en una empresa más saludable y sostenible; con un enfoque en el bienestar de sus consumidores y el cuidado del planeta.

Dentro de su gestión en los pasillos de PepsiCo, Nooyi nos dejó varias



lecciones. Una de las enseñanzas que nos compartió fue: el liderazgo con propósito, ya que Nooyi siempre enfatizó la importancia de un liderazgo donde las empresas no sólo buscan ganancias sino también un impacto positivo en la sociedad. Un claro ejemplo de dicho liderazgo fue la promoción de iniciativas para combatir la obesidad, fomentar la agricultura sostenible y empoderar a las mujeres en comunidades vulnerables.

Otra de las enseñanzas fue la importancia de la visión a largo plazo. Nooyi tenía una visión clara del futuro de PepsiCo y tomó decisiones estratégicas pensando en el largo plazo. Nooyi no se dejaba llevar por las tendencias pasajeras, sino que apostaba por la innovación y la construcción de una empresa sólida y resiliente. Asimismo, nos inculcó el empoderamiento de las personas. Nooyi creía en el poder de las personas y en la importancia de crear un ambiente de trabajo donde todos se sintieran valorados y motivados. Nooyi fomentaba la diversidad, la inclusión y el desarrollo profesional de sus empleados.

Por otra parte, Nooyi dejó claro que la adaptación al cambio es esencial para alcanzar el éxito. Nooyi entendía que el mundo empresarial está en constante cambio y que las empresas deben adaptarse para seguir siendo competitivas. Ella impulsó la innovación en PepsiCo y la adoptó de nuevas tecnologías para mantenerse a la vanguardia. Y, por último, a través de su gestión frente a PepsiCo enfatizó el compromiso con la sostenibilidad. Nooyi era una firme defensora de la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa. Implementó iniciativas para reducir la huella ambiental de PepsiCo, promover prácticas agrícolas sostenibles y apoyar a las comunidades donde opera la empresa.

Nooyi es un ejemplo de que, con trabajo duro, dedicación y una visión clara, es posible alcanzar grandes metas y tener un impacto positivo

en el mundo. Sus enseñanzas nos inspiran a perseguir nuestros sueños, liderar con propósito y contribuir a construir un futuro mejor. En su libro: "Dare to Lead: How to Move the World from Being to Doing" menciona claramente cómo concibe el liderazgo. Para Nooyi un líder es cualquier persona que asume la responsabilidad de reconocer el potencial de las personas, reconocer las ideas ajenas y que muestra tener el coraje de desarrollar ese potencial.

En definitiva, Nooyi dejó un legado imborrable en PepsiCo y en el mundo empresarial. Su liderazgo inspirador, su visión estratégica y su compromiso con el propósito la convirtieron en una figura admirada y respetada. Sus enseñanzas siguen siendo valiosas para líderes y emprendedores que buscan construir empresas exitosas y responsables. Para finalizar, Nooyi continúa siendo una voz activa en el mundo empresarial y social. Actualmente, es miembro de la junta directiva de varias empresas importantes y participa en iniciativas filantrópicas y de apoyo al liderazgo femenino.

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



URSULA VON DER LEYEN LA MUJER MÁS PODEROSA

La figura política de Ursula von der Leyen es una de las más complejas de abordar en nuestra actualidad, pues la opinión pública, dividida entre posturas ideológicas extremistas, la han puesto en medio de críticas reaccionarias que cuestionan sus valores ante diversas problemáticas. Sin embargo, este hecho no deja de apuntar a que la actual presidenta de la Comisión Europea es la mujer con más poder en Europa.

Su impecable imagen nos revela mucho sobre su educación, nació en Bruselas en 1958, hija de Ernst Albrecht el ex ministro-presidente del estado alemán Baja Sajonia y ex director general de la Comisión de Competencia. Tuvo conocimiento desde una edad temprana sobre cómo desenvolverse frente a los reflectores del espectáculo político, pues su progenitor no reparó en involucrar a su familia durante sus campañas políticas.

Sin embargo, este mismo hecho puso a la familia en condiciones vulnerables por las amenazas de terrorismo del Ejército Rojo, que los llevó a cambiar su residencia a Londres. Comenzó a estudiar las carreras de Economía y Arqueología mismas que desertó, y a su regreso a Alemania se graduó en Medicina en la escuela Hannover Medical School. Luego de esto ejerció como ginecóloga mantuvo una vida fuera de la política hasta los 45 años, después de haber formado una familia de siete hijos, junto con su esposo Heiko von der Leyen.

Siguiendo los pasos de su progenitor, Ursula expuso su vida privada y a su familia a la prensa para demostrar que una mujer no tenía que cumplir sólo un rol, podía desenvolverse perfectamente como profesional y ama de casa. Su trayectoria dentro la política comenzó con el partido Unión Demócrata Cristiana, asumiendo el cargo de ministra de familia, ancianos mujeres y juventud, y bajo este nombramiento hizo obligatoria la baja por paternidad e incentivó la creación de guarderías.

Más tarde, en 2009 obtuvo el cargo de ministra de Trabajo y Asuntos Sociales, realizando un trabajo sobresaliente respecto a la crisis financiera global. En 2013 y hasta 2019, fue nombrada ministra de defensa y se convirtió en la primera mujer en obtener este cargo en Alemania. Luego de esto, en 2019, el Consejo Europeo la lanzó como candidata para la Presidencia de la Comisión

Europea, logrando así, suceder al ex presidente, Jean Claude Juncker y por segunda ocasión, se convirtió en la primera mujer en obtener dicho nombramiento.

Bajo a este cargo, se ha enfrentado a diversas problemáticas que la han llevado a tomar decisiones de pronta respuesta, éstas han sido recibidas con reacciones polarizadas que consideran que sus estrategias son movidas con el propósito de asegurar su cargo. A pesar de lo dura que pueda ser la opinión pública, es importante señalar que el tiempo que lleva desarrollando su nombramiento, se ha tenido que enfrentar a diversas problemáticas, por ejemplo, la pandemia por COVID-19. Este fue el primer desafío que tuvo que confrontar y su estrategia para lograrlo fue muy bien recibida.

