

# MUNDO EJECUTIVO

MUJER EJECUTIVA  
EL SECTOR DE  
LAS ARTESANÍAS  
EMPLEA A  
**24 MIL**  
884 MUJERES

Ranking

# 50

## EMPRESAS MEXICANAS EN ESTADOS UNIDOS

PÁG 22

### PEF 2025

SE ASIGNARON  
76 MILLONES 458  
MIL 208 PESOS AL  
RUBRO DE MIPYMES  
PRODUCTIVAS Y  
COMPETITIVAS PARA  
ESTE AÑO

PÁG 08

50 años GRUPO  
MUNDO  
EJECUTIVO

### ECONOMÍA

EL CRECIMIENTO DE LAS  
FINTECH EN AL ENTRE  
2017 Y 2023, AUMENTÓ  
DE 703 A 3 MIL 069, UN  
INCREMENTO DEL 300%

PÁG 52

### JUAN JOSÉ SIERRA

2025 SERÁ  
CRUCIAL PARA  
CONSOLIDAR  
UNA VISIÓN QUE  
NOS PERMITA  
AVANZAR HACIA  
UN PAÍS MÁS  
UNIDO, PRÓSPERO  
Y SOSTENIBLE

PÁG 06

ENTREVISTA CON

# YASMÍN ESQUIVEL

## LA NUEVA JUSTICIA PARA TODOS

TEXTO POR ROSA MARÍA VERJÁN GUTIÉRREZ PÁG 40

MUNDO EJECUTIVO FEBRERO 2025/ P.V.P. \$80 M.N.



503034 412557

# kipling®

¡Disfruta las rebajas de enero 2025!



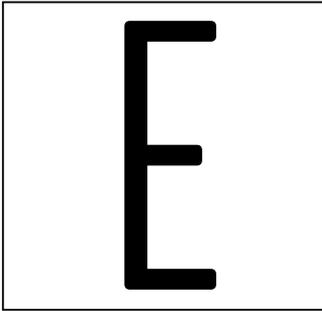
Antara, Delta, Lilas, Lindavista, Town Square  
Metepac, Oasis Coyoacán, Perisur, Santa Fe, Satéllite,  
Tezontle, Antea Querétaro, Galerías Querétaro,  
Angelópolis Puebla, Andares Guadalajara,  
Las Américas Cancún, Andamar Veracruz,  
Galerías Valle Oriente Monterrey,  
Calzada 401 Monterrey, Galerías Monterrey,  
The Park San Luis Potosí.



@kiplingmexicooficial

kiplingmexico.com

# VAMOS CON TODO



El 2025 está iniciando con fuerza, las relaciones bilaterales entre nuestro país y Estados Unidos se dibujan complejas, por decirlo menos, con la llegada de Donald Trump a la Casa Blanca temas arancelarios, migración y las drogas es algo en lo que se está poniendo el foco en la agenda no sólo nacional, sino internacional, por todo lo que esto conlleva.

Es por ello que la coyuntura nos llevó a preparar un ranking que titulamos el sueño México Americano, un listado de 50 empresas ya conocidas que tienen operaciones en Estados

Unidos, un país en el que por cierto habitan alrededor de 11 millones de mexicanos y 38 millones de origen azteca.

Si nos centramos en términos económicos, de acuerdo con DataMéxico, de enero a septiembre de 2024, la Inversión Extranjera Directa (IED) proveniente de Estados Unidos a México fue de 14 mil 474 millones de dólares. En el mismo periodo, las entidades federativas que recibieron mayor IED desde EU fueron la Ciudad de México, Baja California y el Estado de México.

Otro tema que no pudimos dejar de lado se relaciona con la tecnología. Como lo mencionaba al inicio, este año comenzó con cambios, un impuesto del 19%, aplicado a todas las importaciones provenientes de países sin tratados comerciales con México.

Este gravamen, que incluye un 16% de IVA y un 3% de arancel a la importación, aplica a todas las compras sin importar su valor, esto lleva a pensar cómo es que se estará comportando el e-commerce y la manera en la que irá creciendo el mercado mexicano en este sentido, pues en la región de América Latina y el Caribe las proyecciones son bastante positivas, habrá que ver cómo se va desarrollando y de qué manera los empresarios responden a las necesidades de los consumidores.

Además de lo anterior, temas como la ciberseguridad, los autos 'chocolate', la educación financiera en términos de seguros, así como la manera en la que la tecnología permea también el escenario para las mujeres, están presentes en la revista.

Sin duda alguna con el paso de los días iremos viendo cómo es que se va gestando el camino por el que andarán los sectores sociales, económicos y políticos que, por cierto, también hay cambios considerables de los que iremos platicando en futuras ediciones. ➔



**Rosa María Verján Gutiérrez**  
Editora en Jefe Mundo Ejecutivo

EDICIÓN 553 - FEBRERO 2025

# GRUPO MUNDO EJECUTIVO

**PRESIDENTE EJECUTIVO**  
Walter Coratella C.

**VICEPRESIDENTA**  
Jessyca Cervantes

**DIRECTOR EJECUTIVO INTERNACIONAL**  
Robert Díaz

**DIRECTORA GENERAL**  
Arlenne Muñoz Vilchis  
arlenne.munoz@mundoejecutivo.com.mx

**EDITORA EN JEFE**  
Rosa María Verján Gutiérrez  
rosa.verjan@mundoejecutivo.com.mx

**REPORTEROS**  
Cynthia Michelle Hernández  
Diego Alejandro Tello  
Jessica Dionicio Hernández

**ASISTENTE EDITORIAL**  
Araceli Hernández  
araceli.hernandez@mundoejecutivo.com.mx

**COORDINADOR DE DISEÑO**  
Gustavo Gómez García

**DISEÑO**  
Yazmin Meza Franco  
Angela Cruz Sánchez

**FOTOGRAFÍA**  
Antonio Soto Fera

**COLUMNISTAS**  
Juan José Sierra Álvarez,  
Enrique Castillo-Pesado  
y Carlos Bonilla

**CONSEJO EDITORIAL**  
Alba Medina, Alexandra Von Wobeser,  
Alexandra M. Vitard Quesnel,  
Alvaro Sánchez García,  
Armando Nuricumbo, Carlos Canales Buendía,  
Carlos Constandse Madrazo,  
Daniel Becker, Dieter Holtz,  
Eduardo Andrade Iturribarria,  
Félix Martínez Cabrera,  
Francisco Suárez Hernández,  
Gerardo Gutiérrez Candiani,  
Ignacio Zúbiria Maqueo,  
José Gómez Báez,  
Luis Fernando Félix Fernández,  
Luis Miguel Díaz Llana,  
Manuel Alonso Coratella,  
Martín Barrios y Mauricio Reynoso

**GERENTES COMERCIALES**  
Teresa Pérez,  
Cristina Carrillo, Jessica Argüelles

**DIRECTOR REGIONAL ZONA PENÍNSULA**  
Emmanuel Sánchez

**RESPONSABLE DE SUSCRIPCIONES**  
Irma Ruiz,  
irma.ruiz@mundoejecutivo.com.mx Tel. 5550029429

**REPRESENTANTE EN EU**

Publicitas Promotion Network Charney  
Palacios & Co. 9200 South Dadeland Blvd. Suite 307 33156  
Miami, Florida, Estados Unidos  
001 (305) 6709450 María José Torres  
ppn-miami@publicitas.com  
mjtorres@publicitas.com

**CONTACTO EN ITALIANO ITALIA GME**  
Dott. Davide Gallina  
+39 347 0949076  
davide@stdgallina.it

**CONTACTO EN ESPAÑOL ITALIA GME**  
Lic. José Eduardo Webber  
+39 379 5780214  
joewebber.it@gmail.com

Dirección: Italy – 31100 Treviso Viale Felissent 7d – Tel. +39 0422 1451535

**SUSCRIPCIONES**  
55 5002 9513 – 55 5002 9429



Circulación certificada por el  
Instituto Verificador de Medio  
Registro No. 127/21



[mundoejecutivo.com.mx](http://mundoejecutivo.com.mx)

**SPORTSWORLD**

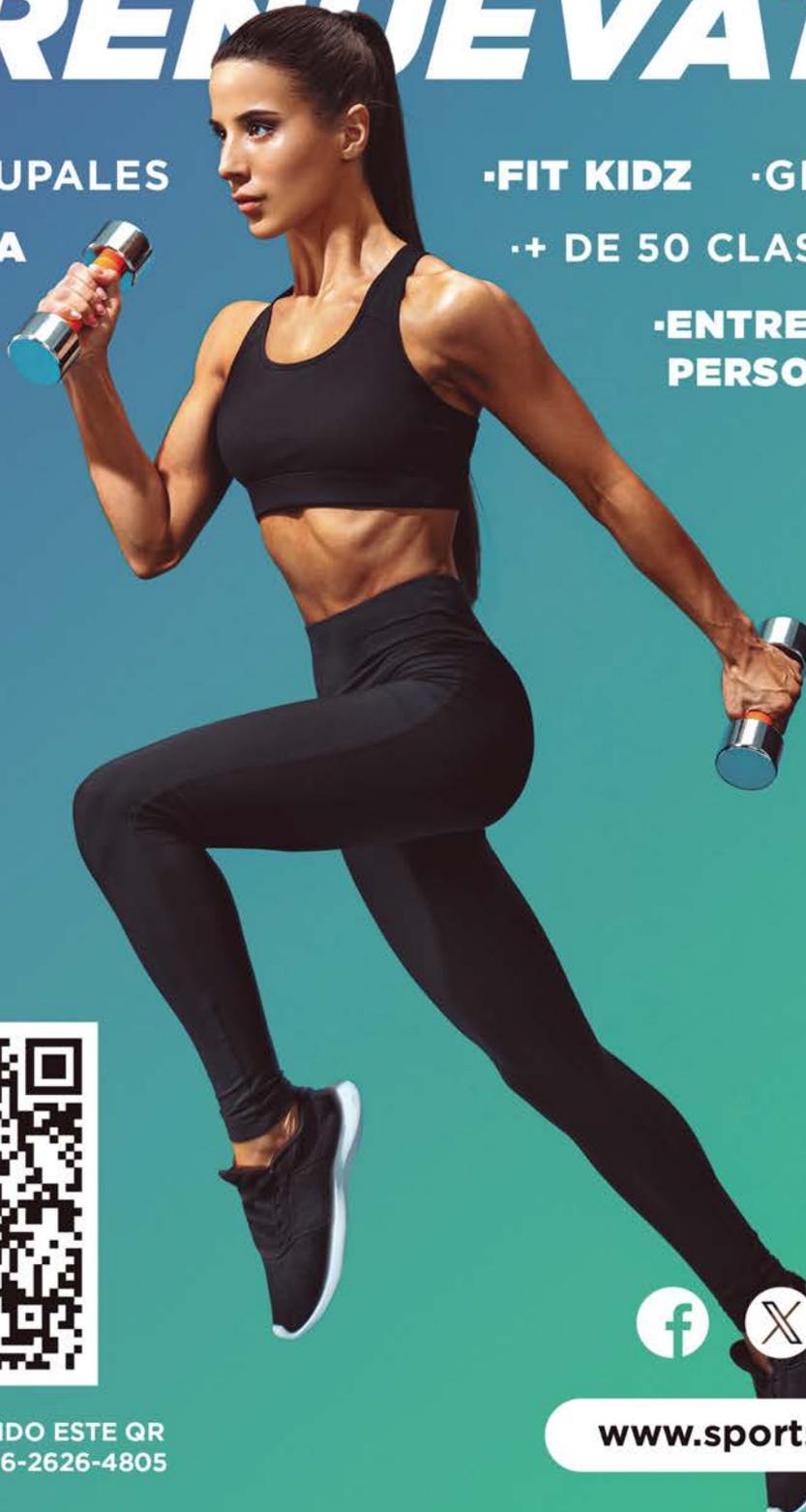
TU AQUÍ, TU AHORA

# RECARGA Y RENUEVATE

·CLASES GRUPALES  
·ALBERCA

·FIT KIDZ ·GIMNASIO  
·+ DE 50 CLASES

·ENTRENAMIENTOS  
PERSONALIZADOS



CONOCE MÁS ESCANEANDO ESTE QR  
O CONTÁCTANOS AQUÍ: 56-2626-4805



[www.sportsworld.com.mx](http://www.sportsworld.com.mx)

PORTADA

**YASMÍN ESQUIVEL Y LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA JUSTICIA.** La Reforma al Poder Judicial es un parteaguas para que el país tenga un mejor acceso a la justicia "México necesita una justicia de puertas abiertas y que atienda las necesidades de toda la población".



CONTENIDO

COLUMNISTAS

**Juan José Sierra Álvarez**  
Hacia un México próspero y sostenible: La visión para 2025  
**06**

**Carlos Bonilla**  
Citigroup sigue siendo propietario de Banamex  
**28**

**Carlos Álvarez**  
Negocios sostenibles: retos y oportunidades para empresas en AL  
**36**

**Enrique Castillo-Pesado**  
Empresarios de su Tiempo  
**38**

**ECONOMÍA**  
¿Optimismo o Desafío? el Presupuesto 2025  
**08**

**ECONOMÍA**  
El pulso del consumo: inflación y demanda  
**14**

**INTERNACIONAL**  
Cambios de viento en E. estados Unidos  
**18**

**RANKING**  
El sueño México-Americano  
**22**

**INDUSTRIA**  
Con motores de chocolate  
**30**

**TECNOLOGÍA**  
Una venta online mano a mano  
**44**



**NEGOCIOS**  
Sin filas ni contacto: el futuro de tus compras  
**48**

**ECONOMÍA**  
Créditos en la palma de la mano  
**52**

**TECNOLOGÍA**  
Atención en ciberseguridad y el uso de IA  
**56**

**SECTORES**  
Protección del futuro en tiempos de crisis  
**60**



MUJER EJECUTIVA

67

Wendy Figueroa. Levanta muros que se convierten en refugios

Una cuestión de Derechos Humanos

Habilidades futuras en lo profesional

Manos artesanas impulsan a México

Organiza tu clóset y renueva energías

Revive los mejores  
momentos de la



**CUMBRE**

**1000**

**EMPRESAS  
MÁS IMPORTANTES  
DE MÉXICO**

**2024**

Visita nuestro canal de YouTube @mundoejecutivotv

Suscríbete





JUAN JOSÉ  
SIERRA ÁLVAREZ  
Presidente Nacional  
de COPARMEX

# HACIA UN MÉXICO PRÓSPERO Y SOSTENIBLE: LA VISIÓN PARA 2025

Hablar del futuro de México implica reconocer los retos y las oportunidades que marcan nuestro presente. 2025 será un año crucial para consolidar una visión que nos permita avanzar hacia un país más unido, próspero y sostenible. En esta meta compartida, cada empresa, trabajador, ciudadano y autoridad, juega un papel esencial.

Venimos de un periodo de desafíos profundos: incertidumbre económica, tensiones sociales y divisiones políticas. Sin embargo, hemos demostrado que cuando actuamos juntos, podemos superar cualquier adversidad. Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes), el corazón de nuestra economía, son un claro ejemplo de resiliencia y esfuerzo. Este sector no sólo es el mayor generador de empleos, sino que representa los sueños y aspiraciones de millones de mexicanos.

En COPARMEX hemos definido una agenda estratégica que busca generar un impacto positivo en el desarrollo económico, social y ambiental de México. Nuestros ejes prioritarios son:

Fortalecer a las MiPymes para garantizar su sostenibilidad y generar condiciones adecuadas para nuevas empresas; impulsar un Modelo de Desarrollo Inclusivo (MDI); mejorar las condiciones laborales, incrementando la calidad de vida de todos los colaboradores; Incentivar la certeza jurídica y un entorno favorable para la inversión; impulsar la seguridad, el Estado de Derecho y el combate a la corrupción y fomentar la innovación, la competitividad y la transición hacia energías limpias.

Mirando hacia adelante, es indispensable construir un entorno de certeza jurídica, seguridad y acceso a energía sostenible. Estas condiciones son la base para atraer inversiones y generar los empleos que nuestro país necesita. No se trata sólo de crecer económicamente, sino de garantizar que ese crecimiento se traduzca en bienestar para las familias mexicanas y reducir los rezagos históricos que han generado pobreza y marginación en muchas zonas del país.

La seguridad es otro tema prioritario. Hoy, muchas personas viven con temor, lo que afecta directamente la actividad económica. Desde pequeños comercios hasta grandes empresas enfrentan problemas como robos y extorsio-

nes. Es fundamental que trabajemos juntos, autoridades, sociedad civil y sector privado, para garantizar un entorno de paz que permita el desarrollo pleno.

En este camino, debemos adoptar un enfoque inclusivo que integre la sostenibilidad ambiental y la justicia social. Imaginemos un México donde hombres y mujeres tengan las mismas oportunidades, donde los jóvenes encuentren espacios para innovar y donde las comunidades más vulnerables mejoren su calidad de vida. El desarrollo no puede ser completo si deja a alguien atrás.

La educación también es clave. Necesitamos preparar a las nuevas generaciones para enfrentar los retos de un mundo globalizado. Esto requiere un esfuerzo conjunto que involucre a maestros, padres, autoridades y al sector privado. Solo así podremos construir una sociedad más equitativa y con mayores oportunidades para todos.

En el ámbito internacional, el potencial de México para relocalizar cadenas de suministro en el marco del T-MEC es enorme. Esta oportunidad puede posicionarnos como líderes globales en manufactura, siempre y cuando garanticemos condiciones adecuadas para la operación de las empresas y la inversión: infraestructura moderna, mano de obra calificada y un entorno político confiable.

Sobre todo, es vital fortalecer la unidad. Los desafíos que enfrentamos no conocen divisiones; requieren el esfuerzo conjunto de empresarios, trabajadores, autoridades y ciudadanía. El diálogo constante es la herramienta más poderosa que tenemos para encontrar soluciones duraderas.

En este esfuerzo, en COPARMEX reafirmamos nuestro compromiso con México, promoviendo un Modelo de Desarrollo Inclusivo (MDI) que priorice a las personas y busque el bien común.

Como decimos: Una sola COPARMEX, un solo México. Trabajemos juntos, con esperanza, para que nuestro país sea un lugar donde todos puedan soñar, prosperar y vivir con dignidad.

El futuro de México está en nuestras manos. Cada decisión que tomemos, cada acción que emprendamos, será un paso hacia el país que deseamos. ➡

prepara café con confianza

# Hamilton Beach®





# ¿OPTIMISMO O DESAFÍO? PRESUPUESTO 2025

**SE CONTEMPLAN 9.3 BDP PARA  
EL PRESUPUESTO DE EGRESOS DE LA FEDERACIÓN,  
UN AUMENTO DEL 2.6% RESPECTO AL AÑO 2024,  
ES DECIR, 235 MIL MDP**

**CYNTHIA MICHELLE HERNÁNDEZ**

**E**l Paquete Económico 2025 presentado por el Gobierno de México busca un balance entre el crecimiento económico, la sostenibilidad fiscal y la justicia social. Se espera que la economía mexicana crezca entre un 2 y un 3% durante 2025, gracias al fortalecimiento del mercado laboral, un consumo privado potente y un incremento en los niveles de inversión tanto pública como privada.

Rogelio Ramírez de la O, titular de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), en la presentación del Proyecto del Presupuesto

de Egresos de la Federación 2025, refirió que “la situación actual de la economía mexicana está llena de oportunidades sobre las cuales podemos construir un país más próspero”.

En términos fiscales, el gobierno ha planteado una estrategia responsable para reducir el déficit presupuestario. Este pasará del 5% del PIB proyectado para 2024 al 3.2 o 3.3% en 2025, lo que permitirá mantener la deuda pública en un nivel manejable del 51.4% del PIB, el endeudamiento neto será de mil 576 billones de pesos en 2025.

Alejandro H. Garza Salazar, director de Inversiones y fundador de AZTLAN Equity Management, asentó en entrevista que es poco probable pensar en un crecimiento del 2 y el 3%, pues la incertidumbre de la reforma al Poder Judicial, los proyectos de inversión se ralentizan o se cancelan, y la poca claridad en el sector energético tanto en la producción de petróleo como de energía eléctrica.



“No vamos a poder tener estas cifras, sin embargo, se podría con lineamientos muy claros tanto de la iniciativa privada como la pública, pero al día de hoy no tenemos esos lineamientos, es poco probable el 2 y el 3%, que sería lo mínimo que deberíamos esperar en cuanto a materia de crecimiento”.

Alejandra Macías Sánchez, directora ejecutiva del Centro de Investigación Económica y Presupuestaria (CIEP) externó que este paquete económico 2025 presenta una perspectiva optimista, pese a que el contexto actual apunta más hacia una desaceleración, con tasas cercanas al 1 o 2%, las restricciones presupuestarias y la falta de decisiones estructurales juegan un papel en la capacidad de maniobra económica, sin embargo las proyecciones macroeconómicas son favorables y la nación mexicana se sigue desarrollando en el mercado global.

“Este optimismo de las tasas no debe dejarse aún con los desafíos que enfrenta el país en términos de crecimiento sostenido, y plantearse la necesidad de cuestionar por qué no se logran tasas más elevadas”.

De acuerdo con la organización México, ¿cómo vamos?, cerca del 60% del presupuesto destinado a los programas sociales prioritarios

se enfocará en beneficiar a las personas adultas mayores, a través de la Pensión para Adultos Mayores y el Apoyo para Mujeres de entre 60 y 65 años. En comparación, el 22% de los recursos asignados a estos programas se dirigirán a atender a niños, adolescentes y jóvenes.

Garza Salazar, precisó que después de un nivel máximo de cerca el 6%, y la deuda total federal del 50%, se observó un déficit importante que se gastó en los programas sociales, “No lo critico, es bueno darle posibilidades económicas a los segmentos de menores ingresos de la población de México, pero la cuestión es la sostenibilidad de estas dádivas”.

Sin embargo, esclareció que el panorama se ve afectado por la drástica reducción presupuestaria, puesto que el presupuesto total se reducirá en un 3%, pero la inversión en infraestructura sufrirá un recorte del 12.7%. Este ajuste es cuatro veces mayor que la disminución promedio, lo cual impacta en sectores esenciales. Esto deja claro que la única solución viable será atraer inversión privada, pero para lograrlo, el gobierno, en sus tres niveles, debe crear las condiciones necesarias para que estas inversiones sean posibles. Sin esta base, el crecimiento económico que México tanto necesita no será factible.



“

**Se vienen cambios importantes en el presupuesto en el 2025 y esperamos una contracción de más de entre el 3 y 3.3% en términos reales contra el 2024”**

Alejandro H. Garza Salazar, director de inversiones y fundador de AZTLAN Equity Management



Para la directora ejecutiva del CIEP las finanzas públicas se encuentran en una situación complicada debido a los ingresos bajos y los altos compromisos de gasto. Esto ha reducido el margen fiscal, afectando sectores clave como la salud, que sufrió un recorte del 12%, y la inversión pública, con una caída del 14%. Empero, la modificación en el uso de recursos y las implementaciones de políticas públicas esenciales, como un sistema integral de cuidados que permitiría una mayor integración de las mujeres al mercado laboral, impulsando el crecimiento económico.

“Para enfrentar estos desafíos, es necesario replantear el sistema fiscal y avanzar hacia una reforma progresiva que incremente los ingresos públicos de manera sostenible. Este cambio permitiría financiar adecuadamente las políticas públicas y reducir la dependencia de deuda, que, aunque bien manejada en los últimos años, genera implicaciones intergeneracionales que no se pueden ignorar”.

En 2025, conforme la Secretaría de Economía (SE) se asignaron a infraestructura para trenes: 157 mil mdp; Carreteras y caminos 20 mil mdp; Infraestructura hídrica 20 mil mdp; Infraestructura en sector salud 31 mil 986 mdp; Fortalecimiento para seguridad: 14 mil 547 mdp; Infraestructura y desarrollo en Comisión Federal de Electricidad (CFE) y Petróleos Mexicanos (Pemex) 273 mil mdp; Inversión ejercida por las entidades federativas: 276 mil mdp; Provisión para Desastres Naturales: 18 mil 914 mdp.

En entrevista, el director de Inversiones argumentó que parte del déficit actual recae en un área donde menos deberíamos permitirnoslo: la inversión en infraestructura, especialmente en la energética, como la relacionada con Pemex y la CFE por su falta de rentabilidad que ambas entidades han mostrado durante años con un reflejo de una gestión deficiente.

“La falta de inversión en el sector energético agrava lo que ya es el punto más débil

de México: la energía. Por otro lado, la falta de confianza que genera la actual incertidumbre jurídica disminuye la atracción de capital extranjero, complicando aún más la situación. Si no se invierte en energía, México no podrá impulsar el crecimiento económico necesario para que las Pymes y la población en situación de pobreza pueda integrarse a la clase media”.

