

MUNDO EJECUTIVO

MUJER EJECUTIVA

43%

DE LA FUERZA
LABORAL
MEXICANA ESTÁ
CONFORMADA
POR MUJERES

ECONOMÍA

El Plan México
contempla un
portafolio
de inversiones de
2 mil proyectos

EMPRESAS

75% de
las compañías
en el mundo
tienen políticas
de inclusión
y diversidad

NEGOCIOS

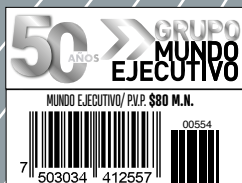
En 2024, el sector
de franquicias
contribuyó con
un 5% al PIB del
país y generó más
de un millón de
empleos

EMPRESARIOS QUE IMPULSAN A MÉXICO

El país es una de las economías más abiertas al comercio internacional, y los empresarios nacionales son clave en la exportación de productos

**JUAN JOSÉ
SIERRA**

Sólo a través
de un intercambio
constructivo
actualizaremos
los compromisos
de la Nueva Cultura
Laboral





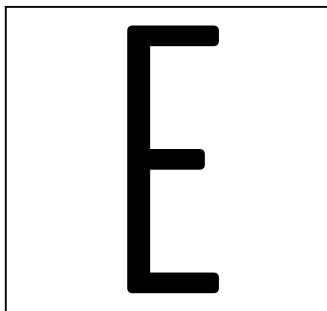
**EL RIESGO
ES NO INTENTARLO**

**CORRE, BRINCA, SUDA
REPITE Y VIVE**

GRIT



INNOVAR PARA PERTENECER



n un mundo donde la tecnología avanza a una velocidad vertiginosa y las expectativas del mercado cambian constantemente, la innovación ya no es un lujo, sino una necesidad. Las empresas que se resisten al cambio corren el riesgo de volverse irrelevantes, mientras que aquellas que apuestan por la transformación logran mantenerse a la vanguardia.

Recientemente en un evento, hablaban sobre el verdadero sentido de la innovación, y especialistas resaltaban que el concepto se tenía que entender desde diversas aristas, y no sólo

pensar en la creación de nuevos productos o servicios, sino más bien en la reinención de modelos de negocio, mejorar procesos y adoptar una mentalidad de evolución continua, pero sobre todo, anticiparse a las necesidades del consumidor.

Sin embargo, estarán de acuerdo que la innovación no ocurre por casualidad o por arte de magia, se requiere de un liderazgo visionario, invertir en talento y una cultura que fomente la “experimentación” sin miedo al fracaso, que de hecho, a veces se requiere para encontrar nuevas perspectivas.

El futuro, que en los negocios no es un tema de temporalidad, pertenece a quienes se atreven a desafiar lo establecido pero sobre todo, a construir soluciones disruptivas.

En este punto, lo que debemos hacer es cuestionarnos no sólo si las empresas deben o no innovar, sino más bien, cómo pueden hacerlo de manera estratégica para el bien del negocio y de todo lo que gira en torno a él, y que esto sea de manera estratégica pero también sostenida.

Y bueno, como ya lo he mencionado en ocasiones previas, la única constante en nuestro entorno actual es el cambio en todos los niveles, y lo que tenemos que hacer de manera consiente es liderar la transformación. ➡



Rosa María Verján Gutiérrez
Editora en Jefe Mundo Ejecutivo



EDICIÓN 554 - MARZO 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 Feria

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 Iturrizarria,
Félix Martínez Cabrera,
Francisco Suárez Hernández,
Gerardo Gutiérrez Candiani,
Ignacio Zubiría 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



GALERÍA PLAZA SAN JERÓNIMO

Distintos viajes

EL MISMO GRAN HOTEL



GALERÍA PLAZA
LEÓN



GALERÍA PLAZA
VERACRUZ



GALERÍA PLAZA
IRAPUATO

Pensados para que
sin importar el motivo del viaje,
disfrutes al máximo



GALERÍA PLAZA
MONTERREY



GALERÍA PLAZA
REFORMA



RESERVACIONES:

☎ (55) 5339.1010

🌐 brisas.com.mx

BRISAS
REWARDS
SIENTE+



GALERÍA PLAZA

ESTÁS DONDE DEBES ESTAR

GRUPO
BRISAS

CDMX | IRAPUATO | LEÓN | MONTERREY | VERACRUZ

PORTADA

RANKING 100 EMPRESARIOS QUE MUEVEN A MÉXICO. Nuestro país es una de las economías más abiertas al comercio internacional, y los empresarios nacionales son clave en la exportación de productos. Conoce a los hombres y mujeres más ricos del mundo.



COLUMNISTAS

Juan José Sierra Álvarez
Unidos en Diálogo
hacia un México Próspero
06

Carlos Bonilla
Evita sorpresas
al compartir información
32

Enrique Castillo-Pesado
Empresarios de su Tiempo
38

AENB
Actualidad en Breve
08

ECONOMÍA
México Competitivo
y con un plan de acción
10

SECTORES
Gran potencial
del ganado mexicano
16

SECTORES
Hospitales privados:
Innovación y desafíos
22

ACTUALIDAD
Mascotas gourmet:
un negocio revolucionario
24

SECTORES
Noches de negocio
y diversión en la capital
28

NEGOCIOS
Franquicias y los desafíos
en la era tecnológica
34

TECNOLOGÍA
DeepSeek en el entorno
de los negocios
48

CRIPTO
Del efectivo al digital,
México y las criptomonedas
50

MANAGEMENT
¿Talento o prejuicio?
Sesgos en Recursos Humanos
52

ACTUALIDAD
IA revoluciona
la cosmética
56

ACTUALIDAD
Diversidad que decide
58



MUJER EJECUTIVA

63

- Apps un apoyo para las mujeres
- Hay que crear entornos de inclusión
- Más allá de las brechas de género**
- Hijos como escudos: violencia vicaria
- Sin culpa por descansar



Walmart
YO PERTENEZCO

Tu historia
es nuestra historia

Escanea y descubre
oportunidades en
Walmart





JUAN JOSÉ
SIERRA ÁLVAREZ
Presidente Nacional
de COPARMEX

UNIDOS EN DIÁLOGO HACIA UN MÉXICO PRÓSPERO

Durante más de treinta años, la Nueva Cultura Laboral ha sido el faro que ha guiado la relación entre trabajadores y empresarios en México, consolidando un pacto de colaboración que ha transformado desafíos en oportunidades. Hoy, en un contexto de cambios acelerados, reafirmo mi convicción de que el diálogo entre sindicatos y organizaciones empresariales es la clave para enfrentar los retos actuales y garantizar el bienestar de millones de mexicanos.

Recientemente, el Senado de la República aprobó la reforma a la Ley del INFONAVIT sin incorporar las propuestas fundamentales que sustentamos para fortalecer la gobernanza del Instituto y proteger los ahorros de los trabajadores. En la reunión en la Secretaría de Gobernación presentamos seis puntos irreductibles que pretendían preservar las direcciones sectoriales y asegurar una supervisión efectiva, pilares esenciales para mantener un INFONAVIT sólido, transparente y equitativo. La aprobación del dictamen sin modificaciones representa una regresión que vulnera la participación tripartita y compromete el manejo responsable de los recursos de quienes han confiado en el sistema.

La creación de una empresa constructora filial, sin mecanismos claros de supervisión y transparencia, abre la puerta a conflictos de interés que pueden desviar el objetivo central de garantizar créditos de vivienda en condiciones justas. En este escenario, es imprescindible que trabajadores y empleadores se unan en un diálogo constante para exigir rendición de cuentas y participación equitativa en la toma de decisiones. La defensa de las instituciones exige diálogo social, porque solo a través de un intercambio constructivo defendemos el legado que ha permitido a millones acceder a una vivienda digna.

La historia nos recuerda que, en 1995, COPARMEX y la CTM, junto a otros actores, establecieron

las bases de una relación productiva que redujo tensiones laborales y promovió el desarrollo. Hoy, esa visión de unidad y corresponsabilidad debe renovarse ante los desafíos de un mercado en evolución, donde la digitalización y la globalización exigen respuestas ágiles sin sacrificar la justicia laboral. La flexibilidad, la capacitación y, sobre todo, el diálogo son ingredientes indispensables para que cada reforma se oriente hacia el progreso colectivo.

Ante la aprobación de la reforma sin los ajustes requeridos, reiteramos nuestro compromiso de trabajar en conjunto con sindicatos y empresarios para explorar todas las vías institucionales, legales e internacionales que aseguren un tripartismo paritario real. Sólo a través de un intercambio sincero y constructivo podremos actualizar los compromisos de la Nueva Cultura Laboral y adaptar sus principios a los tiempos actuales, generando un entorno de respeto, productividad y equidad.

En este momento crucial de nuestra historia laboral, cada palabra y cada acción cuentan. Es imperativo que las autoridades escuchen a quienes vivimos la realidad del trabajo y reconozcan que cada propuesta en favor de un INFONAVIT renovado es, en esencia, una apuesta por la justicia social y el progreso económico. El diálogo que hoy sostenemos es la semilla de un mañana en el que la colaboración entre sindicatos y empresarios sea la norma y no la excepción.

El camino hacia un México próspero y un INFONAVIT fortalecido se construye día a día, en cada diálogo y en cada acuerdo. Es momento de retomar el espíritu de unidad que ha caracterizado nuestras relaciones laborales para que cada decisión se traduzca en progreso y seguridad para las futuras generaciones. Unidos, transformaremos los desafíos en oportunidades y consolidaremos el legado de una cultura laboral que impulse un futuro de justicia y crecimiento. ➡

Conocimiento local
y capacidades globales
para el crecimiento
de nuestros clientes.

citi.com/mexico

Somos Citi,
el banco para el México global.





Unión Europea propone aranceles

La Comisión Europea ha presentado una iniciativa para imponer aranceles a productos comprados en línea desde países fuera de la Unión Europea, eliminando la exención actual para paquetes de bajo valor.

Esta medida afectaría a minoristas en línea populares como Shein y Temu, y busca equilibrar las condiciones del comercio electrónico global, protegiendo a los minoristas europeos de la competencia desleal.

La propuesta aún debe ser debatida y aprobada por los estados miembros y el Parlamento Europeo antes de su implementación.

Argentina anuncia su retiro de la OMS

El gobierno argentino, liderado por el presidente Javier Milei, ha decidido retirar al país de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

Según el vocero presidencial, Manuel Adorni, la decisión se basa en diferencias con la gestión sanitaria del

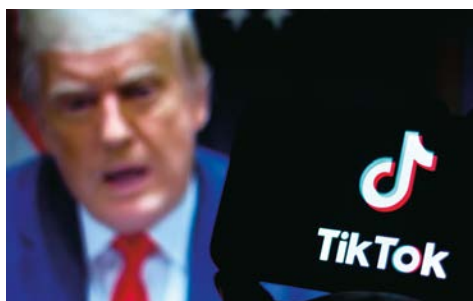
organismo y en la intención de buscar una mayor autonomía en las políticas de salud nacionales.

Además, se argumenta que la membresía en la OMS representa un costo anual de aproximadamente 10 millones de dólares para Argentina.

Esta medida ha generado debate entre expertos en salud pública, quienes advierten sobre posibles consecuencias negativas para la cooperación internacional en materia sanitaria y la capacidad de respuesta ante emergencias globales.

Estados Unidos considera adquirir TikTok

El presidente Donald Trump ha firmado una orden ejecutiva para establecer un fondo soberano con el objetivo de adquirir la plataforma de redes sociales TikTok. Esta iniciativa busca que Estados Unidos posea un fondo similar a los de países como China y las naciones del Golfo Pérsico. El plan ha generado debate sobre el papel del gobierno en la propiedad de empresas tecnológicas y las implicaciones para la competencia en el mercado global. Se anticipa que el Congreso y otras entidades regulatorias evaluarán los detalles de esta propuesta en los próximos meses.



Estée Lauder anuncia recorte significativo

La empresa de cosméticos ha reportado pérdidas de 590 mdd en el último trimestre fiscal y ha anunciado un plan de reestructuración que incluye la eliminación de entre 5 mil 800 y 7 mil puestos de trabajo. Este recorte representa aproximadamente el 10% de su fuerza laboral global y se espera que se complete antes del

final del año fiscal 2026. La compañía atribuye las pérdidas a una disminución en las ventas, especialmente en el mercado asiático, y a desafíos en la cadena de suministro. Estée Lauder planea enfocarse en fortalecer sus marcas principales y mejorar su presencia en línea para contrarrestar las tendencias negativas.

Amazon: previsiones cautelosas para 2025

La empresa cerró 2024 con un beneficio neto de 59 mil 248 mdd, casi el doble de lo registrado en 2023, cuando alcanzó 30 mil 425 millones.

Las ventas también subieron, llegando a 637 mil 959 mdd, un 11% más que el año anterior. Sin embargo, las perspectivas para el primer trimestre de 2025 no fueron tan alentadoras, ya que la compañía proyectó ventas entre 151 mil millones y 155 mil 500 mdd lo que implica un crecimiento más modesto de entre 5 y 9%.

Esta estimación quedó por debajo de las expectativas de los analistas, quienes esperaban un aumento mayor.

El último trimestre de 2024, en cambio, fue fuerte para el marketplace, con un beneficio de 20 mil 4 mdd, un



88.2% más que en 2023. Las ventas en ese periodo subieron un 10%, alcanzando los 187 mil 800 mdd.

A pesar de estos resultados, las previsiones para 2025 ge-

neraron cierta incertidumbre en el mercado, reflejada en una caída del 2% en el valor de sus acciones en las operaciones posteriores al cierre de Wall Street.



ULINE

**CARRITOS Y PATINES
HIDRÁULICOS**

AMPLIO CATÁLOGO
800-295-5510
uline.mx

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

SE CONTEMPLA UN PORTAFOLIO DE INVERSIONES DE 2 MIL PROYECTOS

| CYNTHIA MICHELLE HERNÁNDEZ |
| JESICA DIONICIO HERNÁNDEZ | DIEGO ALEJANDRO TELLO |

El Plan México, presentado por el gobierno federal, busca impulsar un crecimiento económico sostenido, fortalecer la inversión en infraestructura productiva y generar empleos de calidad.

Esta iniciativa representa una oportunidad histórica para modernizar la economía del país, reducir la dependencia de importaciones y posicionar a México como un líder en sectores estratégicos como la manufactura, la energía y el turismo. Su éxito dependerá de una implementación eficiente, un financiamiento sostenible y la colaboración entre los sectores público y privado.

El programa, que recientemente fue anunciado por la presidenta de México, Claudia Sheinbaum, promete una revolución económica: empleo, crecimiento sostenido y estabilidad en el comercio exterior.

MÉXICO COMPETITIVO Y CON UN PLAN DE ACCIÓN

“El libre comercio, el comercio, la iniciativa privada, son fundamentales, pero la idea es que entre todas y entre todos seamos parte de esta visión del México del presente y del México del futuro. Por eso le llamamos Plan México que, en realidad, es una visión del desarrollo de nuestro país: equitativo, sustentable, de industrialización, de crecimiento económico, sí, pero, sobre todo, de bienestar para nuestro pueblo y de beneficio para todas y para todos”, refirió la mandataria.

Octavio de la Torre, presidente de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco Servytur), destacó que uno de los principales desafíos será reducir la vulnerabilidad frente a medidas comerciales externas. “Con una estrategia bien coordinada, México podría consolidarse como un actor clave en la economía global”. Además, resaltó la importancia de fortalecer las cadenas productivas locales y promover la innovación para garantizar un crecimiento inclusivo y sostenible.

OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS

Larry Rubin, presidente de la American Society of Mexico (AmSoc), identificó varias áreas con gran potencial para el desarrollo económico del país. Una de las más relevantes es la investigación clínica, un sector en el que México ha sido relegado. Actualmente, el país recibe alrededor de 200 millones de dólares (mdd) en investigación clínica, una cifra mínima comparada con los 200 mil mdd que invierte la industria farmacéutica global. Explicó que el Plan México proyecta atraer hasta 4 mil mdd en este sector durante el actual sexenio.

“Cada empleo generado en investigación clínica tiene el potencial de crear seis empleos adicionales en la economía”, dijo. Sin embargo, señaló que una de las barreras más importantes es la regulación. Las autoridades actuales han expresado su intención de agilizar y mejorar las regulaciones, lo que podría transformar el panorama económico del país.

METAS DEL PLAN MÉXICO

- » Pasar de la economía número 12 a la décima en el mundo.
- » Elevar la proporción de inversión respecto al PIB, arriba del 25%.
- » Generar 1.5 millones de empleos más.
- » 50 por ciento de la proveeduría y el consumo nacional, serán hechos en México en los sectores textil, calzado, mobiliario y juguetes.
- » Aumentar en 15% de contenido nacional.
- » El 50% de las compras públicas serán de producción nacional.
- » Vacunas hechas en México.
- » De 2.6 a un año reducir los trámites para la inversión en México.
- » Incrementar 150 mil profesionistas y técnicos anuales adicionales a los que ya se generan.
- » Sostenibilidad ambiental empresarial.
- » 30% de Pymes con acceso a financiamiento.
- » Ser uno de los cinco países más visitados a nivel mundial.
- » Disminuir la pobreza y la desigualdad.

El turismo también se posiciona como un pilar fundamental para el crecimiento económico. México busca ampliar su oferta turística hacia el mercado estadounidense, su principal emisor de visitantes. La Secretaría de Turismo ha lanzado un plan ambicioso para incrementar la llegada de turistas, lo que ya representa una derrama económica significativa, ya que entre las metas del Plan México es que nuestro país sea uno de los cinco países más visitados a nivel mundial.

Además, los semiconductores, los minerales estratégicos y la industria automotriz tienen un gran potencial para diversificar la economía mexicana y fortalecer la relación bilateral con Estados Unidos.



Trabajando juntos, podemos convertir los desafíos en oportunidades y consolidar a México como un líder en la economía global”



El sector empresarial está comprometido en colaborar con el gobierno para fortalecer la producción nacional y generar un entorno económico más sólido y resiliente”

Octavio de la Torre, presidente de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco Servytur)



GRANDES SECTORES DE LA ECONOMÍA

Octavio de la Torre afirmó que el Plan México presenta una gran oportunidad para fortalecer la producción nacional, reducir la dependencia de importaciones y consolidar a México como una potencia manufacturera. “El impulso a la industrialización regional y la colaboración entre el sector público y privado permitirá generar empleos, mejorar la competitividad y fortalecer la economía interna”.

Además, se busca fortalecer las cadenas productivas locales, promover la innovación y reforzar la estrategia Hecho en México para posicionar los productos nacionales en el mercado global. Además, el diálogo sector por sector con Estados Unidos es clave para garantizar condiciones favorables para las exportaciones mexicanas.

El Plan México se enfoca en cinco sectores estratégicos: bienes de consumo, industria automotriz, tecnologías de la información, turismo y energía. Esta estrategia busca generar millones de empleos, especialmente en la industria manufacturera y sectores prioritarios. Además, se espera que sea crucial garantizar que los beneficios lleguen a todos los niveles de la sociedad, desde las grandes empresas hasta las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes).

En el gobierno de Claudia Sheinbaum, se prevé que al menos el 50% de la proveeduría y el consumo de textiles, calzado, mobiliario y juguetes sea local para el 2030. Dentro de este porcentaje, se espera que el 30% corresponda a MiPymes, un área esencial en la economía mexicana. Al proporcionarles apoyo en términos de financiamiento, reducción de trámites y capacitación, se podría aumentar su productividad y competitividad.

Uno de los pilares del Plan México es la autosuficiencia en productos básicos, como alimentos y energías. Esto busca reducir la vulnerabilidad

del país ante crisis internacionales y asegurar el abasto interno. Además, se promueve un desarrollo equitativo y estable a largo plazo, generando un entorno favorable para empresas y trabajadores.

“La formación y capacitación de trabajadores es otro eje central. Elevar la mano de obra mexicana mejorará la competitividad de las industrias a nivel mundial y contribuirá a una economía más sostenible”, explicó De la Torre.

MÉXICO EN EL MERCADO GLOBAL

El financiamiento sostenible es un aspecto clave para el éxito del Plan México. Octavio de la Torre destacó que es necesario implementar esquemas de financiamiento mixto, con participación del sector privado, para evitar presión sobre las finanzas públicas.

“La generación de alianzas estratégicas y el aprovechamiento de incentivos para la inversión podrían garantizar la viabilidad del plan sin comprometer la estabilidad económica del país”, precisó.

Además, una mayor inversión en infraestructura productiva y logística será parte para mejorar los resultados. Larry Rubin, por su cuenta, destacó la importancia de fortalecer la propiedad intelectual para atraer inversiones. “La reciente implementación del T-MEC exige medidas concretas para proteger los derechos de propiedad intelectual, lo que consolidará la confianza de los inversionistas”.

La relación entre México y Estados Unidos sigue siendo esencial. Larry explicó que la lucha conjunta contra el narcotráfico y la reducción de la migración indocumentada son temas prioritarios en la agenda bilateral. Además, la revisión del TMEC, que comenzará formalmente este año, será un hito importante para fortalecer la cooperación entre México, Estados Unidos y Canadá.



El Plan México busca diversificar la economía nacional mediante la innovación, el turismo y sectores estratégicos como los semiconductores”



La cooperación internacional y la protección de la propiedad intelectual son pilares fundamentales para el éxito del Plan México”

Larry Rubin, presidente de American Society of Mexico (AmSoc)



El Plan México propone intensificar los esfuerzos bilaterales y trilaterales, con un énfasis en la cooperación en inteligencia, la capacitación de fuerzas de seguridad y la implementación de políticas conjuntas para dismantelar redes criminales. “Esta colaboración reforzará la relación entre los tres países y permitirá hacer frente a desafíos transnacionales de manera más efectiva”, concluyó Rubin.

“Este podría consolidar a la nación como un centro manufacturero estratégico y potenciar su competitividad global. Si se ejecuta correctamente, se espera un crecimiento sostenido, más empleos y estabilidad en el comercio exterior” según Octavio de la Torre, presidente de la Concanaco Servytur.

Uno de los ejes centrales de esta estrategia económica es la innovación tecnológica. La inversión en inteligencia artificial, big data y automatización no sólo mejorará la eficiencia operativa, sino que también posicionará a México como un líder en la industria.

Larry Rubin, presidente de la American Society of Mexico (Am-Soc), consideró que “La adopción de tecnologías avanzadas es pieza sustancial para competir en el mercado global y atraer inversiones de alto valor”. Además, resaltó que la capacitación de la fuerza laboral es protagonista para aprovechar al máximo estas herramientas.

Otro aspecto relevante es la sostenibilidad ambiental. El Plan México incluye iniciativas para promover el uso de energías renovables, reducir las emisiones de carbono y fomentar prácticas empresariales responsables. “La transición hacia una economía verde además de ser una necesidad ambiental, al mismo tiempo es una oportunidad para generar empleos y atraer inversiones”, explicó Octavio de la Torre.