La pandemia la llevó a demostrar sus habilidades como gestora, pues desarrolló un plan de más de 90 millones diseñado para mantener los empleos durante periodo de confinamiento, durante este tiempo se encargó de que se gestaran nuevas normas que ayudaran a mejorar las condiciones de los trabajadores en plataformas en línea, asegurándoles salarios dignos que disminuyeran el impacto en la economía de las personas.

Otra de sus iniciativas mejor recibidas, pero también, más criticadas, es el "Pacto Verde Europeo", el propósito de este proyecto es que Europa se convierta, para el año 2050, en el primer continente con neutralidad climática. Esta iniciativa, ambiciosa de por sí en un mundo gobernado por el consumismo, fue bien recibida, pues la búsqueda de desarrollar un modelo económico sostenible y sustentable podría ser un referente para el resto del mundo. Sin embargo, el lento avance de este pacto hace que muchos se cuestionen su compromiso con la causa pues hay quienes señalan que esta iniciativa sólo se trató de una estrategia para ganar la simpatía de la izquierda.

Aunado a estos proyectos se encuentran: la Reforma del Sistema de Migración y Asilo, cuyo objetivo es brindar apoyo a los migrantes de manera más equitativa; el Plan de Recuperación para Europa, que busca aminorar los daños económicos que trajo la pandemia apostando por un modelo económico digital y sostenible para el medio ambiente; y el apoyo financiero a Ucrania por la invasión rusa.

Ursula von der Leyen: La primera presidenta de Europa

Si bien la opinión de las posturas extremistas le reprocha a Ursula von der Leyen su falta de posicionamiento entre la izquierda y la derecha, es innegable que la presidenta de Comisión Europea está dejando huella no sólo por llevar una política que no está determinada por una ideología violenta, sino que busca adaptarse a las

necesidades de la actualidad, pero además por la ser la primera mujer en ostentar este cargo de una forma sin precedentes. Es cierto que los proyectos de la presidenta del Comité Europeo son ambiciosos, y es por esto que seguirán siendo un referente digno de estudio en nuestra

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



XI JINPING Y SU ESTRATEGIA PARA CONVERTIR A CHINA EN UNA SUPERPOTENCIA

Uno de los personajes más controversiales, en la escena política actual, es Xi Jinping, el mandatario chino que ha sido reelegido por tercera ocasión y a quien han comparado con el ex líder Mao Zedong. Y es que, durante su gobierno, ha realizado diversas estrategias con el objetivo de afianzar el poder de la potencia que lidera, pero éstas mismas lo han puesto bajo el escudriño del ojo público mundial que cuestiona las intenciones y métodos que está realizando para lograrlo.

Su relación dentro de la política comenzó desde una edad temprana, su padre Xi Zhongxun fue un líder guerrillero que en 1949 se convirtió en vice primer ministro tras la conformación de la República Popular China, sin embargo, años más tarde, su figura se vio afectada pasando de ser uno de los líderes comunistas chinos más destacados, a ser considerado un traicionero con la llegada de la Revolución Cultural. Luego de este cambio de perspectiva, sobre su figura política, su familia sufrió las consecuencias, pues su hijo Xi Jinping tuvo que realizar trabajos forzados.

Su intento por liberarse lo llevaron a huir a Pekín, donde su madre, Qi Xin, lo entregó a las autoridades convirtiéndose en un delincuente, y si bien esta etapa de su vida fue difícil, años más tarde consiguió entrar en la Universidad Tsinghua en la carrera de Ingeniería Química, donde también cursó el doctorado en educación ideológica y política. La inserción de Xi Jinping en el Partido Comunista de China (PCCh), en 1974, lo llevó a escalar rápidamente de rango por ser uno de los administradores más sobresalientes, obteniendo el nombramiento de secretario del PCCh de Zhejiang en 2000, y más tarde de Shanghai en 2007. Este mismo año se convirtió en miembro del Comité Permanente del Buró Político del Comité del PCCh, y tan sólo un año después fue nombrado vicepresidente de la República Popular China; tras su éxito, en 2013, logró obtener el cargo de presidente.

Su liderazgo, desde entonces, ha estado marcado por una postura firme en política exterior e interior que ha generado controversia. Una de las reformas que ha tenido mejor recibimiento, por parte del pueblo chino, fue su campaña anticorrupción en la que funcionarios de bajo y alto rango fueron enjuiciados y condenados. Esta cacería anticorrupción es vista como una de las estrategias del mandatario de





consolidar la popularidad e influencia del Partido Comunista de China.

Por otro lado, en materia de economía, Xi Jinping ha realizado ambiciosos proyectos con el propósito de impulsar la economía de China y afianzar su poder en la economía global, desde una visión sostenible y de alta calidad. Bajo su mandato, se ha priorizado el impulso del consumo interno, para reducir el valor de las exportaciones; también ha promovido la industria tecnológica con una de sus iniciativas más destacadas: "Made in China 2025". Este proyecto busca posicionar al país como líder mundial en energía renovable, inteligencia artificial y robótica. Otra de sus iniciativas más sobresalientes, por la magnitud del proyecto, es la creación de la "Nueva ruta de seda", que consiste en conectar al país a través de la vía marítima y terrestre con Asia, África y Europa, con la finalidad de impulsar el comercio.

Sin embargo, a pesar de lograr afianzar, a través de la transparencia, la popularidad del PCCh, ha recibido críticas por centralizar el poder, pues actualmente es considerado uno de los hombres más influyentes del mundo, no sólo por liderar una de las potencias mundiales, sino también por lograr incluir dentro de su constitución el "pensamiento de Xi Jinping". Éste consta de 14 ideales políticos en los que se resaltan los principios comunistas, y se agrupan en 4 ideas centrales que son: la autoridad del partido sobre el ejército; la inserción de un modelo económico equilibrado; la coexistencia sostenible entre el hombre y la naturaleza; y la reunificación nacional.