Asimismo, agregó que el desarrollo económico depende directamente de una infraestructura energética sólida, y esta requiere de inversión extranjera directa, ya que las empresas estatales no tienen los recursos necesarios. Pues México necesita posicionarse estratégicamente dentro del bloque económico de Norteamérica, junto con Estados Unidos y Canadá, para establecer un desarrollo económico más amplio basado en inversión en infraestructura energética, como electricidad y petróleo.

Por otra parte, comentó que las Pequeñas y Medianas Empresas son el motor económico del país, representando cerca del 90% de las empresas en México y siendo una fuente

crucial de empleo e ingresos. Además, estas unidades de negocio se benefician directamente de la inversión extranjera, ya que suelen convertirse en proveedores clave para las industrias globales. Aunque Estados Unidos es un socio importante, actualmente China es el principal inversor en México, seguido de países como Japón, Canadá, Alemania, Holanda y Taiwán.

Sin embargo, para el especialista la solución y la recomendación es propiciar las condiciones para que haya un desarrollo contundente en la Inversión Extranjera Directa (IED), que la nación sea un lugar preferido del capital de Estados Unidos, China o global, así el primer paso lo tiene que dar el gobierno, es sembrar certidumbre jurídica y financiera.

“El gobierno actual tiene todo el capital político para implementar ese tipo de medidas que de otro modo sería difícil esperar, en el sexenio pasado era difícil por las condiciones, pero ahora ya con un total afianzamiento del poder, pudieran implementar cuestiones más racionales en términos económicos que realmente favorecen el futuro de México”.

# ULINE

## SUMINISTROS PARA CAFETERÍA

EN EXISTENCIA – LISTOS PARA ENVIARSE

**ORDENE ANTES DE LAS 6 PM  
PARA ENVÍO EL MISMO DÍA**



**SERVILLETAS Y  
SERVILLETEROS**



**PLATOS Y  
CUBIERTOS**

VASOS Y  
AGITADORES

AMPLIO CATÁLOGO

**800-295-5510** [uline.mx](http://uline.mx)

Alejandra Macías Sánchez, directora ejecutiva del CIEP, aseguró que el trabajo desde el sexenio pasado donde la deuda se sobrellevó de mejor manera, puede abrir camino en otras áreas donde se puede impulsar el crecimiento como lo es salud, inversión, infraestructura hasta capital humano. Pues sigue siendo crucial fomentar la creación de empleos y garantizar que la oferta laboral sea adecuada para cubrir la demanda de sectores estratégicos. Así, el ambiente político y económico actual tiene que mejorar para atraer inversiones con la implementación de estrategias efectivas en esta área.

“En el largo plazo, México debe priorizar sectores olvidados, como el medio ambiente y la salud, e incentivar proyectos estratégicos que fortalezcan el desarrollo económico y social. Sólo con una discusión abierta y acciones concretas en materia fiscal y de inversión se podrá garantizar un futuro sostenible para las próximas generaciones”.

La Secretaría de Economía (SE) reducirá el presupuesto destinado a las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) para este año, conforme el Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF) asignó 76 millones 458 mil 208 pesos al rubro de micro, pequeñas y medianas empresas productivas y competitivas para 2025, lo que representa una disminución del 6% en comparación

con los 81 millones 407 mil 157 pesos presupuestados en 2024.

En años recientes, el apoyo presupuestal a estos negocios sufrió una reducción significativa, pasando de 2 mil 929 millones de pesos en 2019 a 81 millones 157 mil pesos en 2024, derivado de la desaparición del Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem).

A pesar de este recorte, el PEF 2025 el Gobierno Federal, buscará fomentar su integración en cadenas de valor relacionadas con el nearshoring, facilitar su acceso a mercados globales y simplificar trámites para agilizar la apertura de negocios. Asimismo, busca facilitar su acceso a mercados internacionales con los que México mantiene tratados comerciales, con el objetivo de ampliar su base de consumidores.

Alejandro H Garza Salazar, director de inversiones y fundador de AZTLAN Equity Management, externó que esta reducción en el presupuesto conlleva un error fiscal por parte de la Secretaría de Hacienda, dado que subyuga a las pymes que son el corazón, el motor de la economía nacional, pues es donde está todo el empleo.

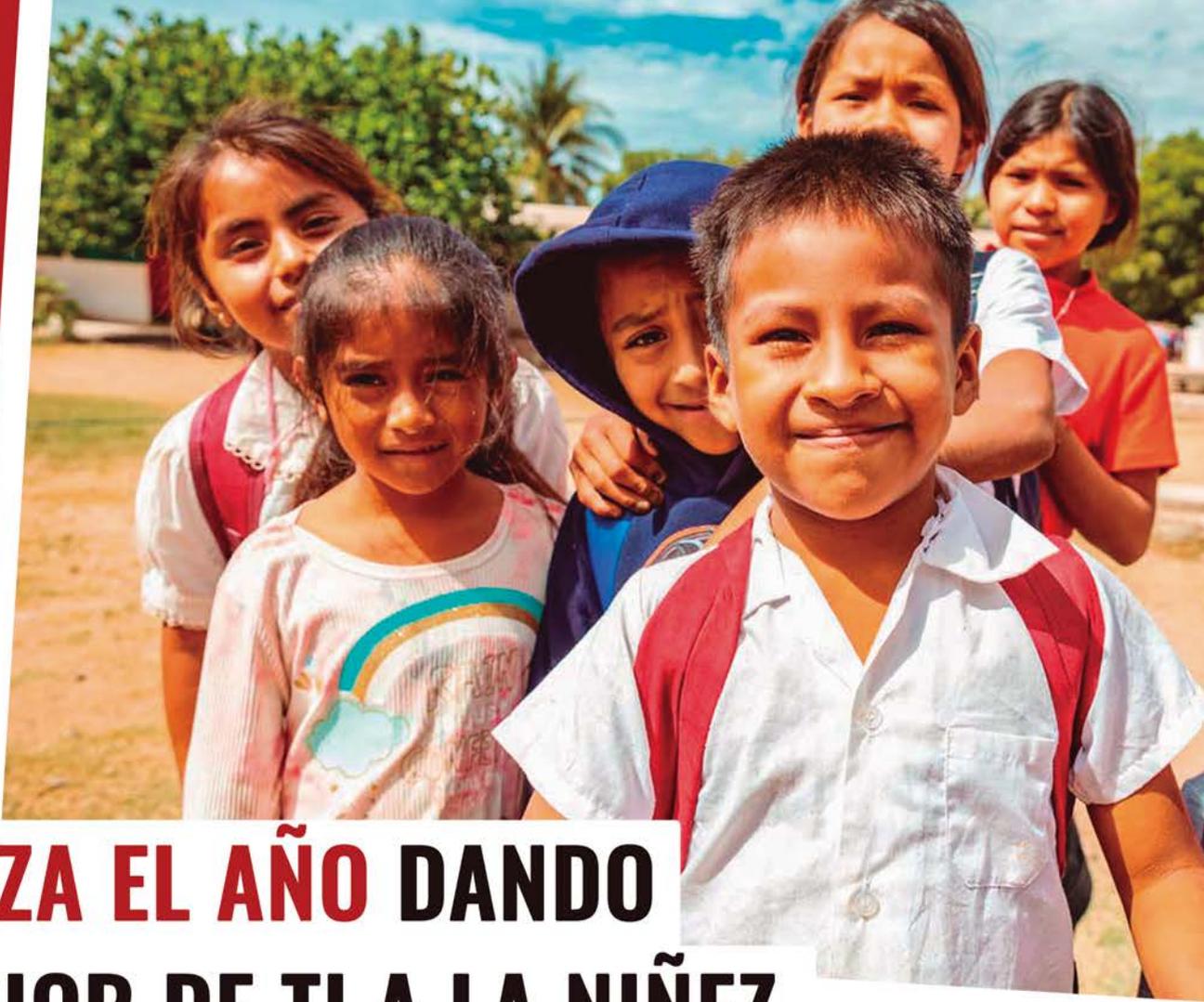
“Venimos de un contexto en el que se expandió el gasto público de forma sin precedentes sobre todo en un año electoral y había una necesidad de maximizar ese gasto, y ya que se logró, ahora estamos en mejores condiciones para tener un regreso a la austeridad”. 📌



***Se debe tener cuidado del manejo de las finanzas públicas y hacer una reforma fiscal ya es necesario, ya vimos varias oportunidades para poder implementarla, pero ahora es un buen momento para llevar a cabo el verdadero cambio”***

Alejandra Macías Sánchez, directora ejecutiva del Centro de Investigación Económica y Presupuestaria (CIEP)





# **EMPIEZA EL AÑO DANDO LO MEJOR DE TI A LA NIÑEZ**

**Entra, elige y transforma vidas**



**Con tu apoyo podemos brindar  
educación, salud y protección  
a quienes más lo necesitan.**



**Save the Children**

**[www.elregalomasvalioso.mx](http://www.elregalomasvalioso.mx)**

# EL PULSO DEL CONSUMO: INFLACIÓN Y DEMANDA

45% DE LOS MEXICANOS COMPRÓ PRODUCTOS DE LA CANASTA BÁSICA EN TIENDAS DE ABARROTES LOCALES UNA VEZ A LA SEMANA EN 2024, UN AUMENTO DEL 37%, RESPECTO 2023: KANTAR

DIEGO ALEJANDRO TELLO

**D**urante el 2024, el costo de vida en México continuó al alza, con una inflación que cerró en un 4.6% en octubre, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). Este incremento afectó principalmente a los alimentos, energía y productos de consumo básico, creando un panorama difícil para las familias mexicanas. La escasez de algunos productos, como los cereales y el aceite, y los aumentos constantes en los precios de los alimentos provocaron que las personas se ajustaran a sus compras.

La capacidad adquisitiva de las familias se vio afectada, lo que los obligó a priorizar bienes y servicios esenciales. Cuauhtémoc Rivera, presidente de la Alianza Nacional de Pequeños Comerciantes (ANPEC), señaló que “el consumidor está extremadamente presionado por el aumento de precios. Muchos se han visto forzados a abandonar productos no esenciales y se han enfocado en lo más básico, lo que está afectando a todo el comercio en general”.

Según un análisis de la ANPEC, los productos más afectados por la inflación han sido aquellos que anteriormente no representaban una prioridad para los consumidores, pero ahora se han vuelto más costosos, como el aceite de cocina y los granos.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) reportó que en el primer



trimestre de 2024, la canasta básica de alimentos incrementó su costo en un 6.8% en comparación con 2023, lo que generó un desajuste en los presupuestos familiares. Para muchas familias, esto significó hacer sacrificios en otras áreas de consumo. Rivera destacó que “se ha perdido poder adquisitivo y las familias han tenido que aprender a vivir con menos. El comercio minorista se ha visto afectado, pero aquellos que tienen precios accesibles, como las tienditas de barrio, siguen siendo la mejor opción para muchos”.

Este fenómeno también fue exacerbado por los desastres naturales que afectaron diversas regiones del país. Desde el huracán Otis en octubre, que causó estragos en Acapulco, hasta las sequías que han golpeado al norte del país, la infraestructura comercial tuvo afectaciones. Muchos negocios, particularmente los pequeños, se vieron obligados a cerrar u operar con una capacidad limitada debido a la escasez de productos y la imposibilidad de restablecerse rápidamente.

#### PUESTO EN LA BALANZA

A pesar de la presión generalizada sobre el consumo, algunos sectores han resistido mejor que otros. Según Rivera, los productos de primera necesidad, como los alimentos, han mantenido una demanda constante, pero con cambios notables en las preferencias. “La gente ha cambiado sus hábitos de consumo. Las proteínas, como el pollo y la carne, se han visto afectadas por los precios altos, mientras que productos como los frijoles, que son más baratos, han incrementado su demanda”.

Este cambio en los hábitos alimenticios también se refleja en la dinámica de compra. Según la Secretaría de Economía, el precio del pollo subió un 14% en el primer semestre del 2024, lo que llevó a muchas familias a optar por alternativas más accesibles como el huevo o el pescado. Rivera explicó que “las familias no sólo están comprando menos, sino que están optando por productos de menor calidad, lo cual afecta el bienestar a largo plazo”.

Por otro lado, la categoría de bebidas experimentó un crecimiento inesperado, impulsado por las altas temperaturas del verano. Según un informe de la Asociación Nacional de Productores de Refrescos y Aguas Carbonatadas (ANPRAC), las ventas de refrescos, jugos y bebidas isotónicas aumentaron un 9% en comparación con 2023.

“El calor ha impulsado el consumo de bebidas como agua embotellada y refrescos, a pesar del aumento en los precios”, comentó Rivera. Este fenómeno también se vio en las bebidas alcohólicas, particularmente la cerveza, que experimentó un crecimiento del



***El mexicano ya no consume de manera desmedida, ha aprendido a vivir con lo que tiene, haciendo compras mucho más estratégicas”.***

Cuauhtémoc Rivera,  
presidente de la Alianza  
Nacional de Pequeños  
Comerciantes (ANPEC)

12% en sus ventas en lo que va del año, según la Cámara de la Industria de la Cerveza y la Malta (CICM).

De cara al 2025, el panorama de consumo en México sigue siendo incierto. Aunque algunos analistas prevén una desaceleración en la inflación, Cuauhtémoc Rivera es cauto en sus expectativas.

“No vemos un cambio drástico en el corto plazo. Si bien las proyecciones apuntan a que la inflación podría bajar ligeramente, los problemas de inseguridad y los desastres naturales continúan siendo una amenaza para el consumo”.

La ANPEC también ha señalado que la inseguridad sigue siendo uno de los mayores obstáculos para el desarrollo del pequeño comercio. Según datos de la organización, más del 30% de los pequeños comercios en México han reportado incidentes de robo, extorsión o vandalismo en los últimos 12 meses. “La violencia y la inseguridad son un factor que no podemos ignorar”, agregó.

El presidente del organismo también destacó la importancia de las políticas públicas que apoyen el comercio local y aseguren el abasto de productos esenciales. “Es necesario que se implementen medidas que no sólo busquen regular los precios, sino también asegurar que los productos lleguen a las comunidades más necesitadas sin incrementos injustificados”, señaló.

A largo plazo, se espera que el pequeño comercio, especialmente en comunidades rurales y urbanas marginales, continúe siendo un pilar clave para la economía mexicana. Rivera compartió: “El pequeño comercio es el motor de la economía nacional. A pesar de las dificultades, seguimos siendo el soporte que da empleo a millones de mexicanos y proporciona bienes a las familias”.

Francisco Cervantes Díaz, presidente del Consejo Coordinador Empresarial (CCE), ha proyectado que la Inversión Extranjera Directa (IED) en México podría alcanzar los 60 mil millones de dólares para el 2025, debido al creciente interés en el país. Esta inversión podría influir en la capacidad de consumo y en la recuperación económica de México, fortaleciendo el comercio local y asegurando el abasto de productos esenciales.

En el marco de El Plan México, presentado por Claudia Sheinbaum, presidenta de México, Octavio de la Torre, presidente de la Concana-co Servytur, señaló que “la economía mexicana depende del dinamismo del sector empresarial, que es el motor principal de nuestro desarrollo. Con políticas públicas responsables y una colaboración estrecha con el gobierno, podremos generar un crecimiento sostenido, tanto en el comercio interno como en el exterior”. ➡

# ¡NO MÁS FILAS!

Obtén  
hasta un

5

de de

Conoce nuestra app  
y **compra tus boletos**  
en segundos



Aplica restricciones. Consulta términos y condiciones en: <https://bit>



GRUPO  
Estrella Blanca

0%

descuento



Mi Ruta  
Estrella

DESCÁRGALA



DISPONIBLE EN  
Google Play



Disponible en  
App Store

Las elecciones presidenciales de Estados Unidos en 2024 han traído consigo una serie de desafíos y oportunidades para México, cuyas relaciones bilaterales son fundamentales para la economía y el comercio. La nueva administración en Washington tendrá un impacto directo en áreas clave como el comercio, la inversión, la política migratoria y la colaboración energética, influyendo de manera decisiva el panorama económico de México para el 2025.

Carlos Serrano, economista en jefe de BBVA México, destacó la importancia de considerar que la economía estadounidense podría mostrar signos de desaceleración, lo cual afectaría a los mercados globales, incluida la relación con México.

Aseguró que, si la administración actual en Estados Unidos decide aplicar políticas más restrictivas en comercio, esto generará una ralentización en el flujo de bienes y servicios a través de la frontera, impactando especialmente a sectores productivos como el automotriz y agrícola, que dependen estrechamente de la demanda estadounidense.

Por otro lado, Pedro Casas Alatríste, vicepresidente y CEO de la American Chamber of Commerce México, advirtió que las promesas de campañas de ciertos candidatos, como el aumento de aranceles y el proteccionismo, no siempre se traducen en políticas concretas una vez en el poder. “Una retórica electoral debe diferenciarse de los hechos una vez que alguien toma las riendas del país”, comentó, refiriéndose a los comentarios de la administración actual sobre un posible endurecimiento en las relaciones comerciales. No obstante, añadió que, a pesar de las tensiones, las relaciones comerciales entre ambos países son demasiado profundas como para ser alteradas por completo.

El nearshoring, o relocalización de las cadenas de suministro hacia América del Norte, podría representar una de las oportunidades clave para México. Casas resaltó que, si bien los cambios en las políticas estadounidenses pueden generar incertidumbre, México está posicionado estratégicamente para capitalizar este fenómeno. “La realidad de la profunda integración bilateral será uno de los principales argumentos a favor de una relación cada vez más fuerte”.

# CAMBIOS DE VIENTO EN EU

LA LLEGADA DE DONALD TRUMP A LA CASA BLANCA SE DA LUEGO DE OBTENER 312 VOTOS EN EL COLEGIO ELECTORAL, MIENTRAS QUE LA DEMÓCRATA KAMALA HARRIS, OBTUVO 226

DIEGO ALEJANDRO TELLO





México podría convertirse en el epicentro de manufactura para América del Norte, lo que posicionaría al país como un aliado clave para Estados Unidos, especialmente en sectores estratégicos como la manufactura avanzada, la inteligencia artificial y las energías renovables.

### EL T-MEC PONE LA ECONOMÍA EN BALANZA

La relación comercial entre México y Estados Unidos es, en palabras de Casas, un “vínculo estratégico que define nuestro futuro”. El Tratado entre México, EU y Canadá (T-MEC) seguirá siendo fundamental para mitigar las tensiones y gestionar las diferencias en cuanto a políticas comerciales. Mencionó que, a pesar de los riesgos de proteccionismo, el acuerdo comercial proporciona una plataforma sólida para resolver disputas y promover el comercio dentro de América del Norte, con mecanismos claros para resolver conflictos, como los paneles de resolución de disputas.

Serrano, por su parte, subrayó que, aunque Estados Unidos podría cambiar sus políticas internas, la interdependencia económica de más de 100 años entre ambos países, asegura que los intereses comunes seguirán prevaleciendo. “La relación bilateral no tiene marcha atrás”, aseguró el economista. Este argumento es crucial, ya que la cercanía y



**México necesitará alinearse para no perder la oportunidad en energías renovables”.**

**“Somos el aliado estratégico que América del Norte necesita para prosperar”.**

Pedro Casas Alatríste,  
vicepresidente y CEO de  
American Chamber of Commerce  
Mexico

las cadenas de suministro compartidas no pueden ser ignoradas, lo que limita la posibilidad de que las políticas proteccionistas del país presidido por Donald Trump alteren radicalmente las relaciones económicas con México.

### INVERSIONES Y ÁREAS CLAVE DE CRECIMIENTO

El panorama económico de 2025 en México dependerá de cómo se adapten tanto las políticas internas del país como las decisiones de la nueva administración en EU. En el sector energético, el cambio hacia las energías limpias es una tendencia clave que podría generar una ola de inversiones en México. Casas mencionó que, si la nación vecina del norte lidera el camino en la transición energética, nuestro país deberá adaptarse rápidamente para asegurar su competitividad y atraer inversiones. “México necesitará alinearse para no perder la oportunidad en energías renovables”, refiriéndose a la urgente modernización de la infraestructura energética en el país.

Un dato relevante que destacó Serrano es que el sector automotriz podría verse afectado por nuevas políticas que favorezcan la producción local en EU, lo que incrementaría las barreras arancelarias y afectaría directamente las cadenas de suministro de México. Este es un tema crucial, ya que la industria auto-



matriz mexicana es uno de los pilares de su comercio exterior, y cualquier cambio en las políticas de importación estadounidenses podría tener consecuencias severas en la economía del país.

La Inteligencia Artificial, la ciberseguridad y la manufactura avanzada son otros de los sectores que podrían beneficiarse en gran medida de una cooperación más estrecha entre ambos países, especialmente si se alinean en sus políticas tecnológicas. Casas indicó que “la era digital y la Inteligencia Artificial colocan a México como un aliado estratégico para Estados Unidos”, sugiriendo que la colaboración en estos campos podría ser un punto fuerte de la relación bilateral en los próximos años.

Uno de los temas más complejos y que podría generar tensiones adicionales es la política migratoria. En este sentido, Casas explicó que además de estar en manos de los gobiernos, también tiene un componente económico significativo.

“La seguridad en la frontera y una política migratoria efectiva son dos caras de la misma moneda en la relación entre México y Estados Unidos”, y subrayó la necesidad de una cooperación estrecha y de políticas integradas para garantizar la estabilidad laboral y el flujo migratorio.

Por otro lado, una reforma migratoria en Estados Unidos tendría implicaciones directas en la industria mexicana, ya que podría generar cambios en la oferta laboral. Si se aprueban políticas que permitan la integración de migrantes, esto podría aliviar la escasez de mano



***El futuro económico de México dependerá en gran medida de cómo evolucione la relación con Estados Unidos en los próximos años.***

***“La clave de la competitividad de México será su capacidad para adaptarse a los cambios globales, especialmente en sectores tecnológicos y energéticos”.***

Carlos Serrano Herrera,  
economista jefe de BBVA México

de obra en sectores como la agricultura y la construcción, al mismo tiempo que se fortalecería la relación laboral y educativa entre ambos países. No obstante, una política más restrictiva podría generar escasez de trabajadores en estos sectores y afectar a las cadenas de valor compartidas.

### **PROYECCIONES CERCANAS**

Para 2025 dependen de varios factores: las políticas que se implementen con la llegada de Trump al poder, el comportamiento de la economía global y las adaptaciones de México ante los cambios estructurales. Serrano destacó que la respuesta de México frente a las políticas estadounidenses será clave para evitar impactos negativos y aprovechar oportunidades. “México debe buscar alinearse con los nuevos paradigmas que puedan surgir, como las energías renovables, la manufactura avanzada y la transición digital”.

El economista también enfatizó que la resiliencia económica de México se consolidará si logra mantener el dinamismo de sus sectores clave, como la manufactura, los servicios y las exportaciones. Sin embargo, aseguró que nuestro país debe estar atento a las posibles reformas que podrían provenir de la administración estadounidense, especialmente en lo relacionado a la política fiscal y comercial. “Si EU se adentra en una etapa de política fiscal restrictiva, México tendrá que encontrar nuevas maneras de diversificar su comercio”. ➤



ESTE FEBRERO DALE UN REGALO  
**A TU FIEL ACOMPAÑANTE**

Contrata tu seguro para auto llamando al

**\*ANA (\*262)**

**Especialistas en seguros para autos**



# EL SUEÑO "MÉXICO-AMERICANO"

RAÚL OLMEDO GUTIÉRREZ

La relación comercial entre México y Estados Unidos es una de las más importantes y dinámicas del mundo, compartimos una frontera de más de 3,000 kilómetros, lo que facilita el intercambio de los factores de producción, aunque se intente de todas las formas posibles contener uno de ellos. Pero, parece una labor titánica contener este intercambio, puesto que existe alrededor de 11 millones de mexicanos en aquel país y 38 millones de origen azteca. Aunado a que somos el segundo socio comercial de nuestro vecino del norte, que da empleo a 6 millones de norteamericanos, donde se estima que cada minuto se comercia 1 millón de dólares entre ambas naciones.

Sin embargo, la relación entre ambas naciones tiene una historia compleja, llena de cooperación, tensiones y transformación a lo largo de los siglos; la constancia en esta relación ha sido el conflicto, desde los primeros años de nacimiento de ambos países, Estados Unidos

marcan la pauta de política exterior estadounidense con la Doctrina Monroe que tuvo un impacto profundo en las relaciones entre América y Europa; y por supuesto la relación con nuestro país en este contexto.

Poco tiempo después surge la llamada doctrina del Destino Manifiesto que establece que Dios encomendó a Estados Unidos la misión de extender su influencia por América Latina, pues esta doctrina se basa en la primicia de que Estados Unidos era una nación elegida por Dios; y de ahí para la actualidad hemos estado tratando de retener al gigante económico.