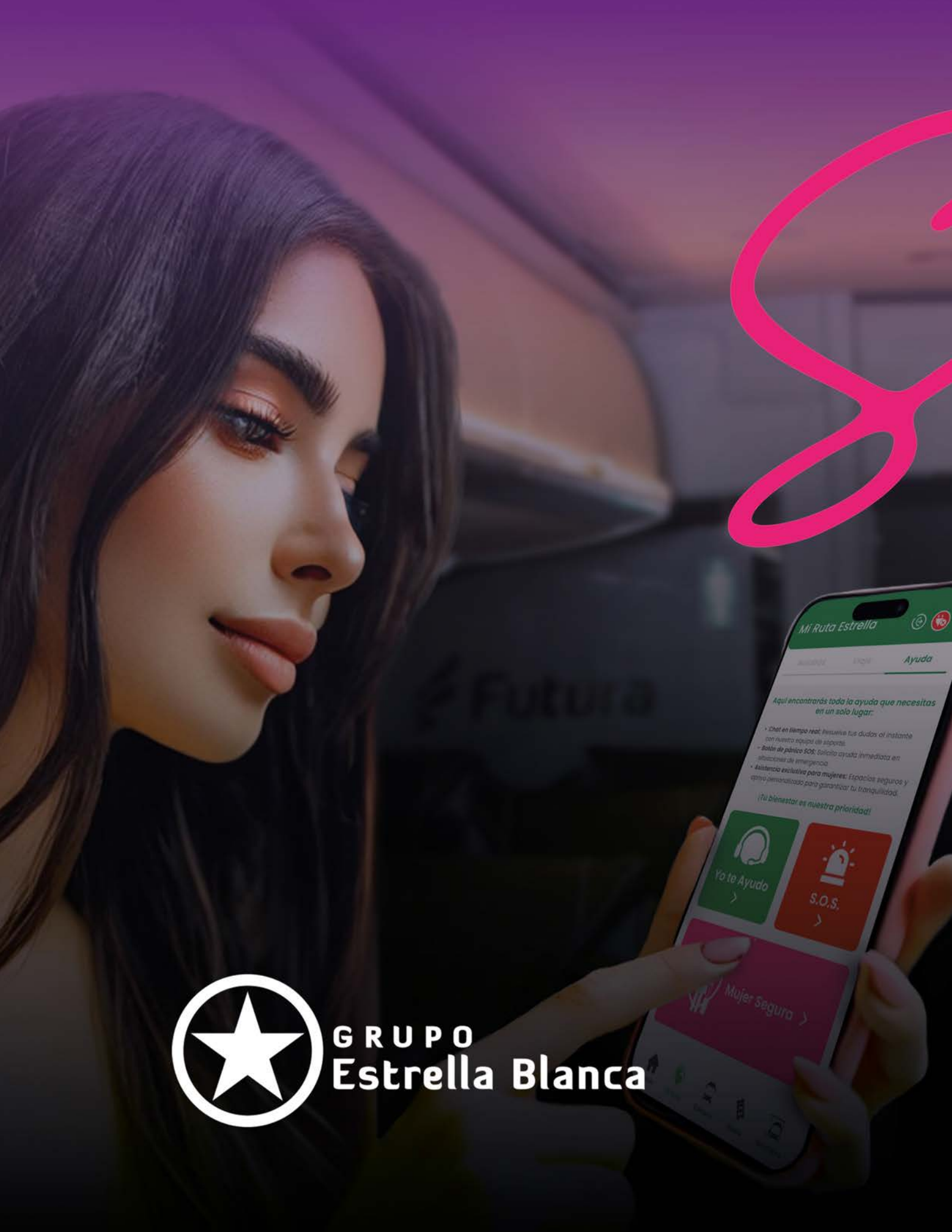
El plan también busca promover la inclusión y equidad en el desarrollo económico desde las grandes hasta programas para apoyar a las MiPymes, así como iniciativas para reducir la brecha de género en el mercado laboral. “Un crecimiento económico inclusivo es relevante para garantizar un desarrollo sostenible y equitativo”, afirmó el presidente de la Concanaco Servytur.

Sin embargo, refirió, su éxito dependerá de una implementación eficiente, un financiamiento sostenible y la colaboración entre los sectores público y privado. “Con una estrategia bien coordinada, México podría alcanzar un desarrollo más equitativo, sostenible y competitivo en el largo plazo”. Además, será crucial mantener un diálogo abierto con todos los actores involucrados, para garantizar que los beneficios del plan lleguen a todos los rincones del país.

El Plan México representa un intento audaz para cambiar la economía del país. Centrándose en la innovación, la sostenibilidad y la inclusión, este proyecto promete crear millones de empleos, fortalecer la producción nacional y posicionar al país como un protagonista importante en la economía global. Para alcanzarlo, será esencial fomentar el desarrollo de talento y modernizar la infraestructura productiva, garantizando que las empresas mexicanas puedan competir en igualdad de condiciones a nivel internacional.

“El objetivo es seguir haciendo de México el mejor país del mundo. Nuestro país es una potencia cultural y nuestro objetivo es disminuir pobreza, desigualdades, pero que cada uno de los mexicanos y mexicanas sepa que hay plan, que hay desarrollo, que frente a cualquier incertidumbre que venga en el futuro próximo, México tiene un plan y está unido hacia adelante”, puntualizó Claudia Sheinbaum. ➔





GRUPO
Estrella Blanca

Muévete *segura* y con Confianza



Mi Ruta
Estrella

DESCÁRGALA:



Disponible en
App Store



DISPONIBLE EN
Google Play

Gran potencial DEL GANADO MEXICANO



MÉXICO ESTÁ EN EL SÉPTIMO LUGAR DE PRODUCCIÓN MUNDIAL DE GANADERÍA PRIMARIA

CYNTHIA MICHELLE HERNÁNDEZ

México se posiciona como un actor clave en el mercado internacional de carne y ganado bovino, aprovechando su estratégica ubicación geográfica, alta calidad genética de sus reses y estrictos protocolos sanitarios. Esta industria genera importantes ingresos económicos, al mismo tiempo que fortalece el sector agropecuario nacional, beneficiando a miles de productores. Sin embargo, factores como las restricciones sanitarias, la competencia global y la dependencia del mercado estadounidense representan desafíos que exigen estrategias diversificadas para garantizar su crecimiento sostenible.

Durante el primer cuatrimestre de 2024, la balanza comercial agroalimentaria de México reportó un superávit de 3 mil 930 millones de dólares, lo que representó un aumento



de mil 10 millones de dólares, es decir, un 34.57% más en comparación con el mismo periodo del 2023.

Este crecimiento se debe al impulso de las exportaciones agropecuarias y agroindustriales, que alcanzaron un total de 19 mil 381 millones de dólares hasta abril, lo que representa un incremento del 8.84% respecto al mismo periodo de 2023. Este aumento se vio favorecido por una mayor demanda internacional de productos informo la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural.

Juan Carlos Anaya Castellanos, director general de Grupo Consultor de Mercados Agrícolas (GCMA) apuntó que México se ha consolidado como el principal proveedor de ganado en pie para Estados Unidos durante muchos años. La cercanía geográfica y la calidad del ganado mexicano han permitido



La diversificación de mercados y el fortalecimiento de la productividad interna son claves para el sector ganadero mexicano”.

“El control sanitario y la colaboración binacional son fundamentales para mantener las exportaciones de ganado en pie”.

Homero García de la Llata, presidente de la Confederación Nacional de Organizaciones Ganaderas (CNOG)

mantener una relación comercial sólida, donde los estados del norte juegan un papel fundamental. Estos estados deben cumplir con rigurosos protocolos y pruebas sanitarias para exportar becerros de alta calidad que cumplen con las estrictas exigencias del mercado estadounidense.

“El ganado en pie exportado a Estados Unidos representa un complemento esencial para su industria cárnica, que enfrenta actualmente el inventario más bajo de los últimos diez años debido a una grave sequía. Esta situación ha elevado los precios del ganado y la carne a niveles récord”.

Por su parte, Homero García de la Llata, presidente de la Confederación Nacional de Organizaciones Ganaderas (CNOG), confirmó que el panorama de las exportaciones de ganado mexicano ha atravesado desafíos recientes, pero ya muestra signos de recuperación, pues afortunadamente, los cruces comerciales se han reiniciado en algunas cuarentenarias claves, como las de Agua Prieta y San Jerónimo.

México exporta en promedio entre un millón 200 mil y un millón 300 mil cabezas de ganado al año, principalmente desde cinco estados certificados por el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) y el Servicio de Inspección de Sanidad Agropecuaria de Estados Unidos (APHIS por sus siglas en inglés): Chihuahua, Sonora, Durango, Coahuila y Tamaulipas que cuentan con acreditaciones de baja prevalencia de tuberculosis.

Declaró que el sector enfrentó complicaciones significativas debido a la detección del gusano barrenador en Chiapas a finales de noviembre del 2024, una plaga que había sido controlada en Panamá durante muchos años. Tras detectarse el primer caso en México, el Departamento de Agricultura de Estados Unidos activó sus protocolos sanitarios, suspendiendo las exportaciones durante aproximadamente 70 días. Durante ese periodo, los gobiernos de México y Estados Unidos trabajaron en la negociación de un nuevo protocolo de desinfección del ganado.

“Actualmente, las exportaciones se han reanudado en dos de estas estaciones: Agua Prieta y San Jerónimo. Se espera que el flujo de exportaciones regrese a niveles normales en los próximos tres meses, una vez que todas las cuarentenarias estén operativas”.

CAMINOS POR RECORRER

“Esta situación causó incertidumbre entre los ganaderos del norte del país, ya que esta actividad les deja una derrama de hasta mil 230 millones de dólares, así que el último

dato de exportación fue de 103 mil cabezas en noviembre y cero en diciembre. Sin embargo, la situación ya se ha normalizado, y las exportaciones han comenzado a reactivarse”, expresó Anaya Castellanos.

En tanto las importaciones agroalimentarias en 2024, crecieron a un ritmo más lento, alcanzando los 15 mil 451 millones de dólares, lo que representó un aumento del 3.79% en comparación con el mismo periodo de enero a abril del año anterior de acuerdo con el Banco de México (Banxico).

Entre 2013 y 2023, la producción de carne de bovino en México creció a una tasa anual promedio de 2.1%. En 2023, se alcanzó una producción récord de 2 mil 21 millones de toneladas (mdt), con un aumento de 1.8% respecto a 2022. Se expectó que en 2024 la producción llegó a 2 mil 26 mdt, un incremento del 1.9 por ciento.

El consumo de carne de bovino en México creció 2.1% anual en los últimos cinco años, pasando de mil 79 a mil 98 mdt. En 2023, el consumo creció 7.8%, superando el aumento de la producción. Aproximadamente el 13% de la producción nacional se destina al mercado internacional, con un superávit comercial.

Entre 2018 y 2023, las exportaciones crecieron 5.8% anual, aunque en 2023 cayeron un 34.6% debido al mayor consumo interno. Para 2024, se proyectó un aumento del 21% en exportaciones, alcanzando las 352 mil toneladas, impulsadas por la creciente demanda en Estados Unidos conforme el Panorama Agroalimentario 2024 de Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA).

Para García de la Lata el sector también enfrenta diversas amenazas; una de ellas es la posible implementación en 2026 de la ley de etiquetado de país de origen en Estados Unidos (conocida como COOL por sus siglas en inglés), que podría discriminar al ganado mexicano. Esta legislación ya generó conflictos en el pasado, cuando México tuvo que demandar al gobierno estadounidense por costos adicionales de segregación de ganado.

Adicionalmente, la dependencia del mercado estadounidense es un desafío constante. Aunque se han explorado otros mercados, como Indonesia y Japón, las exportaciones de ganado en pie siguen concentrándose en Estados Unidos debido a su cercanía y capacidad de pago. Por otro lado, las exportaciones de carne han tenido mayor diversificación, llegando a países como Singapur y China.

En tanto a los retos internos, como la recuperación de inventarios de ganado tras las sequías y la necesidad de mejorar la productividad de los pequeños ganaderos. “Se requiere

LA PRODUCCIÓN EN AUMENTO:

La producción internacional de carne de bovino creció en los últimos diez años a una tasa promedio anual de 0.4% sin parar

En 2023, la producción mundial creció 1.1%, para registrar un récord histórico de 60 millones de toneladas de carne en canal



INTERCAM EL BANCO DEL NEARSHORING®

SOLUCIONES PARA COMERCIO INTERNACIONAL.



Conócenos y vive una experiencia única.



Compraventa de Divisas | Pagos nacionales e internacionales | Cuenta en Pesos y Dólares | Seguros y Fianzas | Fideicomisos | Cartas de Crédito | Derivados | Inversiones
Créditos Corporativos | Fondos y Cajas de Ahorro | Banca Digital

Centro de Atención a Clientes Intercam

Desde cualquier parte de México:
55 5033 3333

Desde EE.UU. y Canadá:
1 844 859 9078

Desde cualquier parte del mundo:
+52 55 5033 3333

intercam.com.mx



#HumanismoFinanciero®

 **INTERCAM**
Banco



un trabajo conjunto entre el gobierno federal, los estados y las organizaciones de productores, enfocado en capacitación, financiamiento y esquemas de comercialización”.

En 2023, los estados de México con mayores ventas internacionales de carne de bovino fresca o refrigerada fueron Sinaloa (912 millones de dólares), San Luis Potosí (487 mdd), Baja California (93 millones 600 mil dólares), Veracruz (50 millones 800 mil dólares) y Nuevo León (41 millones 500 mil dólares).

Por otro lado, las principales entidades importadoras fueron Ciudad de México (375 mdd), Nuevo León (247 mdd), Sinaloa (136 mdd), Estado de México (134 mdd) y Baja California (86 millones 800 mil dólares).

En términos de destinos comerciales, los mayores compradores de carne de bovino mexicana en 2023 fueron Estados Unidos (mil 487 millones de dólares), Canadá (86 millones), Japón (23 millones 80 mil dólares) y Cuba (88 mil 800 dólares).

En cuanto a los principales países de origen de las importaciones de esta carne, destacan Estados Unidos (764 millones de dólares), Canadá (186 millones), Nicaragua (120 millones), Argentina (3.61 millones) y Australia (2.58 millones) conforme Data México y la Secretaría de Economía.

En entrevista Juan Carlos Anaya Castellanos, director general de Grupo Consultor de Mercados Agrícolas, agregó que el sector ganadero mexicano enfrenta la búsqueda de diversificar sus mercados. Exportar ganado a otros países no es sencillo, pero México ha avanzado en la apertura de mercados de carne, exportando a más de 15 países, incluidos Japón, Corea, Hong Kong y Canadá. Además, el sector espera la formalización del acuerdo

comercial con la Unión Europea para ampliar su participación en ese mercado.

“Un área de oportunidad significativa para México es reducir la exportación de becerros y enfocarse en agregar valor mediante la exportación de carne. Esto permitiría al sector aprovechar mejor su producción y competir de manera más efectiva en el mercado internacional”.

Homero García de la Llata, presidente de la Confederación Nacional de Organizaciones Ganaderas reiteró que a corto plazo, se espera un retraso de al menos tres meses para normalizar el flujo de exportaciones de ganado, debido al cierre temporal de las estaciones cuarentenarias. A mediano plazo, el control del gusano barrenador mediante la producción de mosca estéril será para evitar que esta plaga cause mayores problemas.

“México tiene una posición privilegiada en la producción de carne y ganado, pero es fundamental continuar trabajando en la diversificación de mercados y el fortalecimiento de la productividad interna para reducir la dependencia de importaciones”.

La industria ganadera mexicana tiene una sólida posición en el mercado internacional, pero debe seguir evolucionando para mantenerse competitiva como la apertura a nuevos mercados, la adopción de tecnología y el fortalecimiento de las medidas sanitarias son fundamentales para reducir su dependencia de un sólo destino y maximizar el valor agregado de sus exportaciones.

La nación debe aprovechar estas oportunidades y enfrentar sus retos con visión estratégica, el sector ganadero continuará siendo una pieza destacada en el crecimiento económico del país. ➡

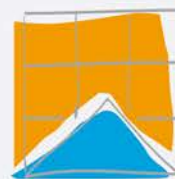
“

México es la séptima potencia pecuaria a nivel mundial, consolidándose como un jugador estratégico en el mercado global de carne de res”.

“El desafío no sólo es exportar más, sino agregar valor a través de la carne procesada para competir mejor en mercados internacionales”.

Juan Carlos Anaya Castellanos, director general de Grupo Consultor de Mercados Agrícolas (GCMA)

¿QUÉ SE TE *antoja* COMER HOY?



CENTRO

SantaFe

#GastronomíaCSF



**TENEMOS +40
RESTAURANTES Y
ADEMÁS COMIDA RÁPIDA**

MEXICANA • ORIENTAL • ITALIANA
MEDITERRÁNEA • TEX-MEX • CORTES
HAMBURGUESAS, PIZZAS, CREPAS
Y MUCHO MÁS

Disfruta de tu *antojo favorito* y después

**APROVECHA QUE HAY
*+500 opciones de compra***

HOSPITALES PRIVADOS:

INNOVACIÓN Y DESAFÍOS

EN EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2024, EL SECTOR SALUD REGISTRÓ UN PIB DE 887 MIL 826 MDP, CON UN ALZA DE 7.58 POR CIENTO

DIEGO ALEJANDRO TELLO



El sector hospitalario privado en México ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años, impulsado por la demanda de servicios médicos de alta calidad y la necesidad de infraestructura y tecnología avanzada. Este crecimiento, sin embargo, no está exento de desafíos, como la baja penetración de seguros privados y la fragmentación del ecosistema de salud.

Miguel Khoury, fundador, CEO y presidente de Hospitales MAC, aseguró que “la inversión en tecnología médica es una ventaja competitiva”. Según explicó, los principales costos asociados a las operaciones hospitalarias incluyen infraestructura, equipamiento médico de alta tecnología, insumos médicos, talento humano y el cumplimiento normativo.

Estas innovaciones además de reducir costos operativos, también han mejorado la eficiencia en la atención al paciente. Khoury destacó que “el acceso a tratamientos menos invasivos ha disminuido el tiempo de hospitalización y acelerado la recuperación de los pacientes”.

El sistema hospitalario en México es uno de los componentes más importantes del sector salud, representando el 1.4% del PIB y empleando a más de 640

mil personas. De acuerdo con datos del Inegi, en 2022 se registraron 2 millones 268 mil 374 egresos hospitalarios en establecimientos particulares, de los cuales el 99.1% fueron altas y el 0.9% defunciones. Además, se estima que cada año, 1 de cada 20 mexicanos se atiende en un hospital por un promedio de 3.6 días.

De los mayores retos del sector, podemos hablar de la gestión eficiente de recursos. Khoury compartió que se han implementado estrategias como economías de escala, transformación digital y optimización de talento. “La clave está en equilibrar costos y accesibilidad sin comprometer la calidad del servicio”, afirmó.

Aunado, la digitalización de procesos ha permitido reducir tiempos y errores administrativos, mientras que la estandarización de protocolos clínicos ha mejorado la eficiencia y disminuido desperdicios. Además, el uso de inteligencia artificial y análisis predictivo ha optimizado la planeación operativa.

El sector hospitalario privado en México juega un papel complementario al sistema público, ofreciendo servicios que, en muchos casos, no están disponibles en instituciones gubernamentales.



La innovación médica es un arma de doble filo: representa una inversión inicial alta, pero puede generar eficiencias en el mediano plazo”.

Miguel Khoury, Fundador, CEO y Presidente de Hospitales MAC

IMPORTANTE:

En 2023, los establecimientos particulares contaron con 96 mil 310 profesionales de la medicina.

ENTIDADES CON MÁS ESTABLECIMIENTOS DE SALUD PRIVADOS, EN 2023

- Estado de México, 437
 - Ciudad de México, 244
 - Jalisco, 207
 - Guanajuato, 181
 - Michoacán, 142
 - Veracruz, 140
 - Puebla, 132
- Fuente: Estadísticas de Salud en Establecimientos Privados (ESEP) 2023, Inegi.



“La agilidad en la toma de decisiones y la capacidad de invertir en innovación son ventajas clave del modelo privado”, refirió el empresario. Sin embargo, el acceso a la atención privada sigue siendo un desafío, ya que solo el 9% de la población cuenta con seguro de gastos médicos, de acuerdo con datos del Inegi.

A diferencia de los hospitales públicos, los privados operan con márgenes más ajustados debido a la competencia y las regulaciones del sector. “La eficiencia operativa es crucial para mantener la rentabilidad sin comprometer la calidad del servicio”. Esto se logra a través de estrategias como economías de escala, transformación digital y estandarización de procesos.

La experiencia del paciente se ha convertido en un elemento diferenciador para los hospitales privados. “Más allá de la atención médica, un servicio transparente y accesible es clave para la fidelización”, enfatizó. Esto incluye desde la facilidad en la facturación hasta la comodidad en las instalaciones y la rapidez en los diagnósticos.

Sin embargo, la atención médica en el sector privado representa un gasto sig-

nificativo para las familias mexicanas. De acuerdo con la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), el costo promedio por caso en hospitales privados es de 520 mil pesos, pero en situaciones críticas, como pacientes intubados en terapia intensiva, esta cifra puede superar los 3 millones y medio de pesos.

Las enfermedades crónicas son uno de los mayores desafíos para el sistema de salud. Por ejemplo, los padecimientos cardiovasculares, que son la segunda causa de muerte en el país, representan un gasto anual de 76 mil pesos para tratar la hipertensión y hasta 347 mil pesos para otros padecimientos cardíacos.

La diabetes mellitus, otra de las principales causas de mortalidad, implica un costo anual aproximado de 131 mil pesos en el sector privado. Mientras tanto, enfermedades como el cáncer de mama pueden requerir inversiones de hasta 245 mil pesos al año, según cifras del Gobierno Federal.

Otra tendencia clave es la mayor integración entre hospitales, aseguradoras y proveedores. “La colaboración entre

actores del ecosistema de salud permite generar modelos más eficientes y sostenibles”, explicó Miguel Khoury, fundador, CEO y presidente de Hospitales MAC. Esto incluye alianzas estratégicas para reducir costos y mejorar la accesibilidad de los servicios.

El futuro del negocio hospitalario privado en México se perfila prometedor, con tendencias como la mayor integración entre actores, el uso de tecnologías avanzadas y el crecimiento de los seguros médicos. Sin embargo, el gran desafío sigue siendo encontrar el equilibrio entre eficiencia operativa y humanización de la atención, garantizando que los servicios sean accesibles, de alta calidad y sostenibles en el largo plazo.

Además, México enfrenta un reto adicional: según la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), el país tiene uno de los gastos de bolsillo en salud más altos entre los miembros de la OCDE, con un 43% del total. Esto subraya la necesidad de impulsar mecanismos financieros que permitan a más personas acceder a servicios de calidad sin comprometer su economía familiar. ➔



MASCOTAS GOURMET: UN NEGOCIO REVOLUCIONARIO

DIEGO ALEJANDRO TELLO

El mercado de alimentos para mascotas en México está experimentando una transformación significativa. Mientras las croquetas tradicionales siguen dominando el sector, una nueva tendencia está ganando terreno: el alimento fresco. Este modelo de negocio, que combina calidad, innovación y un enfoque en la salud de las mascotas, está atrayendo a emprendedores e inversionistas, pero no está exento de desafíos.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía ((Inegi), en México hay más de 80 millones de mascotas, de las cuales 43.8 millones son perros. Este panorama representa una oportunidad de negocio considerable, especialmente si se considera que el 22% de los dueños gasta más de 800 pesos mensuales en alimentación para sus animales. Sin embargo, el mercado de alimentos frescos aún es incipiente, representando un pequeño porcentaje frente a los productos ultraprocesados.

Jorge Salas, director general de Pet's Table explica que uno de los mayores retos es educar al consumidor. "Muchas personas están acostumbradas a alimentar a sus perros con croquetas, un hábito que lleva más de 70 años en el mercado. Cambiar esa mentalidad

**EN MÉXICO, 8
DE CADA 10
HOGARES TIENEN
AL MENOS UNA
MASCOTA, SEGÚN
LA ASOCIACIÓN
MEXICANA
DE MÉDICOS
VETERINARIOS Y
LA ASOCIACIÓN
MEXICANA DE
NUTRICIÓN ANIMAL**

no es fácil, pero es necesario para ofrecer una alternativa más saludable", aseguró. Algunas compañías pioneras han comenzado a ofrecer alimentos frescos elaborados con ingredientes de grado humano, es decir, aptos para el consumo de personas.