Y si bien estas propuestas buscan refirmar el poder de esta potencia mundial, con el objetivo de convertirla en superpotencia, las prácticas de Xi Jinping lo han puesto en la mira como un opresor de la libertad de expresión y detractor de los derechos humanos. Esto se debe a una serie de reformas que ha llevado a cabo durante su mandato, tales como: disolver el límite del mandato presidencial; promover el culto a la personalidad; y a creación de una campaña de depuración ideológica, en busca reafirmar la permanencia del partido a través de la opresión a la oposición política, censurando los medios de comunicación que no promuevan una ideología socialista y nacionalista.

A la luz de todos los proyectos de Xi Jinping, por convertir a China en una superpotencia, quedan expuestos los métodos de un gobierno autoritario que sigue siendo tema de conversación y continuará así para futuras generaciones. Si bien es cierto que la opinión se encuentra dividida sobre su forma de liderar, es un hecho que su pensamiento seguirá trascendiendo no sólo en la historia de China sino en todo el mundo.

**POR: RICARDO CHARUR GONZALEZ,
MARCOS RAMIREZ ACEVEDO &
ESTEBAN GONZALEZ GOYENECHÉ**

CÓMO CRIAR HIJOS EXITOSOS

Cuando hablamos de tener hijos triunfadores nos referimos a que crezcan sabiendo quiénes son, que puedan salir adelante, que tengan autoestima, que posean resiliencia y se sientan felices con lo que son y lo que han buscado y conquistado.

Para muchos padres, es necesario dominar y estar sobre los hijos en cada proceso para asegurar que tomarán el camino correcto. Sin embargo, esto lo único que hace es que se desarrolle en ellos un sentimiento de incapacidad, que su autoestima se vea afectada y se vuelvan inseguros.

Lo que nunca debemos olvidar como padres es que nada enseña más que el ejemplo que podemos darles. Si queremos hijos lectores, lo mejor que podemos hacer es leer nosotros. Si queremos que sean fuertes debemos vivir con fortaleza, si soñamos con que sean perseverantes y disciplinados, nosotros debemos serlo y permitir que observen y lo reflexionen. Todo lo que los padres sean se convierte en aprendizajes, buenos o no tan buenos, que están absorbiendo. Las acciones hablan más que las palabras, los sermones y los discursos.

El apoyo en lo que ELLOS desean lograr es muy importante. A veces se comete el error de que son los padres quienes decidimos qué deben estudiar, dónde y de qué manera, sin escuchar lo que ellos aman o sueñan. A final de cuentas, es su vida, y lo que decidan ser es la manera en la que van a vivir siempre. Obligarlos a tomar un camino que no es lo que les gusta los llevará a tener una vida mediocre. En cambio, apoyarlos en sus anhelos es darles la mano a que lleven una vida con pasión y amor.

Impulsamos a los hijos a que continúen con la práctica profesional que por tradición sigue la familia, o a que estudien lo que a nuestro parecer es una carrera de prestigio, pero que los llevará a una vida profesionalista frustrante y mediocre. El mejor éxito consiste en llegar a donde hemos soñado. Los hijos tienen sus propias metas. Otro error es cargar en la consciencia de los hijos nuestras frustraciones y renunciaciones, hacerlos responsables de ello.

Un hogar en el que hay hijos que crecen confiando en sus padres, es un hogar exitoso. Donde no hay imposiciones, gritos, violencia o indiferencia. Escuchar a los hijos,

sentirse interesado por lo que les pasa, saber callar cuando nos cuentan sus dudas para no decirles lo que TIENEN que hacer. Permitirles que tomen sus propias decisiones y se hagan cargo de las consecuencias es una gran lección de vida, así como conversar con ellos para sacar a la luz ¿qué aprendieron de la experiencia? Si no les permitimos que tomen malas decisiones, se frustrarán fácilmente y cómo podrían aprender.

Como padres, debemos explicar todo lo que deseamos con firmeza y decirles las razones para que ellos comprendan que no es un mandato dictatorial, sino que en realidad tiene un sentido y un porqué.

La crianza exitosa se basa en conversaciones a solas con los hijos, de uno en uno, si son varios. Es decir, darse un tiempo para sentarse y escuchar lo que tiene que contar sin la intervención de sus otros hermanos o de personas



externas. Esos ratos de acercamiento lo son todo, y se vuelven incluso memorables. A menudo se recuerdan con cariño y nostalgia. De ahí nacen las mejores conversaciones.

Lo mismo aplica cuando hay que regañarlos. Mostrarles sus errores ante los demás es avergonzarlos y crear una competencia entre ellos; esto de ninguna manera ayudará. Pero hacerlo en privado puede hacer que algo que no fue positivo se convierta en una enseñanza y en un cambio de actitud.

Cuando se propician conversaciones en familia, es una buena oportunidad para crear "debates" de algún tema, proponerles, escucharlos, impulsarlos a que manifiesten sus puntos de vista. ¿Qué opinan de esto?, ¿ustedes qué habrían hecho?, ¿y si pasa esto otro?, ¿por qué crees esto? De esta manera los ayudamos a que razonen, a que el cerebro se fortalezca y se vuelva más crítico y hábil al tomar decisiones.

Ver películas que tienen un mensaje con los hijos es muy nutritivo para todos porque se puede conversar sobre lo sucedido, tomando en cuenta que aunque pertenezcamos a la misma familia todos tenemos una personalidad y somos distintos, por lo que es una gran oportunidad para conocerlos, reconocerlos y permitirles comprenderse y aprender unos a otros.

Incluir a los hijos en las decisiones, así sea para actividades tan básicas como decidir qué comer o qué marca de leche comprar. Invitarlos a pensar, suele ser la mejor táctica para ayudarlos a desarrollar su cerebro y su capacidad reflexiva.