Es decir, ideológicamente aquel país ha intentado jalar la balanza a su favor, por eso, hoy el discurso que viene desde el norte, es el que desde hace muchos años se viene repitiendo, y lo que nos queda es hacer frente al mismo, desde el diálogo, el intercambio de ideas y comercio, así como la razón.

Obviamente, hemos perdido varias batallas, pero no todas, la realidad es que también hemos ganado otras,



como es la Nacionalización del petróleo en 1938, donde el presidente Lázaro Cárdenas expropió las compañías petroleras extranjeras, incluidas las estadounidenses, lo que generó tensiones. Sin olvidar que, durante la Segunda Guerra Mundial, se firmó el “Programa Bracero” entre los años de 1942 al 1964, que permitió a trabajadores mexicanos migrar temporalmente a Estados Unidos para suplir la falta de mano de obra. Y que abrió la puerta para que millones de personas siguieran esa senda.

Y a partir de ahí ese flujo, no se ha detenido, pero no sólo es de personas, sino es de miles de productos mexicanos que se encuentran en territorio estadounidense y por supuesto cientos de empresarios que han decidido probar suerte en el mercado al que el mundo quiere conquistar. Son cientos de historias de empresarios que se encuentran experimentando el sueño México-Americano.

Y esta invasión es totalmente legal y ningún presidente la puede frenar, puesto que Estados Unidos es el principal socio comercial de México, ya que cerca del 80% de las exportaciones mexicanas tienen como destino el mercado norteamericano, mientras que nuestro país es un socio clave para la Unión Americana.

#### **EMPRESA DE TODOS LOS SABORES Y COLORES.**

Tenemos empresas públicas y privadas, petroleras, tecnológicas, industriales, financieras, de bebidas, de alimentos, de todos los sabores y colores, es una relación

muy compleja de detener, y la pregunta sería ¿porqué detenerla? Si la misma, es benéfica para ambas partes, en 2024, el comercio total de bienes entre México y Estados Unidos alcanzó aproximadamente 844,000 millones de dólares, representando el 28% de las importaciones totales de Estados Unidos.

Para muestra un botón, para el Super Bowl LIX, que se celebrará el 9 de febrero de 2025, se espera que México exporte alrededor de 110,000 toneladas de aguacate a Estados Unidos. Esta cantidad es similar a la del año pasado.

Los ingresos en la Unión Americana de muchas de las empresas mexicanas ya son superiores a los nacionales, en el caso de Chedraui, son 8 mil millones de dólares provenientes del consumidor estadounidense, Bimbo son alrededor de 10 mil millones de dólares, Grupo Cementos de Chihuahua son 1 millones, y así muchas más.

En este sentido la relación entre los dos países ha pasado del conflicto a una de interdependencia estratégica en beneficio de todos los ciudadanos. Porque, esta plenamente demostrado el beneficio que obtienen los estadounidenses de los migrantes, y aunque persisten tensiones, ambos países comparten intereses económicos, sociales y culturales que los convierten en socios fundamentales en el continente americano, que tendrán que hacer frente a la economía mundial que se mueve por regiones. 🔄

	EMPRESA	INGRESOS TOTALES	INGRESOS EN ESTADOS UNIDOS	PORCENTAJE	EMPRESARIO A CARGO	DETALLES
1	Grupo Cementos de Chihuahua y Subs.	1,361.61	1,034.82	76%	Federico Terrazas Becerra	Tiene operaciones de cemento y premezclado en todo el corte central de Norteamérica.
2	Alpek	7,779.22	5,134.29	66%	Familia Garza Sada	Alpek tiene presencia en Estados Unidos a través de instalaciones de fabricación y procesamiento.
3	GRUMA	6,565.15	3,610.83	55.00%	Juan Antonio González Moreno	Empresa que ya tiene una larga tradición en nuestro vecino del Norte pues llegó en 1977, cuando adquirieron la fábrica de tortillas Mission Foods en California, ahora cuenta con 22 plantas.
4	Grupo Comercial Chedraui	14,811.82	8,116.88	54.80%	Alfredo Chedraui Obeso	Chedraui tiene presencia en Estados Unidos a través de la cadena Chedraui USA, que opera tiendas en California, Arizona, Nevada, Nuevo México y Texas, opera bajo los nombres comerciales El Super, Fiesta Mart y Smart & Fina
5	Nemak	4,984.57	2,691.67	54.00%	Familia Garza Sada	La empresa mexicana Alfa tiene presencia en Estados Unidos a través de sus divisiones de producción y distribución de alimentos, y de la fabricación de componentes automotrices.
6	Alfa	16,396.85	8,526.36	52%	Álvaro Fernández Garza	La empresa mexicana Alfa tiene presencia en Estados Unidos a través de sus divisiones de producción y distribución de alimentos, y de la fabricación de componentes automotrices.
7	Grupo Bimbo	22,515.71	10,809.59	48%	Daniel Servitje Montull	Bimbo Bakeries USA entró al mercado de pan de Estados Unidos al adquirir Pacific Pride Bakeries de San Diego.
8	Orbia Advance Corporation	8,190.14	2,948.45	36%	Juan Pablo del Valle Perochena	Orbia tiene su sede corporativa en Boston, Estados Unidos.
9	ArcaContinental	12,028.83	3,247.78	27%	Jorge Humberto Santos Reyna	Cuenta con 9 plantas de producción y es el embotellador exclusivo en el suroeste de Estados Unidos.
10	Grupo México	14,342.62	2,868.52	20%	Germán Larrea Mota-Velasco	Tercer productor en Estados Unidos
11	Jose Cuervo	2,497.47	499.49	20%	Juan Domingo Beckmann Legorreta	Ha tenido un crecimiento derivado de un mayor consumo en Estados Unidos y Canadá.
12	Grupo Carso	11,174.61	1,888.51	17%	Familia Slim	Grupo Carso tiene presencia en Estados Unidos a través de inversiones en empresas como Transpecos Pipeline L.L.C. y Comanche Trail Pipeline L.L.C.
13	Bachoco	5,291.93	846.71	16%	Roberto H. González Barrera.	Bachoco tiene un complejo productivo en Estados Unidos, cuenta con presencia en Estados Unidos en los estados de Oklahoma, Arkansas, Alabama y Georgia.
14	Conservas La Costeña	948.40	142.26	15%	Familia López Resines	La Costeña tiene presencia en Estados Unidos a través de dos plantas de producción, una en Arizona y otra en Minnesota.
15	Genomma Lab Internacional	927.20	92.72	10%	Rodrigo Alonso Herrera Aspra	Genomma Lab Internacional, tiene presencia en Estados Unidos a través de su filial Genomma Lab USA. La empresa se ha expandido en el país a través de cadenas de autoservicios como Wal-Mart y Walgreens.
16	Grupo Herdez	2,039.02	171.28	8%	Héctor Ignacio Hernández-Pons Torres	Grupo Herdez tiene presencia en Estados Unidos a través de MegaMex, una empresa conjunta. En este país, Herdez es un líder en la venta de comida mexicana congelada, guacamole, salsas y mole.

	EMPRESA	INGRESOS TOTALES	INGRESOS EN ESTADOS UNIDOS	PORCENTAJE	EMPRESARIO A CARGO	DETALLES
17	Kimberly Clark de México	3,001.53	246.13	8%	Claudio X. González Laporte	Kimberly-Clark tiene presencia en Estados Unidos con oficinas y plantas de fabricación. La sede de la empresa se encuentra en Dallas, Texas.
18	Cemex	17,358.25	1,335.00	8%	Rogelio Zambrano	La empresa cuenta con presencia de la planta Xenia, que ha sido reconocida por sus esfuerzos para mejorar el entorno, y la planta de Lyons, Colorado, que ha sido nominada por su excelencia ambiental.
19	Lala	5,573.59	242.00	4%	Eduardo Tricio Haro	Tiene presencia en Estados Unidos a través de LALA U.S., Inc., una filial fundada en 2016. LALA U.S., Inc. se dedica a la distribución y venta de productos lácteos en América del Norte.
20	Petróleos Mexicanos	96,843.36	n.d.	n.d.	Gobierno de México	La empresa cuenta con la refinería de Deer Park ubicada en Texas.
21	GF Banorte	25,870.72	n.d.	n.d.	Carlos Hank González	Banorte tiene presencia en Estados Unidos a través de varias entidades, como Inter National Bank (INB), Uniteller y Motran.
22	Grupo Coppel	15073.53604	n.d.	n.d.	Familia Coppel	Coppel tiene presencia en Estados Unidos a través de la app Coppel Access, una cartera móvil que permite a los mexicanos radicados en el país crear una cuenta bancaria.
23	Grupo Elektra	10,368.86	n.d.	n.d.	Ricardo Salinas Pliego	Elektra tiene presencia en Estados Unidos a través de Purpose Financial. En este país, Elektra es el principal proveedor de préstamos no bancarios de corto plazo.
24	Grupo Sigma Alimentos	8,493.19	n.d.	n.d.	Familia Garza Sada	"Tiene presencia en Estados Unidos desde 2002 y cuenta con plantas de producción y centros de distribución en este país. Sigma Alimentos es una empresa mexicana que produce, comercializa y distribuye alimentos. Entre sus marcas más conocidas se encuentran FUD, Campofrío, Bar-S, San Rafael, La Villita, Chimex, Navidul, Justin Bridou y Sosua. "
25	Cinépolis	6,475.23	n.d.	n.d.	Alejandro Ramírez Magaña	Opera cine de lujo en Estados Unidos
26	Industrias Peñoles	5,918.95	n.d.	n.d.	Alejandro Baillères Gual	Industrias Peñoles tiene presencia en Estados Unidos a través de Bal Holdings, una empresa que opera en Stamford, Connecticut. Esta empresa se encarga de vender en Estados Unidos metales como el oro, la plata, el zinc y el plomo, así como sulfato de sodio.
27	Grupo Xignux	5,831.86	n.d.	n.d.	Eugenio Garza Herrera	Grupo Xignux tiene presencia en Estados Unidos, donde opera una planta en Shreveport, Luisiana.
28	Alsea	4292.286036	n.d.	n.d.	Alberto Torrado	Alsea es una empresa mexicana que opera restaurantes de franquicias en Estados Unidos, entre ellos Starbucks y Domino's Pizza.
29	Televisa	4,153.60	n.d.	n.d.	Emilio Azcárraga Jean	Televisa está presente en Estados Unidos a través de Univision Communications Inc. ("Univision"). Univision es una empresa de medios de habla hispana que transmite el contenido de Televisa en Estados Unidos.
30	SuKarne	3777.195946	n.d.	n.d.	José Luis Arechiga	SuKarne tiene 33 tiendas propias en California, Illinois y Texas.
31	Metalsa	3,583.27	n.d.	n.d.	Leopoldo Cedillo	Tiene presencia en Estados Unidos a través de plantas de manufactura y centros de secuenciado

	EMPRESA	INGRESOS TOTALES	INGRESOS EN ESTADOS UNIDOS	PORCENTAJE	EMPRESARIO A CARGO	DETALLES
32	Grupo Simec	2,320.77	n.d.	n.d.	Antonio del Valle Ruiz	Grupo Simec tiene presencia en Estados Unidos a través de sus fábricas de acero. En agosto de 2023, la empresa anunció la suspensión indefinida de sus operaciones en Ohio y Nueva York.
34	Grupo Bafar	1,871.51	n.d.	n.d.	Ricardo González	Tiene un conjunto de plantas que opera en Texas.
35	Grupo Lamosa	1,777.70	n.d.	n.d.	Federico Toussaint Elosúa	Grupo Lamosa tiene presencia en Estados Unidos a través de su subsidiaria Roca Tiles. Roca Tiles participa en ferias mundiales como Coverings, donde ha recibido reconocimientos por la calidad de sus productos.
33	Grupo Gigante	1,913.34	n.d.	n.d.	Angel Losada Moreno	Grupo Gigante tuvo presencia en Estados Unidos con la cadena Gigante U.S.A., la cual se ubicó en Los Ángeles, California. Esta fue la primera cadena de origen mexicano en ese país.
36	Monex S.A.P.I.	1,562.84	n.d.	n.d.	Héctor Lagos Dondé	Monex tiene presencia en Estados Unidos a través de Monex USA, Monex Securities y Monex Asset Management.
37	Grupo Autofin México	1,525.06	n.d.	n.d.	Juan Antonio Hernández	Grupo Autofin México tiene presencia en Estados Unidos a través de Autofin USA, que cuenta con sucursales en California.
38	Grupo Kuo	1,493.64	n.d.	n.d.	Fernando Senderos Mestre	"Grupo KUO tiene presencia en Estados Unidos en los siguientes sectores: Consumo: Con las marcas Kekén y Kinitón, Grupo KUO exporta carne de cerdo a Estados Unidos, Japón, Corea del Sur y China. Automotriz: Con Tremec, Grupo KUO produce transmisiones para el mercado original y de repuesto. Químico: Con Dynasol y Resirene, Grupo KUO produce hule sintético y polímeros. "
39	Fibra Uno	1,467.17	n.d.	n.d.	Los hermanos Moisés, André y Max El-Mann Arazi	FUNO tiene presencia en Estados Unidos a través de su vicepresidente de Mercados de Capital y Relación con Inversionistas, quien ha participado en videoconferencias en Nueva York.
40	Rassini	1,435.81	n.d.	n.d.	Ricardo Hinojosa Rodríguez	Empresa que provee partes para freno y suspensiones para autos ligeros. Rassini tiene plantas de producción en Kentucky, Michigan, Ohio y Tennessee.
41	Grupo Financiero Invex	1,346.40	n.d.	n.d.	José Antonio Rodríguez	INVEX, grupo financiero mexicano, tiene presencia en Estados Unidos a través de su filial INVEX Internacional, ubicada en Miami, Florida.
42	Grupo Jumex a	1,266.89	n.d.	n.d.	Juan Beckmann Vázquez	Marca mexicana de jugos y néctares, tiene presencia en Estados Unidos desde 1982. Jumex es una de las marcas de Grupo Jumex, que exporta sus productos a más de 40 países. Tiene una sociedad con Arizona Beverages Company para fabricar y distribuir Jumex Hard, un néctar duro a base de malta.
43	Grupo IUSA	1,242.21	n.d.	n.d.	Familia Alejo Peralta	IUSA tiene presencia en Estados Unidos a través de una planta, oficinas y centros de distribución.
44	Bepensa	1099.943694	n.d.	n.d.	José María Casares Cámara	Bepensa Motriz tiene presencia en Florida y Carolina del Sur. En Florida, la empresa comenzó a operar en 2014 a través de Rehtien, con cuatro ubicaciones.

	EMPRESA	INGRESOS TOTALES	INGRESOS EN ESTADOS UNIDOS	PORCENTAJE	EMPRESARIO A CARGO	DETALLES
45	Grupo Industrial Saltillo	1,029.95	n.d.	n.d.	Juan Carlos López Villarreal	Grupo Industrial Saltillo (GISSA) tiene presencia comercial y de distribución en Estados Unidos. GISSA es un conglomerado industrial que fabrica y vende productos para la industria automotriz y para el hogar.
46	Barcel	992.185748	n.d.	n.d.	Daniel Servitje Montull	Barcel tiene presencia en Estados Unidos a través de Barcel USA, la división de snacks de Grupo Bimbo. Barcel USA fabrica, distribuye y vende una gran variedad de snacks, entre los que se encuentran las papas fritas, palomitas, dulces y jarabes.
47	Grupo Kaltex	957.21	n.d.	n.d.	Familia Saba	Kaltex tiene presencia en Estados Unidos, ya que cuenta con oficinas comerciales en ese país. Kaltex es una empresa textil que produce fibras acrílicas, telas, prendas de vestir y artículos para el hogar.
48	Jugos del Valle	141.25	n.d.	n.d.	José Antonio Fernández Carbajal	Jugos Del Valle están presentes en Estados Unidos, es una marca de jugos propiedad de Coca-Cola.
49	Topo Chico	n.d.	n.d.	n.d.	José Antonio Fernández Carbajal	La marca de agua mineral Topo Chico está presente en 30 estados de Estados Unidos. La empresa The Coca-Cola Company adquirió la marca en 2017 y desde entonces ha ampliado su distribución en el país.
50	Grisi	n.d.	n.d.	n.d.	Familia Grisi	En los Estados Unidos, Grisi distribuye una variedad de productos bajo marcas reconocidas, especialmente en el área de productos capilares, jabones y cremas, que están orientados a la comunidad latina.

	EMPRESA	SECTOR	MONTO DE LA INVERSIÓN (MDD)	EMPRESA ADQUIRIDA	DETALLES
1	La familia Slim	Diversos	2010	PBF Energy, Talos Energy Inc y diversas empresas petroleras	En 2024, Slim invirtió US\$1,000 millones en empresas petroleras. En PBF Energy, Slim invirtió US\$602 millones, aumentando su participación al 25%. En Talos Energy Inc., Slim invirtió US\$326 millones, alcanzando un 24,2% de su capital. En una empresa conjunta en México con Talos, Slim invirtió US\$82,7 millones, aumentando su participación del 49,9% al 80%.
2	Grupo México	Holding	2100	Florida East Coast Railway	La empresa anunció el acuerdo que llegó con Florida East Coast Railway Holdings Corp (FEC) para adquirir el 100% de las acciones en efectivo por un monto total de 2 mil 100 millones de dólares (mdd), hay que sumarle una deuda de deuda mil 750 millones de dólares, hay que señalar que ya había adquirido la participación en las empresas Golfo de Mexico Rail Ferry Holdings y Rail Ferry Vessel Holdings.
3	Cemex	Cemento	2000	Couch Aggregates y Premier Holdings.	Entre 2021 y 2024 se estima que la empresa invirtió 2 mil millones de dólares en inversiones
4	Televisa	Entretenimiento	1200	Univisión	La fusión se realizó para aprovechar el mercado de streaming en español, que cuenta con una población potencial de 600 millones de personas.
5	Chedarui	Comercio	620	El Super y Smart & Final	Chedraui adquirió el club de precios Smart & Final en 2021 por 620 millones de dólares.
6	Arca Continental	Bebidas	400	n.d.	La inversión va destinada a fortalecer su capacidad de producción, desarrollar herramientas digitales, generar valor compartido a largo plazo. incluye el estado de Texas y parte de los estados de Nuevo México, Oklahoma y Arkansas
7	FEMSA	Holding	385	Delek US Holdings, Inc.	Esta adquisición incluye 249 tiendas de conveniencia, principalmente en Texas, Nuevo México y Arkansas
8	Vitro	Vidrio	310	Pittsburgh Glass Works	Vitro invierte 310 millones de dólares en compra de negocio de vidrio en Estados Unidos.
9	Bio Pappel	Papel	200	Nippon Paper	La empresa que adquirió se encuentra en Washington, le permite duplicar su capacidad de producción
10	Variv Capital	Tecnología	n.d.	Mpower Financing	Variv Capital ha invertido en empresas como Cometa III, un fondo de capital que invierte en startups en Estados Unidos.



**CARLOS BONILLA**  
Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva por la UNAM y Maestro en Relaciones Públicas por el CADEC. Preside el Consejo Consultivo de la Red Mundial de Comunicación Organizacional

## CITIGROUP SIGUE SIENDO PROPIETARIO DE BANAMEX

Citi anunció la separación formal de Banamex, la cual se concretó el 1° de diciembre. Ahora operará en México por medio de dos grupos financieros separados: Grupo Financiero Citi México y Grupo Financiero Banamex. La separación marca un paso significativo en la ejecución de su plan estratégico para simplificar la firma.

Ello corresponde al anuncio que hiciera el Grupo en el mes de febrero de abandonar la banca de consumo en 14 mercados de Asia, Europa, Oriente Medio y México como parte de su renovación estratégica, Citi ya ha cerrado ventas en nueve de esos mercados y tiene un proceso de venta en marcha en Polonia. Las liquidaciones anunciadas previamente de los negocios de consumo de Citi en China y Corea y de la presencia general en Rusia están casi completas.

Lo anterior implica que Grupo Financiero Citi México mantendrá una presencia en el país y continuará atendiendo a los clientes institucionales de Citi en México a través de un banco de servicio completo, Banco Citi México, y servicios de corretaje a través de Citi México Casa de Bolsa. También lo hará a través de sus cuatro líneas de negocio: banca, mercados, servicios y patrimonio, con lo cual ofrecerá un portafolio de productos y servicios financieros a instituciones financieras, gobiernos, inversionistas, multinacionales y empresas nacionales que buscan internacionalizarse.

La red global y más de 120 años de presencia ininterrumpida en América Latina, el equipo local de Citi, de aproximadamente 3 mil empleados, atenderá a alrededor de 2 mil clientes.

Por su parte, Grupo Financiero Banamex incluirá un banco de servicio com-

pleto, donde el Banco Nacional de México mantendrá sus servicios de banca minorista, incluyendo servicios de gestión patrimonial, préstamos al consumo, préstamos hipotecarios residenciales, depósitos, servicios de nómina, pagos y una gama completa de productos de banca comercial, así como Tarjetas Banamex, Afore Banamex, Seguros Banamex y Pensiones Banamex, que ofrecen tarjetas de crédito, gestión de activos para el retiro, seguros y rentas vitalicias, respectivamente.

Los casi dos millones de clientes de Citi Banamex no resultarán afectados con la separación de ambas entidades, pues el City Group sigue siendo el propietario. El único cambio que percibirán será una nueva identidad corporativa incluyendo un nuevo logotipo de Banamex, que ya no incluirá a Citi. Éste figurará en las sucursales del banco y se incorporará gradualmente a las tarjetas que utilizan los clientes, conforme vayan reemplazando los plásticos por el vencimiento de los mismos. Banamex continuará ofreciendo toda su gama de servicios financieros con sus más de 39 mil empleados que actualmente respaldan estos negocios. También continuará con la colección de arte y los edificios históricos de Banamex. Las asociaciones sociales y culturales seguirán siendo parte del grupo financiero Banamex, lo cual profundizará su legado de 140 años en México.

Citi continúa trabajando activamente en la propuesta de oferta pública inicial (OPI) de Grupo Financiero Banamex, cuyo calendario dependerá de las aprobaciones regulatorias y las condiciones del mercado para maximizar el valor para los accionistas, lo que sigue siendo una prioridad para Citi. ➤

A photograph of two women sitting at a wooden table in a modern office setting. They are engaged in a conversation, with one woman holding a pen over a notebook and the other gesturing with her hands. A laptop and several documents are on the table. Large windows in the background show an indoor plant and a view of the office.

# LIDERAZGO CONSCIENTE PARA LA MUJER EJECUTIVA



Tecnológico  
de Monterrey

Educación  
Continua

## OBJETIVO DEL PROGRAMA

Potencializar y acelerar el proceso de la mujer ejecutiva hacia puestos de mayor liderazgo, a través de la comprensión de su personalidad, el desarrollo de competencias clave de liderazgo y el acompañamiento con sesiones de coaching. Queremos que sean fuente de inspiración y transformación en sí mismas y en otras mujeres.

## ¿A QUIÉN VA DIRIGIDO EL PROGRAMA?

Mujeres ejecutivas que deseen transformarse y ser agentes de cambio, mejorando sus competencias de liderazgo e impactando en su vida y en las organizaciones.

## ELEMENTOS FORMATIVOS



Kick Off



Onboarding



Sesiones de  
networking



Modulos  
temáticos



Sesiones de  
coaching



Entrega de  
portafolio



Ceremonia de  
graduación

## DETALLES DEL PROGRAMA

Inicio: 13 de Marzo 2025 | **Duración: 50 hrs.** | Modalidad: En Línea  
Para más información: [olira@tec.mx](mailto:olira@tec.mx)



# CON MOTORES DE CHOCOLATE

SE ESTIMA QUE  
MÁS DE 2.1  
MILLONES DE ESTOS  
VEHÍCULOS HAN  
SIDO LEGALIZADOS  
DESDE EL INICIO DEL  
DECRETO

CYNTHIA MICHELLE HERNÁNDEZ

En México, los autos 'chocolate' han sido un tema central en el debate sobre la regulación del mercado automotriz, la economía informal y la sostenibilidad ambiental. Estos vehículos, que ingresan al país de manera irregular, han proliferado debido a factores como la demanda de automóviles más accesibles y las brechas en los procesos de importación legal.

A pesar de las políticas de regularización implementadas en los últimos años, el impacto de estos autos va más allá de la simple competencia en el mercado, afectando la rentabilidad de las marcas establecidas, la seguridad vial y el medio ambiente.

La Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) confirmó que los autos chocolate mostraron ingresos excedentes por más de tres mil millones de pesos por su legalización en 2023.