La humanización de las mascotas es una de las tendencias que impulsa este mercado, indicó Miguel Ángel López Núñez, asesor de Nutrición y Desarrollo de Alimento para Mascotas en México y Latinoamérica, al señalar que "los dueños buscan cada vez más productos que reflejen los mismos estándares de calidad que esperarían para sí mismos. Esto incluye alimentos frescos, balanceados y seguros".

El modelo de negocio de los alimentos frescos no sólo implica ofrecer productos de alta calidad, sino también garantizar una cadena de suministro eficiente. Algunas empresas líderes en este segmento han implementado procesos rigurosos que incluyen control de calidad de materias primas, análisis microbiológicos y sistemas de ultracongelación para mantener la frescura de los alimentos. "Cada etapa de la producción está diseñada para asegurar que los productos lleguen en óptimas condiciones a los hogares", precisó Salas.



Nuestra meta es posicionarnos como líderes en la categoría de alimentos frescos, ofreciendo una propuesta que pone la salud de los perros en primer lugar”.

Jorge Salas, director general de Pet's Table

Sin embargo, el camino no está exento de obstáculos. En este sentido, Miguel Ángel advirtió que uno de los mayores desafíos es garantizar la seguridad alimentaria. “Los alimentos frescos, ya sean crudos o cocidos, son más susceptibles a perder su inocuidad si no se manejan correctamente. Esto requiere una inversión significativa en logística y tecnología”.

A pesar de estos retos, el interés por este tipo de alimentos para mascotas sigue creciendo. En países con mercados más maduros, como Estados Unidos, esta categoría ya representa una porción importante del sector. En México, aunque aún es incipiente, varias empresas están liderando el cambio, respaldadas por inversionistas que creen en el potencial de este modelo.

Uno de los aspectos más destacados de este negocio, es la inversión en tecnología y procesos de calidad. Algunas compañías están implementando sistemas que permitan conservar los nutrientes y prolongar la frescura de los productos. Además, realizan análisis bromatológicos y pruebas PCR para detectar patógenos, asegurando que cada lote cumpla con los más altos estándares de seguridad. “Nuestro objetivo es ofrecer un producto que no sólo sea fresco, sino también seguro y nutritivo”, compartió el director general de Pet's Table.

Miguel Ángel coincide en que la tecnología es un factor clave para el éxito en este mercado. “La implementación de sistemas avanzados de producción y control de calidad no sólo mejora la eficiencia, sino que también reduce los riesgos asociados con la manipulación de alimentos frescos”. Esto es especialmente relevante en un sector donde la inocuidad es una prioridad.

Otro aspecto que está cobrando relevancia en este modelo de negocio es la sostenibilidad. Varias empresas del sector están adoptando medidas para reducir su impacto ambiental. Esto incluye la proveeduría de ingredientes y empaques sostenibles, así como la implementación de prácticas internas como el uso de paneles solares y el manejo responsable de aguas residuales. “La responsabilidad ambiental ya no es una opción, sino una obligación para cualquier empresa que quiera mantenerse competitiva”, afirmó López Núñez.





La humanización de las mascotas es una tendencia imparable. Los dueños buscan productos que reflejen los mismos estándares de calidad que esperarían para sí mismos”.

Miguel Ángel López Núñez, asesor de Nutrición y Desarrollo de Alimento para Mascotas en México y Latinoamérica

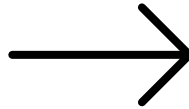
No podemos dejar de hablar de la regulación que también juega un papel fundamental en este sector. En México, las autoridades están revisando constantemente los estándares de calidad y seguridad alimentaria, lo que representa un desafío adicional para las empresas. Sin embargo, según López Núñez, esto también es una oportunidad para diferenciarse. “Las empresas que logren cumplir con estas normativas y, además, comunicar sus beneficios a los consumidores, tendrán una ventaja competitiva importante”, declaró.

A pesar de los desafíos, el futuro del negocio de alimentos frescos para mascotas parece prometedor. Para Jorge Salas la clave está en la diferenciación. “No se trata sólo de ofrecer un producto de calidad, sino de comunicar su valor de manera efectiva. Los dueños de mascotas están cada vez más informados y buscan opciones que realmente beneficien la salud de sus animales”.

Miguel Ángel López Núñez, por su parte, destacó que el crecimiento constante de la población de mascotas y el aumento del lazo afectivo entre dueños y animales son factores que impulsarán la demanda de alimentos frescos en los próximos años. “La industria está atenta a estos cambios, y se espera un aumento significativo en la demanda de productos especializados”.

El negocio de alimentos frescos es un reflejo de las tendencias globales hacia una alimentación más natural y saludable, tanto para humanos como para animales. En México, algunas empresas están liderando este cambio, demostrando que es posible combinar innovación, calidad y rentabilidad en un mercado que aún tiene mucho por crecer.

Estimaciones de Mordor Intelligence, en México el tamaño del mercado de alimentos para mascotas será de 3.53 mil millones de dólares en 2025, y se espera que alcance los 4.91 mil millones de dólares en 2030. Además, refiere que “el segmento de alimentos mantiene su posición dominante en el mercado de alimentos para mascotas de México, representando aproximadamente el 68% de la participación de mercado en 2024”. ➔



Las tiendas especializadas son el canal de distribución dominante en el mercado de alimentos para mascotas de México, con una participación de mercado de aproximadamente el 32% en 2024: Mordor Intelligence



Diversificación de alto nivel para inversionistas mexicanos

El modelo de Banca Suiza que revoluciona las inversiones inmobiliarias en Miami

Con una trayectoria de más de dos décadas en el sector inmobiliario de Estados Unidos —incluidos mercados tan competitivos como Miami y Nueva York—, **Ruedi Sieber**, fundador y CEO de **Sieber International**, ha consolidado un modelo de inversión que combina adquisiciones a precios preferenciales, seguridad jurídica y un alto potencial de plusvalía. Su formación en Suiza, donde se forjó su visión empresarial, garantiza el rigor y la precisión en cada uno de sus proyectos, con un enfoque especialmente diseñado para atender las necesidades de inversionistas mexicanos.

En este contexto, Sieber introduce la estrategia de **Equity Partnership**, o **Socio de Desarrollador** que faculta a los inversionistas a adquirir metros cuadrados en preventa con un descuento cercano al 30% a la primera lista de precios, lo que lo deja a un costo de construcción y que garantiza un retorno potencial del 100% en aproximadamente dos años. Al culminar la fase de construcción, estos metros

cuadrados se transforman en apartamentos terminados, listos para su venta a precios de mercado y beneficiándose además de la plusvalía. Este método de inversión reduce riesgo financiero a cero, ya que aun el peor de los escenarios la ganancia sobre la inversión esta garantizada, sino que también capitaliza la sólida demanda inmobiliaria que caracteriza a la ciudad de Miami.

Entre los proyectos más destacados de esta iniciativa se encuentra una propuesta en un vecindario de creciente relevancia frente al mar, que conecta con zonas de alto valor como Wynwood, y el Design District. Esta ubicación estratégica incrementa la competitividad de los inmuebles en venta o renta, permitiendo a los inversionistas optimizar su retorno desde las etapas iniciales del desarrollo. Además, **Sieber International** ofrece a sus clientes acceso prioritario y descuentos exclusivos, reforzando la perspectiva de ganancias superiores.

Para Sieber, la clave del éxito radica en la fusión de un entorno económico estable —favorecido por el constante crecimiento poblacional y comercial de Miami— con estrategias de inversión transparentes, soportadas por un marco legal robusto. A esto se suma un servicio integral que abarca

asesoría legal, tributaria, financiera y de administración de propiedades, con el fin de acompañar al inversionista en cada fase de la operación.



De este modo, la propuesta de **Ruedi Sieber** demuestra que la planificación estratégica, el entendimiento profundo del mercado y la asesoría especializada constituyen pilares fundamentales para que los inversionistas mexicanos fortalezcan su patrimonio y aseguren rendimientos a largo plazo en un mercado tan prometedor como el de Estados Unidos.



COMUNÍQUESE PARA RECIBIR ASESORÍA PERSONALIZADA
INFOMX@SIEBERINTERNATIONAL.COM - MÉXICO: +52 55 1168 9780
MÓVIL EE.UU: +1 (305) 305.4854 - SIEBER_INTERNATIONAL



“LA DIFERENCIA ENTRE
COMPRAR E INVERTIR”

NOCHES DE NEGOCIO

Y diversión en la capital

CON 992 BARES, LA CDMX ES LA ZONA CON MAYOR CONCENTRACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS NOCTURNOS Y LA DE MAYOR GENERACIÓN DE INGRESOS A NIVEL NACIONAL: DATA MÉXICO

DIEGO ALEJANDRO TELLO

La vida nocturna en la Ciudad de México más allá de ser sinónimo de diversión, también es un importante motor económico que impulsa la generación de empleos, la innovación en entretenimiento y oportunidades de inversión para empresarios. Con una oferta cultural, gastronómica y de entretenimiento que compite con las mejores del mundo, la capital mexicana se consolida como un referente global en el sector nocturno.

De acuerdo con Data México, en el segundo trimestre de 2024, el Producto Interno Bruto (PIB) del sector de Centros Nocturnos, Bares, Cantinas y Similares alcanzó los 778 mil 168 millones de pesos, lo que representó un crecimiento del 2.32% respecto al trimestre

anterior. Este dinamismo se refleja en las 31 mil 87 unidades económicas registradas en el país, siendo el Estado de México, Veracruz y Puebla las entidades con mayor número de establecimientos.

En la Ciudad de México, esta vida es vibrante, además de un imán para el turismo internacional. Según cifras del Censo Económico 2019, la capital del país generó una producción bruta total de 2 mil 606 millones de pesos, posicionándose como la entidad con mayor aportación económica en este rubro. Además, el ingreso total ascendió a 2 mil 605 millones de pesos, consolidando a la CDMX como el epicentro del entretenimiento nocturno en México.





La Ciudad de México es una de las pocas ciudades en el mundo que combina seguridad, respeto a los derechos humanos y libertad. Esto nos hace únicos y atractivos para el turismo internacional".

Alejandra Frausto Guerrero,
secretaría de Turismo de la
Ciudad de México

GENERACIÓN DE EMPLEOS Y DERRAMA ECONÓMICA

La secretaria de Turismo de la Ciudad de México, Alejandra Frausto Guerrero, destacó que la vida nocturna es un pilar fundamental para la economía local. "La oferta nocturna atrae a turistas de diferentes partes del mundo, especialmente a aquellos interesados en culturas urbanas y ambientes cosmopolitas. Esto genera empleos en sectores como la gastronomía, la música, el transporte y la seguridad".

En este sentido, el sector nocturno beneficia a bares y restaurantes, así como a negocios complementarios como hoteles, servicios de transporte y comercios locales. Según Mauricio Vite, organizador de eventos nocturnos y experto en mixología, "la vida nocturna en la CDMX ha evolucionado significativamente, especialmente después del 2020. Hoy, la ciudad es un hot spot internacional que atrae a nómadas digitales y turistas ávidos de experiencias únicas".

La mixología y la coctelería de autor han revolucionado la oferta de entretenimiento nocturno en la capital. Establecimientos como Handshake Speakeasy, reconocido como el mejor bar del mundo, han puesto a México en el mapa global de la coctelería. "La mixología eleva el ticket promedio por cliente, al igual también atrae a un público exigente y dispuesto a pagar por experiencias premium", señaló Alejandro Perdiz Vegas, especialista en influencer marketing.

Además, la digitalización ha transformado la forma en que los negocios nocturnos operan y se promocionan. Plataformas como OpenTable y Airbnb Experiences han permitido a los establecimientos llegar a nuevos mercados y ofrecer reservaciones personalizadas. "Las redes sociales son el nuevo de boca a boca. Un contenido viral en TikTok o Instagram puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de un negocio", agregó Perdiz.

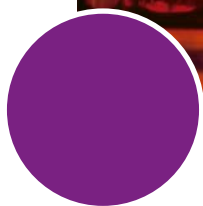
PRESENCIA SOSTENIBLE

Una de las tendencias más destacadas en la industria nocturna es la sostenibilidad. Cada vez más establecimientos adoptan prácticas responsables, como la coctelería sustentable, que utiliza ingredientes locales y reduce el desperdicio. "La mixología sustentable además de ser una tendencia, también es una necesidad. Los consumidores valoran cada vez más los negocios que cuidan el medio ambiente", afirmó Vite.

Además, la inclusión y la diversidad son pilares fundamentales en la vida nocturna de la CDMX. Para Frausto, la ciudad es una de las más amigables para la comunidad LGBTQ+ y para la diversidad cultural. "Aquí, todas las expresiones son bienvenidas. Esto más allá enriquecer nuestra oferta, también nos posiciona como un destino globalmente atractivo", declaró.

El futuro de este sector se vislumbra prometedor. Con una creciente demanda de experiencias inmersivas y personalizadas, los negocios están innovando para mantenerse relevantes. "Los eventos temáticos, los speakeasies y los espacios híbridos que combinan gastronomía, arte y música son el futuro", señaló Vegas.

Por otro lado, la digitalización continuará jugando un papel clave. Plataformas como Fever y Get Your Guide están transformando la forma en que los consumidores acceden a la vida nocturna, ofreciendo reservas exclusivas y experiencias personalizadas. "La tecnología facilita la operación de los negocios, a la par de mejorar la experiencia del cliente", agregó Perdiz.





Después de la pandemia, la CDMX se convirtió en un hot spot internacional. Hoy, los turistas buscan experiencias únicas que sólo nuestra ciudad puede ofrecer”.

Mauricio Vite, organizador de eventos nocturnos y experto en mixología

Según un análisis de Monopolio.mx, las colonias de la alcaldía Cuauhtémoc concentran la mayor oferta de bares y antros en la CDMX. Zonas como Roma, Condesa y Centro Histórico se han consolidado como epicentros del entretenimiento nocturno, atrayendo tanto a locales como a turistas internacionales. “Estas colonias son puntos de encuentro, así como motores económicos que generan empleos y revitalizan espacios públicos”, destacó el informe.

Para los empresarios interesados en invertir en el sector nocturno, la clave está en la innovación y la creación de experiencias memorables. Según Mauricio Vite, “los conceptos que no evolucionan tienden a desaparecer en cuestión de meses. Hoy, los consumidores buscan algo más que bebidas; quieren vivir momentos únicos que les permitan conectar con la cultura local”.

Por su parte, la secretaria de Turismo de la Ciudad de México destacó que el gobierno capitalino trabaja en descentralizar la oferta nocturna para que crezca en las 16 alcaldías. “Queremos que todas las zonas de la ciudad se beneficien de este dinamismo económico y cultural”.

La vida nocturna además de impulsar la economía, también fomenta la integración social y cultural. El acceso a transporte público, como el Metro, ha permitido que personas de

diferentes estratos socioeconómicos disfruten de la oferta nocturna. “El Metro ha sido un aliado clave para democratizar el acceso a la diversión nocturna, generando un mayor intercambio cultural”, explicó Mauricio Vite.

Además, la proliferación de bares y antros ha revitalizado zonas que antes eran subutilizadas, atrayendo inversiones y creando comunidades más dinámicas. “Los bares siendo lugares para divertirse, también son espacios que fortalecen la identidad de una colonia”, agregó.

Como bien lo expresó Alejandra Frausto Guerrero, secretaria de Turismo de la CDMX: “La Ciudad es grande en todos los sentidos. Tenemos la discoteca más grande del mundo y seguramente nos esperan muchas acciones positivas más”. Este dinamismo no sólo refleja la vitalidad de la capital, sino también su capacidad para generar oportunidades económicas y atraer inversiones.

La vida nocturna en la Ciudad de México se ha convertido en un sector estratégico para la economía local, impulsando empleos, innovación y turismo. Para los empresarios, representa un campo fértil para la inversión, siempre que se enfoquen en ofrecer experiencias únicas y sostenibles. Con una proyección al alza, este sector sigue consolidándose como un pilar para el desarrollo económico y la competitividad de la capital. ➔



La digitalización ha revolucionado la forma en que los negocios nocturnos operan. Las redes sociales son el nuevo boca a boca, y un contenido viral puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso”.


Alejandro Perdz Vegas, especialista en Influencer Marketing

ENTER THE LUXURY REALM

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



 +52 55 4264 3547

 @mm_aviacionprivada

 www.mmaviacionprivada.com



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 y Vicepresidente de la Academia Mexicana de la Comunicación.

EVITA SORPRESAS AL COMPARTIR INFORMACIÓN

Con frecuencia nos enteramos de casos de suplantación de identidad, del uso de información para abrir ilegalmente cuentas bancarias, hacer compras fraudulentas u obtener créditos, de extorsiones, o de daño a la reputación de personas utilizando sus datos personales. Ello ocurre porque no existe una cultura de protección de la información personal.

Los datos personales son cualquier información que nos define, como los números de identificación o las preferencias personales, la información gráfica, alfabética, numérica o geométrica que da rastro de quién somos. "Pueden abarcar desde nuestro nombre, nuestra huella digital hasta la manera en la que caminamos o el iris de nuestro ojo. Son pistas que nos identifican en el presente y lo harán en el futuro", según dice Ana Guadalupe Olvera Arellano, doctora en Derecho y académica de la Universidad de Guadalajara.

El derecho que tenemos de proteger nuestros datos personales nos permite conocer, corregir, actualizar y solicitar la supresión de nuestra información personal. "Es esencial para resguardar nuestra esfera más íntima, aquella que define nuestra esencia como personas y evitar ser vulnerables a la extorsión o discriminación", agrega la académica.

La protección de datos personales es un derecho garantizado en la Constitución federal y en las de los estados de México. Este derecho confiere a las personas participar en el tratamiento que otros hacen de sus datos personales y protege el manejo justo de la información personal al garantizar el acceso, rectificación y cancelación de sus datos, así como al permitir manifestar su oposición al tratamiento de estos. Es importante porque protege la dignidad, la seguridad y la autodeterminación de las personas. También evita que los datos sean utilizados para fines distintos a los que se proporcionaron.

En 1981 se firmó en el Consejo de Europa el Convenio 108, primer instrumento internacional vinculante sobre protección de datos, a partir del cual se establecieron las bases para crear el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD). Ello dio lugar para erigir el 28 de enero de cada año como el Día Internacional de la Protección de Datos Personales.

Es responsabilidad de cada persona conocer qué son los datos personales, saber qué quiere compartir y cómo puede protegerlos.

Algunos de los riesgos de compartir datos personales son:

- Suplantación de identidad. Los delincuentes pueden usar la información para abrir cuentas bancarias, hacer compras fraudulentas u obtener créditos.
 - Extorsión. Los delincuentes pueden extorsionar a la víctima o a sus familiares con la información personal.
 - La información personal compartida puede dañar la reputación de la víctima.
 - Pérdida de control sobre documentos importantes. La información personal puede ser utilizada para perder el control sobre documentos importantes.
 - Terceras personas pueden utilizar la información personal con fines comerciales.
- Para proteger la privacidad, se recomienda:
- Evitar el robo de identidad.
 - Prevenir el fraude y los delitos cibernéticos.
 - Evitar la discriminación.
 - Proteger la esfera más íntima de las personas.

Para proteger los datos personales, deben tomarse las siguientes medidas:

- Considerar si la información que se comparte es apropiada para ser pública.
 - Evitar compartir publicaciones comprometedoras.
 - Revisar la configuración de privacidad y seguridad de las redes sociales.
 - Activar la verificación en dos pasos.
 - Restringir el acceso a la lista de amigos.
 - Analizar cómo y cuándo se comparte información.
 - Preguntar si los datos exponen a discriminación o robo de identidad.
 - Leer y exigir el aviso de privacidad.
 - No compartir claves o datos financieros.
 - No abrir correos electrónicos sospechosos.
 - Usar redes Wi-Fi seguras y con contraseña.
- Seguir estas sencillas recomendaciones evitará en buena medida el peligro de que los delincuentes usen nuestra información para cometer delitos. ➔

REGRESA LA FORMULA 1®



- | | | | |
|--|---|---|---|
|  | FORMULA 1 LOUIS VUITTON AUSTRALIAN GRAND PRIX 2025
13-15 MARZO |  | FORMULA 1 BELGIAN GRAND PRIX 2025
25-27 JULIO |
|  | FORMULA 1 HEINEKEN CHINESE GRAND PRIX 2025
20-23 MARZO |  | FORMULA 1 LENOVO HUNGARIAN GRAND PRIX 2025
01-03 AGOSTO |
|  | FORMULA 1 LENOVO JAPANESE GRAND PRIX 2025
03-06 ABRIL |  | FORMULA 1 HEINEKEN DUTCH GRAND PRIX 2025
29-31 AGOSTO |
|  | FORMULA 1 BAHRAIN GRAND PRIX 2025
11-13 ABRIL |  | FORMULA 1 PIRELLI GRAN PREMIO D'ITALIA 2025
05-07 SEPTIEMBRE |
|  | FORMULA 1 STC SAUDI ARABIAN GRAND PRIX 2025
18-20 ABRIL |  | FORMULA 1 QATAR AIRWAYS AZERBAIJAN GRAND PRIX 2025
19-21 SEPTIEMBRE |
|  | FORMULA 1 CRYPTO.COM MIAMI GRAND PRIX 2025
02-04 MAYO |  | FORMULA 1 SINGAPORE AIRLINES SINGAPORE GRAND PRIX 2025
02-05 OCTUBRE |
|  | FORMULA 1 AWS GRAN PREMIO DEL MADE IN ITALY E DELL'EMILIA-ROMAGNA 2025
16-18 MAYO |  | FORMULA 1 MSC CRUISES UNITED STATES GRAND PRIX 2025
17-19 OCTUBRE |
|  | FORMULA 1 GRAND PRIX DE MONACO 2025
23-25 MAYO |  | FORMULA 1 GRAN PREMIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO 2025
24-26 OCTUBRE |
|  | FORMULA 1 ARAMCO GRAN PREMIO DE ESPAÑA 2025
30 MAYO-01 JUNIO |  | FORMULA 1 MSC CRUISES GRANDE PRÊMIO DE SÃO PAULO 2025
07-09 NOVIEMBRE |
|  | FORMULA 1 PIRELLI GRAND PRIX DU CANADA 2025
13-15 JUNIO |  | FORMULA 1 HEINEKEN LAS VEGAS GRAND PRIX 2025
20-22 NOVIEMBRE |
|  | FORMULA 1 MSC CRUISES AUSTRIAN GRAND PRIX 2025
27-29 JUNIO |  | FORMULA 1 QATAR AIRWAYS QATAR GRAND PRIX 2025
28-30 NOVIEMBRE |
|  | FORMULA 1 QATAR AIRWAYS BRITISH GRAND PRIX 2025
04-06 JULIO |  | FORMULA 1 ETIHAD AIRWAYS ABU DHABI GRAND PRIX 2025
05-07 DICIEMBRE |

DISFRUTA TODA LA TEMPORADA

FS PREMIUM

EN VIVO, EN EXCLUSIVA Y SIN INTERRUPCIONES



SUSCRÍBETE



FOX SPORTS

Official Broadcaster of Formula 1®

*SUJETO A CAMBIO **SEÑAL Y HORARIOS TBC

The F1 FORMULA 1 logo, F1 logo, F1, FORMULA 1, FIA FORMULA ONE WORLD CHAMPIONSHIP, GRAND PRIX and related marks are trademarks of Formula One Licensing BV, a Formula 1 company. All rights reserved.