El ambiente en el que viven en casa es imprescindible. Si los padres se pelean constantemente, los hijos son ignorados y el ambiente familiar es poco favorable, crecerán normalizando el conflicto. Si, por el contrario, viven con padres que trabajan todo el día y les dan todo lo que piden con facilidad, estarán criando hijos débiles, incapaces de luchar por lo que quieren.

La clave es luchar por ser siempre el mejor ejemplo para ellos. En la medida en que lo logremos, estaremos creando hijos exitosos que el día de mañana serán líderes positivos, y especialmente, mejores personas.

POR: POR: MAYRA ALEJANDRA CRISTANCHO SIERRA



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

CUERPO NUTRIDO PRODUCTIVIDAD SEGURA

POR: GERARDO ALFREDO RODRÍGUEZ ORTIZ

Sabemos que el desayuno es básico para el rendimiento de nuestra jornada, sin embargo, son más las personas que lo omiten que las que realmente se preocupan por no salir de casa con el estómago vacío.

Las madres suelen dar esa recomendación a sus hijos, y los obligan a que por lo menos se tomen un vaso de leche antes de salir. No es un capricho, ni una imposición. Es una realidad que quienes no desayunan están faltos de energía, se desconcentran, sufren de dolores de cabeza, se sienten fatigados la mayor parte del día. Por lo que, sí, la nutrición irremediablemente está ligada a la productividad.

Obviamente, la peor de las ideas es no desayunar y trabajar varias horas con el estómago vacío. La organización es vital para mantenernos sanos y equilibrados, por lo que se requiere hacer una administración del tiempo para tener los alimentos listos desde la primera hora del día.

También están aquellos que desayunan en demasía o con comida poco nutritiva, y en este caso, también hay una afectación en la productividad. Los alimentos son el combustible del rendimiento, la concentración, el pensamiento crítico y la toma de decisiones.

Sabemos que el café es capaz de llenarnos de energía y mantenernos despiertos, por lo que hay quienes solamente toman esta bebida como desayuno o que la ingieren constantemente. Sí, el café brinda un poco más de energía, es una bebida social, puede darle chispa a nuestra creatividad, pero el consumo de cafeína debe ser moderada, no más de cuatro tazas de café al día. El exceso de cafeína aumenta la frecuencia cardiaca, suma a la irritabilidad, afecta la concentración... y termina perjudicando más que ayudando en nuestro rendimiento. Por otro lado, nos impide dormir y eso afecta el desempeño del día siguiente.

El café inhibe el apetito, y al sustituirlo por alimentos, se está afectando el sistema digestivo y sus procesos. El exceso de grasas y de azúcares hacen más pesada la digestión, afectando la productividad. Para que el desayuno realmente sea un combustible, debe contener frutas, verduras y cereales integrales.

Es importante recordar que las pastas blancas, el arroz, las carnes rojas, margarinas y embutidos ralentizan la digestión. La comida rápida, que además es más barata, es abundante en ello, y, por lo tanto, puede sumar al estrés, a la baja nutrición, al mal humor, a la inflamación y al cansancio. Los alimentos procesados tienen menor fibra, y características naturales, luego los adicionan con sustitutos que también son dañinos.





Además, es necesario tomar en cuenta que a lo largo de la jornada hay cosas que salen de nuestro control, como el número de horas que se laboran cuando se es emprendedor y hay que sacar adelante el negocio, las demandas de horario cuando hay algo urgente, el estrés propio de la actividad que se realiza. Muchas veces esto termina invadiendo también los fines de semana. Y el daño se profundiza.

No solo el trabajo trae consigo estrés, sino también los hábitos, la rutina que llevamos a cabo, los conflictos con los que estemos lidiando. Por lo que hay que definir qué es lo que nos causa el estrés para poder combatirlo.

Los hábitos hacen la diferencia, y nos obligan a practicar la fuerza mental. Así que para volver nuestro día productivo hay ciertos pasos necesarios relacionados con esta fuerza vital. Habrá cosas que deberemos cortar de raíz, y otras que requieren un cambio gradual, porque eliminarlas de tajo implica generar más estrés todavía.

Las prohibiciones en sí mismas generan rebeldía y angustia. Por lo que es necesario comenzar con un enfoque distinto, no ver las cosas como un castigo, sino como una elección que hemos hecho en bien de nuestra salud. Y también que esa decisión de cambio venga desde adentro, que realmente nos sintamos comprometidos a mantener la fuerza de voluntad.

El secreto es saber cuándo reducir, cuándo disminuir, cuándo reemplazar y cuándo eliminar. Por ejemplo, se pueden cambiar algunas tazas de café por té, que es relajante, y así no sentiremos que nos han arrebatado ese placer, sino que podemos seguir tomando esta taza de café temprana y después saborear un aromático té. Es importante que la manera en la que organicemos estos cambios vaya de acuerdo a nuestra personalidad y preferencias, nuestro organismo y nuestros niveles.

El sueño es un factor fundamental; junto a la alimentación, ayuda a que esa productividad sea efectiva. Van de la mano uno y otro. Cuando el trabajo es tanto que no contamos con ocho horas libres para descansar, ayudan esas pequeñas siestas de 10 o 15 minutos cuando hay oportunidad. Hay que tratar de que no se rebasen los 15 o 20 minutos, porque si no, se corre el riesgo de despertar más cansados. Los ejercicios de respiración y la meditación también contribuyen mucho a tranquilizar la mente.

Después, tratar de adquirir el hábito de comenzar el día laboral con lo más difícil, con aquello que nos cuesta más trabajo o que requiere de mayor energía y concentración.

El éxito no solo tiene qué ver con procesos de administración. Es un todo integral que no solamente incluye a la mente y al intelecto, sino al cuerpo entero, especialmente en cuanto a los hábitos y la nutrición.

EL ÉXITO DE LOS INTROVERTIDOS LA FASCINACIÓN QUE E

A pesar de que este mundo parece ser dominado por los extrovertidos, y que incluso en el camino de la profesionalización muchas veces hay que someterse a exámenes orales o dictar conferencias y disertaciones que son muy bien valoradas por los jueces si el desempeño del orador es espontáneo, libre, con chispa... una de cada tres personas suelen ser introvertidas.