Según datos de la Secretaría de Seguridad y Protección Ciudadana y el Diario Oficial de la Federación (DOF), en México se han regularizado más de 2.1 millones de vehículos de procedencia extranjera, comúnmente conocidos como autos chocolate, entre el 19 de marzo de 2022 y el 6 de marzo de 2024. Además, se estima que existen más de 600 mil vehículos con números de serie que comienzan con letra, indicando su origen en Europa o Asia, que han sido identificados en territorio nacional.

El Programa de Regularización de Vehículos Usados de Procedencia Extranjera puso en orden 16% de automóviles, modelo 1999

y anteriores; 51% del 2000 a 2007; 23% de 2008 a 2012; y 11% de 2013 a 2017.

Este se creó con el propósito de generar ingresos adicionales que serían destinados a los estados donde se realicen los trámites, específicamente para proyectos de infraestructura vial, como la construcción de carreteras. Desde su implementación, el plazo para la regularización se ha ampliado en varias ocasiones, siendo la última extensión el 27 de septiembre de 2024.

Hasta el 2023 los recursos obtenidos han facilitado la rehabilitación de 5 millones 211 mil 650 metros cuadrados de avenidas en entidades como Tamaulipas, Sonora, Michoacán y Baja California Sur.

Entre los estados con mayor número de vehículos regularizados destacan Chihuahua, con 423 mil unidades regularizadas y una recaudación de mil 058 mdp; Tamaulipas, también con 423 mil vehículos y mil 057 mdp recaudados; y Baja California, que ha registrado 380 mil vehículos y generado ingresos por 952 millones de pesos.

Debido al éxito de la iniciativa y la persistente demanda, se ha decidido prolongar nuevamente su vigencia. Un nuevo decreto establece que el programa continuará hasta el 30 de septiembre de 2026, permitiendo que un mayor número de personas pueda beneficiarse de este proceso.

Según el artículo 3, fracción II de la Fe de Erratas del decreto publicado, los vehículos que podrán regularizarse en 2025 corresponden a los modelos del año 2019. En 2024, el programa permitió la legalización de automóviles de 2018 y años anteriores.

Chihuahua, Tamaulipas y Baja California, son los estados con mayor número de vehículos regularizados

Este proceso está habilitado en estados con una alta población migrante en Estados Unidos y Canadá, como lo son Baja California Sur, Chihuahua, Coahuila, Durango, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Nuevo León, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas, Tlaxcala y Zacatecas.

El costo de la regularización vehicular es de 2 mil 500 pesos mexicanos por cada automóvil, y el pago debe realizarse utilizando un formato de línea de captura generado por el Sistema de Administración Tributaria (SAT).

Guillermo Rosales Zárate, presidente ejecutivo en la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA), apuntó en entrevista que es importante lo referente a la importación de vehículos usados, pues existen mecanismos legales establecidos para realizar este proceso. Al inicio del nuevo mandato se actualizó y reemitió el decreto que permite la importación definitiva y legal de vehículos usados provenientes de Estados Unidos.

“Por lo tanto, no es necesario mantener el decreto de regularización de vehículos introducidos de manera ilegal, es decir, aquellos que no cumplen con ninguna disposición regulatoria y que generan un impacto negativo en el mercado y en otros ámbitos”.

El presidente ejecutivo de la AMDA compartió otras cifras, pues hasta septiembre de 2024, se han regularizado 2 millones 559 mil 256 vehículos, con una recaudación equivalente a 6 mil 398 millones 140 mil pesos. Los estados de Chihuahua, Tamaulipas y Baja California representan el 51% del total de vehículos regularizados.



*La importación legal de vehículos usados es un mecanismo necesario para regular el mercado, pero su correcta aplicación requiere supervisión estricta”*

Guillermo Rosales Zárate,  
presidente ejecutivo en  
la Asociación Mexicana  
de Distribuidores de  
Automotores (AMDA)



Sin embargo, este programa de regularización continúa permitiendo la entrada diaria de vehículos ilegales a través de la frontera norte, y muchos de los vehículos regularizados no cumplen con las especificaciones del decreto, que establece que sólo se pueden regularizar aquellos vehículos cuya estancia ilegal en México pueda acreditarse hasta octubre de 2021. A pesar de esto, las autoridades siguen otorgando la regularización, lo que incrementa problemas como la saturación vehicular y la proliferación de basura vehicular en las calles y carreteras del país.

“El aumento de vehículos irregulares no sólo afecta la movilidad urbana, sino también el medio ambiente y la seguridad vial”.

### RODANDO EN EL AMBIENTE

En 2024, las emisiones vehiculares en México continúan siendo significativas para la salud pública y el medio ambiente. Los vehículos particulares generan aproximadamente el 18% de las emisiones de CO<sub>2</sub>, principal gas de efecto invernadero, lo que podría costar al país hasta el 6% del Producto Interno Bruto (PIB) si no se implementan medidas adecuadas de prevención.

En la Ciudad de México se revela que los vehículos más antiguos contribuyen desproporcionadamente a las emisiones. Aproximadamente la mitad de las emisiones de vehículos de pasajeros a gasolina provienen de autos de más de 14-17 años de antigüedad, que representan al menos una quinta parte del parque vehicular conforme el Programa de Naciones Unidas para los Asentamientos Humanos (ONU Hábitat) y el Consejo Internacional de Transporte limpio (ICCT por sus siglas en inglés).

De acuerdo con una publicación de la COPAR-MEX el gobierno necesita trabajar en una política orientada a incentivar e implementar sistemas de transporte público más eficientes y sostenibles en lugar de regularizar estos autos chocolate cuya antigüedad promedio ronda los 15 años de vida y no cumplen con las normas vigentes.

Dado que los riesgos a la seguridad pueden ir desde una actividad ilegal hasta seguridad vehicular dado que algunos de ellos son desechados o con antecedentes de siniestro en Estados Unidos que no garantizan los estándares mínimos de seguridad vehicular como son frenos de seguridad ABS, bolsas de aire o sistemas de retención infantil. Así como la afectación que estos representan a la industria automotriz nacional.

### UNA CARRERA COMPLICADA DE GANAR

Rosales Zárate precisó que en las afectaciones al mercado de vehículos nuevos, los datos del periodo de enero a noviembre muestran las adquisiciones de vehículos ligeros en las distintas entidades del país. En noviembre, el mercado nacional registró un crecimiento promedio del 10.6% en comparación con el 2023. Sin embargo, el caso de Chihuahua destaca con una caída del 4.5%, lo que representa una diferencia de 15 puntos porcentuales respecto al promedio nacional.

Este fenómeno no es casualidad, ya que Chihuahua, Tamaulipas y Baja California concentran más del 50% de las regularizaciones de vehículos ilegales. En particular, Baja California, aunque con una disminución menos pronunciada, también presenta un resultado negativo, en contraste con el crecimiento nacional.





09 FEBRERO 3PM **CD MX**

**FOX SPORTS**™

EN VIVO



SUSCRÍBETE

#SBXFSMX

EL SUPER BOWL SUENA EN FOX SPORTS



Por otro lado, Zacatecas, también incluido en el decreto de regularización, presenta una caída del 1.1%, mientras que Sinaloa, igualmente dentro del programa y afectado por la explosión de violencia, registra una disminución del 4.7 por ciento.

“Estos datos confirman que no hay justificación para mantener este decreto, así confiamos en que la doctora Sheinbaum, con su conocimiento sobre temas ambientales y su compromiso con políticas públicas que mejoren la calidad de la movilidad, entienda la urgencia de cancelar o derogar este decreto, que sigue incentivando la regularización de vehículos introducidos de manera ilegal al país”.

Para el especialista, la implementación de diferentes incentivos, muchos de ellos vinculados al precio directo y otros a la oferta crediticia proporcionada por las financieras de marca, ha generado condiciones favorables para los consumidores. Esto refleja claramente que este panorama positivo para los consumidores tiene un lado menos favorable para la industria, ya que representa una disminución significativa en la rentabilidad.

En Estados Unidos, las cifras preliminares de 2024 apuntan a una caída en la rentabilidad de los distribuidores de más del 20%. En México, la situación es aún más crítica, con una disminución en la rentabilidad de los distribuidores superior al 50%



**La implementación de estándares de calidad y normas en el mercado nacional, fortalecería la industria, además de garantizar la seguridad y durabilidad de los vehículos en circulación”.**

Guillermo Rosales Zárate, presidente ejecutivo en la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA)

en comparación con 2023. Es decir, que se están vendiendo más unidades, pero los resultados en términos de ganancias son notablemente menores.

Agregó que esta realidad obliga a realizar esfuerzos importantes para mejorar la eficiencia y mantener las operaciones. De cara a este 2025, se anticipa una intensa competencia entre las marcas participantes en el mercado mexicano.

Según los escenarios previstos, se espera una desaceleración en las ventas debido a que la demanda rezagada originada durante el 2020 ya ha sido prácticamente satisfecha y muchos consumidores que habían retrasado la renovación de sus vehículos lo hicieron entre 2022 y 2024, lo que reduce el mercado potencial para los próximos años.

En este contexto, Guillermo Rosales Zárate, presidente ejecutivo en la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores apuntó que la industria está proyectando objetivos de venta que refuerzan la idea de que 2025 será un año marcado por una competencia feroz para ganar la preferencia de los consumidores.

La dinámica del mercado se centrará en generar nuevos contratos de venta y adaptarse a las nuevas condiciones económicas, manteniendo un enfoque agresivo en la promoción y en la oferta de valor para los clientes. ➔

# Greentology™

The green side of business



[www.greentology.life](http://www.greentology.life)



**CARLOS ÁLVAREZ**  
Strategy Marketing and  
Sustainability director LatAm  
en CHEP

# NEGOCIOS SOSTENIBLES: RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LAS EMPRESAS EN AMÉRICA LATINA

América Latina atraviesa un momento crucial para la sostenibilidad global. Con su biodiversidad y recursos naturales, tiene el potencial de liderar la transición hacia una economía verde. Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la región podría generar más de 15 millones de empleos verdes para 2030, especialmente en sectores como agricultura sostenible, energías renovables y construcción. Además, el Banco de México estima que la economía verde podría representar hasta el 5% del PIB regional en los próximos años.

No obstante, la región enfrenta desafíos importantes, como la falta de estrategias claras en torno a los criterios ESG (Medioambiente, Sociedad y Gobernanza). Un 40% de las empresas aún no cuentan con planes sólidos en este ámbito, de acuerdo con el estudio Panorama de las empresas latinoamericanas sobre ESG, que elaboró EY, mientras que el acceso a financiamiento y la adopción de tecnologías innovadoras siguen siendo obstáculos clave para la transición hacia modelos sostenibles.

La economía circular se presenta como una vía para transformar la sostenibilidad en una oportunidad. Este modelo reemplaza el enfoque lineal de “extraer, consumir y desechar” por un ciclo que promueve la regeneración de recursos y la reducción de residuos.

Adoptar la circularidad permite a las empresas optimizar recursos, reducir costos y generar nuevos ingresos. En América Latina, este enfoque no sólo representa una oportunidad ambiental, sino también una forma de fortalecer la resiliencia empresarial frente a la volatilidad económica.

A pesar de los retos, las opciones de financiamiento para la sostenibilidad están creciendo. Bonos verdes, fondos de impacto y mercados de carbono son alternativas viables para financiar la transición ecológica. Además, iniciativas como los préstamos verdes y el financiamiento participativo permiten que las empresas vean la sostenibilidad como una inversión rentable, no como una carga.

El éxito de esta transición depende en gran medida de la educación y la concientización de todos los actores clave en la cadena de valor. Capacitar a empleados, clientes y proveedores sobre prácticas responsables mejora la eficiencia operativa, fortalece la reputación corporativa y estrecha la relación con la sociedad.

En CHEP, hemos adoptado la circularidad como modelo central, trabajando de manera colaborativa con nuestros clientes y proveedores para implementar soluciones regenerativas que benefician a todos. ➔

# tu vida más **izzi**

es disfrutar tu contenido  
y conexión

**dentro y fuera de casa**



800 120 4000

[izzi.mx](http://izzi.mx)

llévatela fácil, llévatela izzi

**izzi!**

Consulta términos y condiciones en [izzi.mx](http://izzi.mx)



ENRIQUE  
CASTILLO-PESADO  
interdif@prodigy.net.mx

## Gastos operativos de Sports World aumentan 14.6%; 35 mdd invertirá Neutral Networks en 2025; 15% en 5 años crecerán los delitos vía web; Recaudación tributaria supera meta; Mexicana generó 243 mdp de ingresos propios en 9 meses; Afores registran plusvalías millonarias; Temu, Shein y AliExpress con descuentos por la alza de impuestos; 40% caerían las ventas de Mezcal

El operador de clubes deportivos de México, Sports World, registró un aumento del 14.6% en sus gastos operativos durante el tercer trimestre de 2024, al pasar de 279 millones 900 pesos en el mismo periodo del 2023 a 312 millones 800 mil pesos. No obstante, con los mayores costos, los ingresos del tercer trimestre alcanzaron 530 millones 700 mil pesos, 15.3% más con relación a los 460 millones 385 mil pesos registrados durante el mismo periodo del año anterior. El crecimiento se debió a un alza en la base de clientes activos. Gabriel Ramírez, bajo la dirección financiera de Sports World, comentó que “este incremento está relacionado con el aumento en el salario mínimo y el regreso de prestaciones suspendidas en pandemia”.

### LA APUESTA ESTRATÉGICA

Gabriel Navarro, CEO de Neutral Networks dijo que “en los próximos 18 meses vamos a meter una inversión con nuestro socio norteamericano de unos 20 millones de dólares, que se van a sumar a la inversión de nuestro proyecto de fibra óptica que conecta a México con el sur de Estados Unidos. Yo creo que cerca de 35 mdd es lo que vamos a estar invirtiendo en 2025”. Asimismo, destacó que buscan fortalecer la infraestructura de fibra óptica en San Luis Potosí y Guajuato, así como también desplegar su red neutral que conectará Querétaro con Laredo, Texas, misma que ya cuenta con un 82% de avance y se planea que entre en operación en el tercer trimestre de 2025. Con 200 kilómetros pendientes entre San Luis Potosí y Querétaro, este proyecto se perfila como un puente esencial para las empresas estadounidenses que buscan conectarse con los centros de datos en México. el crecimiento de Neutral Networks también está respaldado por una tendencia global: la adopción acelerada de la inteligencia artificial (IA). La empresa mexicana se está colocando estratégicamente para atender esta demanda y convertirse en un aliado clave para el desarrollo de la (IA) y la digitalización en ambos lados de la frontera.

### IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS AVANZADAS

10 mil 500 millones de dólares se estima que ascenderán las pérdidas por delitos cibernéticos en el mundo. La firma IQSEC estimó que, al cierre del 2015, el valor de los cibercrimes es de 3 mil mdd. Se espera que los delitos cibernéticos aumenten un 15% anual durante los próximos cinco años, obteniendo los 10.5 mil mdd en 2025, frente a los 3 mil mdd en 2015, confirmó el Chief Information Security Officer (CISO) de IQSEC, Manuel Moreno, quien también destacó que “esto representa una transferencia histórica de riqueza económica y pone en riesgo la innovación, la inversión y la seguridad global”. Para Moreno, el cibercrimen se está volviendo más rentable que el comercio mundial de drogas ilegales, lo que ha atraído a delincuentes hacia nuevas y lucrativas oportunidades de ataque. Moreno explicó que, en el caso específico de las Fintech, que la apropiación de cuentas, la falsificación de identidades y el fraude en línea son algunos de los mayores desafíos. Y dijo que: “Las Fintech enfrentan retos como la apropiación de cuentas o la falsificación de cuentas, lo que tiene un gran impacto financiero para las empresas”. Las Fintech han comenzado a implementar tecnologías avanzadas, como biométricos del comportamiento. También explicó que, si se destaca un cambio en los patrones, se activa una autenticación intermedia para confirmar que se está interactuando con un usuario autorizado. Esta tendencia refleja el crecimiento del cibercrimen, que pone en riesgo sectores clave como el financiero, la salud, el sector público, tecnológico y retail. Ante la progresiva amenaza del cibercrimen, Manuel Moreno destacó que las empresas deben fortalecer sus estrategias para mitigar riesgos.

### SAT SUPERA META TRIBUTARIA EN 2024

La principal fuente de ingresos fue el Impuesto Sobre la Renta (ISR), con 2 billones 684 mil 495 mdp, pero quedó 25.4 mil mdp por debajo de lo programado, aunque creció 2.2% contra 2023. La recaudación tributaria acumuló 4 billones 954 mil 682 millones de pesos en 2024, por



➤ Gabriel Ramírez, bajo la dirección financiera de Sports World



➤ Gabriel Navarro, CEO de Neutral Networks



➤ Manuel Moreno, Chief Information Security Officer (CISO) de IQSEC



➤ SAT supera meta tributaria en 2024

lo que rebasó en 12 mil 651 mdp lo programado en la Ley de ingresos del año pasado, según datos que arrojó el Servicio de Administración Tributaria (SAT). Resultando que también representó un incremento de 4.7% anual en términos reales, es decir, 436 mil 952 mdp más que lo recaudado en el 2023. Con estos datos, amarró dos años de avances significativos. En cuanto al Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS) se recaudaron 628 mil 364 mdp, lo que quedó 59.7 mil mdp por debajo de lo programado, aunque avanzó 34.8% frente a un año anterior. 12 mil 561 mdp fue mayor a lo programado, la recaudación reportada en todo 2024, según datos del SAT. Y 77 mil 562 mdp superaron los ingresos por la recaudación del IVA, a lo estimado en la Ley de Ingresos.

### MÁS DE 3 MIL 558 MDP A LOS CONTRIBUYENTES

Mexicana opera sólo dos aviones y tiene menos del 1% de participación de mercado. Los ingresos propios de Mexicana, ante los subsidios, no han cumplido con las expectativas: en el Presupuesto de Egresos del 2024 se planteó que la aerolínea generaría más de 8 mil mdp. La aerolínea recibió más de 800 mdp para comenzar con sus vuelos, pero sólo generó un millón 634 mil pesos como parte de la venta de boletos. Mexicana les ha costado a los contribuyentes más de 3 mil 558 mdp. El analista independiente del sector aeronáutico Fernando Gómez Suárez, comentó que es necesario un plan de negocios que privilegie la disminución de los subsidios y garantice la viabilidad de la aerolínea. Y agregó que “se tiene que optimizar la flota, todo lo que movilizó Mexicana en un año es lo que Manejan las aerolíneas mexicanas en un día, su nivel de participación de mercado, nada más comparándola con las aerolíneas mexicanas, no llega ni siquiera al 1%”. Mexicana cuenta con pasivo de más de 21 mdp sólo por la compra de aeronaves Embraer: de las que se tiene contemplado que terminen de llegar a finales del 2027, solo cinco se incorporarán a la flota de la empresa durante este año. El plan de inversión de la flota estima que su costo de mantenimiento y operación ascenderá hasta 237 mil mdp.

### SEGÚN DATOS DE CONSAR

En 2024 las Afores registraron plusvalías por 556 mil 758 millones de pesos, un crecimiento del 19.97% con relación a lo acumulado en 2023, que fue de 464 mil 068 millones, refirió la Consar. Cifra que supera el máximo histórico del 2020, cuando reportaron 552 mil 257 mdp. Eso sí, en diciembre, las Afores enfrentaron minusvalías por 64 mil 484 mdp, comparado con las plusvalías de 64 mil 805 mdp registradas en noviembre. La Consar a lo largo del año pasado, reportó tres meses con minusvalías: abril, octubre y diciembre. De igual forma, el organismo subrayó que la reducción en las comisiones que cobran las Afores de 0.566% en 2024 a 0.547% en este año, contribuirá al crecimiento de los recursos de los trabajadores.

### PROMOCIONES ANTE EL ALZA DE IMPUESTOS

Las plataformas de comercio electrónico lanzaron cupones de descuent

to exclusivos en su servicio Premium Choice, que ofrece envíos rápidos y gratuitos en compras que superan un monto mínimo. Así como también, han introducido subsidios temporales en productos seleccionados, afianzando su compromiso de adaptarse a las nuevas regulaciones tributarias. Como consecuencias al nuevo panorama fiscal implementado en México el primero de enero, Temu y Shein, han lanzado campañas de descuentos para mitigar el impacto del aumento en los costos de sus productos. Con la finalidad de aliviar el impacto del nuevo entorno fiscal en los consumidores mexicanos, AliExpress ha implementado estrategias diseñadas para mantener su competitividad en el mercado. Shein ofrece descuentos que van del 15 y al 23% en sus productos seleccionados con envío internacional, que estuvo vigente hasta el pasado 12 de enero, con el propósito de mantenerse vigentes entre sus usuarios. Por su parte Temu optó por una estrategia de promociones temporales de hasta 90% de descuento. Las plataformas establecen estrategias a fin de cumplir con las nuevas disposiciones y dicen que cumplirán.

### AUMENTO HASTA UN 10% POR LOS NUEVOS IMPUESTOS

El 80% del mezcal que llega a Estados Unidos se utiliza en coctelería, un segmento donde el precio competitivo es clave para poder mantener su demanda, por la falta de calidad en el producto. El aumento del 25% de los aranceles de productos mexicanos propuesto por Donald Trump golpeará gravemente al mezcal en este 2025, con una baja en sus ventas de hasta 40% en el mercado estadounidense, por el encarecimiento de hasta el 10% en sus precios, alertaron analistas. Alejandro Noriega, cofundador de Experiencia Mezcaleras en Puebla comentó que “las exportaciones bajarían considerablemente, y los pequeños productores quedarían fuera si no reciben apoyo del gobierno mexicano. Incluso las grandes marcas con una presencia consolidada tendrían que modificar sus precios”. La caída significativa en las ventas pondría en riesgo a los más de 265 mil mexicanos que dependen de esa industria y actividad. Y de acuerdo con el Consejo Mexicano Regulador de la Calidad del Mezcal (Comercam) en 2023 la industria del mezcal generó 55 mil empleos directos y 210 mil indirectos. El 20% del mezcal exportado a Estados Unidos sigue siendo consumido directamente, por migrantes mexicanos que buscan una conexión con sus raíces. Sin embargo, este segmento enfrenta el impacto de las políticas migratorias de Trump, quien tiene planeado deportaciones masivas desde su primer día de mandato que fue el pasado 20 de enero de 2025. Según datos de la Secretaría de Relaciones Exteriores, en EU, radican 37.3 millones de mexicanos, de los cuales 5.3 millones no cuentan con un estatus migratorio legal. La probable reducción de esta población disminuiría la demanda de mezcal premium y complicaría el panorama para productores nacionales. Lo que es bien cierto, que los pequeños productores serían los más afectados por los aranceles y las deportaciones masivas. 256 mil personas dependen de la industria para su sustento, tanto a nivel corporativo como de agropecuario.

¡Y hasta la próxima Abur! ➔



➤ Fernando Gómez Suárez, analista independiente del sector aeronáutico



➤ Las Afores registraron plusvalías



➤ Servicio Premium Choice en Temu y Shein y Ali Express



➤ Alejandro Noriega, cofundador de Experiencia Mezcaleras en Puebla

# YASMÍN ESQUIVEL VA POR LA DEMOCRATIZACIÓN DE LA JUSTICIA



LA REFORMA AL  
PODER JUDICIAL ES  
UN PARTEAGUAS  
PARA QUE MÉXICO  
TENGA UN MEJOR  
ACCESO A LA  
JUSTICIA

ROSA MARÍA VERJÁN GUIÉRREZ

El país ha entrado desde hace unos años en una época de cambio y de transformaciones, en donde la ciudadanía se vuelve protagonista, un hecho que se logra a partir de la erradicación de males que han aquejado a nuestro México desde hace ya bastantes décadas, tales como la corrupción, el autoritarismo, y el beneficio sólo a unos cuantos.

Aunado, la presencia y el poder que las mujeres están teniendo en toda la escena política, económica y social, hacen que el rumbo cambie de manera importante, aunque aún no lo suficiente. Platicamos con Yasmín Esquivel, ministra de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, sobre el momento coyuntural que vive México, impulsado principalmente por la Reforma al Poder Judicial.

Con 40 años en el servicio público y 25 años en la impartición de justicia, señaló contundentemente que el Poder Judicial está un momento de cambio, de hecho, a su parecer, el más trascendente en la historia. Asegura que se trata de “un cambio que conlleva una transformación radical no sólo en su propia estructura y conformación, también en el origen popular que ahora tendrán quienes lo integran que nos permitirá su democratización”.

Influyentismo, corrupción, redes de familiares, nepotismo, falta de transparencia, dilación en la resolución de los asuntos, o un excesivo formalismo, eran situaciones que constantemente se denunciaban sin tener una solución positiva. Sin embargo, a raíz de la reforma constitucional del pasado mes de septiembre de 2024, estos hechos comenzarán a dejar de ocurrir.