FRANQUICIAS Y LOS DESAFÍOS EN LA ERA TECNOLÓGICA



**ESTE MODELO DE NEGOCIO CONTRIBUYE
CON EL 5% AL PIB NACIONAL: AMF**

JESICA DIONICIO HERNÁNDEZ

En México, el modelo de redes comerciales ha experimentado una evolución notable gracias a la adopción de tecnologías digitales, lo que ha sido un cambio significativo en la forma en que operan y contribuyen al panorama económico del país. El futuro del sector es prometedor con el continuo avance de la digitalización.

De acuerdo con la Asociación Mexicana de Franquicias (AMF), las empresas han invertido más de mil 200 millones de pesos en tecnología y capacitación digital en los últimos tres años. Se espera que el 75% de las empresas sigan invirtiendo en estos temas para mantener su competitividad y expandirse tanto a nivel nacional como internacional.

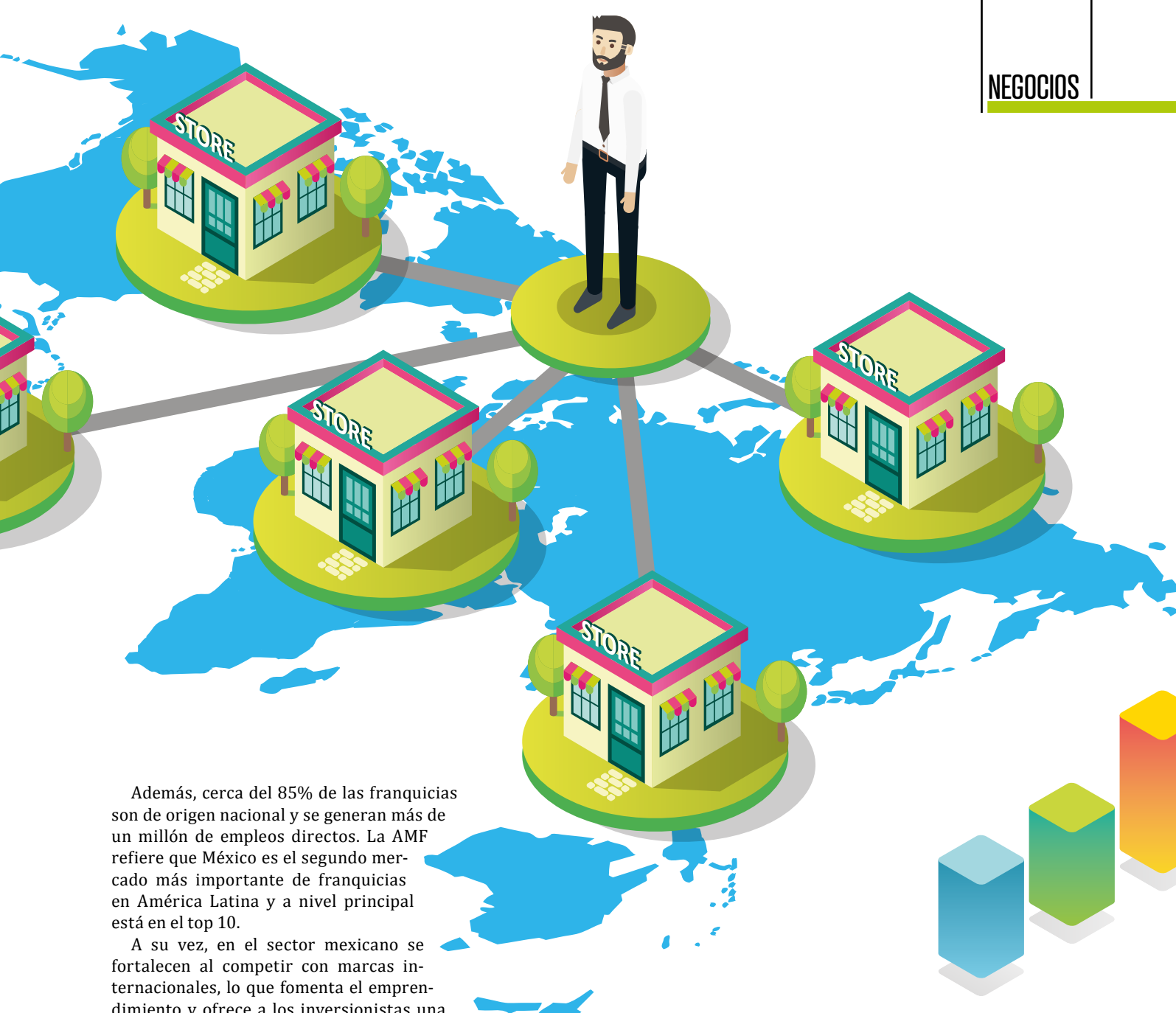
La evolución del modelo de redes comerciales en México ha experimentado una transformación significativa en los últimos años, marcada principalmente por la era postCovid y el auge de la digitalización. La pandemia obligó a muchas marcas franquiciadoras a adaptarse rápidamente a nuevas tecnologías y a adoptar modelos híbridos de operación que integrarán ventas en línea, entregas a domicilio y plataformas de comercio electrónico.

Estos cambios no sólo mejoraron la experiencia del cliente, sino que también optimizaron los procesos operativos a través de herramientas digitales como Customer Relationship Management (CRM) y software de gestión, que permiten un análisis de datos más eficiente y un control efectivo de los negocios.

A pesar de los claros beneficios, el mercado enfrenta varios desafíos al adaptarse al entorno digital. La resistencia al cambio es uno de los obstáculos más comunes, especialmente entre franquiciantes y propietarios de negocios tradicionales que temen a la inversión inicial o la falta de capacitación. Para superar estos retos, deben cultivar una cultura de innovación, capacitar continuamente a sus empleados y franquiciados, y realizar inversiones planificadas en tecnología para garantizar una transición eficiente hacia lo digital.

El papel de las franquicias en el desarrollo económico de México es otro aspecto clave de su evolución. En 2024, el sector contribuyó con un 5% al Producto Interno Bruto (PIB) del país y generó más de un millón de empleos.

Este crecimiento se ve impulsado tanto por la inversión nacional como internacional, pues los modelos de negocio extranjeros han encontrado en México un mercado atractivo para expandir sus operaciones debido a que en el país existen mil 500 franquicias que suman 95 mil puntos de venta.



Además, cerca del 85% de las franquicias son de origen nacional y se generan más de un millón de empleos directos. La AMF refiere que México es el segundo mercado más importante de franquicias en América Latina y a nivel principal está en el top 10.

A su vez, en el sector mexicano se fortalecen al competir con marcas internacionales, lo que fomenta el emprendimiento y ofrece a los inversionistas una alternativa con menor riesgo comparado con la creación de un negocio independiente.

El avance de tecnologías como la inteligencia artificial (IA) y big data ha revolucionado la gestión y operación de redes comerciales. Gracias a la capacidad de analizar grandes volúmenes de datos, estas pueden predecir tendencias de consumo, comportamientos de clientes y gestionar inventarios de forma más eficiente.

“El uso de chatbots basados en IA ha permitido ofrecer atención al cliente las 24 horas, mejorando la experiencia sin necesidad de aumentar el personal. Además, la IA ha automatizado tareas de marketing, personalizando promociones y reduciendo costos operativos”, comentó Daniel Martínez, direc-

tor de Marketing y Expansión de Creditaria México.

Las expectativas para el modelo de franquicias en México apuntan a una mayor innovación y adaptación digital. La digitalización continuará siendo la clave para el crecimiento, con un énfasis en modelos de negocio sin necesidad de establecimientos físicos, como los basados en e-commerce, servicios digitales y educación en línea.

El uso de tecnologías como blockchain para pagos sin contacto y contratos inteligentes será fundamental para agilizar procesos administrativos y mejorar la transparencia en la relación entre franquiciantes y franquiciados.



Uno de los principales desafíos que enfrentan las franquicias en su crecimiento y rentabilidad es la resistencia al cambio, especialmente frente a la digitalización. Como mencionamos, “muchas empresas franquiciantes y dueños de negocios tradicionales pueden resistirse a la digitalización, ya sea por desconocimiento, miedo a la inversión inicial o falta de capacitación”.

Este reto se agrava por la necesidad de implementar una cultura de innovación que facilite la adopción de nuevas tecnologías por parte de todos los franquiciados, garantizando así una experiencia uniforme para los clientes. Además, la familiarización con herramientas digitales como el e-commerce, redes sociales y software de gestión es otro obstáculo importante.

Es esencial ofrecer entrenamiento continuo para asegurar que todos los involucrados operen de manera eficiente con la nueva tecnología. Las franquicias que superan estos desafíos y adoptan una digitalización estratégica logran mejorar su eficiencia operativa, aumentar su alcance y ofrecer una experiencia más personalizada al cliente. La clave para esto radica en una correcta implementación de procesos, una capacitación adecuada y una inversión planificada.

“La experiencia omnicanal, que integra lo físico y lo digital, también será esencial para el futuro. Las franquicias apostarán por ofrecer experiencias de compra y servicios a través de diversos canales, como tiendas físicas, redes sociales, aplicaciones móviles y plataformas digi-



La digitalización ha sido una revolución para las franquicias, permitiendo que puedan llegar a nuevos mercados y a más clientes. Hoy, las franquicias que adoptan tecnologías digitales tienen una ventaja competitiva significativa sobre aquellas que aún dependen de métodos tradicionales”



Daniel Martínez, Director de Marketing y Expansión de Creditaria México

tales, creando un ecosistema 100% integrado”, dijo el especialista.

El futuro del modelo de franquicias en México es prometedor, aunque desafiante. Dependerá de la capacidad que éstas tengan para adaptarse rápidamente a los avances tecnológicos, superar la resistencia al cambio y seguir innovando en sus modelos de negocio para mantenerse competitivas en un entorno digital cada vez más dinámico. La clave estará en saber aprovechar las nuevas herramientas digitales para ofrecer una experiencia de cliente excepcional y un funcionamiento interno eficiente. ➤



PODER EJECUTIVO DEL ESTADO DE
QUERÉTARO
ESTADO INVITADO DE HONOR



FAMEX

FERIA AEROSPAZIAL MÉXICO

2025

CONNECTING THE FUTURE



ESCUADRILLA ACROBÁTICA
ÁGUILAS AZTECAS

¡ADQUIERE YA TUS BOLETOS !
ESCANEANDO EL QR

23-26 ABRIL 2025



Gobierno de
México

Defensa
Secretaría de la Defensa Nacional



Fuerza Aérea
Mexicana





ENRIQUE
CASTILLO-PESADO
interdif@prodigy.net.mx

Inicia proceso de liquidación Altos Hornos de México; Momento crítico para Vasconia; Año difícil para Liverpool y Palacio de Hierro; Sube 4.7% las tarifas de agua, predial y licencias en CDMX; Alsea invierte 40% más; México mercado clave para Starbucks; Aumentó 10% la flota aérea durante 2024; y Se venden más smartphones chinos

La liquidación de Altos Hornos de México (AHMSA) también expone la fragilidad de la política industrial del país, que no ha podido proteger a empresas emblemáticas en tiempos de crisis y su liquidación es un recordatorio de que nuestro país necesita una política industrial sólida, un marco regulatorio transparente y apoyo decidido para sus empresas nacionales. Altos Hornos de México que dirige Luis Zamudio Miechielsen, ya inició su proceso de liquidación, noticia que marca un punto de inflexión en la historia siderúrgica de México. Por su parte, el síndico Víctor Manuel Aguilera Gómez, a cargo de la administración y bienes de la acerera, dijo que el objetivo es dar cumplimiento a las disposiciones legales para proceder a la liquidación de una compañía que fue un pilar del sector metalúrgico nacional. Pues es cierto que el asunto de AHMSA es el resultado de problemas financieros, deudas acumuladas y las malas decisiones administrativas. Por lo que la compañía enfrenta un pasivo millonario que sobrepasa los 900 mdd a más de mil 700 acreedores, lo que la llevó a no cumplir pagos tanto a trabajadores como a proveedores. La producción de la empresa se encuentra prácticamente paralizada, con operaciones limitadas en su planta Monclova.

POR LA CAÍDA DE LOS PRECIOS DEL ALUMINIO

La situación económica de la dueña de marcas como Ecko, Vasconia y Deleite, es preocupante. Su subsidiaria Almexa Alumino, afectada por un exceso de inventario, la baja demanda y la caída de los precios del aluminio, arrastró a la empresa a pérdidas significativas. En los primeros nueve meses de 2024, Vasconia reportó una caída del 15% en ventas netas, un EBITDA negativo de 57 mdp y pérdidas acumuladas de 291 mdp, por lo que es evidente su difícil situación. Vasconia con más de 100 años en el mercado de baterías, sartenes, ollas exprés, vaporeras, cuchillos y otros utensilios de cocina, atraviesa un muy mal momento tras la admisión de su solicitud de concurso mercantil con plan de reestructura previo. Pues resulta que un juez declaró a la compañía en etapa de conciliación, dictando medidas cautelares para preservar sus operaciones y proteger sus activos, después que en agosto de 2024 incumpliera con un pago clave relacionado con sus obligaciones financieras.

Vasconia que dirige José Elizondo, sigue siendo un pilar industrial en México.

POSIBLE CAÍDA EN VENTAS POR INFLACIÓN

Expertos alertan que los hogares priorizarán compras esenciales y reducirán su gasto en artículos de lujo. Las compañías como Palacio de Hierro y Liverpool se verán afectadas por la disminución del consumo. Carlos Hermosillo, analista especializado en consumo, explicó que este tipo de compañías suelen ser las primeras afectadas en un entorno de menor gasto, ya que dependen de segmentos socioeconómicos más vulnerables a estos cambios. Y comentó que “el crédito es un motor esencial para el consumo de estos segmentos, pero con tasas más altas y un mayor riesgo de incumplimiento, la presión será aún mayor para empresas que dependen de estos instrumentos para estimular sus ventas”. La pronta migración hacia patrones de consumo más austeros será el mayor reto que enfrentarán compañías como Liverpool y Palacio de Hierro en este 2025 en un entorno donde los hogares priorizarán las compras esenciales y reducirán gastos en artículos de lujo, debido a la desaceleración de empleos, presión inflacionaria y el debilitamiento del poder adquisitivo de los hogares. El portafolio de crédito de Liverpool ha mostrado un alza del 4.1% en la cartera vencida, lo que refleja el impacto de la desaceleración en los ingresos de las familias. En cuanto a Palacio de Hierro, también podría enfrentar retos similares, según los últimos trimestres, sus ingresos de la división de crédito en el trimestre incrementaron 20.9% respecto al mismo periodo de 2023.

A PARTIR DEL PRIMERO DE ENERO 2025

Documentos en el registro civil, como actas de nacimiento o matrimonio, tuvieron un incremento en su cuota de 4.74%, de acuerdo con el Código Fiscal de la Ciudad de México para este 2025. Las alcaldías incrementaron 8% en sus presupuestos gracias a las modificaciones al Código Fiscal y a la Ley de Ingresos de la capital. Con esto, se estima que la CDMX obtendrá recursos para destinar a la seguridad y el transporte con varios proyectos. Por su parte Noé Quiroz, miembro de la Barra Nacional de Abogados Fiscalistas de México, explicó que “con este porcentaje de



➤ Altos Hornos de México



➤ José Ramón Elizondo, presidente del Consejo de Administración de Grupo Vasconia



➤ Posibles caídas de ventas por inflación



➤ Incremento en las licencias de conducir y permisos

actualización se elevarán los precios de los avisos y permisos para establecimientos mercantiles. También añadió que los derechos para licencias se elevarán en dicho porcentaje, así como los servicios de grúa, como consecuencia de la comisión de una infracción". Y concluyó que "para las licencias de conducir el incremento será de 50 pesos, tanto para autos como motos". Se proyecta una mayor captación de ingresos que servirán para la inversión, además de tres rutas del cablebus, una línea del Metrobús en el Circuito Interior que dará la vuelta a toda la ciudad, así como la ampliación de Ecobici y la modernización de transporte capitalino. En este aumento, en el sector de agua destaca una asignación de 15 mil mdp, lo que implica un aumento de más de 13% en comparación con el presupuesto de este año. Y se alcanzarán 600 mdp para garantizar la seguridad ciudadana y una asignación. Para vivienda de 9 mil millones de pesos.

CRECIMIENTO E INNOVACIÓN

A finales de 2024, Alsea operadora de marcas como Starbucks, Domino's Pizza y Burger King, acrecentó su compromiso con el crecimiento y la innovación al anunciar una inversión en capital (Capex) de 4 mil 200 mdp, un 40% más que el registrado en el mismo periodo de 2023. El director de finanzas de Alsea, Federico Rodríguez, resaltó que esta inversión está orientada principalmente a aumentar la rentabilidad y fortalecer la infraestructura operativa. Una parte significativa de los recursos, el 58%, se destinará a nuevas aperturas y remodelaciones de tiendas existentes, lo que no sólo asegura una experiencia renovada para los clientes, sino que también refuerza los márgenes y los retornos de inversión de sus operaciones. Asimismo, la construcción de un nuevo centro de distribución y una fábrica en Guadalajara marca el punto clave en la estrategia logística de la empresa, asegurando una operación más eficiente y preparada para el futuro. El sobrante 42% del Capex se dividirá entre el mantenimiento de operaciones actuales (28%) y el impulso de iniciativas estratégicas (14%), como la digitalización y la adopción de tecnología avanzada. La estrategia de Alsea no sólo busca fortalecer su infraestructura y expandir su presencia, sino también garantizar que sus operaciones sean sostenibles y eficientes a largo plazo.

POTENCIAL DE CRECIMIENTO

Francisco Tosso, director general de Starbucks México, mencionó en conferencia que, aunque el entorno económico puede presentar desafíos, la compañía mantiene una visión de largo plazo. Y dijo que tienen "la vista de los próximos 20 años. México es gigante". México es muy importante para el mercado de Starbucks a nivel global, no solamente por el crecimiento en consumo, sino también por el potencial de expansión. La cadena cerró el 2024 con más de 70 nuevas tiendas, alcanzando un total de 884 establecimientos en el país. Y anunció la marca el lanzamiento de su cuarto café de origen mexicano, proveniente de Puebla, el cual se sumará a la oferta actual de Chiapas, Veracruz y Oaxaca. Tasso agregó que "este café refleja nuestro compromiso con la cultura y la producción nacional".

373 AERONAVES REGISTRADAS

A pesar de las dificultades producidas por las revisiones anticipadas de motores, la flota aérea mexicana ascendió a 373 equipos registrados durante el tercer trimestre, destacando así, la cifra más alta para ese periodo en la historia, a nivel nacional. Según el informe de la Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC), la flota de aeronaves creció aproximadamente un 10% en el último año, con variaciones entre los trimestres que han dependido de los llamados a revisión de las aeronaves con motores de P&W, usados por aerolíneas mexicanas como Volaris y Viva. Volaris cuenta con 141 aviones, en diciembre se agregó a su flota la más reciente unidad. De los aviones operativos en México, cuando menos un cuarto pertenece a la familia 320 de Airbus, con 90 aeronaves registradas al tercer trimestre del año, seguidas por 46 equipos Boeing con modelo 737 y 45 aviones 320 neo del fabricante francés. En diciembre, Volaris agregó a su flota su aeronave número 141. La aerolínea busca fortalecer una flota moderna y eficiente. En este año se espera un repunte en la cantidad de aviones de empresas como Volaris y Viva, quienes continuarán recibiendo las aeronaves ya revisadas y completadas para poder seguir operando. Las aerolíneas nacionales han continuado incrementando su flota a medida que los pedidos de aeronaves se han regularizado después de la emergencia sanitaria por el Covid-19 y pese al llamado a revisión de los aviones de la familia 320 de Airbus.

AUMENTARON 12% SUS VENTAS EN 2024

Según estudio realizado por la consultora Counterpoint, aunque Samsung y Apple conservaron los dos primeros lugares en el ranking de ventas, con una participación de 19 y 18%, respectivamente, las compañías registraron crecimientos muy bajos con relación al año anterior. El estudio detalló que "la marca surcoreana registró un avance de sólo 1% gracias a la fuerte demanda de la serie S24, el primer teléfono posicionado como un dispositivo con la IA. En cuanto a Apple, mostró una caída de 2% interanual en ventas, debido a que el iPhone 16 tuvo una respuesta mixta". "Oppo, Honor y Vivo tienen menos de un lustro en el mercado y han ganado reconocimiento". En 2024, los fabricantes chinos de smartphones se colocaron como los grandes ganadores del mercado de celulares, al mostrar un mejor desempeño que Apple y Samsung, los dos fabricantes que se habían posicionado como los favoritos de los consumidores de México y de todo el mundo. Eso sí, los fabricantes chinos tuvieron crecimientos interanuales en ventas muy superiores a las dos marcas anteriores. Xiaomi destacó como la marca de mayor crecimiento en 2024, con un avance de 12% en su participación de mercado. En cuanto a Oppo, alcanzó una participación de mercado de 8%, o sea que tuvo un crecimiento de 2 puntos porcentuales con relación a los registros del año pasado. Mientras Vivo, otro fabricante chino, se mantuvo en el Top 5 de ventas con un crecimiento de 9% interanual, principalmente por el sólido desempeño en América Latina e India. El estudio agregó que "el Top 5 se mantuvo igual que en el 2023, pero perdió algo de participación ante la agresiva competencia de Huawei, Honor y Motorola, quienes quitaron participación principalmente a marcas como Samsung y Apple". Y hasta la próxima ¡Abur! ➡



➤ Federico Rodríguez, director de Finanzas de Alsea



➤ Starbucks Corporation es una compañía internacional dedicada a la compra, tostado y comercialización del café



➤ Volaris



➤ Oppo, Honor y Vivo han ganado reconocimiento en el mercado

100

EMPRESARIOS QUE MUEVEN A MÉXICO

RAÚL OLMEDO GUTIÉRREZ



MÉXICO ES UNA DE LAS ECONOMÍAS MÁS ABIERTAS AL COMERCIO INTERNACIONAL, Y LOS EMPRESARIOS NACIONALES SON CLAVE EN LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS

Los empresarios mexicanos tienen un impacto profundo y multifacético en la economía de nuestro país, son generadores de riqueza desde la creación de empleos hasta la innovación tecnológica y la responsabilidad social, su contribución es esencial para el progreso económico de México.

Para que el país alcance un desarrollo equitativo y sostenible, es fundamental que los empresarios sigan jugando un papel activo en la reducción de desigualdad, la transparencia empresarial y la inclusión social. Aunque cada día es más complicado ser empresario en un país como México y con un vecino llamado Donald Trump.

No hay que perder de vista que los empresarios son generadores de empleos pues contribuyen significativamente a la empleabilidad de la población, ya que esto sólo pue-

de generarse mediante la inversión empresarial, la cual ha mostrado tendencias mixtas en los últimos tiempos.

Por un lado, la Inversión Extranjera Directa (IED) alcanzó cifras históricas en 2024, registrando 20 mil 313 millones de dólares en el primer trimestre, un incremento del 9% respecto al mismo periodo de 2023. Para el tercer trimestre de 2024, la IED acumulada ascendió a 35 mil 737.5 millones de dólares, reflejando un crecimiento del 8.5% en comparación con el año anterior. Mientras que la inversión privada nacional representó el 21.6% del PIB en el tercer trimestre de 2024, registró un crecimiento anual del 2.7%. Esta falta de impulso se puede atribuir, en parte, a la incertidumbre económica y a las tensiones en la relación entre el gobierno y el sector productivo.