Además, resulta que ese grupo "gris" de introvertidos no es tan gris, ni tan poco incapaz de sobresalir. Cuidado con los introvertidos, porque su poder es enorme.

Aunque el término introversión no existe como tal en la ciencia, Carl Jung lo define como una característica de quien busca la energía en su interior; mientras que la extroversión, por supuesto, es lo contrario, y se buscan las respuestas en el exterior. No es un padecimiento, ni una característica especial; tanto la introversión como la extroversión son espectros con una infinidad de variantes en medios.

Algunos son introvertidos en algunas situaciones o con determinadas personas, y extrovertidos en otros escenarios, porque ambas características están presentes en la persona. No hay alguien cien por ciento extrovertido o introvertido, pero sí existen quienes son ambivertidos, es decir, que en ellos hay un equilibrio 50/50 de extroversión e introversión. ¿Qué determina esto? La genética.

Las personas calladas, reflexivas, que transitan por la vida observando todo y que además tienen templanza, no están tan fuera de las posibilidades. Mientras los demás hacen vida social, beben, son populares y hablan con todo el mundo, ellos están imaginando, desmenuzando sus ideas, están concentrados en sí mismos, recargando pilas y conviviendo con su interior.

No es que sean tímidos ni abstraídos, es que están seguros de lo que son y no necesitan forzosamente estar rodeados de personas para sentir seguridad y bienestar. Nadie es cien por ciento extrovertido o introvertido; todos tenemos un porcentaje de uno y otro lado, un espectro que domina más que el otro.

Se ha demostrado que en grupo las ideas se mimetizan con las de quien lleva la batuta; en cambio, cuando uno mismo contrasta interiormente sus ideas, se fortalece la seguridad. Así es que cuando un introvertido decide exponer sus ideas ante un público, es más escuchado porque normalmente despiertan la curiosidad en los demás. ¿Qué piensa?, ¿qué opina?, ¿qué le gusta? Y si está exponiéndose es porque le importa tanto la causa que persigue que sale de su zona de confort.

Suelen tener más profundidad en todos los aspectos: con los amigos, con sus gustos, con sus ideas. Y aunque se fuerzan a hacer cosas sociales como bailar, ir a fiestas y salir de vez en cuando a lugares concurridos, porque ser introvertido no es sinónimo de ser inadaptado, simplemente lo suyo es interiorizar.

VERTIDOS Y JERCEN EN LOS DEMÁS

POR: POR: MA. VERÓNICA RAMÍREZ TORRES

Y así como muchas veces los extrovertidos disfrutan la soledad de vez en cuando, un paseo en solitario o quedarse ese viernes en casa a disfrutar una película, los introvertidos también salen de la rutina, porque es cierto también que aun cuando sea uno u otro lado el que domine, el equilibrio siempre es necesario.

Lo que para unos es sumamente fácil, para otros no lo es. Y así es en este caso también, pero no quiere decir que necesariamente se esté bien o mal. Simplemente, cada uno es como es, y cada uno de nosotros tenemos nuestra forma de entender el mundo.

Algo tan sencillo como hacer una llamada o hablar las cosas cara a cara representa un esfuerzo distinto para un introvertido que para un extrovertido. Así con todo lo demás, con la manifestación de los logros, conocer personas nuevas, o leer un libro en solitario.

Sin embargo, sin personas introvertidas no existirían algunas de las grandes producciones cinematográficas que conocemos, ni literatura que ha marcado existencias, o descubrimientos científicos que han cambiado a la humanidad, por ejemplo.

Pero, ¿cómo identificar a un introvertido o saber si nosotros mismos lo somos?

Los introvertidos evitan los entornos complejos y sorprendivos. El desgaste mental y emocional que representa la incertidumbre es muy grande. Necesitan descansar de los grupos grandes de personas, del barullo y lugares concurridos.

Necesariamente, requieren un espacio propio en el que puedan estar consigo mismos, relajados, en silencio, sin distracciones. Por esto, su círculo social es muy reducido, su perfil es bajo. Para ellos no es necesario opinar, sobre todo, o tratar de convencer a los demás de sus ideas. Con que ellos las comprendan es suficiente. Se centran en sus propias ideas, emociones, sentimientos y pensamientos.

Son prácticos, no les gusta perder tiempo decidiendo qué ponerse o armando outfits espectaculares para llamar la atención, por el contrario, su ropa es práctica, fácilmente combinable, o no.

No es lo mismo ser tímido que introvertido. A los primeros les atemoriza la gente, los segundos la evitan por elección. Los tímidos desean una vida social, pero les da miedo, se sienten incómodos, sufren por no lograr o encontrar un grupo con el cual compartir. Los introvertidos no encuentran la motivación de estas reuniones porque disfrutan su soledad.

¿Qué tan introvertido eres tú?

CONSECUENCIAS DEL MICRO-MANAGEMENT

POR: LEOPOLDO CAMPUZANO PERALES

¿Alguna vez habías oído hablar de él? El micromanagement es un estilo radical de liderazgo en el que la persona a cargo del equipo vigila de manera excesiva y detallada el trabajo de los empleados, llevándolos a una asfixia emocional y coartando su autonomía, iniciativa y creatividad.