Ahora, los integrantes de la Suprema Corte de Justicia, el tribunal de disciplina judicial, titulares de los juzgados de distrito y magistradas y magistrados de circuito serán elegidos por los ciudadanos.

Desde la perspectiva de la ministra, México ha transitado por distintas etapas, movimientos políticos y sociales que han marcado cambios importantes. “Estamos frente a un hecho inédito en la historia de nuestro país. Este cambio involucra una profunda transformación hacia la construcción de un Poder Judicial auténticamente democrático, en el que la legitimidad del juez descansa en la voluntad del pueblo; juezas y jueces sujetos al escrutinio público”.

Aunado, la llegada de nuevas generaciones de juzgadores le dará un rostro distinto al Poder Judicial. “México requiere una justicia cercana a la gente, una justicia de puertas abiertas; que privilegie la defensa de los

derechos humanos de todas las personas, con una mirada más humana, particularmente sensible a quienes forman parte de los sectores más vulnerables de la sociedad”, refirió Yasmín Esquivel.

Enfatizó que la reforma busca terminar con un Poder Judicial alejado de la ciudadanía, con aquel que no responde a las necesi-

dades y expectativas, que contribuye a no tener un acceso efectivo a la justicia como un Derecho Humano, tal y como lo marca la Constitución Política.

Aseguró además, que México necesita una justicia de puertas abiertas y que atienda las necesidades de toda la población. “Me duelen las desigualdades que advertimos en nuestra sociedad, el abandono de personas de sectores vulnerables, la invisibilidad de las mujeres, niñas y adolescentes víctimas de violencia, el abandono de niñas y niños”.

Está segura que desde la judicatura se puede contribuir a garantizar el acceso efectivo a la justicia. “Las sentencias tienen vocación transformadora, la posibilidad de modificar condiciones de nuestro entorno, modificar la realidad, a través de garantizar los derechos de todas las personas”.

**“Se pretende que el acceso a la justicia no sea un privilegio sino un auténtico derecho del que puedan gozar todas las personas”**





Se requiere, dijo, personas juzgadoras que tengan una visión asentada en la realidad, en un entorno social y un contexto particular en cada controversia que llega a su conocimiento. Además, de que tengan contacto con las partes sin escudarse en el deber de una falsa imparcialidad, para negarse a escuchar a los justiciables.

**La reforma busca un Poder Judicial que promueva una sociedad igualitaria, que genere certeza y seguridad jurídica en todas las relaciones sociales"**

#### **CAMBIOS DE FONDO Y FORMA**

Hablando sobre la participación de las mujeres en el Poder Judicial, evaluó que, si bien hoy en día hay cinco ministras, es necesario reconocer que "en el Poder Judicial Federal la presencia de la mujer, aunque ha crecido, todavía resulta insuficiente. No se cuenta con arriba de un 30 por ciento de mujeres juezas de Distrito o Magistradas de Circuito".

Esta cifra, mencionó, responde en parte a una política patriarcal de siglos, en la que las mujeres no podían acceder a cargos de alto nivel, independientemente de la preparación o credenciales que tuvieran. Hoy, las mujeres rompen paradigmas, luchan y participan en lo económico, lo político, y por supuesto en lo social.

"Romper los techos de cristal, no ha sido fácil, se ha requerido de medidas tales como las acciones afirmativas; de sentencias que reconocen y tutelan los derechos de las mujeres, principalmente en materia político-electoral; de reformas constitucionales y legales"; recordemos que la paridad de género ya está inscrita en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Ejemplificó que ella, es la ministra número 12, y a lo largo de los 200 años de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, hoy día se pueden contabilizar 15 en total, cuatro de ellas designadas en el sexenio anterior.

“*Necesitamos una justicia cercana a la gente, una justicia de puertas abiertas, transparente, humana*”

Detalló que inicialmente, la promoción de un mayor número de mujeres como magistradas de circuito y juezas de distrito se realizaba a través de concurso reservados a la participación de las mujeres, o bien, se asignaba un cierto porcentaje del total de las plazas a concursar, así como también medidas que les permitiera permanecer en su lugar de residencia familiar o la más cercana a ella, pero esto, manifestó, no ha sido suficiente, derivado del poco impulso en el tema.

Con la reforma al Poder Judicial, la ministra está segura que se garantizará una participación mayor de las mujeres, así como la paridad en los órganos que lo integran. “Por ejemplo, para integrar el Pleno de la Suprema Corte de Justicia, que ahora estará conformado por 9 ministras y ministros, vamos a votar el día de la elección por 5 mujeres y 4 hombres. El diseño que plantea la reforma es tal que mira a la integración paritaria en todos los órganos del Poder Judicial”.

#### **TRABAJA A FAVOR DE LA JUSTICIA**

Para la ministra Yasmín Esquivel, México es un país con un futuro próspero, y sabe que es fundamental trabajar para que ello suceda.

Se describe como una mujer de trabajo, de esfuerzo, de convicciones, sensible al sentir de la ciudadanía sobre la falta de acceso a la justicia, sobre su inconformidad con el Poder Judicial, sobre sus juezas y jueces.

Finalmente, refirió que en lo profesional sueña con “contribuir a un México en el que la justicia sea una realidad para todas y todos, una justicia de puertas abiertas, cercana a las personas. Desde la judicatura podemos contribuir a garantizar el acceso efectivo a la justicia”. ➤



# UNA VENTA ONLINE MANO A MANO

EL MERCADO LATINOAMERICANO Y CARIBEÑO DE COMERCIO ELECTRÓNICO ALCANZÓ UN VALOR DE VENTAS MINORISTAS DE 117 MIL MDD EN 2023, ESPERANDO EN 2028 LLEGUÉ A 205 MIL MDD

CYNTHIA MICHELLE HERNÁNDEZ



Se espera que el reinado de Brasil y México en el comercio electrónico se mantenga intacto pues, se prevé un alza de casi el doble en las ventas minoristas de Argentina y los otros dos países antes mencionados entre 2023 y 2028.

La nación es el segundo lugar, sólo después de Brasil, con una venta de 31 mil 700 millones de dólares en 2023 y se espera llegue a los 58 mil 900 millones de dólares para 2028, sin perder su posición en el mercado latinoamericano conforme Statista.

Según cifras de YouGov BrandIndex en el primer semestre de 2023 pasado, la plataforma de origen chino, Temu tenía un índice de buzz de 15.2 puntos entre la población general, este indicador demuestra cuántas personas han oído hablar de la marca, ya sea de forma positiva o negativa, por medio de noticias, redes sociales o platicando con amigos y familiares; este puntaje la pone por encima de otras plataformas como AliExpress.

Empero, a meses de su llegada aún no puede compararse con los dos principales establecidos en e-commerce: Mercado Libre y Amazon. Este último tiene un buzz de 37.1 puntos.

Aunque Temu está acercándose al rendimiento de Amazon y Mercado Libre en el índice de reconocimiento publicitario, la cifra de cuántas personas recuerdan haber visto un comercial de la marca últimamente obtuvo un puntaje de 36.6 frente a los 38.6 puntos de Amazon.

En el índice de cliente actual, la plataforma china tiene una calificación de 21.5 puntos, la distancia con Amazon es grande, pero no muy alejada del índice de 32.6, pero sí menos del doble de Mercado Libre que registró 40.3 puntos.

Juan Carlos Ostolaza Cortés, director general en Centro de Competitividad de México (CCMX) enfatizó que el comercio electrónico creció en los últimos años, pues tan sólo en el 2023 cifró 658 mil millones de pesos. A nivel global en el 2022 el 11% del total de ventas se realizaron en canales en línea, pero el comercio social en 2028 representará el 20% total del valor del mercado.

Alejandro Noriega Garibay, director de Ventas en Latinoamérica de AppsFlyer, detalló que el panorama del comercio electrónico en México está evolucionando rápidamente con plataformas chinas que dominan el mercado, éstas, destacan gracias a sus precios competitivos, variedad de productos, marketing agresivo y experiencias móviles impecables, atrayendo a consumidores mexicanos sensibles al valor.

### MÉXICO CONTRA LAS GRANDES LIGAS

A partir del 1 de enero de 2025 entró en vigor el impuesto del 19%, aplicado a todas las importaciones provenientes de países sin tratados comerciales con México. Este impuesto, que incluye un 16% de IVA y un 3% de arancel a la importación, aplica a todas las compras sin importar su valor. Sin embargo, para productos de países con tratados comerciales, como los socios del TMEC, la tasa se reduce al 17% si las compras superan los mil pesos mexicanos.

AliExpress informó de un subsidio por tiempo limitado para productos bajo su programa Choice, el cual ofrece envíos más rápido, reembolsos garantizados si los productos no llegan en 45 días, y compensaciones por pérdida, daño o retrasos, y nuevos cupones de descuento. Además, los clientes podrán realizar un seguimiento detallado de sus pedidos y recibirán un bono de 20 pesos en caso de retrasos.



**No consideramos que las plataformas sean una amenaza sino al contrario una oportunidad para todas las empresas pequeñas, medianas y grandes, puesto que pueden ayudar al mercado y sobre todo en este momento que hay un incremento en ventas y no sólo en México sino en todo el mundo".**

Juan Carlos Ostolaza Cortés, director general en Centro de Competitividad de México (CCMX)



**En los próximos cinco años, la competencia se intensificará. Las plataformas extranjeras continuarán innovando, aprovechando prácticas globales de excelencia, mientras que los jugadores locales deberán capitalizar su conocimiento cultural, confianza del consumidor e iniciativas como la campaña gubernamental "Hecho en México".**

Alejandro Noriega Garibay, director de Ventas en Latinoamérica, AppsFlyer



“AliExpress se esfuerza por seguir adaptándose a los cambios regulatorios y, con el objetivo de proporcionar una transición fluida para sus usuarios, a partir del 6 de enero de 2025 se ofrecerá un subsidio por tiempo limitado de productos Choice”, declaró la empresa china.

La tienda de ropa, Shein, dijo que está de acuerdo con las leyes y regulaciones mexicanas incluyendo las de inicios del año pues quiere mantenerse en el mercado. “Actualmente ya se llevan a cabo las declaraciones necesarias con impuestos incluidos como el IVA, además se trabaja con los socios de logística para cumplir las regulaciones en todos los pedidos”.

Estas medidas regulatorias, de acuerdo con el gobierno mexicano buscan fortalecer el comercio con socios del TMEC, y aumentar las ventas en la industria del país, además de una mayor recaudación fiscal y fomentar la cooperación con Estados Unidos, cuya administración ha exigido políticas más estrictas.

En México, las tiendas en línea que lideran en ventas minoristas incluyen a Amazon, Walmart México y Mercado Libre, este último destaca además de por su volumen de ventas, también por el tráfico mensual significativo que recibe en el país. En 2022, esta empresa generó ingresos de aproximadamente 3 mil millones de dólares en México.

La Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco-Servytur) en su estudio Digitalización Pymes 2024 exhibió que sólo el 15% de las Pequeñas y medianas empresas (Pymes) cuentan con una estrategia digital efectiva, el 39% de las encuestadas confirmaron que no tienen una estrategia de transformación digital, el 10% no hace uso de banca electrónica y el 20% no utiliza portales web o redes sociales para comprender mejor a sus clientes.

Sue Azari, líder de la industria de comercio electrónico en AppsFlyer destacó que estas plataformas, con sus recursos, logística y tecnología, permiten entregas más rápidas, precios competitivos y una experiencia de usuario impecable que establece altos estándares para las empresas locales. Como resultado, éstas deben adaptarse rápidamente, a menudo mejorando su presencia digital, servicio al cliente y enfocarse en mercados nicho o propuestas de valor únicas para diferenciarse.

Para Ostolaza las oportunidades de las empresas mexicanas en el ámbito online son la profesionalización, las capacitaciones, acercarse a expertos de cómo llevar la parte de tecnología, pero también es muy importante que sepan costear, cómo asegurar un producto antes de mandarlo, entender cómo funciona este mercado y tomar acciones necesarias para poder acceder a los más de 67 millones de los consumidores digitales, lo que se vuelve de importancia la creación de aplicaciones, no sólo de plataformas o con acceso con computadoras sino a través de celulares.

El experto explicó que hay muchos factores para las compras como la cotización, la entrega, la confianza, opciones de productos, métodos de pago e incluso se toma mucho en cuenta la devolución, sobre todo cuando se compra ropa o afines, en algunos casos las plataformas extranjeras cuentan con una gran cantidad de consumidores porque tienen presencia global, sin embargo, en temas locales se deben enfocar en la experiencia del usuario, es decir, una experiencia de compra confiable.



***El auge de las plataformas internacionales está transformando drásticamente el comercio electrónico local al ampliar el acceso de los consumidores a productos globales y elevar la competencia para los negocios locales”.***

Sue Azari, líder de la industria de comercio electrónico, AppsFlyer

El principal desafío para Temu en México parece ser la percepción de sus productos por parte de los consumidores, el indicador de calidad, que mide cuántas personas consideran que los productos y servicios de una marca están bien hechos, muestra que la plataforma china tiene una calificación negativa de -2.2. En contraste, las principales marcas del mercado tienen calificaciones cercanas a 40, e incluso AliExpress obtiene una puntuación positiva.

Temu registra un Índice General de 8.2 puntos entre la población mexicana encuestada, reflejando la salud general de su marca. Este índice incluye aspectos como la reputación de la empresa como empleador, la satisfacción del cliente y la percepción de la relación calidad-precio de sus productos y servicios.

Este puntaje es más alto, alcanzando 9.7 puntos, entre aquellos consumidores que priorizan los precios bajos, también mejora entre quienes valoran más la funcionalidad que el lujo en productos para el día a día, por lo que esperan que Temu podría incrementar su crecimiento si sigue enfocándose en precios accesibles y productos prácticos.

No obstante, la app es menos valorada por quienes prefieren productos de segunda mano, con un puntaje de 4.2, y por consumidores que estarían dispuestos a cambiar de tienda o marca en busca de una experiencia más rápida y conveniente, donde registró 7.1 puntos.

Sue Azari, líder de la industria de comercio electrónico, de AppsFlyer, aseveró que los consumidores tienen más opciones que nunca, pero también están volviéndose menos leales y más sensibles al precio debido a factores macroeconómicos que afectan su ingreso disponible. Esto significa que es más probable que busquen el mejor precio, especialmente si un nuevo competidor entra al mercado con precios más agresivos.

“Por esta razón, las empresas están ofreciendo programas de lealtad como estrategia para retener clientes. Si una marca no tiene un programa de lealtad hoy, corre el riesgo de perder cuota de mercado, ya que los consumidores pueden preferir comprar en marcas donde saben que serán recompensados por sus compras”.

Juan Carlos Ostolaza Cortés, director general del CCMX, exhibió que las ventas en línea de algunas empresas lo hacen para sobrevivir, y México es el mercado de negocio electrónico más importante de la región de América, especialmente de productos de retail, dado que representa un tercio del total de toda la región latinoamericana, es decir, cerca del 62.7 por ciento.

“Las grandes plataformas de ventas en línea ayudaron a las pymes, ya sea porque con sus propias páginas de ventas impulsaron a las pymes a hacer las suyas, es decir, el mercado se abrió y trabajaron ellos mismos cuando antes no se creía el poder acceder a estas”.

Los especialistas concluyeron que se pueden aprovechar estos canales de ventas de la mejor forma posible, de la manera más eficiente y sobre todo cuidar mucho más el mercado, entonces más que verlos como un competidor tiene que verlo como un canal que les permite llegar y acceder a nuevos clientes, obviamente teniendo su propia Marketplace, pero no significa que no pueden entrar las empresas nacionales que ya tienen un buen posicionamiento inclusive vendiendo otros como Estados Unidos y más países internacionales. ➔



***Las ventajas del comercio electrónico son para aprovecharse, entonces profesionalizarse, cumplir con los estándares de calidad y normatividad es para que sean mejores y mayores jugadores en el mercado”.***

Juan Carlos Ostolaza Cortés, director general en Centro de Competitividad de México (CCMX)



***Estas plataformas internacionales impulsan la transparencia de precios, lo que dificulta que los jugadores locales compitan sin economías de escala o infraestructuras digitales comparables. Este cambio está presionando al comercio electrónico local a innovar y aprovechar su conocimiento del mercado local para mantener la lealtad de los clientes”.***

Alejandro Noriega Garibay, director de Ventas en Latinoamérica, AppsFlyer



***Al aprovechar su experiencia cultural y adaptarse al mercado en evolución, las plataformas locales pueden convertir la disrupción en una oportunidad de crecimiento y diferenciación”.***

Sue Azari, líder de la industria de comercio electrónico, AppsFlyer



## EL 70% DE LOS CONSUMIDORES EN MÉXICO PREFERE OPCIONES DE COMPRA QUE MINIMICEN EL CONTACTO FÍSICO, COMO SISTEMAS DE AUTOPAGO

DIEGO ALEJANDRO TELLO

El consumo autónomo, respaldado por tecnologías de contacto cero y sistemas de autopago, ha dejado de ser una tendencia emergente para convertirse en un pilar del comercio moderno. Desde el auge del comercio electrónico hasta la integración de soluciones tecnológicas en tiendas físicas, esta evolución ha transformado tanto las preferencias de los consumidores como las estrategias de los retailers.

Según el reporte del Hot Sale 2024 de la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), las ventas totales durante el evento alcanzaron los 34.5 mil millones de pesos en el país, lo que refleja el creciente impacto del comercio electrónico en el mercado mexicano. Con la evolución del comercio, los consumidores comenzaron a priorizar la seguridad y la eficiencia en sus experiencias de compra.

Juan Carlos Molina Robledo, director general de GS1 México, explicó que “las tecnologías de contacto cero han ganado popularidad, desde pagos con tarjetas contactless y códigos QR hasta sistemas de autopago en supermercados y tiendas de conveniencia”. Estas opciones permiten al cliente realizar transacciones rápidas y autónomas, eliminando la necesidad de interactuar con personal o tocar superficies comunes.

Las generaciones jóvenes, como los millennials y la Gen Z, lideran esta adopción, pero no son los únicos. “Muchos adultos mayores han superado la curva de aprendizaje tecnológica gracias a herramientas como aplicaciones móviles y banca digital, lo que ha democratizado el acceso a estas innovaciones”, añadió el directivo. Este cambio intergeneracional refleja cómo las herramientas digitales han permeado diversos sectores de la población, especialmente en áreas urbanas.

Entre las preferencias actuales destacan la rapidez en el proceso de compra, la facilidad para realizar pagos sin contacto y la autonomía



# SIN FILAS NI CONTACTO: EL FUTURO DE TUS COMPRAS



al manejar transacciones. Más allá de modificar las expectativas, se ha consolidado la omnicanalidad como un modelo indispensable: los consumidores combinan experiencias digitales y físicas, viendo productos en tiendas pero comprándolos en línea, o investigando en plataformas digitales antes de acudir al punto de venta.

La tecnología, además de redefinir el cómo, también redefine el porqué de las decisiones de compra. Molina enfatizó que “los sistemas de contacto cero generan una percepción positiva hacia las marcas, al ofrecer comodidad, rapidez y seguridad”. Esto ha resultado en un incremento de compras impulsivas, mayor recurrencia en transacciones y consumidores mejor informados al tomar decisiones.

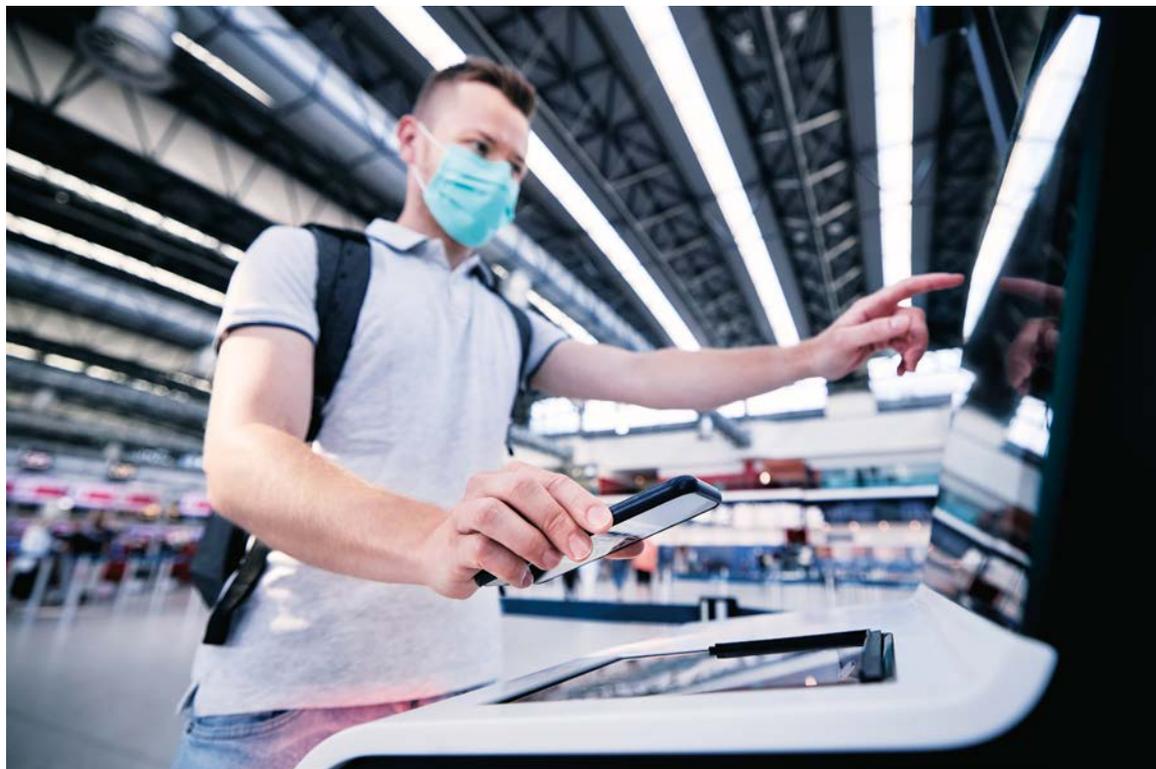
Fernando López, Country Manager de Kushki para México, refiere que “aunque nuestro país tiene uno de los índices de uso de efectivo más altos de la región, continúa avanzando en el proceso de digitalización de pagos. Vemos cómo hay una transformación en los esquemas de pago, incorporando nuevas tecnologías que le ofrecen a los usuarios mayor seguridad y comodidad”.

Según el informe Retail Refresh 2023 de Manhattan Associates, los hábitos de compra han evolucionado hacia un modelo en el que los consumidores investigan previamente en línea antes de visitar una tienda física. Esto reduce la interacción con asesores o vendedores, ya que los clientes llegan con una decisión tomada, buscando únicamente recoger los productos deseados y retirarse. El estudio revela que un 46% de las personas consultan información detallada sobre los productos antes de comprarlos y un 42% revisan las opiniones de otros usuarios.

Por otro lado, los códigos de barras se han visto modificados hacia estándares globales más avanzados como códigos 2D, QR y Datamatrix. Según Molina, “estos, además de agilizar el cobro de mercancías, también empoderan al consumidor con información detallada sobre el producto”. Dicho enfoque mejora la transparencia y la confianza entre las marcas y sus clientes, mientras optimiza procesos como la cadena de suministro y la experiencia de compra en el punto de venta.

El horizonte del consumo autónomo se perfila como un ecosistema aún más integrado y personalizado. En los próximos cinco años, tecnologías como la Inteligencia Artificial (IA), el internet de las cosas y la realidad mixta transformarán las interacciones comerciales. Molina anticipó que “los sistemas de consumo autónomo serán más intuitivos, integrándose con dispositivos personales para ofrecer experiencias personalizadas”.





Entre las tendencias emergentes destacan:

**Tiendas completamente autónomas:** Espacios como Amazon Go están sentando precedentes, permitiendo a los consumidores tomar productos y salir sin pasar por cajas.

**Pagos biométricos:** Reconocimientos faciales y huellas dactilares están ganando terreno como métodos rápidos y seguros.

**Fidelización digital:** Programas diseñados con datos obtenidos mediante tecnologías de contacto cero, lo que fomenta una relación más cercana y personalizada con el consumidor.

**Integración omnicanal:** Los consumidores demandan experiencias sin interrupciones entre lo físico y lo digital, desde consultar inventarios en línea hasta completar sus compras en tiendas.

Para pequeños y medianos retailers, estas tecnologías se están volviendo cada vez más accesibles. Soluciones económicas basadas en aplicaciones móviles y terminales portátiles permiten a emprendedores competir en un entorno donde la automatización y la experiencia del cliente son prioritarias.