Aunado a ello debemos de agregar las recientes declaraciones del presidente Donald Trump las cuales han generado una notable incertidumbre en la economía mexicana. El anuncio de la imposición de aranceles del 25% a las importaciones provenientes de México, programados para entrar en vigor en marzo de 2025, ha suscitado preocupaciones significativas en diversos sectores económicos.



El Banco de México ha ajustado a la baja sus proyecciones de crecimiento económico para 2025, reduciendo la estimación del PIB de 1.2% a 0.6%. Esta revisión refleja la creciente incertidumbre y un entorno económico ya afectado por la disminución de la inversión privada y el consumo.

A pesar de este panorama, empresas internacionales han reafirmado su confianza en el mercado mexicano. Por ejemplo, Netflix anunció una inversión de mil millones de dólares en los próximos cuatro años para producir contenido local. Asimismo, Banco Santander lanzó su filial digital Openbank en México, con planes de invertir aproximadamente 2 mil 100 millones de dólares en los próximos tres años para mejorar la tecnología y expandir sus servicios. México es una de las economías más abiertas al comercio internacional, y los empresarios nacionales son clave en la exportación de productos como automóviles, electrónicos, alimentos y maquinaria. Empresas como América Móvil, Grupo Bimbo, FEMSA, Cinépolis, Cemex y Gruma han expandido su presencia global, fortaleciendo la marca México en el mundo.

No obstante, el Banco Central de México ha ajustado a la baja sus proyecciones de crecimiento económico para 2025, reduciéndolas del 1.2% al 0.6%, debido a la debilidad en el consumo y la inversión privada. Este contexto subraya la necesidad de fortalecer la confianza entre el sector empresarial y el gobierno para fomentar un entorno propicio para la inversión y el crecimiento económico.

A pesar de su relevancia, los empresarios mexicanos enfrentan desafíos como la inseguridad, la burocracia, la falta de financiamiento y la incertidumbre política. Sin embargo, siguen al pie del cañón apoyando el crecimiento nacional, pues son el pilar fundamental de la economía nacional, impulsando el desarrollo, la competitividad y el bienestar social. De ahí, que presentamos 100 empresarios que mueven México. ➤

Metodología

La creación de un ranking de los hombres más ricos de nuestro país implica seguir una metodología clara y basada en datos confiables, pero en un país donde la falta de información termina siendo un reto titánico.

Metodología para elaborar un ranking de los hombres más ricos del mundo

1. CRITERIO DE RIQUEZA

Se consideró el patrimonio neto el cual se calcula considerando:

Activos financieros (acciones, bonos, fondos de inversión).

Participaciones en empresas privadas.

Tamaño de la empresa (medida en ingresos en millones de dólares).

Número de empleos que generan.

2. FACTORES ADICIONALES A CONSIDERAR

Liquidez: Analizar las acciones y podrían tener menor liquidez.

Diversificación: Múltiples fuentes de ingresos suelen ser menos vulnerables a crisis financieras.

Deudas y obligaciones financieras: Algunos pueden tener un alto patrimonio, pero también grandes deudas.

RANKING	NOMBRE	FECHA DE NACIMIENTO	ESTUDIOS	EMPRESAS MÁS IMPORTANTES QUE DIRIGE	FORTUNA EN MDD	NUMERO DE EMPLEADOS	INGRESOS DE LA EMPRESA EN MDD
1	Carlos Slim Helú	28/01/40	Ingeniería Civil en la Universidad Nacional Autónoma de México.	Grupo Carso	102,000	5,092	45,946.68
2	Carlos Slim Domit	28/02/67	Administración de Empresas en la Universidad Anáhuac.	América Móvil	102,000	351,483	45,946.68
3	Alejandro Baillères Gual	03/05/60	Negocios en la American College de Suiza y en la Escuela de Negocios de Stanford.	Industrias Peñoles, Palacio de Hierro, GNP y Grupo Profuturo	8,100	88,393	14,863.01
4	Jose Antonio Fernández Carbajal	15/02/54	Ingeniería Industrial y maestría en Administración en el Tec de Monterrey.	Fomento Económico Mexicano	n.d.	479,779	39,565.99
5	Patrick Slim Domit	14/05/69	Administración de Empresas en la Universidad Anáhuac	América Móvil, Grupo Carso	102,000	270,717	45,946.68
6	Ricardo Salinas Pliego	19/10/55	Contaduría Pública en el Tec de Monterrey y maestría en Administración en la Tulane University.	Grupo Salinas	14,100	229,243	13,792.82
7	Germán Larrea Mota Velasco	26/10/53	Administración de Empresas en la Universidad Anáhuac.	Grupo México	27,900	58,694	14,342.62
8	Carlos Hank González	01/09/71	Administración de Empresas en la Universidad Iberoamericana.	GF Banorte y Gruma	1,100	60,340	25,870.72
9	Daniel Servitje Montull	01/04/59	Administración de Empresas en la Universidad Iberoamericana y Master of Business Administration en la Universidad de Stanford.	Bimbo	1,090	149,144	22,515.71
10	Armando Garza Sada	29/06/57	Instituto Tecnológico de Massachusetts y maestría en Administración en la Escuela de Negocios de la Universidad de Stanford.	Alfa	n.d.	82,979	16,396.85
11	Jorge Humberto Santos Reyna	1974	Licenciatura en la Universidad de Monterrey.	Arca Continental	n.d.	69,543	12,028.83
12	Rogelio Zambrano Lozano	03/12/56	Ingeniería Industrial y de Sistemas en el Tec de Monterrey y maestría en Administración de Negocios en la Universidad de Pensilvania.	Cemex	n.d.	46,063	17,358.25
13	Emilio Azcárraga Jean	21/02/68	Relaciones Industriales en la Universidad Iberoamericana y licenciatura en Marketing and Business Administration en el IPADE México.	Grupo Televisa	n.d.	40,957	4,153.60
14	Valentín Díez Morodo	01/06/40	Administración de Empresas en la Universidad Iberoamericana.	Grupo Navedi Internacional	n.d.	n.d.	n.d.
15	Eugenio Garza Herrera	1957	Administración de Empresas en el Tec de Monterrey, y un MBA en la Universidad de Tulane.	Grupo Xignux	n.d.	30,400	5,831.86
16	Altagracia Gómez Sierra	05/10/91	Licenciatura en Derecho en la Escuela Libre de Derecho de México y estudios en la Oxford Royale Academy, y en Harvard Business School.	Minsa	n.d.	1,970	411.94
17	Javier Robinson Bours Castelo	06/01/53	Ingeniería Civil en el Tec de Monterrey.	Megacable y Bachoco	n.d.	65,908	1,681.90
18	Agustín Coppel Luken	28/08/61	Mercadotecnia en el Tec de Monterrey.	Grupo Coppel	1,700	118,131	15,073.54
19	Laura Díez Barroso Azcárraga	21/03/51	n.d.	Grupo Aeroportuario del Pacífico	1,000	29,092	1,870.72
20	Alfredo Chedraui Obeso	1946	n.d.	Grupo Comercial Chedraui	1,800	70,211	14,811.82
21	Antonio Del Valle Perochena	21/07/68	Licenciatura en Administración de Empresas y maestría en Dirección en la Universidad Anáhuac.	Grupo Financiero Ve por Más	3,500	32,198	685.14
22	Alberto Torrado Martínez	04/10/63	Contaduría en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y posgrados en el IPADE y en la Harvard Business School.	Alsea	n.d.	76,515	4,292.29
23	Eduardo Tricio Haro	05/08/63	Licenciatura en Ingeniería Agrónomo Zootecnista en el Tec de Monterrey.	Grupo Lala	1,800	39,013	5,573.59
24	Fernando Senderos Mestre	03/03/50	Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Anáhuac.	Grupo KUO y Grupo Desc	1,200	49,971	1,493.64
25	Graciano F. Guichard	n.d.	Ingeniería Industrial en la Universidad Iberoamericana	El Puerto de Liverpool	n.d.	83,077	11,035.53

RANKING	NOMBRE	FECHA DE NACIMIENTO	ESTUDIOS	EMPRESAS MÁS IMPORTANTES QUE DIRIGE	FORTUNA EN MDD	NUMERO DE EMPLEADOS	INGRESOS DE LA EMPRESA EN MDD
26	María Asunción Aramburuzabala	02/05/63	Contaduría Pública en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).	Tresalia Capital	3,200	n.d.	n.d.
27	Juan Ignacio Gallardo Thurlow	27/07/47	Escuela Libre de Derecho en México.	Organización Cultiba	n.d.	n.d.	1,393.98
28	Marco Antonio Slim Domit	30/04/68	Administración de Empresas en la Universidad Anáhuac.	Grupo Financiero Inbursa	n.d.	12,361	7,076.69
29	Juan A. González Moreno	23/08/57	Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Regiomontana y maestría en Administración de Negocios en la Universidad de San Diego.	Gruma	n.d.	24,135	6,565.15
30	Óscar Eugenio Baeza Fares	24/09/60	Licenciatura en Administración de Empresas y Economía en la Universidad Estatal de Nuevo León y posgrado en Alta Dirección de Empresas en la Universidad Harvard.	Grupo Bafar	1,300	30,103	1,871.51
31	Juan Pablo Del Valle Perochena	1972	Ingeniería Industrial en la Universidad Anáhuac y maestría en Administración de Empresas en la Harvard Business School.	Orbia Advance Corporation	n.d.	29,146	8,190.14
32	Claudio X. González Laporte	22/05/34	Ingeniería Química en la Universidad de Stanford.	Kimberly-Clark de México	n.d.	9,590	3,001.53
33	Alejandro Ramírez Magaña	10/10/70	Licenciatura en Economía y MBA en Harvard, y maestría en Economía del Desarrollo en Oxford.	Cinépolis	n.d.	36,000	6,475.23
34	Joaquín Vargas Guajardo	27/03/50	Licenciatura en Administración de Empresas en el Tec de Monterrey.	Grupo MVS	n.d.	3,924	521.42
35	Federico Toussaint Elosúa	1958	Ingeniería Industrial y de Sistemas en el Tec de Monterrey y MBA en el IPADE.	Grupo Lamosa	n.d.	11,543	1,777.70
36	Enrique Zambrano Benítez	1956	MBA en la Universidad de Stanford.	Grupo Proeza	2,200	15,125	3,328.32
37	Adrián Sada Cueva	1975	Administración de Empresas en el Tec de Monterrey y maestría en Administración en la Universidad de Stanford.	Vítro	n.d.	1,401	310.13
38	Francisco Martín Bringas	1953	Licenciatura en la Universidad Autónoma de Coahuila	Organización Soriana	n.d.	84,540	9,916.67
39	Ricardo Martín Bringas	1960	Licenciatura en Sistemas Computacionales en el Tec de Monterrey	Organización Soriana	n.d.	84,540	9,916.67
40	Olegario Vázquez Raña	10/12/35	n.d.	Grupo Empresarial Ángeles	6,800	77,000	4,465.09
41	Juan Francisco Beckmann Vidal	09/02/40	Maestría en Administración en la Universidad de Stanford.	Jose Cuervo	n.d.	10,281	2,497.47
42	Fernando Chico Pardo	15/02/52	Administración de Empresas en la Universidad Iberoamericana y maestría en la Kellogg School of Management.	Grupo Aeroportuario del Sureste	3,300	2,101	1,453.94
43	Julio César Villarreal Guajardo	02/01/51	Contaduría Pública y Auditoría.	Grupo Financiero Afirme	n.d.	5,787	2,509.68
44	David Martínez Guzmán	1957	Ingeniería Eléctrica en el Tec de Monterrey y MBA en la Harvard Business School.	Fintech Advisory	4,800	n.d.	n.d.
45	Blanca A. Treviño De Vega	08/05/59	Ciencias de la Computación en el Tec de Monterrey	Softtek	1,500	15,600	3,659.91
46	Guillermo Francisco Vogel Hinojosa	14/12/51	Administración de Empresas en la UNAM y MBA en la Universidad de Texas.	Grupo Collado	n.d.	3,635	657.43
47	Manuel G. Rivero Santos	1953	Licenciatura en Administración de Empresas en el IPADE.	Grupo Financiero Banregio	1,300	7,190	1,868.86
48	Rolando Vega Sáenz	10/10/48	Contabilidad en la UNAM y Alta Dirección de Empresas en el IPADE.	Seguros Atlas	n.d.	1,500	1,089.76
49	Carlos Peralta Quintero	06/12/51	Ingeniería en la Universidad Iberoamericana.	Grupo IUSA	6,200	n.d.	1,242.21
50	Luis Alejandro Soberón Kuri	31/05/60	Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Iberoamericana.	Corporación Interamericana de Entrenamiento	n.d.	936	275.91
51	Juan Carlos López Villarreal	n.d.	Ingeniería Industrial y de Sistemas en el Tec de Monterrey.	Grupo Industrial Saltillo	n.d.	6,000	1,029.95

RANKING	NOMBRE	FECHA DE NACIMIENTO	ESTUDIOS	EMPRESAS MÁS IMPORTANTES QUE DIRIGE	FORTUNA EN MDD	NUMERO DE EMPLEADOS	INGRESOS DE LA EMPRESA EN MDD
52	Javier Arroyo Chávez	1947	Administración de Empresas en Tec de Monterrey	Farmacias Guadalajara	n.d.	55,737	n.d.
53	Raúl Gutiérrez Mugerza	1954	Ingeniería Industrial en la Universidad de Purdue en West Lafayette	Deacero	1,000	11,000	3,941.44
54	Sergio Gutiérrez Mugerza	1951	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad Iberoamericana.	Deacero	1,000	11,000	3,941.44
55	Rafael Kalach Mizrahi	1946	Contaduría Pública en la UNAM.	Grupo Kaltex	2,000	3,000	957.21
56	Juan Ignacio Casanueva Pérez	1568	Contaduría Pública en la Universidad Iberoamericana y Programa de Alta Dirección en el IPADE.	INTERprotección	n.d.	1,539	1,887.33
57	Rodrigo A. Herrera Aspra	19/09/68	Licenciatura en Administración en la Universidad Anáhuac.	Genomma Lab	n.d.	1,590	927.20
58	Carlos Rojas Mota Velasco	1953	Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Anáhuac.	Rotoplas	n.d.	3,355	683.91
59	José Luis Berrondo Ávalos	1950	Ingeniería Industrial en la Universidad Iberoamericana y maestría en Administración en el IPADE.	Mabe	n.d.	24,420	4,611.43
60	Víctor González Herrera	1987	Administración de Negocios Internacionales en la Universidad Iberoamericana.	Farmacias Similares	1,300	n.d.	n.d.
61	Moisés El-Mann Arazi	1953	Economía en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM)	Fibra Uno	1,300	955	1,467.17
62	André El-mann Arazi	1965	Licenciatura en Derecho en la Universidad Anáhuac.	Fibra Uno	1,300	955	1,467.17
63	Rufino Vigil González	1948	Ingeniería Civil en la Universidad Iberoamericana.	Industrias CH	3,400	9,488	2,631.96
64	Héctor Hernández-Pons Torres	03/08/55	Licenciatura en Derecho en la Universidad Anáhuac.	Grupo Herdez	n.d.	11,595	2,039.02
65	Carlos Fernández González	29/10/66	Ingeniería Industrial en la Universidad Anáhuac.	Grupo Finaccess SAPI	1,200	n.d.	n.d.
66	Luis Alberto Chapa	n.d.	Ingeniería Industrial y de Sistemas en el Tec de Monterrey.	7-Eleven México	n.d.	n.d.	n.d.
67	Jorge Esteve Recolóns	n.d.	Administración de Empresas en la Universidad Anáhuac.	Grupo COPRI	1,500	n.d.	n.d.
68	Roberto Alcántara Rojas	19/04/47	n.d.	Grupo IAMSA	n.d.	28,438	979.36
69	Alfredo Harp Helú	11/03/44	Contaduría Pública en la Universidad Nacional Autónoma de México.	Grupo Martí	1,200	n.d.	431.82
70	Ángel Losada Moreno	29/03/55	Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Anáhuac	Grupo Gigante	n.d.	26,219	1,913.34
71	Antonio Cosío Pando	1968	Ingeniería Industrial en el Tec de Monterrey.	Grupo Hotelero Brisas	n.d.	n.d.	n.d.
72	Carlos Hank Rhon	1947	Ingeniería Mecánica Eléctrica en la Universidad Nacional Autónoma de México.	Grupo Hermes	n.d.	n.d.	1,179.17
73	Juan Antonio Hernández Venegas	05/05/48	n.d.	Grupo Autofin	n.d.	6,741	1,525.06
74	Gina Díez Barroso Azcárraga	1955	Centro de Diseño de la Ciudad de México.	Grupo Diarq	n.d.	n.d.	n.d.
75	Federico Terrazas Becerra	n.d.	Licenciatura en Administración de Empresas en el Tec de Monterrey y Alta Dirección en la Harvard Business School.	Grupo Cementos de Chihuahua y Subs.	n.d.	3,286	1,361.61

RANKING	NOMBRE	FECHA DE NACIMIENTO	ESTUDIOS	EMPRESAS MÁS IMPORTANTES QUE DIRIGE	FORTUNA EN MDD	NUMERO DE EMPLEADOS	INGRESOS DE LA EMPRESA EN MDD
76	María Elena Gallego	1961	n.d.	Grupo Collectron	n.d.	n.d.	n.d.
77	Olegario Vázquez Aldir	28/04/72	Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Iberoamericana y posgrados en la Boston University y en el ITAM.	Grupo Real Turismo	n.d.	n.d.	197.07
78	Tomás González Sada	1958	n.d.	Cydsa	n.d.	2,083	797.30
79	Melanie Devlyn	1968	Administración de Empresas en la Universidad Anahuac y Programa de Alta Dirección en el IPADE.	Grupo Devlyn	n.d.	n.d.	n.d.
80	Vicente López Rodea	n.d.	n.d.	Grupo La Costeña	n.d.	5,000	948.40
81	Eugenio Clariond Reyes Retana	10/08/43	Licenciatura y maestría en Administración de Empresas en el Tec de Monterrey.	Grupo Cuprum	n.d.	n.d.	877.53
82	Daniel Chávez Morán	16/11/51	Ingeniería Civil en la Universidad de Guadalajara.	Grupo Vidanta	n.d.	17,000	1,492.12
83	Salvador Oñate Ascencio	n.d.	Licenciatura en Contabilidad en la Universidad Nacional Autónoma de México	GF Banco del Bajío	1,100	6,422	2,537.61
84	Laura Zapata Oscoz	n.d.	n.d.	Grupo Envases Universales	1,700	9,000	3,885.14
85	Fernando González Corona	19/03/56	Licenciatura en Administración y Economía en la Universidad Autónoma de Sinaloa.	Grupo TAFER & Villagroup, Hotels & Resorts	n.d.	n.d.	668.00
86	Amaury Vergara	20/09/87	Escuela de Cine de Nueva York.	Grupo Omnilife - Chivas	n.d.	3,483	737.61
87	Alejandra De la Vega	06/12/66	Ingeniería Industrial y de Sistemas en el Tec de Monterrey.	Almacenes Distribuidores de la Frontera	n.d.	n.d.	n.d.
88	Eduardo Garza T. Junco	1973	Ingeniería Industrial y Economía en la Universidad Carnegie Mellon y maestría en Administración de Empresas en la Universidad Harvard.	Frisa Industrias	n.d.	n.d.	n.d.
89	Juan Manuel Ley Bastidas	1971	Ingeniería Industrial en el Tec de Monterrey.	Grupo Ley	n.d.	n.d.	n.d.
90	José Antonio Rivero Larrea	25/10/52	Licenciatura en Sistemas en el Tec de Monterrey.	Compañía Minera Autlán	n.d.	1,845	364.78
91	Miguel Rincón Arredondo	n.d.	Ingeniería Civil en la Universidad Nacional Autónoma de México	Bio Pappel	n.d.	13,444	2,455.18
92	Carlos Álvarez Bermejillo	19/01/38	Ingeniería Industrial.	Pisa Farmacéutica	1,100	n.d.	143.79
93	Carlos González Zabalegui	13/07/51	Licenciatura en Administración de Empresas en la Universidad Iberoamericana.	La Comer	n.d.	16,343	2,165.82
94	David Peñaloza Alanís	1973	Licenciatura en Contaduría en la Universidad Anáhuac y posgrado en Administración de Empresas en la Universidad Harvard.	Pinfra	1,400	3,374	874.54
95	Fernando Ponce García	n.d.	n.d.	Bepensa	n.d.	10,458	1,099.94
96	Pablo Azcárraga Andrade	1959	Licenciatura en Contaduría en la Universidad Anáhuac y maestría en Administración de Hoteles en la Universidad Cornell.	Grupo Posadas	n.d.	17,049	518.52
97	Agustín Franco Macías	1940	n.d.	Grupo Infra	n.d.	n.d.	n.d.
98	Víctor David Almeida García	1959	Administración de Empresas y Contabilidad en la Universidad de Austin.	Interceramic	n.d.	5,247	674.04
99	Patricio Gutiérrez Fernández	22/04/73	Ingeniería Industrial en la Universidad Iberoamericana.	Grupo IDESA	n.d.	n.d.	n.d.
100	Gerardo Benavides Pape	n.d.	n.d.	Grupo Industrial Monclova	n.d.	n.d.	n.d.

DeepSeek

en el entorno de los negocios

LA IA DE CÓDIGO ABIERTO ES UN ÁREA DE OPORTUNIDAD PARA LOS NEGOCIOS, SIN IMPORTAR SU TAMAÑO

FÉLIX CORTÉS

La Inteligencia Artificial se ha convertido en una herramienta esencial para empresas de todos los sectores. Desde la automatización de tareas hasta el análisis avanzado de datos, la IA está transformando la manera en que los negocios operan, toman decisiones y se conectan con sus clientes.

Sin embargo, muchas empresas han dependido de soluciones propietarias con costos elevados y restricciones de uso. En este contexto, DeepSeek ha surgido como una alternativa atractiva gracias a su enfoque de código abierto, ofreciendo mayor accesibilidad, flexibilidad y control sobre la tecnología.

Para las empresas que buscan adoptar Inteligencia Artificial sin depender de modelos cerrados, DeepSeek representa una opción que permite una personalización completa, menores costos operativos y una comunidad activa de desarrolladores que contribuyen a su mejora continua. Sin embargo, también presenta desafíos que deben ser considerados antes de su implementación.

A diferencia de otros modelos de IA, éste ha sido desarrollado bajo un enfoque de código abierto, lo que significa que las empresas pueden acceder a su código, modificarlo y

adaptarlo a sus necesidades sin depender de licencias comerciales restrictivas.

En el ámbito corporativo, esta diferencia es clave, ya que muchos negocios han encontrado limitaciones en IAs propietarias como ChatGPT, Gemini o Qwen, que suelen tener:

- Planes de suscripción costosos, lo que hace difícil su escalabilidad en empresas con presupuestos ajustados.
- Restricciones de uso y privacidad de datos, ya que el procesamiento de información sensible se realiza en servidores externos.
- Menos control sobre la personalización, lo que limita la capacidad de adaptación a necesidades específicas.

DeepSeek, al ser una IA de código abierto, permite que las empresas instalen el modelo en sus propios servidores, ajusten su funcionamiento y entrenen la IA con datos propios, garantizando mayor privacidad y seguridad.

Para las compañías que buscan adoptar Inteligencia Artificial sin las limitaciones de los modelos cerrados, hay múltiples ventajas.