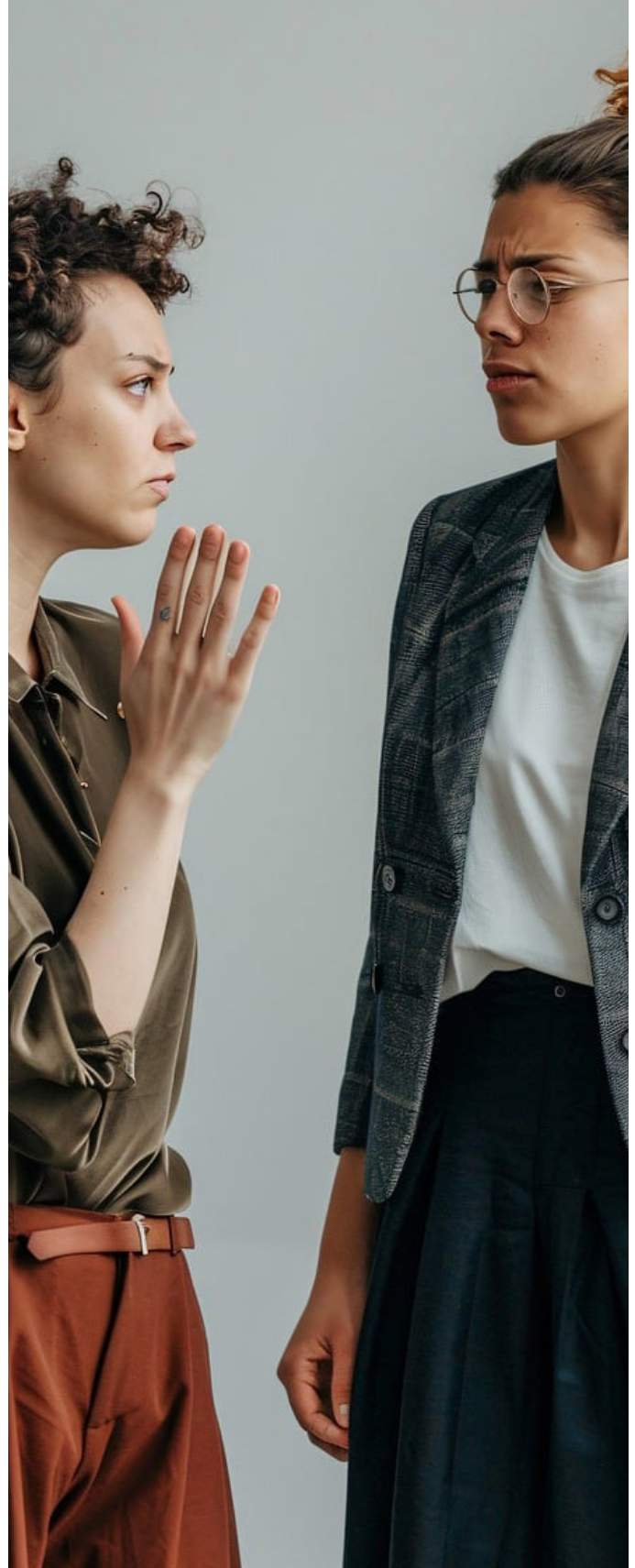
Aunque una de las funciones del líder es estar al tanto de todo lo que sucede en la empresa y con su equipo, el micromanagement trata de estar al tanto de cada mínimo detalle de lo que hace su equipo: domina el WhatsApp y está al pendiente de todas las conversaciones, aprobar todas las negociaciones, supervisar cada movimiento y acción del personal a su cargo, de tal forma que el equipo se enfoca en tener contento al jefe y no salirse de los parámetros establecidos para no sorprenderlo o incomodarlo, y de esta forma, dejan de innovar.

Con ello, el aprendizaje decrece, el descontento aumenta y la consecuencia es que también lo hace la rotación laboral. Sin mencionar que no delegan responsabilidades porque no confían en que la capacidad de los otros, por muy buenos que estos sean, pueda igualarse con la suya, por lo que también corre el riesgo de perderse en el estrés de un laberinto gigante de detalles.

Las instrucciones de un líder con micromanagement son continuas y enfáticas. Se exigen informes constantes, incluso se llegan a presentar contradicciones con las órdenes que dan desconcertando al personal. Muchas personas llegan hasta esto porque inconscientemente están continuando una cadena y basándose en la forma en la que ellos mismos han sido tratados por anteriores jefes. No por ello, deja de ser un comportamiento tóxico.

La imagen del jefe detrás del escritorio ordenando, aprobando y desaprobando acciones y mostrándole a su personal que es tan incapaz de hacer las cosas que el jefe se ve obligado a hacer el trabajo por ellos, corresponde a este entorno. Además, es abrumador entregar a tiempo y con ideas frescas cuando el trabajo se tiene que interrumpir constantemente para rendir informes y someterse a escrutinios innecesarios.

Si bien, hay detalles que nunca se deben descuidar en los procesos, esto solo es en cuanto a áreas claves, como marketing, por ejemplo. Quizá sea válido estar al pendiente de cada detalle en proyectos pequeños que dan para eso, pero si lo que se desea es escalar hay que generar un equipo que crezca a la par y se sienta con la confianza de tomar decisiones por el bien del proyecto.



Este modo de liderazgo trae consecuencias sumamente negativas tanto para el empleado como para la organización. Los primeros caen en la desmotivación, la frustración, se daña su autoestima, la carga laboral se vuelve sumamente pesada. Dejan de sentirse orgullosos de formar parte de la compañía, y, por el contrario, experimentan una sensación de encierro, se sienten devaluados y sin posibilidades de crecimiento.

Por su parte, el líder en estas condiciones se enfrenta a la soledad, a cargas de trabajo enormes que ellos mismos alimentan, a la resistencia de su equipo, el estrés lo tiene por triplicado porque no solo es el trabajo de todo un equipo lo que lleva sobre los hombros, sino también sus propias obligaciones.

No puede haber grandes resultados si las personas no cuentan con todos los recursos para realizar sus labores. Capacitación, monetarios, herramientas, asesorías semanales de seguimiento para estar comunicados y tener claridad sobre lo que se debe hacer escrupulosamente conforme a lo establecido, y aquello en lo que sí se puede tener mayor libertad de acción. No hay que olvidar que en el feedback se debe mencionar también lo que la persona ha hecho bien, y no solo centrarse en lo negativo; nadie es perfecto y errores siempre va a haber.