Desde la perspectiva de Fernando López, “adoptar nuevas y mejores soluciones de pago, abre un mundo de posibilidades para los negocios. Ya sean grandes comercios, Pequeñas y medianas empresas (Pymes) o emprendimientos, las empresas deben estar preparadas para aceptar el método de pago que los usua-

rios elijan. Por esto, requieren de una plataforma integral que además de aceptar más medios de pago, ofrezca una seguridad robusta, transacciones sin fricciones y una alta tasa de aceptación para no dejar ir ninguna venta”.

Por mencionar un ejemplo, se proyecta que en el país, el mercado de terminales POS (Point of Sale, por sus siglas en inglés) alcanzará un valor de 1.57 mil millones de dólares en 2024 y llegará a los 2.49 mil millones de dólares en 2029, con una tasa de crecimiento anual del 9.69%, según el estudio Pagos físicos con terminales POS, de Kushki.

El consumo autónomo no es una moda pasajera; es una transformación que redefine el comercio. Las tecnologías de contacto cero y autopago han cambiado las reglas del juego, priorizando la comodidad, la seguridad y la rapidez. Como señaló Molina, “estas innovaciones optimizan la experiencia de compra y, además de ello, fortalecen la relación entre consumidores y marcas al ofrecer mayor transparencia y personalización”.

En un mundo cada vez más digital, las empresas que adopten estas tendencias, además de ganar en competitividad, también se posicionarán como referentes en un mercado donde la experiencia del cliente es el eje central. La pregunta ya no es si el consumo autónomo dominará el futuro, sino cómo las marcas aprovecharán esta oportunidad para reinventarse. ➡

# Belforno®

FOCACCERIA RISTORANTE & VINO

Auténtica Cocina Italiana



Reservaciones: 5588486808 / 5588486812 /  5578900620

Alfonso Reyes 108 esq. Puerto Real Col. Condesa

@belfornoristorante

@belfioreristorante

# CRÉDITOS EN LA PALMA DE LA MANO



**SE AFIRMA QUE GLOBALMENTE CASI DOS TERCIOS DE LAS PERSONAS QUE HAN SOLICITADO PRÉSTAMOS EN LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS AHORA LO HACEN PARCIAL O TOTALMENTE EN LÍNEA**

CYNTHIA MICHELLE HERNÁNDEZ

La digitalización revolucionó el panorama crediticio, transformando la manera en que las personas y empresas acceden a financiamiento. Las soluciones de créditos digitales ganan terreno frente a los métodos tradicionales, por su accesibilidad y adaptabilidad a las necesidades de los usuarios. Este cambio responde tanto a la evolución tecnológica como a las nuevas expectativas de los consumidores, que buscan procesos eficientes y personalizados.

El Grupo IMARC, una firma de investigación de mercado, reporta que el tamaño del mercado global de plataformas de préstamos digitales alcanzó los 11 mil 600 millones de dólares en 2023 y se prevé que llegue a 34 mil 300 millones de dólares para 2032, con una tasa de crecimiento anual del 12.5% entre 2024 y 2032.

En el primer trimestre de 2023, se realizaron aproximadamente mil 087 millones de

operaciones con tarjetas de crédito y débito en México; de estas, el 21.1% (230 millones) fueron a través del comercio electrónico. Específicamente, con tarjeta de crédito se efectuaron 237 millones de operaciones, de las cuales el 29.4% correspondieron a comercio electrónico.

El crecimiento de las fintech en América Latina de 2017 y 2023, aumentó de 703 a 3 mil 069, lo que representa un crecimiento de más del 300%. México se posiciona como el segundo país con mayor número de fintechs en la región, después de Brasil.

En tanto, en la participación de mercado de éstas en México en 2024, captaron el 57% del tráfico bancario digital en México, reflejando una preferencia creciente por servicios financieros digitales en el país conforme datos de Grupo Bursátil Mexicano y la consultora Arcor.



En el crecimiento de los créditos en línea la fintech Mercado Pago reportó ingresos netos de 387 millones de dólares en México durante el tercer trimestre de 2024, lo que representa un incremento del 30.7% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Además, la empresa ha solicitado una licencia bancaria para ampliar su oferta de servicios financieros en el país. Al segundo trimestre de 2024, la cartera de préstamos de estos en México alcanzó los mil 500 millones de dólares, evidenciando un crecimiento significativo en la oferta de créditos digitales.

Por su parte, plataformas como Doopla han reportado un crecimiento anual del 121% en créditos fondeados, reflejando una creciente demanda de créditos en línea. Y en 2023, se registró un aumento significativo en la emisión de tarjetas de crédito, con más de tres millones de nuevas tarjetas dispersadas a través de Nu

México Financiera en la que se ofrecen créditos personales de 500 hasta 70 mil pesos a pagar hasta en 48 meses.

De acuerdo con la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) las plataformas de microcréditos en línea, como Credmex, han facilitado el acceso a servicios financieros en regiones rurales de México. Por ejemplo, Chiapas representa el 1.9% de las solicitudes totales de préstamos personales en dicha plataforma, mientras que Oaxaca alcanza el 1.8 por ciento.

Jesús Chávez Ugalde, director de Análisis y Estadísticas de Servicios y Productos Financieros de la CONDUSEF expresó que los créditos en línea se han convertido en una alternativa que facilita la vida de las personas al eliminar la necesidad de desplazarse a una institución financiera tradicional. Pues generalmente, estos créditos son de montos pequeños y permiten diversificar las empresas y las tasas de interés. Además, promueven la inclusión financiera, beneficiando a aquellos con menos tiempo o conocimientos financieros.

En febrero de 2024, según el análisis realizado por HR Ratings se registraron en operación 3 millones 200 mil microcréditos, tanto individuales como grupales, otorgados por cinco instituciones de banca múltiple y sociedades financieras de objeto múltiple. El saldo total de estos préstamos alcanzó los 34 mil 900 millones de pesos. La tasa de interés promedio ponderada fue del 74% para los créditos grupales y del 61.3% para los individuales.

En cuanto al monto promedio, los microcréditos grupales otorgaron 17.8 mil pesos por integrante, cifra que representa una disminución del 0.7% en términos reales respecto a febrero de 2023. Por otro lado, los microcréditos individuales promediaron 53.0 mil pesos, lo que equivale a un incremento del 3.7% en términos reales en comparación con el mismo mes del año anterior.

Para el director de Análisis y Estadísticas de Servicios y Productos Financieros, los usuarios pueden solicitar estos créditos desde la comodidad de su hogar, sin necesidad de desplazarse a una institución financiera tradicional. Esta conveniencia es especialmente atractiva para aquellos con poco tiempo o que prefieren la tecnología. Otro caso, son aquellas personas pueden estar en situaciones financieras apremiantes y ven en estos créditos una solución rápida a sus problemas, aunque los costos a largo plazo puedan ser altos; y estas dos razones hacen que los créditos en línea sean una opción popular para muchos usuarios.



**Los créditos en línea representan una oportunidad significativa para mejorar la inclusión financiera, siempre y cuando se acompañen de educación adecuada y medidas de seguridad robustas".**

Jesús Chávez Ugalde,  
director de Análisis y  
Estadísticas de Servicios  
y Productos Financieros  
de la CONDUSEF



Sin embargo, resaltó que los usuarios deben estar atentos a señales de fraude y verificar la legitimidad de las plataformas antes de proporcionar cualquier información personal o financiera. “La educación financiera es crucial para evitar caer en trampas y aprovechar las oportunidades de manera responsable, pues las instituciones deben proporcionar información adecuada y educación financiera a los usuarios”.

De acuerdo con Mordor Intelligence el panorama del crédito ha evolucionado significativamente en los últimos años gracias a la rápida digitalización en el sector BFSI (banca, servicios financieros y seguros). Aunque los métodos tradicionales de otorgamiento de préstamos aún son comunes en muchas regiones, las ventajas ofrecidas por las plataformas digitales están acelerando la transición hacia soluciones y servicios de préstamos digitales en diversas empresas.

Un factor clave detrás del crecimiento de este mercado es la transformación en las expectativas y comportamientos de los consumidores, quienes valoran los beneficios de la digitalización en los servicios financieros. Los clientes provienen de diversos contextos y buscan financiamiento para distintos propósitos, que van desde créditos personales hasta créditos hipotecarios o financiación para Pymes.

Por otro lado, los millennials con pocos años de experiencia laboral y sin historial crediticio enfrentan barreras como el recha-

zo de solicitudes o tasas de interés elevadas. En los bancos tradicionales, el proceso de aprobación de préstamos para estos o sus pequeñas empresas puede tomar entre tres y cinco semanas, y los tiempos promedio para el desembolso llegan a extenderse hasta tres meses. Estas limitaciones han llevado a los clientes a inclinarse por el uso de dispositivos móviles y aplicaciones digitales, que ofrecen una experiencia más ágil y eficiente para obtener préstamos.

En entrevista Jesús Chávez Ugalde, exhibió que los créditos en línea se han consolidado como una alternativa accesible y conveniente para muchos usuarios por eliminar barreras significativas, especialmente para aquellos con poco tiempo o que prefieren utilizar tecnología moderna. Esta conveniencia se traduce en una opción atractiva y útil para satisfacer necesidades financieras inmediatas.

Asimismo, destacó que es esencial abordar las preocupaciones sobre la proliferación de plataformas no reguladas que pueden poner en riesgo los fondos de los usuarios. “La educación financiera y la difusión de información son herramientas fundamentales para que los usuarios comprendan los riesgos y puedan tomar decisiones informadas. Instituciones y autoridades deben colaborar estrechamente para proteger a los consumidores mediante la implementación de medidas de seguridad y la promoción de prácticas financieras responsables”. ➤

# VUELA HACIA EL LUJO INFINITO

HORAS DE VUELO | VUELOS PRIVADOS | COMPRA Y VENTA DE AVIONES



 +52 55 4264 3547

 @mm\_aviacionprivada

 [www.mmaviacionprivada.com](http://www.mmaviacionprivada.com)

# ATENCIÓN EN CIBERSEGURIDAD Y EL USO DE IA

LA TECNOLOGÍA HA TRANSFORMADO DE MANERA PROFUNDA LAS ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICAR LOS MERCADOS Y LA INNOVACIÓN GLOBAL

JESICA DIONICIO HERNÁNDEZ

En los últimos años la tecnología transformó radicalmente la forma en que las empresas operan, atienden a sus clientes y compiten en un mercado cada vez más amplio. La flexibilidad y los avances tecnológicos optimizan la elevación de ventas, hoy en día ya no se trata de necesitar digitalizar para competir con los negocios actuales, sino de cómo pueden comenzar su transformación digital.

Según datos recientes en el informe Acelerador clave en la opción y madurez tecnológica, elaborado por NTT Data en colaboración con MIT Technology Review, más del 80% de las empresas han adoptado alguna forma de estrategia digital, desde la innovación de software hasta rediseñar los modelos de los negocios.

La Inteligencia Artificial (IA) y el aprendizaje están ayudando al 30% de las compañías a automatizar tareas repetitivas, y les permite analizar grandes volúmenes de información para tomar decisiones más informadas.

Sin embargo, la IA se enfrenta a varios obstáculos. “Ésta es de gran ayuda para innovar los temas operativos de las empresas, pero también puede ser un aliado para los ciberdelincuentes, pues les facilita leer el comportamiento de los usuarios. Por lo tanto, podemos decir que los ciberataques también están



**“  
Una  
estrategia de  
ciberseguridad  
soportada por  
las tecnologías  
adecuadas  
fortalece la  
postura de seguridad  
de las organizaciones,  
permitiendo una detección y  
respuesta más efectiva ante  
posibles amenazas”.**

César Sanabria, Consulting Manager  
de IQSEC: Tecnología e innovación en  
Ciberseguridad

evolucionando y van mucho más rápido con ayuda de la herramienta tecnológica”, señaló Ana Sofía Menéndez Guevara, líder del Programa de Seguridad de Información de Axtel.

César Sanabria, consulting manager de IQSEC, refirió en entrevista, que “antes de implementar cualquier tecnología, es fundamental que se definan claramente ciertos aspectos estratégicos que son esenciales para garantizar una adecuada detección y prevención de amenazas, tales como identificar los principales riesgos y establecer la estrategia adecuada para su tratamiento, permitiendo priorizar actividades y focalizar los recursos; identificar, autenticar, autorizar y vigilar las actividades que se realizan dentro de los sistemas e infraestructura de la empresa o mejorar la eficiencia y capacidad de respuesta de los equipos y/o servicios de ciberseguridad de las organizaciones”, por mencionar algunos.

Además, de acuerdo con el informe Perspectivas mundiales de ciberseguridad para 2025, del World Economic Forum, casi el 47% de las organizaciones citan los avances adversos impulsados por la IA generativa (GenAI) como su principal preocupación, lo que permite ataques más sofisticados y escalables.

“Los atacantes utilizan IA para desarrollar amenazas más sofisticadas”, dijo el especialista. De acuerdo con el informe, en 2024, hubo un marcado aumento de los ataques de phishing e ingeniería social, y el 42% de las organizaciones informaron de este tipo de incidentes.

Desde 2024, cita el estudio, la brecha de habilidades cibernéticas ha aumentado un 8% y dos de cada tres organizaciones informan de brechas de habilidades moderadas a críticas, incluida la falta de talento y habilidades esenciales para cumplir con sus requisitos de seguridad. Además, solo el 14% de las organizaciones confía en que cuenta con el personal y las habilidades que necesita hoy.

Las empresas han revolucionado en la forma en que operan permitiendo que sean más eficientes, innovadoras y competitivas. Sin embargo, algunas de estas han experimentado algún tipo de ataque cibernético, el cual puede provocar la pérdida de datos e ingresos en la empresa.

La estrategia de seguridad debe basarse en el riesgo cibernético y contar con un liderazgo comprometido dentro de la organización, que se enfoque en la transición hacia la predicción de amenazas y ataques, permitiendo ser resiliente en términos de seguridad. Esto implica la capacidad de anticiparse, resistir, recuperarse y adaptarse a los efectos adversos de eventos cibernéticos.

La compañía de software Genetec, apuntó en su estudio sobre el estado de la seguridad electrónica para 2025, que la IA se está convirtiendo en una herramienta indispensable para agilizar las operaciones de seguridad. En Latinoamérica el 46% de los usuarios planea incrementar en sistemas de detección de amenazas permitiendo una mejor conectividad.

Méndez Guevara, asegura que “la integración de estrategias de ciberseguridad en los procesos empresariales es esencial para las empresas mexicanas que buscan no sólo sobrevivir, sino prosperar en un entorno cada vez más digital y amenazante. La inversión en estas tecnologías es una necesidad y una oportunidad para innovar y fortalecer la resiliencia organizacional”.

El uso de la tecnología plantea desafíos que las empresas deben afrontar al desarrollarse y ampliarse. Requiere que las organizaciones se mantengan dispuestas a adaptarse en un entorno cada vez más competitivo, además de analizar los riesgos asociados con la ciberseguridad y la protección de datos que se operan en los mercados. Las compañías que han logrado equilibrarse en la innovación tecnológica con una estrategia sólida se han posicionado para capitalizar las oportunidades de crecimiento a nivel global.

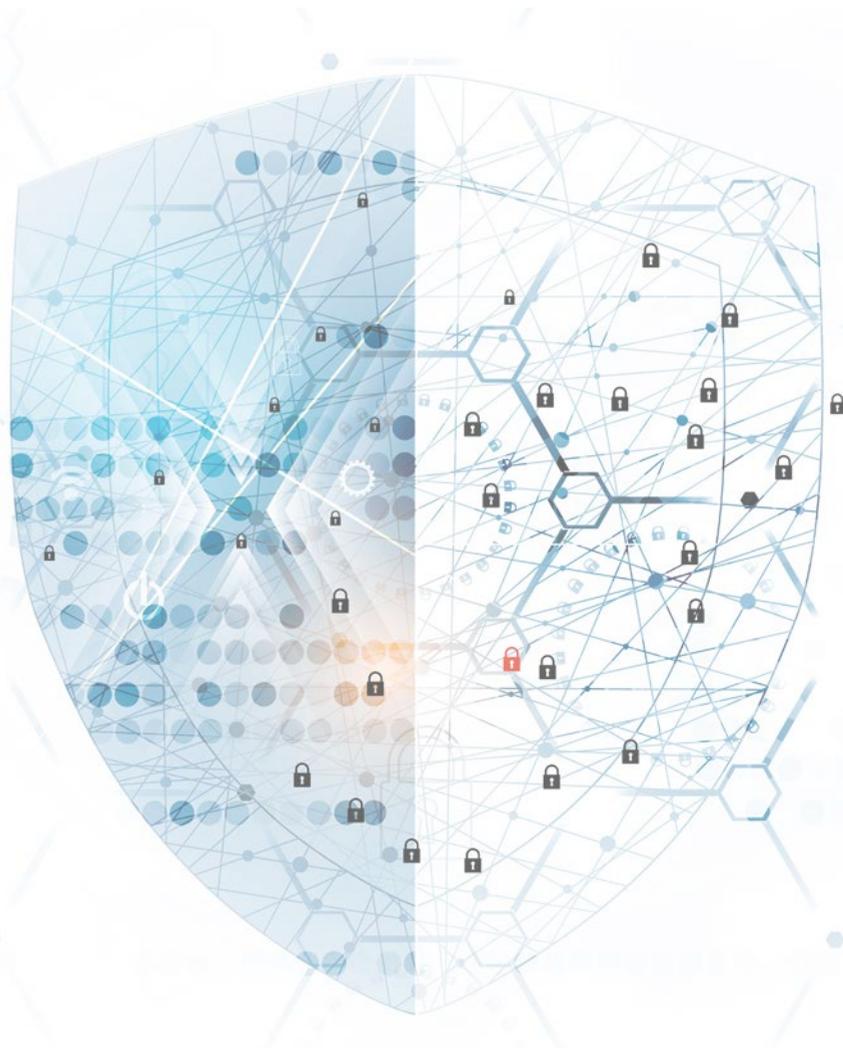
Es así, que Sanabria refiere que “la seguridad es un estado en el tiempo, no podemos dar asegurar completamente una protección holística en el tema de ciberseguridad, se trata de generar estrategias que permitan tener una certeza razonable de que estamos protegidos”.

Dijo que el nivel requerido lo define cada organización, enfatizando las siguientes acciones:

- Evaluación de riesgos. Identificar activos críticos y vulnerabilidades potenciales.
- Contar con un programa de seguridad. Basado en buenas prácticas internacionales.
- Políticas de seguridad claras. Establecer normativas que regulen el acceso, uso de datos y gestión de dispositivos.
- Protección multicapa. Implementar herramientas para controlar su red, gestionar sus usuarios e identidades, monitoreo de actividad, protección de los equipos de los usuarios como firewalls avanzados, sistemas de detección de intrusiones y soluciones de protección de correo electrónico.
- Copias de seguridad y recuperación. Asegurar la capacidad de restaurar operaciones rápidamente tras un ataque.
- Cumplimiento normativo. Promover el apego a marcos legales y regulatorios, así como la adherencia a estándares globales

Asimismo, dijo que “la seguridad es un estado en el tiempo, no podemos dar asegurar completamente una protección holística en el tema de ciberseguridad, se trata de generar estrategias que permitan tener una certeza razonable de que estamos protegidos”.

La tecnología ha transformado de manera profunda las estrategias de diversificar los mercados y la innovación global. La digitalización ha permitido en las empresas acceder a nuevos mercados con mayor



facilidad y rapidez, eliminando barreras geográficas que anteriormente limitaban el alcance de sus operaciones.

Ana Sofía Menéndez Guevara, reiteró que “las empresas deben adoptar buenas prácticas de ciberseguridad, como la capacitación continua de su personal, la implementación de protocolos de respuesta a incidentes y la utilización de tecnologías avanzadas para la protección de datos”.

En un mundo donde la tecnología es un ambiente constante, las compañías se han posicionado con la oportunidad para reinventarse y explorar nuevos horizontes respondiendo a las necesidades de su mercado en constante evolución. Este éxito en las empresas demuestra el desafío de transformar e innovar inspirando organizaciones.

Finalmente, César Sanabria, Consulting Manager de IQSEC, ahondó en que “la estrategia de seguridad debe basarse en el ciber-riesgo y contar con un liderazgo comprometido dentro de la organización, que se enfoque en la transición hacia la predicción de amenazas y ataques, permitiendo ser resiliente en términos de seguridad. Esto implica la capacidad de anticiparse, resistir, recuperarse y adaptarse a los efectos adversos de eventos cibernéticos. ➔

La plataforma digital  
que transforma el mundo  
de la energía en  
información oportuna

energíaahoy<sup>®</sup>



[www.energiaahoy.com](http://www.energiaahoy.com)



# PROTECCIÓN DEL FUTURO EN TIEMPOS DE CRISIS

**AL 3T2024, EL SECTOR ASEGURADOR Y AFIANZADOR TUVO UN CRECIMIENTO ANUAL DE 11.6%. ESTE AVANCE SE DEBIÓ A LOS PRODUCTOS DE VIDA, GASTOS MÉDICOS Y AUTOS: CNSF**

**DIEGO ALEJANDRO TELLO**

**E**n un país vulnerable a huracanes, terremotos e inundaciones, el rol de las aseguradoras se vuelve fundamental para mitigar los impactos de los desastres naturales. Las instituciones, además de actuar como un respaldo financiero, también juegan un papel en la reconstrucción de comunidades. Las aseguradoras en México se preparan para estos eventos, enfrentando diversos desafíos mientras la tecnología transforma su respuesta ante catástrofes.

Cuando ocurre un desastre natural, las aseguradoras activan protocolos diseñados para responder a las demandas de los asegurados. Según Carlos Jiménez Palacios, director de Daños y Automóviles de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), “las condiciones de un desastre suelen ser muy distintas a las de un siniestro ordinario. El sector tiene que activar su plan de atención de catástrofes para afrontar situaciones difíciles, como carreteras dañadas y falta de energía”.

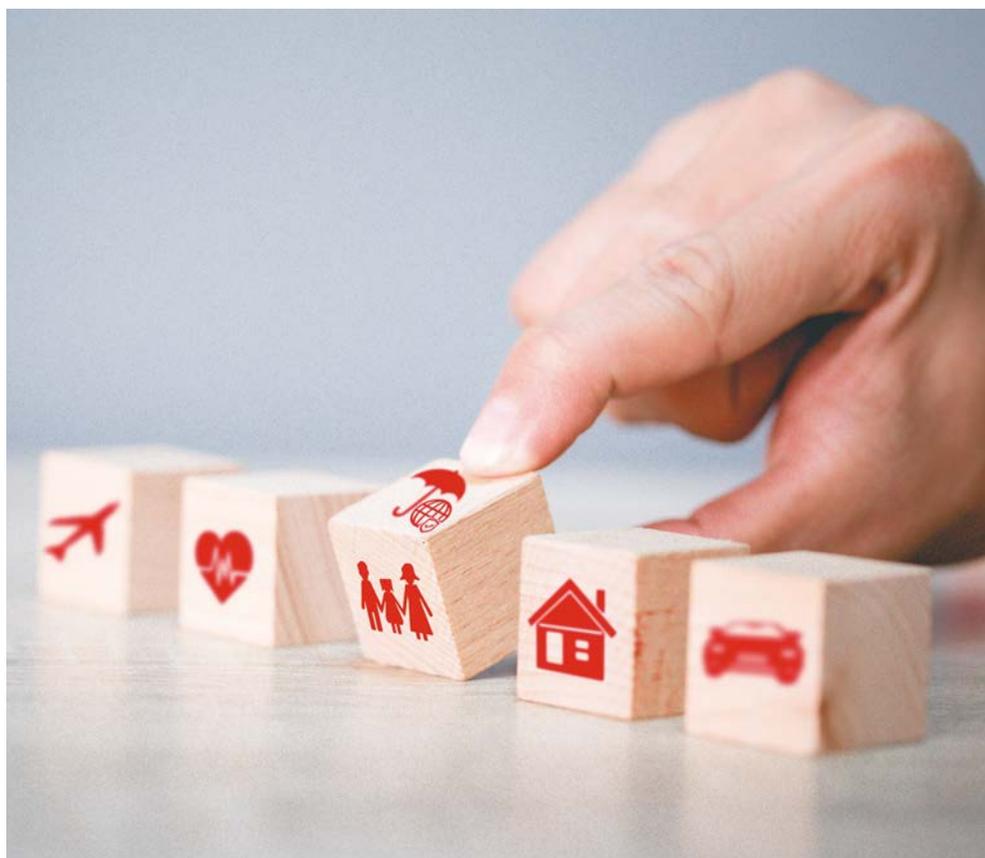
La rapidez con la que las aseguradoras ajustan los daños es clave para el proceso de indemnización, permitiendo a los afectados recuperar lo perdido en el menor tiempo posible, señaló.