- Reducción de costos operativos

Empresas que necesitan un uso intensivo de inteligencia artificial pueden ahorrar

grandes sumas de dinero al no depender de suscripciones mensuales o costos variables por volumen de uso.

- Mayor privacidad y control de datos

Uno de los mayores riesgos de utilizar modelos cerrados es la exposición de datos confidenciales en servidores de terceros. Para sectores como finanzas, salud o derecho, donde la privacidad es un factor crítico, DeepSeek permite implementar la IA en entornos seguros dentro de la infraestructura de la empresa.

- Personalización total según las necesidades del negocio

DeepSeek puede ser entrenado con datos propios para mejorar la precisión de sus respuestas en nichos específicos. Esto permite que las empresas adapten la IA para:

- Automatización del servicio al cliente con información personalizada.
- Análisis avanzado de documentos y generación de reportes.
- Creación de contenido optimizado para campañas de marketing.
- Integración con herramientas empresariales.

DeepSeek no está limitado a un ecosistema cerrado. Su código abierto permite la integración con CRM, plataformas de automatización, sistemas de gestión de datos y otras herramientas clave dentro de una empresa, sin depender de API restringidas.

- Innovación y evolución constante

A diferencia de los modelos cerrados que dependen únicamente de sus desarrolladores originales, DeepSeek se beneficia de una comunidad global que contribuye a su mejora constante. Esto significa que las empresas pueden acceder a actualizaciones, mejoras en el rendimiento y nuevas funcionalidades sin esperar cambios oficiales de una única entidad.

USOS EN DIFERENTES INDUSTRIAS

DeepSeek puede ser aplicado en diversas industrias para mejorar la eficiencia, reducir costos y optimizar procesos clave.

- Atención al cliente y automatización de respuestas

Empresas que manejan grandes volúmenes de consultas pueden entrenar DeepSeek para responder preguntas frecuentes de manera más natural y precisa. Su capacidad de aprendizaje permite mejorar la interacción con los clientes sin necesidad de depender de plataformas de terceros.

- Análisis y procesamiento de datos empresariales

En sectores como finanzas y legal, donde el análisis de documentos es fundamental, puede ser programado para revisar contratos, generar resúmenes y detectar patrones en documentos extensos.

- Generación de contenido y marketing digital

Departamentos de marketing pueden utilizarla para crear contenido optimizado para SEO, generar ideas de campañas publicitarias y mejorar la interacción en redes sociales con respuestas automatizadas que mantengan el tono de la marca.

- Investigación y desarrollo

Empresas tecnológicas pueden analizar grandes volúmenes de información, generar hipótesis y asistir en la documentación técnica de proyectos complejos.



deepseek

DESAFÍOS Y LIMITACIONES

A pesar de sus ventajas, la integración de DeepSeek en una empresa no está exenta de desafíos.

- Infraestructura y recursos técnicos

Para aprovecharla al máximo, las empresas deben contar con servidores adecuados y equipos de IT que puedan gestionar la implementación y el mantenimiento del modelo. No todas las organizaciones tienen la capacidad de operar una IA de código abierto sin apoyo técnico especializado.

- Necesidad de entrenamiento personalizado

A diferencia de modelos propietarios que ya vienen optimizados para responder a múltiples temas, DeepSeek puede requerir entrenamiento adicional para ser realmente efectivo en una industria o nicho específico. Esto implica tiempo y recursos para ajustar su rendimiento.

- Curva de aprendizaje y adopción

Empresas que nunca han trabajado con IA de código abierto pueden enfrentar una curva de aprendizaje al implementar DeepSeek. Se requiere tiempo para adaptar los flujos de trabajo, entrenar a los equipos y optimizar la IA para obtener los mejores resultados.

FUTURO DE DEEPSEEK EN EL ENTORNO EMPRESARIAL

Esta tecnología de IA está marcando una nueva era en la inteligencia artificial empresarial, donde las compañías no tienen que depender de grandes corporaciones para acceder a herramientas avanzadas. Su modelo de código abierto representa una oportunidad para negocios de todos los tamaños que buscan aprovechar la IA sin las limitaciones de licencias costosas y restricciones de uso.

A medida que más empresas adopten este tipo de tecnologías, es probable que veamos un ecosistema más colaborativo, donde la inteligencia artificial no sea exclusiva de unas pocas empresas, sino una herramienta accesible y personalizable para cualquier negocio.

La clave para integrar DeepSeek con éxito en una empresa está en evaluar sus capacidades, entender sus desafíos y aprovechar al máximo su flexibilidad. Con una estrategia bien definida, esta IA de código abierto puede convertirse en un activo fundamental para cualquier organización que busque eficiencia, automatización y personalización en sus procesos. ➔



más izzi es el uff

de juntar tus servicios

disfruta **tu entretenimiento** favorito,
hasta 1000 megas de velocidad y **telefonía móvil**
estés donde estés



800 120 4000

izzi.mx



llévatela **fácil**, llévatela **izzi**

Velocidad sujeta a cobertura. Aplica política de uso justo respecto a la velocidad de transmisión de datos y consumos de telefonía. Consulta términos, condiciones y velocidades promedio de descarga en hora pico en izzi.mx

izzi!



DEL EFECTIVO AL DIGITAL, MÉXICO Y LAS CRIPTOMONEDAS

“LA ADOPCIÓN DE CRIPTOMONEDAS EN MÉXICO ESTÁ TRANSFORMANDO EL PANORAMA FINANCIERO DE LA REGIÓN”

CYNTHIA MICHELLE HERNÁNDEZ

Las criptomonedas ganan una creciente popularidad en México, posicionándose como una alternativa financiera atractiva en un país donde el acceso a servicios bancarios aún es limitado para una parte importante de la población. Desde el auge del Bitcoin hasta el desarrollo de proyectos blockchain locales, el ecosistema cripto se está consolidando como un motor de innovación tecnológica y financiera. Sin embargo, su adopción también enfrenta retos regulatorios, tecnológicos y educativos.

Sofía Koo, directora de Operaciones y Desarrolladora de Negocios en Latinoamérica para TradeCraft Capital, detalló que las criptomonedas están ganando terreno en México y otros países de Latinoamérica. Empresas como Bitso, el exchange de criptomonedas en México y LATAM, y Circle, creador de la moneda estable USDC, están liderando este movimiento.



FOTO: ANTONIO SOTO

“

El mercado cripto en México avanza con fuerza, impulsado por la economía y empresas innovadoras, pues estas pueden ofrecer una alternativa accesible para millones sin acceso a la banca tradicional”

Sofía Koo, directora de Operaciones y Desarrolladora de Negocios en Latinoamérica para TradeCraft Capital

En septiembre del año pasado, Circle firmó un acuerdo para utilizar USDC como la moneda oficial para las remesas en México y Brasil. “Este paso es significativo ya que ayuda a formalizar y facilitar el uso de criptomonedas en transacciones cotidianas”.

Los factores económicos han sido más determinantes que los políticos en la adopción de criptomonedas en México, aunque la política ha retardado su avance, la economía ha sido un motor crucial. En muchos países de Latinoamérica y África, la falta de acceso a cuentas bancarias tradicionales ha impulsado el uso de criptomonedas. La gente puede tener acceso a ellas y realizar transacciones sin necesidad de una cuenta bancaria tradicional, lo que les ofrece una alternativa accesible y efectiva.

Así comentó que TradeCraft Capital, se enfoca en criptoactivos con utilidad real. No todas estas monedas digitales tienen valor intrínseco o utilidad práctica, pues han sido creadas sólo para generar dinero rápido, sin embargo, ésta invierte entre 15 y 20% en criptoactivos que cumplen con ciertos requisitos basados en la estrategia de su portfolio manager, ya que el enfoque es conservador y se enfoca en activos que representen tecnologías útiles y que tengan un propósito específico.

Para Koo, este año se espera que sea crucial para el mercado de las criptomonedas, con cambios significativos en la presidencia de Trump y la adopción institucional de Bitcoin por parte de grandes instituciones como BlackRock y Fidelity. Se prevé una escalada de valor importante, lo que hace que este sea un momento clave para quienes deseen entrar en el espacio cripto.

El futuro de las criptomonedas en México y Latinoamérica está lleno de desafíos y oportunidades. Las regulaciones siguen siendo un tema crucial. “El mercado ya se está manejando en México, hay empresas donde la gente compra cripto. Sin embargo, aún hay muchas regiones que no tienen regulaciones claras, lo que puede dificultar el avance y la formalización de estas transacciones”.

En entrevista, la empresaria compartió que estuvo en finanzas tradicionales por más de 15 años, trabajando en instituciones como Credit Suisse y BlackRock, pero fue hasta el 2018, que llegó su interés por el mundo cripto y empezó a invertir, aunque al principio no entendía del todo el ecosistema, visualizó el potencial de hacer transacciones más eficientes, rápidas y seguras, y quiso formar parte de ese mundo.

OPORTUNIDADES PARA USUARIOS

Sofía Koo, directora de Operaciones y Desarrolladora de Negocios en Latinoamérica para TradeCraft Capital, consideró que el mundo de las criptomonedas y blockchain, al igual que las finanzas tradicionales, sigue estando dominado por hombres.

Sin embargo, hay crecientes oportunidades para las mujeres en este sector, pues las empresas cripto son dinámicas y diversas, con equipos de trabajo distribuidos globalmente, lo que abre nuevas posibilidades para individuos de diferentes géneros y culturas. Y aunque la presencia de mujeres en este espacio sigue siendo limitada, especialmente en reuniones y conferencias en Latinoamérica, ya hay un mayor interés y participación de ellas en el tema.

Así, asentó que la educación, tanto para mujeres como para todos aquellos interesados sobre blockchain, es fundamental para reducir el miedo y la incertidumbre que muchos sienten hacia estas tecnologías.

“Lo más importante es que la gente se eduque en lo que es crypto y blockchain,” señaló la especialista. Dado que a menudo, el miedo proviene del desconocimiento, por lo que educar a los usuarios puede fomentar una adopción más segura y consciente de estas tecnologías.

El panorama del futuro para las criptomonedas en México es brillante pero desafiante. Con una mayor adopción, educación y regulación, las criptomonedas podrían transformar radicalmente el sistema financiero tradicional y ofrecer soluciones innovadoras para aquellos que buscan alternativas más eficientes y seguras. ➔



¿TALENTO O PREJUICIO?

SESGOS EN RECURSOS HUMANOS

CERCA DEL 75% DE LAS EMPRESAS EN EL MUNDO TIENEN POLÍTICAS DE INCLUSIÓN, DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

CYNTHIA MICHELLE HERNÁNDEZ

En el entorno laboral mexicano, los sesgos han demostrado ser un obstáculo significativo para el desarrollo de una cultura organizacional equitativa e inclusiva. Estos prejuicios, ya sean conscientes o inconscientes, afectan decisiones clave relacionadas con la contratación, la promoción, la asignación de tareas y la evaluación del desempeño de los colaboradores, pero los esfuerzos por implementar políticas de inclusión y diversidad siguen manifestándose para trabajar en contra de este con estrategias que las organizaciones pueden adoptar para crear ambientes laborales más justos y libres de discriminación.

De acuerdo con la última Encuesta Nacional sobre Discriminación (ENADIS), el 23.7% de los mexicanos mayores de 18 años reportó haber sido víctima de discriminación entre julio de 2021 y septiembre de 2022. Este porcentaje se desglosa en un 24.5% para las mujeres y un 22.8% para los hombres en ese grupo de edad.

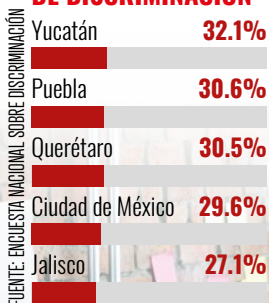
Entre los motivos más comunes, el 30.6% de los encuestados señaló que la discriminación estuvo relacionada con su apariencia

o forma de vestir, como tatuajes, peinados, perforaciones o el tipo de ropa. Las entidades federativas con mayor incidencia de discriminación fueron Yucatán, Puebla, Querétaro, Ciudad de México y Jalisco.

Según una encuesta de PageGroup, únicamente tres de cada diez organizaciones en México adoptan una política inclusiva de manera intencionada. Esto ocurre a pesar de la existencia de la Norma 025 para la Igualdad y No Discriminación. De los cerca de 2 millones de empresas y negocios registrados en el país, sólo 460 cuentan con la certificación de esta norma.

Sin embargo, el Índice de Inclusión Laboral para Personas con Discapacidad (IILPCD) reportó avances en 2023 por el aumento en el porcentaje de empresas con comités de diversidad e inclusión, que alcanzó el 80%, y una mayor participación de la Alta Dirección en dichos comités, con un 88%. Asimismo, se registró un crecimiento del 25% en la contratación de colaboradores con discapacidad, y el 70% de las organizaciones encuestadas abren todas sus vacantes a personas con discapacidad.

ENTIDADES FEDERATIVAS CON MAYOR INCIDENCIA DE DISCRIMINACIÓN



Alix Airam Trimmer Espinosa, fundadora de LAIN Laboral Interseccional, expresó que no existe una obligación legal de realizar estas capacitaciones y por lo tanto, sólo las empresas que están realmente comprometidas con la diversidad, han sido sancionadas o buscan algún beneficio comercial, sin compromiso real lo realizan, asimismo al no ser temas prioritarios no se les suele asignar un recurso importante para solventarlo.

“Las medidas para esta inclusión es volver obligatorio el cumplimiento de normativas como la NMX 025 en materia de no discriminación e igualdad laboral; reforzar las inspecciones y perfeccionar el requerimiento de contar con un protocolo para atención de casos de violencia, discriminación y acoso”.

Conforme el informe La diversidad importa aún más: Los argumentos a favor del impacto holístico, de Mckinsey & Company 2023, las empresas con mayor diversidad de género y origen étnico en sus equipos ejecutivos tienen, en promedio, un 9% más de posibilidades de superar a sus competidores. En contraste, las empresas con menor diversidad tienen un 66% menos de probabilidades de obtener mejores resultados financieros, frente al 27% en el pasado, lo que sugiere que la falta de diversidad está resultando más costosa.

Las sanciones por baja diversidad también se están intensificando; las empresas donde las mujeres ocupan más del 30% de los puestos directivos tienen más probabilidades de

superar a las que cuentan con un 30% o menos. Además, las empresas con mayor diversidad étnica en la dirección muestran un 27% más de ventaja financiera.

Alejandra Martínez Campos, responsable de Estudios del Mercado Laboral de Computrabajo México expresó que en los procesos de reclutamiento, lo primero que debe hacer el equipo para evitar sesgos es definir criterios de selección objetivos.

Esto implica poner atención en aspectos fundamentales, tales como la claridad en el perfil del puesto. “Es importante establecer una descripción de trabajo clara, que incluya las habilidades y competencias específicas requeridas. Evitar descripciones vagas es crucial, ya que pueden dar lugar a interpretaciones que confundan a los candidatos”.

Otro es la implementación de un enfoque de contratación estructurada, una entrevista estructurada, con un formato estandarizado donde se planteen las mismas preguntas a todos los candidatos, facilita una comparación objetiva de las respuestas.

Es fundamental mantener canales de comunicación abiertos. “Permitir que las personas expresen sus preocupaciones y sugerencias ayuda a mejorar el proceso de contratación”, es decir, recoger feedback de los candidatos, conocer cómo vivieron la experiencia, qué les gustó y qué podría mejorarse proporciona información valiosa para ajustar y mejorar continuamente el proceso de selección.



Donde haya una cultura organizacional que valore diversidad, valores e inclusión; donde las personas también se sientan valoradas y respetadas, no sólo por la actividad que realizan sino por el hecho de ser personas es lo que lleva al éxito”

Alejandra Martínez Campos, responsable de Estudios del Mercado Laboral de Computrabajo México

UN 75% DE LAS EMPRESAS EXPRESÓ QUE UTILIZARÍAN IA DENTRO DE SUS PROCESOS DE RECLUTAMIENTO EN ESTOS SIGUIENTES AÑOS DE ACUERDO CON MANPOWERGROUP.





Sensibilizar y capacitar, es sin duda la mejor y más útil herramienta. Mejorar la calidad de vida de las personas trabajadoras al ser espacios incluyentes y seguros, resulta en mejor calidad de trabajo, mejores resultados y mayor utilidad"

Alix Airam Trimmer Espinosa, fundadora de LAIN Laboral Interseccional

Tras definir estos criterios, es esencial la formación de conciencia para el equipo de reclutamiento. "Es fundamental diseñar una estrategia de capacitación para preparar a quienes entrevistan, brindándoles información relevante sobre cómo los sesgos pueden influir en el proceso de selección". Una técnica efectiva es la simulación de entrevistas o ejercicios prácticos, para que el personal pueda identificar y corregir errores en tiempo real.

El año pasado, conforme informes de Deloitte y McKinsey & Company, el 77% de las organizaciones ya utilizan IA en recursos humanos. Esta tecnología permite seleccionar candidatos con mayor precisión y reducir el tiempo de contratación en un 30%, además facilita la identificación de patrones de desempeño y necesidades de capacitación, aumentando en un 40% la retención de empleados en empresas pioneras.

En 2024, el 42% de las empresas utiliza IA para tareas administrativas de recursos humanos, una función clave considerando que estos equipos dedican hasta el 57% de su tiempo a dichas gestiones, según Deloitte. Y un informe de Deel muestra que el 46% de los líderes del área de talento reconoce que la IA mejora su capacidad de análisis, y el 28% la emplea para optimizar el proceso de incorporación de empleados.

En el país en 2023, el 22% de las empresas ya utiliza IA para procesos de reclutamiento, según un análisis de Experis de ManpowerGroup. Sin embargo, sólo el 38% de los candidatos se siente cómodo con un proceso totalmente automatizado, prefiriendo la interacción humana.

Asimismo, reveló que el 51% de los candidatos está dispuesto a realizar entrevistas mediante Realidad Virtual, y casi el 60% estaría abierto a participar en ferias de empleo con esta tecnología.

Alejandra Martínez Campos, responsable de Estudios del Mercado Laboral de Computrabajo México, precisó que no se puede dejar de lado el uso de herramientas de evaluación donde es recomendable implementar pruebas de habilidades o evaluaciones que ayuden a medir el desempeño de los candidatos en situaciones relevantes para la posición, así como la implementación de herramientas tecnológicas también puede ayudar al profesional de recursos humanos.

"Tenemos que ser más estratégicos que nunca, hoy la vida nos ha regalado la oportunidad de echar mano de herramientas tecnológicas para optimizar procesos, pero sin duda, ese aporte humano que solamente nosotros le podemos dar a las cosas es lo que marca grandes diferencias y lo que permite construir cosas extraordinarias".

Así las especialistas conciliaron que la diversidad es una realidad innegable, la inclusión, es un trabajo que involucra a todas las personas de las organizaciones, pues la mejora de los espacios de trabajo es una meta que se deben adoptar como protagonista, y no sólo por los beneficios que representa, sino porque es la manera de respetar los derechos que, por el simple hecho de ser personas, corresponden a los colaboradores de cualquier empresa. ➔





CONVIÉRTETE EN EL HÉROE
QUE TU AUTO NECESITA



ASEGÚRALO AL
***262 (*ANA)**



#EstasEnBuenasManos



anaseguros.com.mx



Grupo
Valore

IA

revoluciona la cosmética

ENTRE 9 MIL Y 10 MIL MILLONES DE DÓLARES AUMENTARÁ LA ECONOMÍA DE LA INDUSTRIA DE LA BELLEZA A NIVEL GLOBAL GRACIAS A LA IA GENERATIVA

LAURA HERNÁNDEZ VILLEGAS

La Inteligencia Artificial avanza a un ritmo acelerado, transformando diversas industrias como ocurre con la cosmética y el sector del cuidado personal y del hogar, en la cual ya se pueden ver varios desarrollos en materia de investigación de ingredientes para el desarrollo de productos, la experiencia del cliente y la interacción con las marcas, así como apps virtuales de reconocimiento facial, entre otras.

Las empresas de cuidado personal están adoptando soluciones basadas en IA generativa para lograr avances significativos en la personalización, eficiencia y sostenibilidad dentro del sector. Esta tecnología tiene la capacidad de analizar las características de la piel para realizar diagnósticos precisos para detectar problemas como deshidratación, pérdida de elasticidad, pigmentación, signos de envejecimiento, entre otros, a fin de ofrecer los tratamientos adecuados de manera personalizada.

Los algoritmos de aprendizaje automático analizan grandes cantidades de datos científicos y químicos para identificar ingredientes eficaces y seguros para ayudar a las marcas a ajustar sus fórmulas para crear nuevos productos de acuerdo con las necesidades específicas de los clientes.

Ejemplo de ello es la marca cosmética L'Oréal que en colaboración con la compañía de tecnología IBM han desa-

Para **2030** el tamaño del **mercado de la IA** alcanzará en valor por arriba de los **800 mil millones de dólares**: Statista

Desarrollado un modelo de IA que analiza datos de formulación de cosméticos, facilitando el uso de materias primas sostenibles y reduciendo los residuos. Además, este modelo aumenta la capacidad de los equipos de Investigación e Innovación cosmética para alcanzar un mayor rendimiento y satisfacción del consumidor al evolucionar la forma en que experimentamos y percibimos los productos cosméticos.

Cabe mencionar que la IA también considera factores externos como el clima y la radiación UV para ajustar las recomendaciones de productos para su uso en diferentes temporalidades.

La IA aplicada en neurocosmética contribuye a procesar datos sobre cómo ciertos ingredientes interactúan con los receptores neuronales en la piel, acelerando el desarrollo de productos que logran resultados específicos, como la reducción del estrés o la mejora del estado de ánimo de las personas.

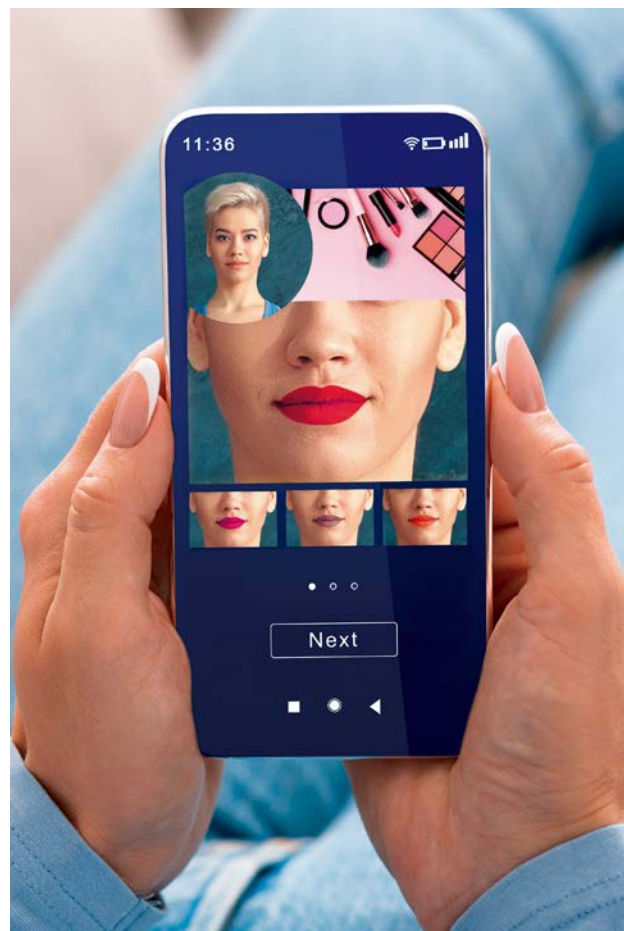
Se prevé que la IA generativa aumentará entre 9 mil y 10 mil millones de dólares la economía de la industria de la belleza a nivel global. Según estimaciones de la consultora McKinsey, se prevé que para el 2027 el sector del cuidado personal alcance un valor en el mercado global de 580 mil millones de dólares. Mientras que datos de Statista señalan que para 2025 el tamaño del mercado de la IA alcanzará los 243 mil millones de dólares y para 2030 cuadruplicará su valor por arriba de los 800 mil millones de dólares.