Para evitar caer en las redes del micromanagement y sus efectos adversos es muy importante centrarse en cosas concretas, en números, es decir, establecer objetivos claros para cada persona. Si determinamos qué es lo que esperamos de cada elemento para el proyecto en curso y solo vigilamos que vaya alcanzando esas metas permitiéndole libertad de acción, solo habría intervenciones si observamos que está teniendo dificultades para alcanzar la meta, y sería solo para aconsejarle y redirigirlo.

El control normal en la supervisión del trabajo es tener un máximo de tres comunicaciones por mail, una reunión y una llamada a la semana. Más allá de esto ya es invasión y exceso.

De la misma manera, las auditorias deben basarse en un máximo de tres propuestas elegidas aleatoriamente y analizarlas por mes. Con tres es posible tener una visión panorámica acerca de si el trabajo se está realizando bien o hay fallas en los procesos. No es necesario hacer un análisis detallado de todo, pues esto también afecta la productividad, aumenta el estrés y enrarece el clima laboral. La empresa pierde calidad y eficiencia en el trabajo, se ralentizan los procesos, hay una merma en recursos y tiempo y la imagen corporativa se daña.

El liderazgo, para que sea positivo, siempre debe estar basado en la confianza, el respeto, la delegación y la retroalimentación. Sus objetivos son claros, comunica a su equipo las expectativas que tiene en ellos y les hace saber sus criterios de evaluación. Sabe gestionar y poner al alcance los recursos necesarios para la realización del trabajo, promueve la participación de los demás, reconoce el esfuerzo y logro de los empleados. Le gusta estimular el aprendizaje y desarrollo profesional y, ante todo, respeta las opiniones y capacidad de su gente.

Hoy, el liderazgo se centra en las personas, la cultura de las organizaciones ha cambiado y, por el contrario, lo que se busca es impulsar el desarrollo de cada uno de los elementos del equipo respetando las funciones de cada quien.



LA FALACIA DE LOS LUNES

POR: JAIRO ARTURO CASTAÑEDA TREJO

Constantemente acondicionamos nuestra mente y nuestros pensamientos a ideas que tomamos como verdaderas. Una de ellas es la de los lunes. Que el lunes sea o no un buen día depende de nosotros, de la elección que hagamos a la hora de pensar en él.

Tomamos el fin de semana como la meta a alcanzar después de las jornadas de cinco o seis días. Nos preparamos para descansar, salir de fiesta, convivir con la familia, ir de viaje o quedarnos en casa. Así que cuando la tarde del domingo llega a su fin, es como si un bulto pesado cayera encima de nosotros para recordarnos que hay que preparar la comida de la semana, dejar lista la ropa para el trabajo, dormir temprano y prepararnos para todo un paquete de nuevos días hasta el siguiente fin.

Este miedo a los lunes es conocido como el síndrome del domingo por la tarde, porque es el momento en el que llega la apatía, la tristeza, la ansiedad por el impacto del lunes y lo que implica: compañeros, jefe, tensión. Especialmente cuando no nos gusta lo que hacemos. Es algo que les ocurre a más personas de las que puedes imaginar. Y aunque es una actitud inconsciente, es posible combatirlo.

Los pensamientos de fatalidad con respecto a los lunes hacen que nuestros movimientos sean erróneos y que el estado de ánimo se afecte. Los domingos por la tarde se deben disfrutar concentrándose en lo que estamos haciendo en esos momentos en vez de sufrir, porque en unas horas ya será lunes. De esta manera, solo estamos arruinando el tiempo libre que tenemos y haciendo del domingo un espacio desaprovechado. Sufrimos arruinando nuestros domingos, a pesar de que los lunes constituyen una séptima parte de nuestra vida, por lo que al odiarlos estamos al mismo tiempo odiándonos.

Entonces, ¿qué sucedería si, en vez de renegar de los lunes, nos decimos que es un gran día porque significa que tenemos trabajo, que el trabajo es el que nos permite cubrir las necesidades básicas que tenemos? Gracias a que laboramos podemos tomar vacaciones, pagar cuentas y hasta el alquiler del lugar en el que vivimos. ¿Cuáles son los motivos por los que estamos en ese trabajo?, ¿por qué elegimos estar ahí?, ¿qué pasaría si no tuviéramos ese empleo?

El mejor ejemplo de que nuestra mente en positivo es efectiva es poner atención a lo que sucede los viernes,





cuando el ánimo es totalmente el contrario al que tenemos domingo por la tarde. Nos sentimos contentos porque terminó una semana laboral, llegamos con una buena actitud al trabajo, y, sin embargo, es uno de los días en los que más presión y trabajo hay, porque necesitamos dejar todo listo y cerrado para no tener pendientes el fin de semana. Sin embargo, nadie le teme a los viernes, no se siente la presión o la carga, porque la mente está centrada en que es viernes... el gran día. Aun cuando no haya planes de salir a ninguna parte y vayamos religiosamente a casa como siempre.

Por curioso que parezca, muchas veces la aversión a los lunes se genera porque no sabemos cómo estructurar el tiempo los fines de semana, no logramos organizar nuestras horas libres. Por lo que ayudaría tener un plan flexible de acciones a realizar estos días.

Si en lugar de ver el lunes como algo desagradable, pensamos en aquello que más nos agrada del trabajo, planeamos nuestra semana con optimismo y nos entusiasmos por las reuniones que se tendrán, con qué personas serán, las cosas nuevas que vamos a vivir, el panorama sería muy distinto.

Es importante resetear la mente y adaptarla a lo positivo, siempre. Y pensar en el viernes y en el lunes como días con sus propias circunstancias. Programarnos para ver lo que tenemos y no lo que nos falta. Analizar tanto lo negativo como lo positivo y desde ahí tomar decisiones ayuda incluso a tener una mejor salud física. En cambio, ver solo lo negativo y desde ahí tomar decisiones tiene muchos efectos adversos en todos los sentidos.

Cada uno elige cómo vive, cómo gestiona lo que vive, y cómo lo enfrenta. Se puede ir por la vida sufriendo, o siendo resiliente. El lunes tiene muchas cosas positivas y muchas veces, al estar en medio de la jornada, nos damos cuenta de que en realidad estamos teniendo un buen día y fue mucho más lo que sufrimos a consecuencia.