Esta respuesta se articula en colaboración con otras instituciones y el gobierno, asegurando que la ayuda llegue rápidamente a las zonas más afectadas. Mónica Estrada Neizer, secretaria del Consejo Directivo Nacional de la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas (AMASFAC), resaltó que “las compañías de seguros siempre responden de forma activa a los contratos realizados con los clientes, haciendo incluso excepciones como la eliminación de deducibles para favorecer a los afectados”.



***El 93% de las casas en México no cuentan con un seguro, lo que significa que la mayoría de los mexicanos enfrentan desastres naturales sin una protección adecuada”.***

Carlos Jiménez, director de Daños y Automóviles en la AMIS



***El verdadero desafío no es sólo responder rápido, sino garantizar que las personas entiendan la importancia del seguro antes de que ocurra una tragedia”.***

Mónica Estrada Neiszer, secretaria del Consejo Directivo Nacional de la AMASFAC

### **IMPACTO FINANCIERO Y PREPARACIÓN DEL SECTOR**

Los desastres naturales tienen un fuerte impacto en las finanzas del sector asegurador. El huracán Otis, por ejemplo, generó pérdidas aseguradas de alrededor de 11 mil 200 millones de pesos en indemnizaciones y anticipos hasta el primer trimestre de 2024. A pesar de que sólo el 7% de las viviendas en México están aseguradas, las compañías están preparadas para enfrentar estos eventos gracias a su robusta regulación. “El sector asegurador mexicano cuenta con tres veces el capital que la regulación requiere para garantizar su solvencia”, destacó Jiménez.

Las aseguradoras, más allá de gestionar los costos de manera eficiente, también cuentan con contratos de reaseguro que les permiten transferir riesgos a otros mercados y acceder a experiencia internacional, lo que aseguró que puedan hacer frente a situaciones de gran magnitud. Estos mecanismos permiten que las empresas mantengan su solvencia y sigan operando incluso en escenarios complejos, como cuando se producen huracanes simultáneos.

La tecnología ha transformado la manera en que las aseguradoras enfrentan los desastres. Jiménez refirió que “la Inteligencia Artifi-

cial ha permitido acortar los tiempos de atención y calcular estimaciones de pérdidas más rápido”. Los drones, equipados con cámaras, acceden a áreas inaccesibles, lo que facilitó la evaluación de daños en zonas afectadas.

Estrada también resaltó que “las compañías utilizan información de su experiencia para determinar tarifas y calcular riesgos estadísticamente”, lo que contribuyó a establecer primas más ajustadas a la realidad de los riesgos que enfrentan los asegurados.

### **DESAFÍOS EN LA EDUCACIÓN Y PREVENCIÓN**

Uno de los mayores retos que enfrentan las aseguradoras en México es la baja cultura del seguro en la población. Un gran porcentaje de los hogares y automóviles no está protegido contra desastres, lo que pone en riesgo su patrimonio. Para Estrada, “es fundamental que la población identifique que pagando una prima recibirá lo necesario para resarcir el daño”. La AMIS y la AMASFAC han trabajado en campañas de concientización para educar al público sobre la importancia de asegurar sus bienes y protegerse contra los eventos catastróficos.

El sector asegurador también colabora con el gobierno y otras industrias para promover políticas públicas que reduzcan los

riesgos, como normas de construcción que hagan las ciudades más resilientes ante futuros desastres.

El cambio climático ha aumentado la frecuencia y severidad de los desastres naturales, lo que planteó nuevos retos para el sector asegurador. En los próximos años, se espera que las aseguradoras asuman un papel más importante como proveedores de información para gestionar mejor los riesgos. “Las aseguradoras seguirán siendo pagadores eficientes de coberturas, pero también serán clave para fomentar la cultura de la prevención y la gestión del riesgo”, aseguró Jiménez.

La Organización Meteorológica Mundial (OMM) apuntó que en los últimos 50 años los desastres naturales se han quintuplicado, sobre todo aquellos relacionados con el agua, y han causado pérdidas cercanas a los 202 millones de dólares, además de que hay también muerte alrededor de esto.

“Estar preparados y ser capaces de actuar en el momento oportuno y en el lugar adecuado puede salvar muchas vidas y proteger los medios de subsistencia de las comunidades de todo el mundo, ahora y en el futuro”, afirmó la OMM.

La colaboración entre el sector privado, el gobierno y las comunidades será crucial para construir una cultura de corresponsabilidad que permita enfrentar los desastres naturales de manera más resiliente. Como concluyó Estrada, “estamos más afectados por desastres en cualquier lugar y no debemos subestimarlos; el impacto ambiental nos cobra cada vez más caro”.

Con un enfoque en la tecnología, la educación y la colaboración, el sector asegurador mexicano se prepara para seguir desempeñando un papel clave en la gestión de riesgos y en la protección del patrimonio de los ciudadanos.

Siguiendo el informe Panorama Analítico del Sector de Seguros y Fianzas. La siniestralidad en el sector vuelve a acelerarse que elaboró la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), los principales retos del sector son: “Evitar que surjan problemas de solvencia en las instituciones; evolucionar el rol de los agentes de vendedor a asesor de riesgos; contener el impacto de la inflación en los costos hospitalarios y de las refacciones de los autos para liberar presión sobre las alzas de las primas; fortalecimiento de los criterios ASG; participantes en la cadena de valor InsurTech, sin incursionar en el perímetro regulatorio y la ciberseguridad”. ➔



**La resiliencia no sólo depende de cuánto dinero se pague en indemnizaciones, sino de qué tan bien se planifique para prevenir y mitigar el riesgo desde el principio”.**

Carlos Jiménez, director de Daños y Automóviles en la AMIS

La contratación de seguros de viaje ha aumentado 35% anual en los últimos años, reflejando una tendencia al alza: AMIS

La suma pagada por siniestros a razón del Covid-19 fue de 3,217 mdd: CNSF

El valor que se pagó por las afectaciones por el huracán Otis, en Guerrero, fue de 2,338 mdd: CNSF



# SAVE THE DATE



**WESS  
2025**

**Women's Energy  
and Sustainability  
Summit**

**CRISIS HÍDRICA**

**05  
JUNIO  
2025**



**PRESIDENTE  
INTERCONTINENTAL.  
MEXICO CITY**



# SAN ANTONIO BRILLA COMO DESTINO SUSTENTABLE

DESDE LA CONSERVACIÓN DEL RIVER WALK HASTA AMBICIOSOS PROYECTOS COMO HEMISFAIR Y THE ALAMO, SAN ANTONIO ES UN MODELO DE EVOLUCIÓN RESPONSABLE

## MUNDO EJECUTIVO

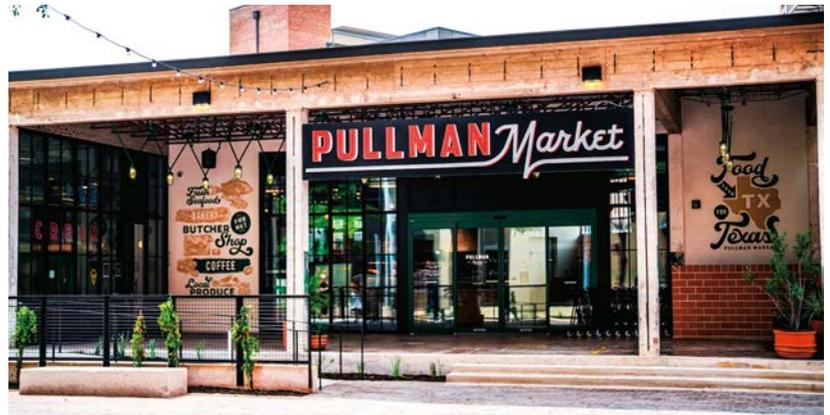
**E**stamos en una época en donde el cuidado del medio ambiente es esencial para el desarrollo humano, pues el calentamiento global ya ha hecho de las suyas. Y si hay una escena en donde esto cobra relevancia es en el turismo.

¿Cuántas veces no hemos sido testigos de los daños que pueden llegar a tener ciertos ecosistemas por el paso del hombre? Por ello, siempre que viajemos tenemos que hacerlo con responsabilidad. Además, es una realidad



que cualquier país del mundo está elaborando planes que coadyuven a la mejora medioambiental, promoviendo así un futuro sostenible.

En San Antonio, Texas, por ejemplo, donde la historia y la cultura tienen un peso importante en el destino, han logrado un equilibrio entre la modernización y la preservación de lugares emblemáticos, que si bien han tenido transformaciones considerables, la esencia se mantiene pero sobre todo, abrazan la sostenibilidad.



### PULLMAN MARKET

Este es un mercado orgánico que se inauguró en el 2024, y lo que se busca con él, es un consumo responsable. De entrada, se ofrecen productos locales para favorecer la economía de los habitantes de la zona, seguido de espacios comunitarios con un diseño sostenible. Sin dejar de mencionar que la economía circular es básica.

El concepto incluye un plan de rotación de productos que conecta a la comunidad con los cinco restaurantes y el área de fast food del mercado, así como con los restauranteros del distrito de Pearl.

### SAN ANTONIO MUSEUM OF ART (SAMA)

Este es un imperdible cuando se viaja a la ciudad. Se encuentra construido en un edificio histórico, que alguna vez fue una cervecería, si te fijas en su estructura te darás cuenta de cómo es que el pasado y el presente se entremezclan, y para pensar en el futuro, las prácticas sostenibles como el uso de energías renovables y programas educativos enfocados en la conservación cultural y ambiental se hacen presentes.





**THE CREAMERY Y MAKE READY**

¿Sabías que San Antonio fue declarado como Ciudad Creativa de la Gastronomía por la UNESCO?, así es, y eso da cuenta de la importancia que le dan a la preservación no sólo cultural sino gastronómica. El modelo sostenible se encuentra presente en la edificación, ambos casos con estructuras industriales se han podido transformar en grandes atractivos para el turista propio y extranjero. En el caso de The Creamery, en donde encontrarás opciones culinarias y de entretenimiento, alguna vez fue una fábrica de lácteos. Make Ready por su parte fue una fábrica automotriz.



**THE ALAMO: VISIÓN DE FUTURO**

Este espacio renovado refleja el compromiso de la ciudad con la preservación histórica, incorporando elementos modernos para mejorar la experiencia del

visitante sin comprometer la integridad del lugar. Este enfoque equilibrado asegura que las generaciones futuras puedan disfrutar de este símbolo histórico mientras se respetan principios de sostenibilidad.



**KIMPTON SANTO**

Este es un hotel boutique que también tiene prácticas sostenibles. Abrió sus puertas en el 2024, el edificio que lo alberga, originalmente fue una escuela construida por migrantes alemanes en el centro de la ciudad. Actualmente el lujo va de la mano en cada uno de sus rincones que se combinan con prácticas ecoamigables como el uso eficiente de la energía y del agua. Asimismo, integra productos locales en su oferta gastronómica, por ejemplo, en su rooftop Tenfold, se trabaja día con día para minimizar la huella de carbono, la traer ingredientes frescos y de proximidad.



La transformación de espacios icónicos, la integración de prácticas sostenibles y el compromiso con la conservación natural y cultural posicionan a la ciudad de San Antonio como un destino que celebra su historia mientras abraza el futuro.

Sólo basta con que tomes un avión desde cualquiera de las ciudades principales de nuestro país, tales como Monterrey, Guadalajara, Querétaro, León y la propia Ciudad de México, para que experimentes por ti mismo lo hermoso de este destino y conozcas de primera mano las acciones que realizan diariamente a favor del planeta, recordando que nosotros como turistas, también podemos realizar acciones que contribuyan al mejoramiento de nuestro mundo. ➡



# MUJER EJECUTIVA

Habilidades  
esenciales  
en la era de  
la **IA**



ELLA ES UN MURO QUE NO SE ROMPE NI SE CUARTEA, ES UN MURO QUE ACOGE Y PROTEGE

LUIS MIGUEL GARCÍA

## WENDY FIGUEROA | Levantando muros que se convierten en refugios

La imagen del activismo en un México convulso es un elemento indispensable sin el que no se puede reconocer la supervivencia de víctimas de la violencia, el blanco fácil: las mujeres, las infancias y las adolescencias.

Poseedora de un espíritu incansable de lucha social y comprometida con su género-espejo pues ella es quien que rescata, acompaña, entibia y no abandona: Wendy Figueroa, psicóloga y defensora de los derechos de las mujeres. Becada en la UNAM, de donde es egresada. Practicante en Fundación Telmex, asociación en donde impartió un discurso de postura antimachista que le valió la expulsión de la misma, pero fue también allí en donde su sentido del oído se agudizó escuchando las llamadas de auxilio de las mujeres en peligro, Wendy atendía el área de prevención del suicidio, su vocación estaba ya en la mira.

Directora de la Red Nacional de Refugios.A.C. Ella es un muro que no se rompe ni se cuartea, es un muro que acoge y protege, su fuerza tiene una razón de ser: las paredes de los refugios de la que es líder, una red compleja que posee más de 69 espacios seguros desde los años noventa, red tejida en CDMX, Aguascalientes y Monterrey.

“Es más fácil para una mujer en situación de violencia acudir a los refugios. El 60 por ciento de las mujeres asesinadas habían tocado las puertas de una organización. Los refugios son un derecho de vida, en donde se previenen los feminicidios y las mujeres construyen proyectos de vida”, puntualiza.

Wendy es una enciclopedia de datos, nombres, situaciones y cifras que no temen salir en cada entrevista, tiene puntos y contrapuntos, que desmenuza y ejemplifica a manera de precaución.

La violencia del machismo también teje sus propias redes, en contraparte, que son difíciles de desenmarañar..., las redes que encierran a los muros..., sin embargo, esta tiene un inicio: el hogar y se le suma un potente detonante, el alcohol y es que, es el hogar en donde ella se especializa y descubre que es en la casa, el lugar en donde se las agresiones se vier-

ten y desembocan a espacios más complejos como la trata de blancas y el crimen organizado volviéndose ejes complementarios.

“Las agresiones contra la mujer se intercalan con crimen organizado, militarización y uso de armas de fuego. El 51 por ciento de los agresores tiene relación con este tipo de artículos que a su vez llevan una estrecha relación con militares o políticos”, asevera Figueroa sobre esta tríada que lleva años estudiando.

La lucha es algo que en ocasiones piensa perdida, por ejemplo, “en 2023 hubo más presupuesto a uniformes militares que a los refugios”. Golpe que se refleja en un déficit en las necesidades más elementales de estos espacios.

Los feminicidios son parte del vergonzoso ADN del país, la lucha es asimétrica y desigual, pues no sólo se lucha contra un machismo sino con usos y costumbres recalcitrantes y arraigados que lo amparan casos que se complican con la violencia institucional que revictimiza a las mujeres-

“Hay un gran avance al haber una mujer presidenta en nuestro país, puede haber un diálogo desde la horizontalidad, pero para que haya una política, se tiene que conversar con quienes tenemos experiencia y escuchar a las mujeres que acuden a un refugio, ¿por qué no se quedan en casa y acuden a refugios?

El desafío de este nuevo sexenio, toma forma en el presupuesto que recientemente sufrió otro revés, al disminuir en 2024 de 506 mdp a 486 para el 2025, debido a que “los refugios no son reconocidos como una política de estado, se debe de poner en una mesa de diálogo en la aprobación de presupuestos, hablar de refugios es hablar de prevención de feminicidios”.

La importancia de Wendy Figueroa recae en una consigna, “no llegamos todas, ni estamos todas en la agenda”, frase impregnada de rebeldía. Enfocada en tejer una red que se fragiliza a cada golpe de violencia y corrupción. Sin embargo, es innegable su llegada y permanencia en la agenda.

Las  
Garrafas



MÉTODO CHAMPENOISE  
¡TÓMALO FRÍO!

Las **estrellas en azul** indican que está listo para consumir.

Es un vino fresco con fina burbuja ideal para tomar con hielos.

VALLE DE BERNAL, MÉXICO

# BURBUJAS ICE

# Una cuestión de Derechos Humanos

LA CÁMARA DE  
REPRESENTANTES  
DE ESTADOS UNIDOS  
APROBÓ UN PROYECTO  
DE LEY QUE PROHÍBE  
LA PARTICIPACIÓN DE  
MUJERES Y NIÑAS  
TRANS EN LOS EQUIPOS  
DEPORTIVOS FEMENINOS

LAURA HERNÁNDEZ VILLEGAS

La equidad, la diversidad y la inclusión han adquirido gran relevancia en todos los ámbitos, incluso están consideradas como elementos clave en la Agenda de Desarrollo 2030 para eliminar las barreras que limitan el acceso de millones de personas a las oportunidades de desarrollo en todo el mundo.

Uno de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda de Desarrollo 2030, alude a “potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todos los seres humanos, independientemente de su edad, género, preferencia sexual, discapacidad, raza, etnia, origen, religión, situación económica o alguna otra condición; así como garantizar la igualdad de oportunidades y reducir las desigualdades, mediante la eliminación de leyes, políticas y prácticas discriminatorias”.

No obstante, lo cierto es que al momento de buscar acceder a las oportunidades de progreso y desarrollo, muchas personas aún se enfrentan a situaciones de rechazo, discriminación y exclusión por su condición física, el color de piel, el género o su orientación sexual.

Esta situación no es ajena al ámbito deportivo, donde, a pesar de que en la actualidad existe una mayor apertura y tolerancia, todavía hay un gran número de personas pertenecientes al colectivo LGBT+ (lesbianas, homosexuales, bisexuales y transgénero), que ocultan su condición sexual por temor a ser rechazadas o que no se les brinden las mismas oportunidades que al resto de los deportistas.

En marzo de 2023, la Federación Internacional de Atletismo (World Athletics), anunció que los atletas transgénero e intersexuales no podían participar en las competiciones femeninas internacionales, luego de llevar a cabo una consulta entre diversos actores del atletismo que argumentaron que las mujeres trans tienen ventajas físicas sobre las mujeres biológicas.

En su momento, el reglamento vigente dictaba que las atletas transgénero que quisieran participar en la categoría femenina debían mantener sus niveles de testosterona por debajo de 5 nanomoles/l durante un año, para competir.

Ahora la exclusión de las deportistas transgénero se ha hecho presente en las escuelas; y es que la Cámara de Representantes de Estados Unidos aprobó un proyecto de ley que prohíbe la participación de mujeres y niñas trans en los equipos femeninos en instituciones educativas que reciben financiamiento por parte del gobierno de ese país.

Esta medida, conocida como “Proyecto de Ley de Protección de Mujeres y Niñas en el Deporte”, ha sido respaldada por la mayoría de los republicanos, con 218 votos a favor y 206 en contra; busca enmendar el Título IX, que actualmente prohíbe la discriminación por sexo en programas educativos que reciben fondos federales.

El proyecto establece que las mujeres y niñas transgénero no podrán competir en equipos deportivos que correspondan a su identidad de género, señalando que “se reconozca el sexo de una persona, únicamente en función de la biología reproductiva y la genética al nacer”.

Asimismo, la iniciativa refiere que una institución que recibe fondos federales para la educación “viola la prohibición del Título IX contra la discriminación sexual si opera, patrocina o facilita programas o actividades deportivas y permite que una persona de sexo masculino participe en un programa o actividad deportiva designada para mujeres o niñas”.

Esta medida ha generado una gran controversia y críticas por parte de los demócratas, quienes argumentan que la misma representa un retroceso en materia de inclusión y derechos humanos; además, refieren que estas políticas podrían tener consecuencias negativas para la salud mental y emocional de los niños trans.

Cabe recordar que el “Proyecto de Ley de Protección de Mujeres y Niñas en el Deporte” ha sido impulsado por el representante republicano Greg Steube, de Florida; argumentando que las mujeres transgénero tienen una ventaja física en el deporte sobre las mujeres biológicas, por lo que su participación en competiciones femeninas podría limitar las oportunidades de estas últimas.

Al promover esta iniciativa, Steube explicó que el objetivo de la misma es preservar la intención del Título IX de garantizar que tanto las mujeres como los hombres tengan las mismas oportunidades.

Sin embargo, legisladores y activistas a favor de los derechos humanos de las personas LGBTQ+, han declarado que lejos de proteger a las niñas y mujeres deportistas, el proyecto podría representar una violación a la privacidad de las mismas, quienes tendrían que responder preguntas personales sobre su condición sexual e incluso podrían enfrentarse a inspecciones físicas humillantes a fin de demostrar que son mujeres biológicas, poniendo en riesgo su integridad y seguridad.

El Proyecto de **Ley de Protección de Mujeres y Niñas en el Deporte** ha sido respaldado por la mayoría de los republicanos, con 218 votos a favor y 206 en contra.



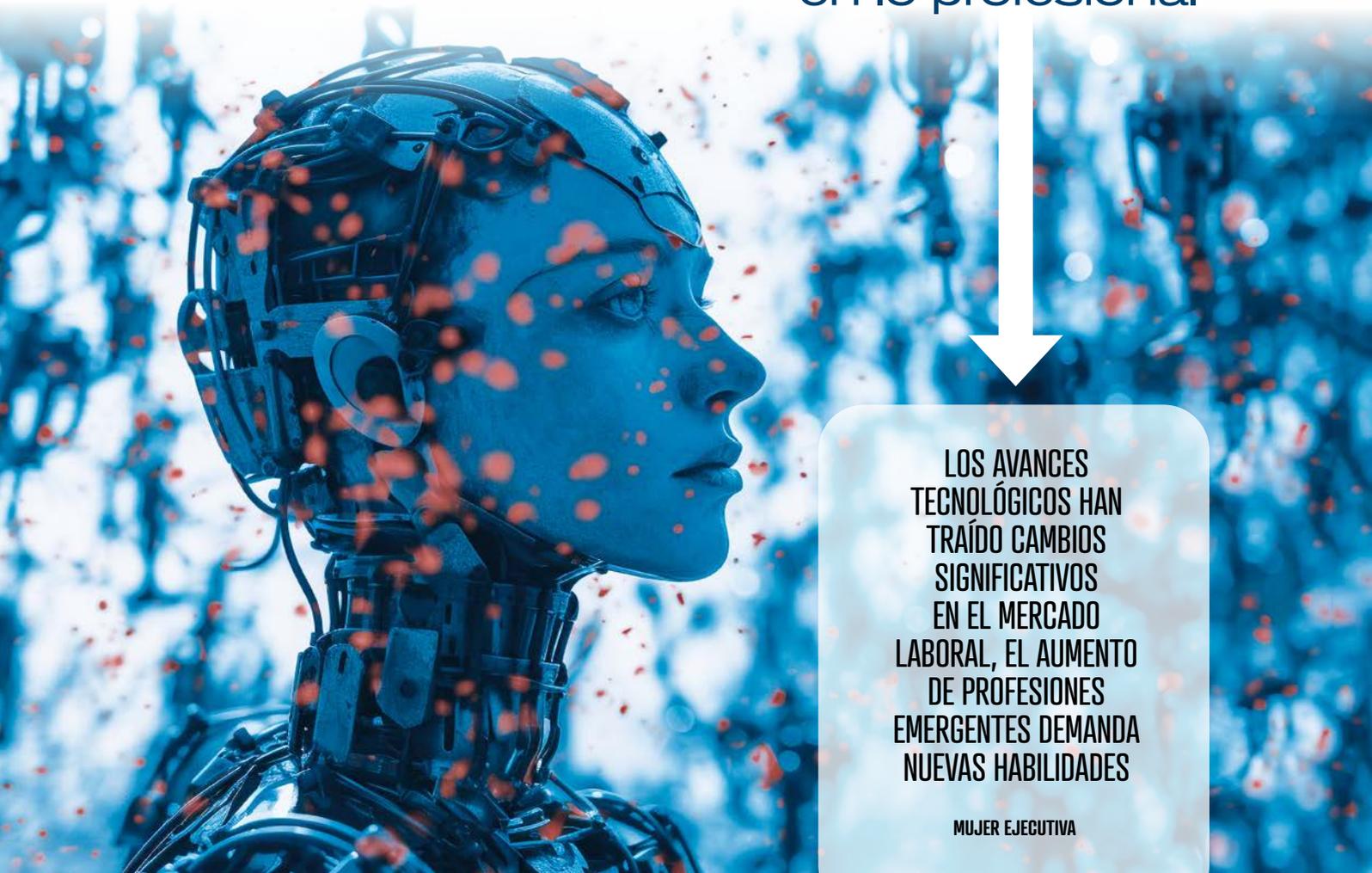
En respuesta a dichos señalamientos, Tim Walberg, representante republicano por Michigan, aseguró que el proyecto de Ley no prevé exámenes físicos y que será el certificado de nacimiento lo que determine si un estudiante puede o no participar en deportes femeninos.