EXPERIENCIA DEL CLIENTE, MEJORADA

Por otra parte, la tecnología de realidad aumentada (AR) combinada con la IA permite que los consumidores puedan probar virtualmente los productos de cuidado personal antes de adquirirlos. Hoy en día podemos encontrar aplicaciones móviles que permiten simular cómo se vería una base de maquillaje en el rostro de un usuario basándose en su tono de piel y características faciales; o bien, evaluar el tinte de cabello que mejor luzca.

De igual manera, la IA contribuye a que las empresas puedan llevar a cabo estrategias de marketing personalizado, mediante el análisis de los datos del comportamiento del cliente, sus gustos, preferencias, historial de compras e interacciones en línea. Los chatbots y asistentes virtuales también facilitan la atención con los usuarios dando respuesta a sus dudas, gestionando reservas y brindando consejos de belleza.

Carlos Berzunza, presidente ejecutivo de la Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos y de la Asociación Nacional de la Industria de Productos del Cuidado Personal y del Hogar (Canipepec), destacó que la IA generativa está cambiando la experiencia del consumidor y la manera de interactuar con las marcas de belleza.



“En el caso de las marcas de belleza, se observa una mayor inversión en tecnología tanto para el desarrollo de ingredientes, como de dispositivos de IA que facilitan la personalización y atención al consumidor”.

Berzunza refiere que han identificado una inclinación por parte de los usuarios hacia las aplicaciones tecnológicas que tienen como fin mostrar diversos productos antes de adquirirlos, lo que les permite evaluar y seleccionar los más adecuados a su tipo de piel, gustos y estilo de vida. Con el reconocimiento facial, es posible detectar las diferentes partes del rostro, lo cual ayuda a personalizar y a ver cómo diferentes tonos de los productos se ven aplicados en las personas.

Datos de la Canipepec muestran que el 56% de los mexicanos está dispuesto a probar artículos de belleza y de cuidado personal en el metaverso, que en la vida real no usarían. En tanto que el 50% de las consumidoras mexicanas estarían dispuestas a compartir sus datos biométricos personales con marcas de belleza para obtener productos cosméticos personalizados. Por su parte, un 28% estarían interesados en una aplicación móvil que lea sus genes con la finalidad de crear productos particulares para el cuidado de su piel.

Para concluir, el presidente ejecutivo de la Canipepec agrega que la IA generativa también facilitará que las compañías puedan obtener data e incluso sentimientos que generan ciertos productos en los usuarios. ➤



DIVERSIDAD QUE DECIDE

ZACATECAS TIENE EL MAYOR PORCENTAJE DE POBLACIÓN CON DISCAPACIDAD: 11.2%, SEGÚN LA ENADID 2023

DIEGO ALEJANDRO TELLO

En un mundo empresarial cada vez más competitivo, la diversidad se ha convertido en un factor clave para la innovación y el crecimiento. Sin embargo, la inclusión de mujeres y personas con discapacidad en puestos de toma de decisiones sigue siendo un desafío en México. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), sólo el 40.6% de las personas con discapacidad en edad de trabajar están económicamente activas, una cifra que contrasta con el 68% de la población sin discapacidad. Esta brecha refleja

una falta de oportunidades, además de un potencial desaprovechado para las empresas.

Mayra Patricia Toledo Valverde, Gerente de Operaciones de Connecta Partners, destacó que la inclusión de mujeres en puestos estratégicos ha demostrado ser un motor de cambio. “Cada vez más mujeres ocupan posiciones de liderazgo, lo que enriquece la cultura organizacional y aporta nuevas perspectivas”.

Recientemente, el Inegi dio a conocer los resultados del Censo Económico 2024, en el que se señaló que en los últimos 5 años, en nuestro país, las mujeres aumentaron su participación en las actividades económicas. Mientras que en 2018 las mujeres representaban 41.3% del total del personal ocupado, en 2023 su participación representó 43.6 por ciento.

Por su parte, Cristóbal Getsemani Sánchez Calvillo, director general del Instituto Mexicano de Turismo y Accesibilidad (IMETAC), enfatizó la importancia de eliminar barreras para las personas con discapacidad.

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



“La inclusión no es sólo una cuestión de responsabilidad social; es una oportunidad para que las empresas aprovechen el talento y la experiencia de personas que históricamente han sido excluidas”. Sin embargo, advierte que aún existen desafíos significativos, como la falta de accesibilidad física y la necesidad de adaptaciones razonables en los lugares de trabajo.

En el mismo Censo Económico, que por primera vez se incluyó el indicador de Personal ocupado con alguna discapacidad, en 2023, se identificó que 101 mil 184 unidades económicas empleaban a personas con algún tipo de discapacidad. La más frecuente fue dificultad para ver, incluso al usar lentes, la menos común fue dificultad para recordar o concentrarse.

La tecnología juega un papel crucial en este proceso. Tanto Mayra como Cristóbal coinciden en que herramientas como el teletrabajo y las tecnologías asistidas facilitan la inclusión y mejoran la eficiencia. “Las tecnologías asistidas permiten a las personas con discapacidad desempeñarse de manera autónoma y productiva, lo que beneficia tanto al empleado como a la empresa”, señaló Cristóbal.

A pesar de los avances que se perciben, según la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica (ENADID) 2023, las mujeres con discapacidad enfrentan una doble barrera: sólo el 31.3% participa en actividades económicas, en comparación con el 51.5% de los hombres con discapacidad. Esta disparidad refleja la necesidad de políticas más inclusivas y un cambio cultural en las organizaciones.

Uno de los mayores desafíos para las empresas es romper con conceptos preconstruidos. Mayra Toledo compartió que, durante su experiencia en el sector de la construcción, logró incrementar la contratación de mujeres en un 35% al enfocarse en habilidades técnicas y no en prejuicios de género. “La clave está en crear perfiles de puesto que valoren las capacidades y no los estereotipos”.

La Encuesta de Discriminación en la Ciudad de México (EDIS-2021), elaborado por el Consejo para Prevenir y Eliminar la Discriminación de la Ciudad de México (COPRED) “el trabajo representó el 36.9% de los testimonios recabados como el lugar donde más se manifestó la discriminación, en contraste con estas cifras, datos del área de atención del Consejo exponen que alrededor del 70% al 76% de las denuncias por discriminación que se reciben son actos cometidos en el ámbito laboral”. Los principales motivos que se identificaron fueron embarazo, condiciones de salud, género, discapacidad, identidad de género, apariencia física, edad, entre otras.



DISCAPACIDAD NO ES SINÓNIMO DE INCOMPETENCIA

Es así que Cristóbal Sánchez destacó que las empresas deben adoptar un enfoque más integral hacia la inclusión. “No se trata sólo de contratar personas con discapacidad, sino de crear un entorno donde puedan desarrollarse y contribuir plenamente”. Esto incluye desde la adaptación de infraestructuras hasta la implementación de tecnologías asistidas que faciliten su desempeño laboral.

Un ejemplo de esto es el uso de herramientas como software de lectura de pantalla o sillas de ruedas ergonómicas, que permiten a las personas con discapacidad realizar sus tareas de manera eficiente. “La tecnología además de eliminar barreras, también abre nuevas oportunidades para que las personas demuestren su potencial”, apuntó el directivo de IMETAV.

A nivel macro, los datos del Inegi revelan que mientras el 51.5% de los hombres con discapacidad participan en actividades económicas, sólo el 31.3% de las mujeres con discapacidad lo hacen. Esta brecha refleja la necesidad de políticas públicas y empresariales que fomenten la igualdad de oportunidades para todos.



La diversidad en la toma de decisiones no sólo beneficia a las mujeres, sino que impulsa la productividad, la innovación y la resiliencia organizacional”

Mayra Patricia Toledo Valverde, Gerente de Operaciones de Connecta Partners

PERSONAL OCUPADO SEGUN TIPO DE DISCAPACIDAD

- Ver aun usando lentes, **114,721**
- Caminar, subir o bajar escaleras, **56,770**
- Oír aún usando aparato auditivo, **16,968**
- Hablar o comunicarse, **11,997**
- Recordar o concentrarse, **10,714**

FUENTE: CENSO ECONOMICO 2024, INEGI

kipling®



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



@kiplingmexicooficial

kiplingmexico.com



LA INCLUSIÓN NO SE LIMITA A LA CONTRATACIÓN

Mayra enfatiza la importancia de establecer esquemas flexibles que permitan a las mujeres equilibrar su vida laboral y personal. “El teletrabajo y los horarios híbridos son una excelente opción, especialmente para mujeres con responsabilidades familiares”, compartió. Estas prácticas además de mejorar la retención de talento, también aumentan la productividad y el compromiso de los empleados.

En este sentido, sugirió que las empresas implementen programas de mentoría y redes de apoyo para mujeres. “Estos espacios permiten a las colaboradoras fortalecer sus habilidades y construir relaciones que impulsen su crecimiento profesional”.

La inclusión de mujeres y personas con discapacidad en puestos de liderazgo más allá de ser una cuestión de equidad, también puede ser una estrategia inteligente para las empresas que buscan crecer y mantenerse competitivas. Como bien lo expresó Mayra Patricia Toledo Valverde, gerente de Operaciones de Connecta Partners, “la diversidad en la toma de decisiones no sólo beneficia a las mujeres, sino que impulsa la productividad, la innovación y la resiliencia organizacional”.



La inclusión de personas con discapacidad no es un gasto, es una inversión que genera valor para las empresas y la sociedad”

Cristóbal Getsemani Sánchez Calvillo, Director General del Instituto Mexicano de Turismo y Accesibilidad (IMETAC)

A su vez, Cristóbal Getsemani Sánchez Calvillo, director general del IMETAC hizo hincapié en que “la diversidad no es sólo una cuestión de números, es una oportunidad para enriquecer la cultura organizacional y mejorar la toma de decisiones”.

Recordemos que, de acuerdo con la Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo, “La Inclusión Laboral es la creación de condiciones favorables para la participación de personas en situación de vulnerabilidad dentro del mercado laboral sin discriminación y con igualdad de oportunidades en el acceso, permanencia, remuneración y ascenso en el empleo”. ➔

MUJER 
EJECUTIVA



Unidas
por la
igualdad de género

Apps un apoyo para las mujeres

LAS APLICACIONES DEMUESTRAN QUE LA TECNOLOGÍA PUEDE SER UNA ALIADA EN LA AUTONOMÍA DE LAS MUJERES

JESICA DIONICIO HERNÁNDEZ

La tecnología ha revolucionado el panorama empresarial para las mujeres, ofreciendo herramientas que facilitan desde la gestión del tiempo hasta la seguridad personal. Aplicaciones diseñadas específicamente para mujeres permiten optimizar la agenda con funciones de citas, asegurando una mejor organización y eficiencia en la programación de reuniones clave.

Además, en la era digital actual, la tecnología ha demostrado ser una aliada para mejorar la calidad de vida y proporcionar herramientas específicas que benefician a las mujeres en múltiples aspectos. Desde la salud y el bienestar personal hasta el empoderamiento económico y la seguridad, estas aplicaciones están diseñadas para abordar necesidades particulares con soluciones innovadoras.



No podemos dejar de mencionar que la participación de las mujeres en la tecnología y digitalización es fundamental para el desarrollo global. Sin embargo, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), sólo el 17% de las personas que trabajan en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en México son mujeres siendo partícipes de apps pensadas y desarrolladas por mujeres programadoras, pensando en las necesidades de muchas como para las reuniones, citas importantes o alguna rutina.

LA TECNOLOGÍA EN EL AMOR

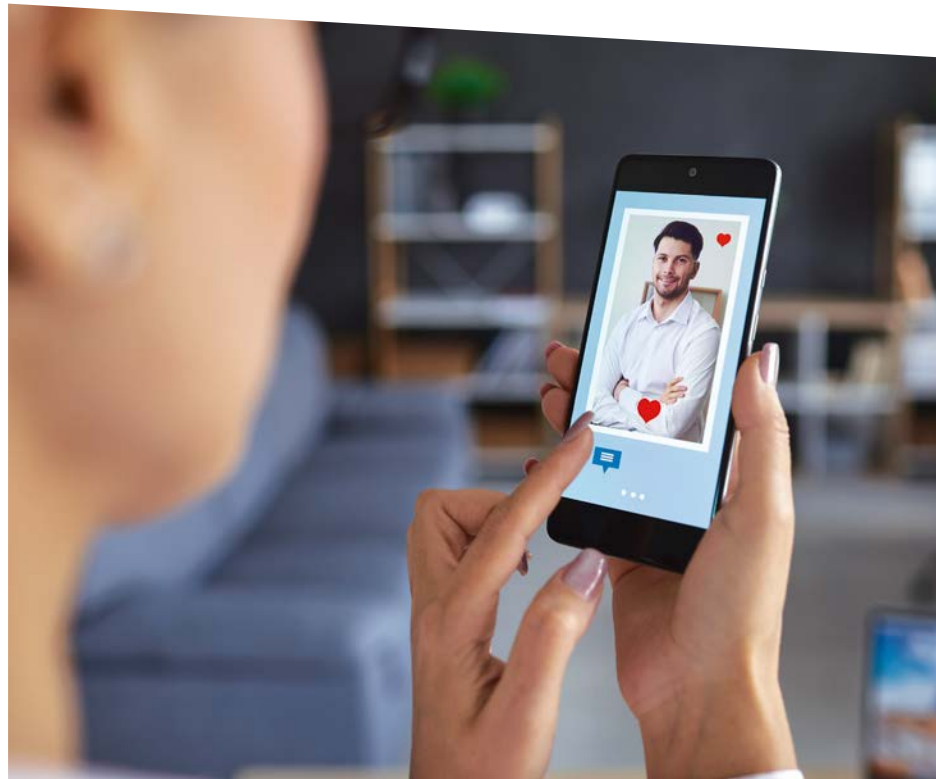
El “boom” de las aplicaciones de citas se ha reforzado en los últimos años, por ejemplo, Bumble, es la única de las apps de citas con el enfoque “las mujeres dan match primero”, el valor de las acciones de esta app aumentó de 43 a 76 dólares, con ganancias para la compañía de 2 mil 150 millones de dólares.

En entrevista con Marcela Millán, gerente senior de Comunicación para Latinoamérica de Bumble, mencionó que la idea de permitir que las mujeres inicien las conversaciones surgió de la necesidad de crear un ambiente seguro y equitativo. En las primeras etapas de muchas aplicaciones de citas, las mujeres no tenían control sobre sus interacciones. A menudo, el proceso estaba diseñado para que los hombres fueran los que tomaran la iniciativa, es así que la app cambió esto al dar a las mujeres el poder de hacer el primer movimiento, un paso hacia la autonomía en el ámbito digital.

Un aspecto que se ha destacado es cómo esta experiencia ha influido no sólo en la vida amorosa, sino también en otros aspectos. Un estudio realizado por la misma aplicación en 2023, reveló que las mujeres que se atreven a dar el primer paso en sus relaciones sentimentales también tienden a ser más asertivas en otros ámbitos de su vida, como el trabajo o la gestión de su bienestar personal.

De acuerdo con Statista, se proyecta que los ingresos que se generarán por los servicios de citas online en México al 2028, será por encima de los 14 millones de dólares. En 2023, las aplicaciones que mayor porcentaje de usuarios tuvo en México fue Tinder, seguida de Bumble y Grindr. De hecho, en ese mismo año se contabilizaron 5.5 millones de usuarios. En Latinoamérica, es Brasil el país con el mayor número de usuarios de apps de citas.

Estas cifras se refuerzan con un reciente



Entendemos que la innovación avanza rápidamente y es nuestra responsabilidad adaptarnos a las nuevas tecnologías para garantizar un servicio de calidad que responda a las necesidades de nuestras usuarias"

Mónica Vargas,
Cofundadora de SOSfem

estudio de The CIU, que refleja que actualmente, el 63% de los mexicanos está en una relación de pareja, y de este valor, el 19% de ellos conoció a su pareja en una app de citas. Aunado a lo anterior, los criterios al momento de hacer “match” son la edad en primer lugar, seguido por los intereses en común y finalmente que la persona esté soltera.

Aunado, 4 de cada 100 usuarios que actualmente tienen pareja, invirtieron en una suscripción premium para acceder a beneficios como “likes” ilimitados y mayor visibilidad del perfil.

BIENESTAR PERSONAL EN LO DIGITAL

La tecnología continúa desempeñando un papel fundamental en la vida de las mujeres, ofreciendo herramientas que no sólo facilitan la gestión empresarial, sino que también mejoran su bienestar personal. Una de estas herramientas es la aplicación de seguimiento del ciclo menstrual, que va más allá de ayudar en la planificación familiar para también optimizar la organización del tiempo y la productividad.

Para muchas mujeres, la capacidad de prever y adaptarse a cambios físicos y emocionales durante su ciclo menstrual es crucial para

gestionar eficazmente sus agendas y compromisos profesionales. Estas aplicaciones modernas ofrecen funcionalidades avanzadas como la predicción precisa de períodos y ovulación, así como la capacidad de registrar síntomas físicos y emocionales diarios.

Al utilizar estas aplicaciones, las empresarias pueden anticipar y ajustar sus calendarios de trabajo y reuniones en función de su energía, concentración y niveles de estrés. Esto no solo contribuye a una mejor planificación del tiempo, sino que también promueve una mayor autocomprensión y bienestar general.

Además, estas herramientas tecnológicas están diseñadas con la privacidad y la seguridad en mente, permitiendo a las usuarias almacenar datos sensibles de manera confidencial y acceder a análisis detallados que pueden informar decisiones tanto personales como profesionales.

MUJERES SEGURAS

En el ámbito de seguridad en México y en otros lugares cuentan con varias aplicaciones diseñadas para la protección de las mujeres, en la Encuesta Nacional de Seguridad Pública Urbana que realiza el Inegi, se menciona que en diciembre de 2024, el 67.8% de mujeres consideran que vivir en su ciudad se siente inseguro.

Aplicaciones especializadas proporcionan funciones avanzadas como alertas de emergencia y seguimiento de ubicación en tiempo real, brindando tranquilidad a las mujeres empresarias mientras viajan o trabajan en entornos desconocidos, tal es el caso de la aplicación SOSFem en la que se pueden asignar tres contactos de emergencia a los que se les envía la ubicación en tiempo real y notifica si te encuentras en peligro.

El concepto de esta app es darle a las mujeres una solución digital para un mejor control y conocimiento de la ubicación de cada una de ellas. Además, notifica a los contactos de la usuaria cuando llega a su destino, fortaleciendo la seguridad personal y colectiva al mantener informados a familiares y amigos. Permite hacer un seguimiento de tus ubicaciones a través del rastreo por GPS, mandar mensajes con ubicación, establecer un horario para chequeos diarios y utilizar zonas seguras.

“Uno de los mayores desafíos que hemos enfrentado, al igual que otras aplicaciones similares, es la falta de apoyo gubernamental. Como emprendedoras, mantener una app como SOSFem implica altos costos ope-



rativos. Para garantizar su funcionamiento, tenemos dos modelos de negocio: suscripciones adquiridas por las usuarias dentro de la app y la venta de licencias al sector público y privado”, comentó Mónica Vargas, cofundadora de la aplicación móvil.

Es fundamental que este tipo de aplicaciones se adapten a las necesidades y características específicas de cada región para asegurar su buen funcionamiento ayuda a conocer mejor las necesidades locales, como protocolos de atención a víctimas de violencia de género, número de denuncia y puntos seguros,

“Esta herramienta tecnológica ha ayudado a las mujeres en estar y sentirnos más seguras, por ejemplo, la geolocalización en tiempo real, el alertamiento a contactos de confianza y autoridades locales de manera inmediata, sin dejar atrás el poder registrar evidencia mediante audio, video o imágenes refuerza la sensación de estar protegidas. En esencia, estas aplicaciones no sólo mejoran la respuesta ante emergencias, sino que también contribuyen a reducir el miedo y la vulnerabilidad en nuestro día a día, promoviendo un entorno más seguro y confiable”, aseguró Vargas.

De acuerdo con la UNESCO las mujeres tienen un 25% menos de probabilidades que los hombres de saber aprovechar la tecnología digital para fines básicos. Es por ello que se ha comprometido a garantizar que todas tengan acceso en los desarrollos tecnológicos. ➡



Todas las personas que están detrás de Bumble siempre están pensando en cómo tener una mejor experiencia para la comunidad, cuando nos habla de sus necesidades o sus vivencias es inteligencia pura que nos sirve para mejorar y para establecer cómo podemos continuar brindándoles este servicio de una manera que ellos y ellas disfruten más y se relajen”.

Marcela Millan, Senior PR Manager de Bumble México

VUELA HACIA EL LUJO INFINITO

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



 +52 55 4264 3547

 @mm_aviacionprivada

 www.mmaviacionprivada.com



Hay que crear *entornos de inclusión*

JESICA DIONICIO HERNÁNDEZ

En el contexto actual, la inclusión de género en las empresas de nuestra región muestra avances y retos significativos. Aunque la participación de las mujeres en los espacios de toma de decisiones ha tenido un crecimiento en ámbitos como la política, el sector empresarial aún presenta una baja representación femenina. De acuerdo con el Instituto Mexicano para la Competitividad, A.C. (IMCO) la presencia de mujeres en los consejos directivos de las empresas más grandes del país aún es escaso.

Las mujeres ocuparon 11% de los asientos del consejo de administración de las compañías analizadas. Este porcentaje es el mismo para las que cotizan en el mercado accionario y aumenta a 13% para las empresas del mercado de deuda.

En la investigación En Búsqueda de la Igualdad de Género: Avances y retos para el sector privado en México, que realizó la Corporación Financiera Internacional (IFC) en conjunto con el Gobierno de Japón, se menciona que se ha demostrado que la gran cantidad de mujeres en puestos de liderazgo se relaciona positivamente con mejores estándares ambientales, sociales y de gobernanza, conduciendo a un mejor desempeño empresarial y un crecimiento inclusivo.

LA CULTURA INCLUSIVA EN LAS EMPRESAS PROMUEVE UN AMBIENTE DIVERSO QUE POTENCIA LA CREATIVIDAD, LA PRODUCTIVIDAD Y EL BIENESTAR DE LOS EMPLEADOS

Asimismo, el documento del IFC refiere que “en México, la brecha de representación de las mujeres se agudiza en los cargos de liderazgo. Según el Foro Económico Mundial, en el 2021, sólo el 15% de las empresas mexicanas cuenta con una mujer en la posición directiva más alta (CEO o equivalentes)”.

Daphne Cuevas Ortiz, secretaria de las Mujeres de la Ciudad de México, en entrevista, comentó que una de las estrategias propuestas para avanzar en temas de inclusión es la implementación de medidas afirmativas, como acciones concretas que favorezcan el crecimiento del liderazgo femenino.

Una de las estrategias del gobierno federal se relaciona con la asignación de compras públicas, pues dijo, “un porcentaje de éstas se otorga a compañías lideradas por mujeres, reconociendo el impacto positivo que estas empresas pueden tener en la economía. Además, se cuenta con el Reconocimiento Empresas Comprometidas con la Igualdad de Género; el cual se está consolidando como un distintivo valioso en el ámbito empresarial, generando una competencia positiva entre las organizaciones por ser pioneras en este campo”.