Por ello, es importante saber vivir el presente para disfrutar el tiempo, cada minuto del domingo. En vez de centrarnos en que el domingo está terminando, es bueno practicar actividades de mindfulness, o establecer rutinas relajantes dedicando ese tiempo a uno mismo: escuchar música, leer un libro, ver una película, dar una caminata vespertina. En fin, las posibilidades son infinitas.

Si, además, esta rutina la extendemos a cada día de la semana, será de mayor provecho, aunque sean solo 30 minutos desconectados del trabajo, solo disfrutando del presente.

En cuanto a la empresa, las actitudes negativas con respecto al lunes afectan seriamente la productividad, y si la empresa tiene problemas, el empleo está en riesgo. De ahí la importancia de encontrar eso que amamos en nuestro trabajo, que lo realicemos con gusto y que no sea solo una obligación o que estemos ahí solo por el pago. Y si esta es la razón que nos mantiene en esa empresa, quizá sea una excelente motivación para buscar un empleo mejor.

Cada uno de nosotros tiene el poder de elegir los lunes que desea tener en su vida.

LÍDERES DE ALTO DESEMPEÑO

EL METTALIDERAZGO A LA ALZA

POR: ISABEL DUARTE MORALES

El liderazgo siempre ha sido importante; influir en uno mismo y en los demás para motivarlos e impulsarlos a alcanzar los resultados deseados es el objetivo primordial. Mettaliderar es estar a la cabeza de un grupo para llegar al corazón, motivar acción y obtener resultados. Para lograrlo es necesaria la conexión del ser humano con el ser humano. La falta de liderazgo, como sabemos, lleva al caos.

El mettaliderazgo es un paradigma relativamente nuevo que aboga por líderes más cercanos, que no solamente imponen, sino que van más allá de lo físico y del liderazgo para sacar la mejor versión de sí mismos y de los demás hasta lograr formar equipos de alta calidad y culturas de alta velocidad. El mettalíder se libera a sí mismo de esta forma, siendo él mismo su primer seguidor y sabiendo hacia dónde está llevando su vida. Por lo que son personas que no solo existen, sino que viven cada día en su intensidad, ejecutando jornada a jornada su plan de vida.

Una vez que el mettalíder ha aprendido a liderarse a sí mismo, será capaz de general ventajas competitivas a través de un trabajo constante y compartido. No solo desde el talento humano, sino también desde la cúspide para que los resultados sean, como lo demanda este concepto, compartidos.

Lo que se busca con el mettaliderazgo es alejarse de ese viejo concepto de líder que era más como un capataz controlador para, en cambio, generar movimiento a través de ir más allá inspirando, persuadiendo y conmoviendo para

influir positivamente en los demás, obteniendo lo mejor de cada uno sin necesidad de ser forzosamente extrovertido y con dones mágicos para que las cosas sucedan.

El mettalider se va forjando naturalmente hasta llegar a ser un ejemplo en la organización, ayuda a construir la firmeza necesaria en cada uno de los colaboradores para erigir una cultura competitiva capaz de mantenerse en pie aun cuando el propio líder ya no sea parte de la organización, para que se sigan ejecutando nuevas y mejores realidades.

El creador de este concepto y fundador del Instituto de Mettaliderazgo es el mexicano Roberto Mourey, conferencista y reconocido consultor a nivel global, quien se define como entrenador de líderes de alto desempeño. Su método lo han adoptado corporaciones de todo el mundo con grandes resultados.

Para él, toda persona que influye es un mettalíder capaz de impactar en su mundo y en el de los demás. Anteriormente, se pensaba que solo quien tenía cierta personalidad, determinados estudios, con apellidos reconocidos y personalidad, eran líderes; sin embargo, hoy sabemos que un líder nace, no se hace. Y que hay personas que influyen profundamente en los demás de forma natural, ellos son mettalíderes, solo deben tener claros sus principios, visión y valores para poder generar acciones que alcancen los objetivos buscados.

El mettaliderazgo no conoce plazos, no se fuerza, sino que se va ejerciendo de forma espontánea, permitiendo

que cada uno de los integrantes del equipo vaya aportando valor a la organización gracias a que se sienten identificadas, seguras y cómodas en el entorno laboral.

Se sabe que para los directivos de una empresa no hay nada más frustrante que la lentitud en los procesos y en los resultados, por lo que esta nueva forma de liderazgo ayuda a anular los pretextos, la victimización y la falta de alineación para cambiarlos por resultados.

La finalidad de este nuevo esquema es alcanzar una cultura de alta velocidad, entendiendo la cultura empresarial como el carácter de la organización y no el clima laboral como se entendía antes. Detrás de una empresa exitosa con resultados positivos está el arma secreta, que es la cultura organizacional. El poder de esta es enorme y marca la forma de trabajar de los empleados, la cultura de la organización es el carácter de la persona, y el clima solamente el estado de ánimo. El carácter es la esencia de las personas.

Para que esta cultura sea posible debe existir desde la presidencia de la empresa hasta el último departamento en el escalafón. Se basa en un diseño de trabajo basado en la alineación del trabajo y no en el azar, para alcanzar realmente esa ventaja competitiva necesaria y perdurable, cuyo secreto es lograr que cada uno de los integrantes de la organización esté convencido de que sí quiere y sí puede.

No se trata de cambiar personas, sino de transformar la cultura de los mismos: compromiso, responsabilidad, temple, consciencia... elementos que

fortalecen, que elevan la autoestima, que llevan a ganar, porque los valores personales y de la organización son paralelos y apuntan al mismo sitio.

Así, cuando las crisis sobrevengan no serán una tragedia ni pondrán de cabeza a todo el equipo, sino que tendrán las bases y la fortaleza para combatir y que la empresa logre salir adelante, porque se tiene presente que tanto lo bueno y lo malo enseñan, ninguno de ellos es negativo, solo aleccionador.



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