Por otra parte, los demócratas afirman que las políticas para excluir a estudiantes transgénero de las competencias deportivas es una práctica discriminatoria que atenta contra sus derechos, además de ser perjudicial para la inclusión en el deporte.

Si bien, la iniciativa ya ha sido aprobada en la Cámara de Representantes de Estados Unidos, se espera que la misma sea deseada en el Senado, donde los demócratas tienen mayoría. Lo cierto es que de convertirse en ley, la misma limitaría el acceso de las personas trans a oportunidades que pueden surgir a través del deporte, como becas educativas o desarrollo profesional dentro de este ámbito. ➤

# Habilidades futuras

en lo profesional



LOS AVANCES  
TECNOLÓGICOS HAN  
TRAÍDO CAMBIOS  
SIGNIFICATIVOS  
EN EL MERCADO  
LABORAL, EL AUMENTO  
DE PROFESIONES  
EMERGENTES DEMANDA  
NUEVAS HABILIDADES

MUJER EJECUTIVA

En un entorno cada vez más digitalizado, donde la tecnología avanza a pasos agigantados, el entorno laboral se está reconfigurando y las empresas están demandando nuevas habilidades en los colaboradores que antes no eran necesarias, a fin de hacer frente a los requerimientos actuales. En este nuevo escenario profesional, aquellos trabajadores que estén dispuestos a aprender y adaptarse serán quienes lideren el camino hacia el éxito.

Ante este escenario, un número creciente de empleadores anticipa que un mayor acceso digital tendrá un impacto significativo en sus negocios, incluso más que otra tendencia macroeconómica, según el Informe sobre el Futuro de los Empleos 2025 del Foro Económico Mundial (WEF).

El informe refiere que el creciente acceso digital, el cual es crucial para el avance de nuevas tecnologías; permitirá crear 19 millones de empleos para 2030 y se reemplazarán 9 millones. Asimismo, se prevé que la IA y el procesamiento de datos generen 11 millones de empleos, y que los robots y la automatización desplacen cinco millones de empleos más de los que crearán.

De igual manera, el WEF señala que para el 2030, cambiarán el 39% de las habilidades clave de los trabajadores y se proyecta que las habilidades tecnológicas crecerán en importancia rápidamente en los próximos cinco años.

Ante ello, precisa que las empresas esperan una fuerte caída en los puestos de trabajo, incluidos varios roles administra-



**87.8 millones de empleos en AI** están en riesgo de desaparecer ante los avances de la **Inteligencia Artificial Generativa**.

**11 millones de empleos** podrían generar la IA y el procesamiento de datos según el **WEF**.

**39% de las habilidades clave** de los trabajadores podrían cambiar para **2030**.

tivos, cajeros, repartidores, trabajadores de imprenta, contadores y auditores. De ahí la importancia de que los colaboradores mantengan un aprendizaje continuo, perfeccionen sus conocimientos y habilidades digitales para mantenerse competitivos en el nuevo entorno laboral, cada vez más competitivo.

Por otro lado, un informe de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) evidenció que 87.8 millones de empleos en América Latina están en riesgo de desaparecer ante los avances que registra la Inteligencia Artificial Generativa en diversas áreas e industrias; la cual está transformando los puestos de trabajo, lo que demanda una mayor capacitación de los empleados y el desarrollo de habilidades

digitales para poder sacar el máximo provecho de la IAG.

Otra investigación de la consultora Gartner destaca que el 64% de las empresas considera que sus trabajadores no están preparados para adaptar sus habilidades a las demandas futuras. Por ello, tanto empresas como gobiernos y universidades están implementando iniciativas innovadoras y programas de capacitación que buscan moldear el futuro de las industrias, al mismo tiempo que intentan cerrar la brecha entre lo que el mercado requiere y lo que los profesionales pueden ofrecer.

### NUEVAS PROFESIONES EN LA ERA DIGITAL

Con la llegada de nuevas tecnologías, han surgido profesiones que antes no existían.

Algunas de las más destacadas son:

- **Desarrollador de Inteligencia Artificial:** Con el auge de la IA, se requieren expertos que puedan diseñar, implementar y mantener sistemas inteligentes. Esto implica un profundo conocimiento en programación, matemáticas y algoritmos.
- **Especialista en ciberseguridad:** A medida que las empresas se digitalizan, la protección de datos se vuelve crucial. Los especialistas en ciberseguridad son responsables de salvaguardar la información sensible y prevenir ataques cibernéticos.
- **Analista de datos:** La capacidad de interpretar grandes volúmenes de datos es esencial para la toma de decisiones informadas. Los analistas de datos utilizan herramientas estadísticas y software especializado para convertir datos en información valiosa.
- **Gestor de redes sociales:** Con el crecimiento del marketing digital, los gestores de redes sociales son fundamentales para construir y mantener la presencia online de las marcas, creando contenido atractivo y gestionando la interacción con los usuarios.
- **Diseñador de Experiencia del Usuario (UX):** Este rol se centra en mejorar la interacción del usuario con productos digitales, asegurando que sean intuitivos y satisfactorios. Se requiere una combinación de habilidades técnicas y empatía hacia el cliente.
- **Ingenieros ambientales:** La creciente adopción de tecnologías verdes han impulsado la demanda de especialistas en vehículos autónomos y eléctricos e

ingenieros ambientales y de energías renovables.

### HABILIDADES Y COMPETENCIAS PARA EL FUTURO

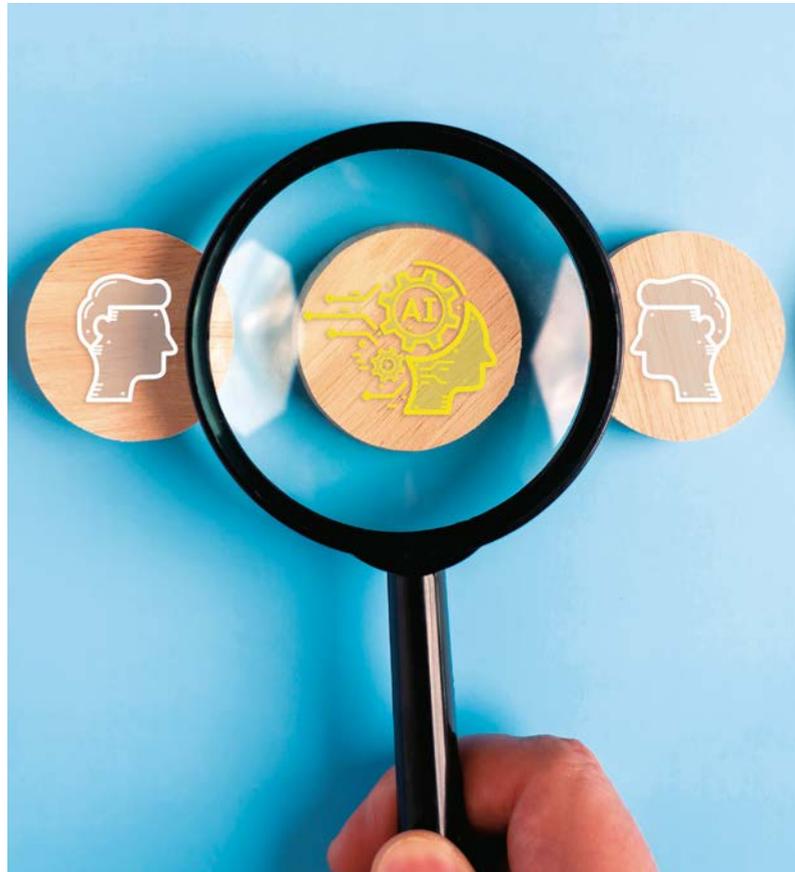
El surgimiento de estas nuevas profesiones ha llevado a un cambio en las habilidades requeridas en el entorno laboral. De acuerdo con la plataforma XY Booster Group, para destacar en el campo laboral será necesario dominar tanto las habilidades técnicas que conlleva la evolución digital del mundo como aquellos skills interpersonales para la correcta gestión de las herramientas.

- **Pensamiento crítico:** La capacidad para analizar información y tomar decisiones fundamentadas es más importante que nunca.
- **Adaptabilidad:** Con la rápida evolución tecnológica, los trabajadores deben ser flexibles y estar dispuestos a aprender constantemente.
- **Habilidades técnicas:** Desde programación hasta el uso avanzado de herramientas digitales, las habilidades técnicas son esenciales en casi todas las profesiones modernas.

Según McKinsey, el conocimiento de IA generativa se está convirtiendo en una habilidad indispensable, no solo para optimizar procesos y eliminar tareas repetitivas, sino para aumentar la eficiencia operativa y económica, por lo que su dominio ya no es opcional.

**Programación y conocimientos en STEM:** Las disciplinas de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (STEM) son el pilar de la innovación tecnológica. La capacidad de programar y desarrollar soluciones tecnológicas será crucial en un mundo que depende cada vez más de la experiencia digital de los clientes y del uso de sistemas digitales avanzados.

- **Gestión y analítica de datos:** En un contexto empresarial inundado de datos, los colaboradores que puedan interpretarlos y convertirlos en estrategias accionables serán esenciales. La creación de representaciones visuales de datos efectivos no solo comunica ideas, sino que también transforma los números en valor tangible para la mejora en la toma de decisiones, la eficiencia, y la mejora del customer experience.
- **Análisis de negocio:** Identificar las necesidades de la empresa y recomendar soluciones oportunas es una habilidad que agrega valor en cualquier orga-



nización. Esto permite anticipar problemas y capitalizar oportunidades, mejorando los procesos internos y aumentando la competitividad.

- **Colaboración interdisciplinaria:** La capacidad para trabajar en equipos diversos es crucial, ya que muchos proyectos requieren la integración de diferentes áreas del conocimiento.
- **Comunicación Efectiva:** En un mundo cada vez más interconectado, saber comunicar ideas claramente a través de diversos canales es fundamental.

A medida que avanzamos hacia un futuro donde la tecnología seguirá desempeñando un papel central, es vital que tanto los trabajadores como las organizaciones se adapten a estos cambios. Las empresas deben invertir en capacitación y desarrollo profesional para preparar a sus empleados ante las demandas emergentes del mercado laboral. Los trabajadores por su parte deben adoptar una mentalidad proactiva hacia el aprendizaje continuo, buscando oportunidades para adquirir nuevas habilidades y mantenerse vigentes en un mercado laboral cada vez más competitivo. ➡

# TOMA LAS ESCALERAS Y LIBÉRATE DE LO QUE TE DETIENE

La actividad física  
**mejora** la **calidad**  
del sueño



CONOCE MÁS  
BENEFICIOS



ACTÍVATE  
**30** MINUTOS **5** DÍAS  
DE TU SEMANA

Consejo de la Comunicación  
Voz de las Empresas





# Manos artesanas impulsan a México

EL SECTOR DE LAS ARTESANÍAS  
EMPLEA A 24 MIL 884  
MUJERES QUE CONTRIBUYEN A  
LA ECONOMÍA DEL PAÍS

LAURA HERNÁNDEZ VILLEGAS

México se distingue por su diversidad cultural, sus tradiciones y su riqueza artesanal. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), en el país hay más de 12 millones de artesanos que contribuyen a la economía nacional. Además, en el país hay más de 21 mil establecimientos dedicados a la venta al por menor de artesanías, donde predomina la presencia femenina. El sector emplea a más de 41 mil personas, de las cuales, 24 mil 884 son mujeres que equivalen al 60.3% del total nacional, quienes han encontrado en esta actividad una fuente de ingresos para sacar adelante a sus familias.

Según cifras de la Secretaría de Economía, el estado de Oaxaca se destaca por la gran variedad de artesanías creadas por más de 500 mil artesanos pertenecientes a las 16 etnias que habitan en esa región.



Las entidades que concentran el mayor número de mujeres son Chiapas con el 77% de participación femenina en la comercialización de artesanías; seguido de Aguascalientes con el 71%; Oaxaca 70.6%; Hidalgo 69% y Colima con el 68.3 por ciento. La entidad en la que se presenta una paridad en el comercio de artesanías es Quintana Roo con el 50% de participación femenina y masculina, respectivamente.

De acuerdo con la Cuenta Satélite de la Cultura de México (CSCM) 2023, el rubro de las artesanías contribuyó con el 19.1% al Producto Interno Bruto (PIB) del sector de la cultura. En conjunto, las actividades relacionadas con la cultura contribuyen con el 2.7% del PIB nacional, con un monto equivalente a 820 mil 963 millones de pesos, según cifras del Inegi.

Cabe mencionar que el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart), define las artesanías como un objeto o producto de identidad cultural comunitaria, elaborada con procesos manuales continuos, auxiliados por implementos rudimentarios y algunos de función mecánica que aligeran ciertas tareas, para transformar la materia prima básica que se obtiene de la región donde habitan los artesanos.

Las áreas específicas en las que se subdivide esta actividad son: alfarería y cerámica, fibras vegetales y textiles, madera, maque y laca, instrumentos musicales y juguetes; cartón y papel, plástica popular, cerería y pirotecnia; metalistería, joyería y orfebrería, lapidaria, cantería y vidrio, talabartería y marroquinería, así como ali-

Chiapas destaca con el 77% de participación femenina en la comercialización de artesanías

mentos y dulces típicos; y la elaboración de artesanías para el uso personal.

#### APOYO FINANCIERO

En este contexto, y con el propósito de seguir impulsando a las artesanas mexicanas, la presidenta Claudia Sheinbaum presentó el 'Apoyo Financiero a Mujeres Indígenas y Afromexicanas Artesanas (MIAA)', que este 2025 contará con una inversión inicial de 500 millones de pesos por parte de la Financiera para el Bienestar.

La mandataria precisó que, a través del Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (Fonart) en colaboración con Original: Encuentro de Arte Textil Mexicano, entre otros mecanismos; se brindarán apoyos directos a las mujeres artesanas de los pueblos originarios y afromexicanos; así como capacitación, acompañamiento técnico y fortalecimiento para la comercialización de artesanías.

De igual manera enfatizó que uno de los objetivos del Gobierno de México es garantizar que los diseños artesanales creados por los pueblos originarios estén protegidos por la ley, a fin de evitar que desaparezcan y, al mismo tiempo, fomentarlas por la

## SECTORES

belleza y por lo que significan en términos de la riqueza cultural de México, y el bienestar de quienes las realizan.

Por su parte, María del Rocío Mejía Flores, directora general de Financiera para el Bienestar, informó que para el 2025 esta dependencia invertirá 500 millones de pesos para otorgar 12 mil apoyos individuales y mil para colectivos solidarios, con la finalidad de fomentar el desarrollo sostenible y sustentable de las actividades productivas de las mujeres indígenas y afromexicanas artesanas de 18 años y más, que enfrentan dificultades para el desarrollo de sus actividades productivas

Asimismo, resaltó que con esta iniciativa se pretende reducir la brecha financiera que prevalece entre mujeres y hombres, principalmente en regiones del país con población indígena y afromexicana, que tradicionalmente son marginadas.

Mejía Flores explicó que el Apoyo Financiero a MIAA estará conformado de tres componentes:

1. Se otorgarán 12 mil apoyos individuales que van de los 10 mil hasta 50 mil pesos con base a las necesidades productivas; y mil apoyos para colectivos o sociedades cooperativas desde 50 mil hasta 300 mil pesos.

2. Capacitación y acompañamiento técnico para ofrecer educación financiera, rescate de técnicas tradicionales, costeo, etiquetado y presentación del producto, entre otros.

3. Fortalecimiento a la comercialización, a través de ferias y expos locales y nacionales y puntos de venta establecidos en el marco de colaboración interinstitucional.

Como parte de esta iniciativa, la Secretaría de Cultura que encabeza Claudia Curiel de Icaza, se sumará al programa otorgando apoyo para la comercialización, movilidad y distribución de las artesanías a través de capacitaciones que se imparten en los Encuentros de Arte Textil Mexicano de Original y del Fonart. Además, las artesanas tendrán acceso a los corredores turísticos como el Tren Maya y en estados fronterizos para facilitar su acceso al mercado norteamericano.

Por otra parte, el director general del Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas (INPI), Adelfo Regino Montes, indicó que la dependencia a su cargo apoyará a que se focalice correctamente el programa y que haya un vínculo comunitario a través del Catálogo Nacional de Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas, además colaborará en la educación financiera y fortaleci-



En 2023, el rubro de las artesanías contribuyó con el 19.1% al PIB de la cultura

miento de capacidades de las artesanas; así como en la vinculación de las beneficiarias del programa con el sello distintivo “Manos Indígenas. Calidad Mexicana”, del Instituto Mexicano de Propiedad Industrial para fortalecer la identidad de los productos de los pueblos indígenas y afromexicanos.

Es importante mencionar que para la creación del Apoyo Financiero a MIAA se realizó un diagnóstico a cerca de mil mujeres indígenas y afromexicanas en diez entidades del país; el cual evidenció que el 92% manifestó que necesita apoyos para elaborar sus artesanías; el 83% indicó que tiene problemas para obtener los materiales para elaborar sus productos; 71% considera que sus técnicas tradicionales se están perdiendo; 35% trabaja de manera individual; 44% en familia y 21% en grupo.

Adicional a lo anterior, el 56% considera que “no se valora el costo real” de sus artesanías y 13 por ciento señaló que los puntos de venta están muy lejanos. El 33% de las artesanas pide establecer puntos de venta para sus artesanías tanto a nivel local como regional y el 23% solicita apoyo del gobierno para la protección de sus diseños. 📌

# Organiza *tu clóset* y renueva energías

**UN ARMARIO ORDENADO REDUCE EL ESTRÉS Y LA ANSIEDAD, ADEMÁS CONTRIBUYE A TENER UNA MENTE MÁS CLARA Y ENFOCADA**

LAURA HERNÁNDEZ VILLEGAS

El comienzo de un nuevo año nos invita a renovarnos y a transformar algunos aspectos de nuestras vidas. Desde la perspectiva del Feng Shui, una antigua práctica filosófica china, la organización de los espacios para crear ambientes que fomenten la tranquilidad, pueden mejorar la calidad de vida de las personas al generando felicidad y prosperidad.

Se cree que un entorno armonioso y bien organizado puede reducir la ansiedad y el estrés, mejorando así el estado de ánimo de quienes lo habitan; además, se piensa que ayuda a fortalecer las relaciones familiares, promoviendo una convivencia más sana; así como a atraer oportunidades y riqueza.

En este sentido, una adecuada organización del clóset no sólo mejora la funcionalidad y estética del entorno, también se relaciona con el bienestar emocional y la energía positiva. Sin embargo, a veces por la falta de tiempo es difícil ordenar las pre-



das del armario; aunado a que seguimos comprando más ropa, y guardando piezas pensando en que algún día las usaremos.

Este tipo de actitudes pueden convertirnos en personas acumuladoras, actitud que puede ser negativa, ya que muchos psicólogos consideran que la procrastinación se relaciona con la acumulación de objetos, como la ropa. De acuerdo con el Gobierno de México, se estima que en el país existen aproximadamente 2.5 millones de personas acumuladoras.

Cecilia Ollero, country manager de Go-Trendier en México, comparte que la acumulación de prendas que sólo usamos una vez, que ya no nos queda o que la tenemos 'por si acaso', además de restar espacio en el armario, es una forma de aferrarse al pasado por un apego emocional.

“Imagina abrir tu clóset en busca de un outfit y ver todo un desorden de ropa que ya no usas. Esta situación puede llevarnos a un estado de estrés, y quitarnos tiempo buscando. Además, hay personas que guardan esa ropa en cajas o bolsas, dejándolas en algún rincón de la casa, eso ocupa espacio, se llena de polvo y puede ocasionar algún accidente”.

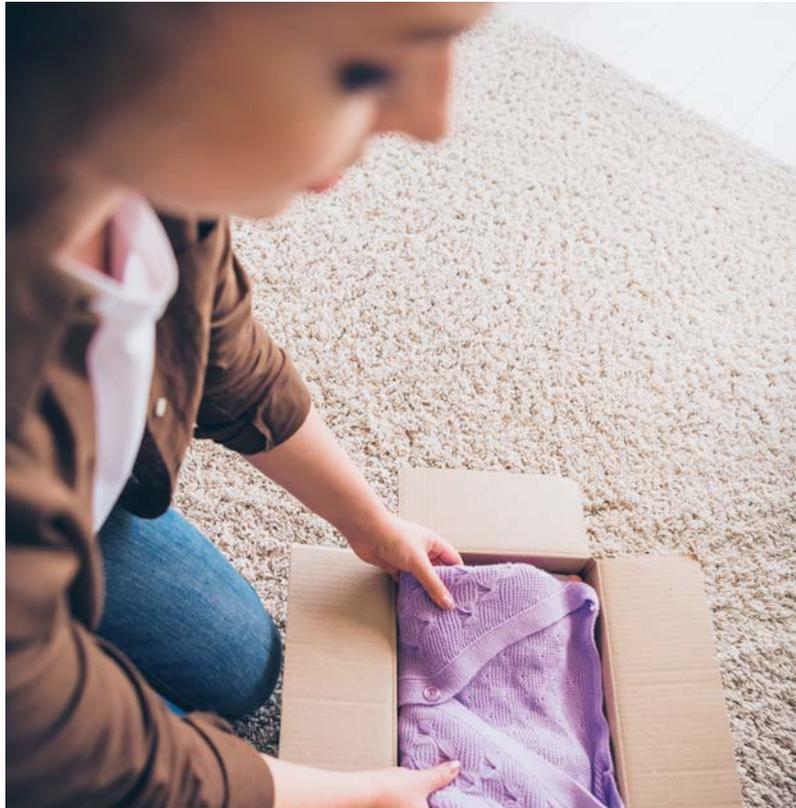
El proceso de sacar las prendas del clóset y mirarlas, te ayudará a darte cuenta de que hay ropa que ya no te es útil. Mientras realizas la depuración de tu armario, pregúntate cuándo fue la última vez que usaste cada prenda. Si no la has usado en más de un año, es momento de desecharla. Según el Feng Shui, mantener ropa que no se usa puede generar estancamiento energético en tu vida.

Considera si alguna prenda te recuerda momentos o personas negativas. Mantener ropa asociada a recuerdos desagradables puede bloquear el flujo de energía positiva en tu vida, al desechar lo que no utilizas, se eliminan también las emociones asociadas a esas prendas y energías estancadas que pueden afectar tu salud.

En el Feng Shui, la ropa dañada, manchada o rota puede atraer energías negativas. Conserva sólo aquellas que te hagan sentir bien y te aporten una sensación positiva. La ropa que amas y te hace sentir segura, eleva tu energía y bienestar.

Mientras te deshaces de la ropa, establece una intención clara sobre lo que deseas atraer a tu vida para reforzar el proceso y mantener un ambiente positivo.

Una vez que hayas decidido qué ropa conservar, organízala por color, comenzando desde los tonos más claros hasta los más oscuros. Esto no sólo es visualmente agradable, sino que también promueve un flujo de energía más equilibrado dentro del clóset.



La acumulación de **prendas** además de **restar espacio en el armario**, es una forma de **aferrarse al pasado por un apego emocional**.

### OPORTUNIDAD PARA GENERAR DINERO EXTRA

Al finalizar la depuración de tu armario, te darás cuenta que dejaste fuera prendas que ya no van con tu estilo. No las guardes en cajas, porque nuevamente estarás acumulando cosas en otros espacios, mejor selecciona aquellas que puedas donar o vender a través de aplicaciones, así esto no sólo libera espacio en tu armario, sino que también permites que otros se beneficien de lo que ya no necesitas y de paso, podrás obtener un dinero extra y generas una huella positiva para el medio ambiente. Hoy en día, la ropa de segunda mano es muy valorada en el mercado de la moda.

Cecilia Ollero recomienda que las prendas estén en buen estado y limpias; si nunca las usaste, procura dejar las etiquetas originales; toma fotos de alta calidad de cada prenda que deseas vender para mostrar detalles importantes de cada pieza; incluye descripciones como la marca, el tamaño, la tela, pedrería, costuras y cualquier otro detalle especial. Indaga en el mercado cuánto vale tu pieza nueva y, a partir de ahí, ponle un precio razonable.

Al aplicar los principios del Feng Shui al ordenar tu clóset y deshacerte de ropa innecesaria, puedes transformar tu espacio personal en un lugar que fomente la armonía y el equilibrio en tu vida diaria. ➤

# THE CORE

THE LIVING **HARMONY**



[www.thecore.design](http://www.thecore.design)

[@thecoredesign](https://www.instagram.com/thecoredesign)    

gogreen

Where Sustainable &  
Design Harmonizes

# ENTER THE LUXURY REALM

HORAS DE VUELO | VUELOS PRIVADOS | COMPRA Y VENTA DE AVIONES



 +52 55 4264 3547

 @mm\_aviacionprivada

 [www.mmaviacionprivada.com](http://www.mmaviacionprivada.com)