Las empresas están tomando medidas necesarias para crear prácticas laborales más inclusivas. Asimismo, están dando prioridad al compromiso del personal y abriendo las puertas para permitir el acceso del talento femeni-



no. Estas compañías que nombran a mujeres directivas se vuelven más abiertas al cambio y menos expuestas a los riesgos, cambian el enfoque de las fusiones y adquisiciones a la investigación y el desarrollo.

A FAVOR DE LAS MUJERES

A nivel institucional, la Secretaría de las Mujeres de la Ciudad de México ha mostrado un compromiso firme con la igualdad de género a través de políticas públicas que integran la perspectiva de género en los programas sociales y en la atención a la violencia de género. La creación de espacios de capacitación y acompañamiento para las mujeres empresarias ha sido esencial para fortalecer sus capacidades y permitirles acceder a recursos que fomenten su autonomía económica.

Por ejemplo, dijo la secretaria, “la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresa (AMMJE) tiene vínculos para formalizar actividades de ventas con las emprendedoras conocidas como Nenis. Estas mujeres que empezaron a vender productos o servicios para generar ingresos, especialmente durante la pandemia, representan un movimiento económico en constante crecimiento”.

Recordemos que la Secretaría de Economía señaló que “se estima que 1.2 millones de mujeres en México forman parte de las Nenis, una comunidad cuyo modelo de negocio generó un

estimado de 80.2 mil millones de pesos en el año 2023, lo cual equivale a un 9% del valor de las ventas al menudeo de bienes y servicios a través de redes sociales en el país. Su esfuerzo contribuyó al bienestar económico de 4.9 millones de personas que habitan en sus hogares”.

La Ciudad de México ha adoptado una serie de estrategias y políticas públicas centradas en la inclusión de las mujeres en diversos ámbitos, con un enfoque integral que abarca desde la participación económica hasta la erradicación de la violencia de género.

En este contexto, el gobierno de la ciudad asume un rol clave como órgano rector en la implementación de políticas con perspectiva de género, lo que asegura que todos los programas y acciones sociales se alineen con los principios de igualdad de género.

Respecto a la Inclusión de las Mujeres en las Empresas y la Políticas de Igualdad de Género en la Ciudad de México, uno de los principales mandatos de la administración actual es garantizar que la política pública que se despliega en la ciudad tenga una mirada de género, contribuyendo de manera efectiva a la igualdad.

En este sentido, el gobierno de la Ciudad de México ha trabajado activamente para revisar y dictaminar las reglas de operación de más de 400 programas sociales en el periodo de noviembre a enero. Esto incluye la evaluación de los lineamientos de todos los programas sociales, tanto a nivel central como en las alcaldías, para asegurar que cuenten con perspectiva de género y puedan ser aprobados para recibir recursos que permitan su correcta ejecución.

Además, otro de los objetivos esenciales del gobierno es la atención, prevención y erradicación de la violencia de género. La titular de la Secretaría de las Mujeres de la CDMX compartió que en cada alcaldía, se han establecido unidades territoriales especializadas donde las mujeres reciben atención integral. Precisó que estos espacios no sólo brindan consulta psicológica y asesoría jurídica, sino también apoyo social y formación para la autonomía económica.

En estas unidades, las mujeres pueden acceder a talleres y capacitaciones que les permiten adquirir herramientas para su empoderamiento y desarrollo económico, lo que es clave para su independencia y para tomar decisiones autónomas sobre sus vidas.

La asistencia jurídica es otro pilar fundamental, donde las abogadas especializadas cumplen un papel crucial. Ellas acompañan a las mujeres que desean levantar una denuncia por agresión o violencia, garantizando que el proceso judicial avance sin obstáculos.



Aunque las mujeres tengan mayor formación académica y conocimiento, nuestra ciudad todavía enfrenta una brecha salarial importante. Por eso, una de nuestras prioridades es trabajar para reducir esta brecha, porque es uno de los aspectos en los que no hemos logrado los mismos avances que en otras áreas”.

Daphne Cuevas Ortiz,
Secretaria de las Mujeres de la
Ciudad de México



Cabe señalar que muchas veces, las mujeres enfrentan la desestimación de sus denuncias, pero las abogadas están presentes para asegurar que las fiscalías actúen y se abran las carpetas de investigación correspondientes. Además, reciben orientación y apoyo en la solicitud de medidas de protección ante los jueces.

Finalmente, el gobierno de la Ciudad ha identificado áreas de oportunidad para generar soluciones a las problemáticas que enfrentan las mujeres. A través de un enfoque integral, se busca transformar la estructura social y económica para promover la igualdad sustantiva en la ciudad. Las políticas públicas no sólo se enfocan en la prevención de la violencia, sino también en el desarrollo integral de las mujeres, asegurando que tengan las herramientas necesarias para crecer en todos los aspectos de su vida, desde su autonomía económica hasta su bienestar personal.

Estas acciones, que combinan la promoción de derechos con la atención directa a las mujeres, buscan no sólo eliminar la violencia de género, sino también fomentar un entorno donde las mujeres puedan participar activamente en todos los aspectos de la sociedad, incluida la economía y el ámbito laboral. En este sentido, la inclusión de las mujeres en las empresas es una parte fundamental de la transformación que está ocurriendo en la ciudad, buscando garantizar que las mujeres tengan las mismas

oportunidades de acceso y desarrollo en todos los sectores laborales.

URGE UN CAMBIO DE FONDO

Sin embargo, el camino hacia una verdadera inclusión no es sencillo. A pesar de que las mujeres han logrado avanzar, persisten desafíos como la resistencia de algunos sectores y la falta de confianza en las capacidades de liderazgo.

Es esencial seguir impulsando un cambio cultural que desafíe las concepciones tradicionales sobre el rol de la mujer en la economía y el liderazgo, promoviendo una cultura inclusiva en la que las mujeres tengan un espacio real de participación.

El mensaje final que destacó Daphne Cuevas, secretaria de las Mujeres en la Ciudad de México, es la importancia de lograr que las mujeres alcen su voz, tomen decisiones y se conviertan en líderes visibles en todos los sectores, incluido el empresarial.

No se trata sólo de garantizar los derechos de las mujeres, sino de crear un entorno donde ellas puedan ejercer su plena autonomía, acceder a los mismos recursos y oportunidades que los hombres y contribuir al progreso colectivo.

Sin dudar, dijo que este es un trabajo conjunto, que requiere la colaboración de todos los actores sociales, las empresas, los gobiernos y la sociedad civil para generar un cambio real pero sobre todo sostenido en la inclusión de género en el ámbito empresarial. ➤

cocina con **confianza**

Hamilton Beach®



¡Contigo en todo momento!



MÁS ALLÁ DE LAS BRECHAS DE GÉNERO

LAURA HERNÁNDEZ VILLEGAS

EL 8M NOS INVITA A REFLEXIONAR SOBRE LO QUE ESTAMOS HACIENDO HOY PARA IMPULSAR A OTRAS MUJERES PARA ERRADICAR LAS DESIGUALDADES DE GÉNERO EN TODOS LOS ÁMBITOS

Desde 1911, cada 8 de marzo se conmemora el Día Internacional de la Mujer, una fecha para reconocer y visibilizar el trabajo que millones de mujeres realizan en todos los entornos para erradicar la desigualdad y la discriminación que aún enfrentan muchas en todo el mundo, y al mismo tiempo crear conciencia sobre la importancia de proteger y garantizar sus derechos.

Sin duda, los desafíos de ser mujer, en todos los ámbitos, son muchos. A lo largo del tiempo, las mujeres hemos tenido que enfrentar obstáculos de toda índole, cada una desde su propia realidad, entorno y circunstancias de vida.

Algunas han tenido que desafiar su propio clan familiar para ir detrás de sus sueños de estudiar una profesión, hay quienes incluso han roto lazos familiares, no porque ellas quisieran, sino porque las circunstancias y a veces los propios padres las expulsaron de su núcleo por no seguir las normas y costumbres quizás de quedarse en casa y cuidar de los padres, de formar su propia familia sin aspirar a más o bien de seguir la tradición familiar de dedicarse a una determinada profesión para continuar con el legado.



43% de la fuerza laboral mexicana está conformada por mujeres

Sólo el **16% de las mujeres** acceden a la alta dirección

Pero gracias a esas primeras guerreras incansables que se atrevieron a salir de lo establecido, que tuvieron la determinación para alzar la voz y decir 'yo no quiero esto', hoy en día muchas otras pueden soñar en grande y convertirse en todo lo que ellas mismas puedan imaginar, desde abogadas, maestras, arquitectas, astronautas, ya no hay límites, las profesiones exclusivas para el género masculino afortunadamente se están acabando.

Antes era imposible pensar en que una mujer pudiera ser astronauta, científica, política, y hoy tenemos a la primera mujer presidenta en México, y esto representa una ventana de luz que desde hace años estaba ahí, y que muchas mujeres volteaban a ver, pero pocas se atrevieron a abrir, y hoy todas podemos mirar a través de la misma. Ya no hay pretextos, porque detrás de una vienen millones de mujeres decididas a lograr lo mismo que quienes las antecedieron e incluso superarlas, pero desde una competencia sana, y con el compromiso de impulsar a otras para que también puedan alcanzar el éxito.

Cuando las mujeres logremos acabar con la idea errónea de que los hombres son superiores a nosotras, e incluso con nuestros propios prejuicios y estereotipos hacia otras mujeres, entonces podremos decir que hemos dado el gran paso hacia la igualdad; porque hay que reconocer que nosotras mismas señalamos, discriminamos y ponemos obstáculos a otras mujeres, incluso descalificamos sus logros y su valor como personas cuando consiguen mejores posiciones laborales o condiciones favorables en cualquier ámbito de la sociedad.

El 8M nos invita a reflexionar sobre nuestras propias acciones, en qué estamos haciendo hoy para impulsar a nuestras hermanas, amigas, compañeras de trabajo, incluso a nuestras propias hijas. Todas queremos mejores oportunidades de empleo y mejores sueldos, pero muchas veces, como jefas o dueñas de empresas perpetuamos la desigualdad económica y de oportunidades profesionales entre mujeres y hombres.

A pesar de los avances que se han tenido en los diversos sectores económicos para garantizar la inclusión y diversidad laboral, la brecha salarial sigue siendo una problemática latente.

Según datos de las Naciones Unidas, a nivel global la brecha salarial de género es

del 23%; es decir que ellas ganan el 77% de lo que perciben ellos por trabajos de igual valor; y la diferencia es mayor para las mujeres de color, migrantes, las que tienen alguna discapacidad o son madres.

En México, la situación no es diferente, de acuerdo con el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), la brecha salarial de género se sitúa en 15.6%. Cabe decir que en el país el 43% de la fuerza laboral está conformada por mujeres, sin embargo, su participación en direcciones generales es tan sólo del 3%, el 38% ocupa puestos de mando medio, y el 16% accede a la alta dirección.

Las empresas con modelos de trabajo flexible tienen el 36% de mujeres en puestos directivos, mientras que en aquellas con modelos presenciales la cifra es del 29%. Un estudio de 500 Global, reveló que la representación femenina a nivel CEO en las organizaciones de América Latina es del 14%, y el 37% cuenta con al menos una mujer en el nivel C-Level. Pero aun cuando ellas logran ocupar posiciones de liderazgo en el nivel CEO, la brecha salarial persiste, y la equidad salarial promedio es del 40 por ciento.

Por otra parte, factores como la maternidad y las responsabilidades de cuidado y las labores domésticas que se nos han atribuido durante años, también limitan la posibilidad de acceder a un cargo de poder con un mejor salario.

Ser mujer puede llegar a ser complicado, a veces se requiere el doble de esfuerzo para aspirar a posiciones de liderazgo, pero hemos demostrado que tenemos la capacidad de sentarnos en las mismas mesas para librar batallas y ganarlas con conocimiento y valentía.

Más allá de las brechas de género que aún persisten en diversos ámbitos, hay millones de mujeres trabajando para que existan nuevas oportunidades y un mejor futuro para todas, pero es necesario fomentar una cultura de sororidad para impulsar a todas aquellas que están a nuestro lado o que vienen detrás.

El 8M se celebra para recordar la valentía de todas las mujeres que desde sus particulares circunstancias, han logrado avances significativos que impulsan a avanzar hacia la equidad de género; al tiempo que invita a reflexionar sobre el trabajo que aún queda por hacer para cerrar las llamadas brechas de desigualdad entre mujeres y hombres. ➡

LAURA HERNÁNDEZ VILLEGAS

La violencia vicaria es una forma de violencia de género que se ejerce sobre los hijos para dañar a la mujer. Este tipo de agresión es considerada como la manifestación más cruel de violencia, en la que los pequeños son utilizados para maltratar y causar dolor a las madres, convirtiéndolos en víctimas directas.

El término fue acuñado en el 2012 por la psicóloga clínica argentina Sonia Vaccaro; quien refiere que en ocasiones el agresor puede maltratar o asesinar a los hijos para causar un daño mayor a la mujer, y así asegurarse que no se recuperará jamás al dañar a sus seres más queridos.

De acuerdo con la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, en materia de violencia vicaria aprobado por la Cámara de Diputados en marzo de 2023, este tipo de agresión "es la acción u omisión cometida en contra de una mujer, por la persona con la que tenga o haya tenido una relación de matrimonio, concubinato o relación de hecho, con la intención de causarle cualquier tipo de daño o sufrimiento, separarla de sus hijas e hijos y causar desapego en el vínculo materno-filial, utilizando la violencia".

IMPACTO EMOCIONAL Y ECONÓMICO

El 89% de las víctimas de este tipo de violencia experimentan un trauma emocional profundo, que puede manifestarse en trastornos como ansiedad y depresión. Este daño psicológico además de afectar el bienestar personal, también repercute en la capacidad para trabajar y mantener una vida económica estable. Se estima que las víctimas pueden perder hasta el 30% de sus ingresos anuales debido al ausentismo laboral o incapacidad para desempeñarse adecuadamente en sus trabajos.

Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS) se estima que a nivel mundial, aproximadamente 1 de cada 3 mujeres ha sufrido violencia física o sexual en algún momento de su vida, lo que incluye diversas formas de violencia machista, entre ellas la vicaria.

En el caso de nuestro país, no existen cifras oficiales sobre el número de víctimas de violencia vicaria. Sin embargo, entre el 2021 y 2022, la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) brindó apoyo y acompañamiento a 150 mujeres que experimentaron violencia vicaria.

Hijos

como escudos

89% DE QUIENES SUFREN ESTE TIPO DE AGRESIÓN EXPERIMENTAN UN TRAUMA EMOCIONAL PROFUNDO





Tú te encargas de las **ventas**
nosotros de la **logística de**
tus entregas.





57% de las mujeres víctimas de violencia vicaria son denunciadas por el mismo motivo, para que los menores queden al cuidado de la familia del agresor

En el mismo periodo, la violencia familiar contra menores de entre 1 y 17 años, agredidos por un padre o padrastro, se incrementó 14% a nivel nacional. El número de niñas, niños y adolescentes atendidos en los hospitales por violencia familiar ascendió a 22 mil 684; de estos, 4 mil 730 fueron perpetrados por el padre o padrastro de los menores, según estadísticas de la Secretaría de Salud. En el 86% de los casos el agresor amenazó a la mujer con hacerle daño a través de sus hijas e hijos.

Además, se sabe que el 57% de las mujeres que experimentan violencia vicaria son denunciadas por el mismo motivo, con el propósito de que los menores queden al cuidado de la familia del agresor. Datos del Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública, indican que en

2022 se reportaron más de 4 mil casos de homicidio doloso en mujeres, muchos de los cuales pueden estar relacionados con violencia vicaria.

AFECTACIONES EN LOS MENORES

Esta forma de violencia no sólo busca causar sufrimiento inmediato, sino perpetuar el control y el dolor a largo plazo. En muchas de las situaciones los agresores manipulan a los hijos para que se pongan en contra de la madre o incluso la agredan; en otros casos, estos pequeños son maltratados, lesionados o asesinados con el único fin de lastimar a la mujer.

Asimismo, entre las manifestaciones más comunes de este tipo de violencia destacan las amenazas de llevarse a los niños, quitarle la custodia, aprovechar la presencia de los hijos para insultar a la madre, hablar mal de ella, humillarla y amenazarla.

La violencia vicaria produce efectos devastadores en los niños quienes sufren un daño emocional y psicológico que puede durar toda la vida. Incluso pueden experimentar sentimientos de culpa, ansiedad, trastornos emocionales, alteraciones cognitivas, un deficiente procesamiento emocional y dificultad para socializar.

En México existen diversas organizaciones que trabajan para apoyar a las mujeres que son víctimas de este tipo de maltrato para ayudarlas a salir del ciclo de violencia y puedan recuperar su autonomía. Mujeres en Plural es una organización que brinda asesoría legal y acompañamiento emocional a las víctimas; mientras que la Red Nacional de Refugios ofrece apoyo psicológico y asilo a mujeres en situación de violencia.

De igual forma existen programas de apoyo dirigidos a los menores que han vivido violencia vicaria, con el objetivo de mitigar los efectos negativos y promover su bienestar, mediante terapias y apoyo emocional que les ayude a procesar sus experiencias, y al mismo tiempo proporcionarles las habilidades sociales que les permitan afrontar y superar esta situación. Algunos programas de atención infantil ofrecen espacios seguros donde los niños y niñas pueden recibir atención mientras sus madres acceden a servicios de asesoría y atención.

Finalmente, la violencia vicaria requiere atención urgente tanto por parte del gobierno como de la sociedad, por lo que resulta pertinente tomar acciones inmediatas para combatirla e implementar políticas públicas efectivas, y la creación de programas de apoyo específicos para proteger y garantizar un entorno seguro para todas las mujeres y sus hijos. >>



CUMBRE
DE LAS

200

MUJERES

MÁS IMPORTANTES DE MÉXICO

EL CANTORAL | 27 MARZO

8:30 am - 15:00 pm

MUJERES CREANDO
HISTORIAS DE ÉXITO

VISA

Walmart
México y Centroamérica



eeca

Quálitas
COMPANÍA DE SEGUROS



Banamex

WESS
2025
Women's Energy
and Sustainability
Summit



energiahoy

Greentology

adn40

THE CORE
THE LIVING HARMONY

SIN CULPA POR DESCANSAR

EN MÉXICO, EL
ESTRÉS LABORAL
OCASIONA PÉRDIDAS
QUE OSCILAN
ENTRE LOS 5 Y 40
MIL MILLONES DE
DÓLARES AL AÑO EN
LAS EMPRESAS

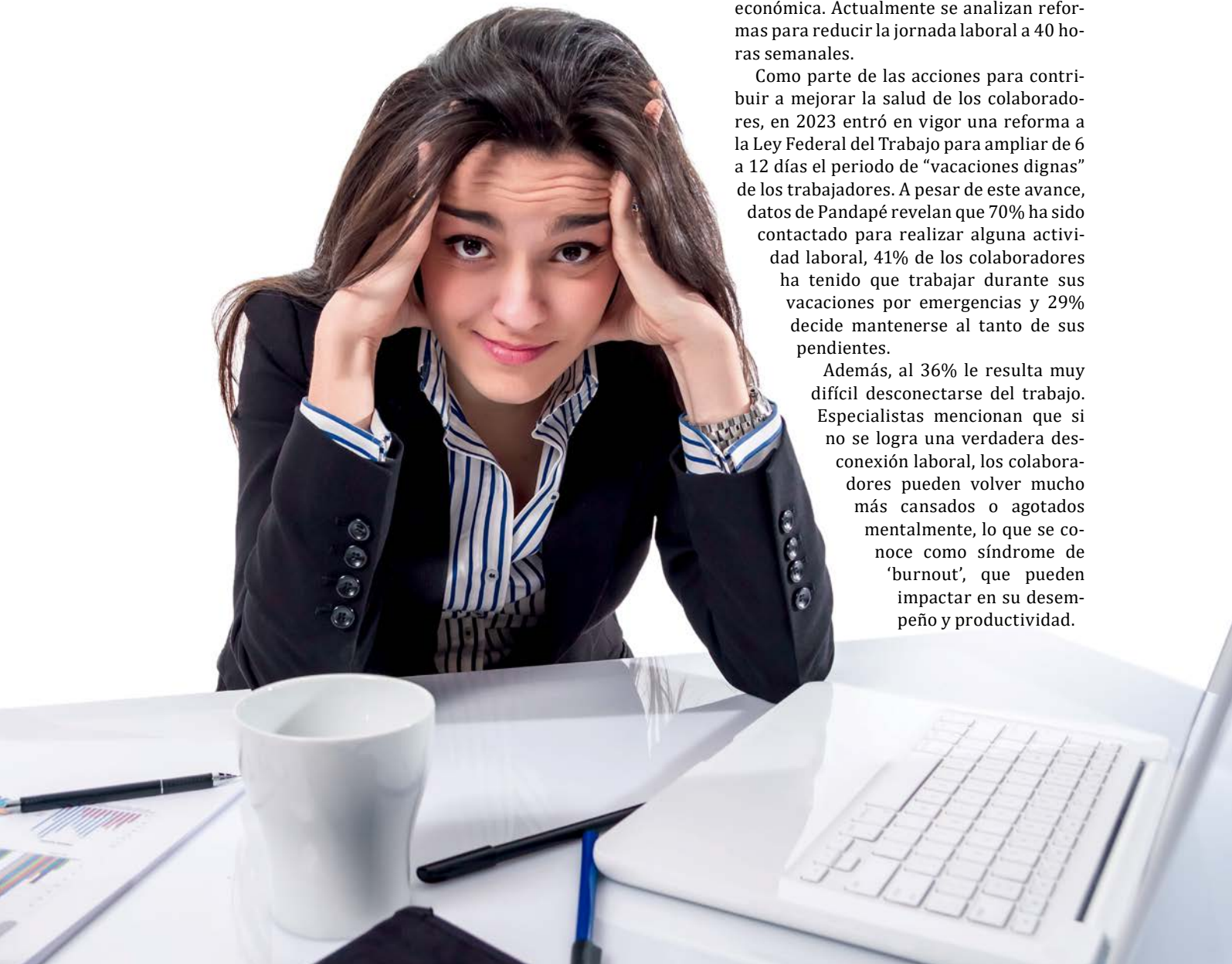
MUJER EJECUTIVA

En un contexto donde el 75% de los trabajadores mexicanos sufre estrés laboral, la salud física y mental se ha convertido en un tema de relevancia, no solo al interior de las organizaciones, también en el aspecto personal.

Según datos del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), aproximadamente 4.8 millones de trabajadores laboran más de 56 horas a la semana. La Ley Federal del Trabajo (LFT) establece que la jornada laboral máxima es de 48 horas semanales, distribuidas comúnmente en seis días, con un día de descanso obligatorio, preferentemente el domingo. Sin embargo, muchos mexicanos sobrepasan este límite debido a las demandas laborales o por necesidad económica. Actualmente se analizan reformas para reducir la jornada laboral a 40 horas semanales.

Como parte de las acciones para contribuir a mejorar la salud de los colaboradores, en 2023 entró en vigor una reforma a la Ley Federal del Trabajo para ampliar de 6 a 12 días el periodo de "vacaciones dignas" de los trabajadores. A pesar de este avance, datos de Pandapé revelan que 70% ha sido contactado para realizar alguna actividad laboral, 41% de los colaboradores ha tenido que trabajar durante sus vacaciones por emergencias y 29% decide mantenerse al tanto de sus pendientes.

Además, al 36% le resulta muy difícil desconectarse del trabajo. Especialistas mencionan que si no se logra una verdadera desconexión laboral, los colaboradores pueden volver mucho más cansados o agotados mentalmente, lo que se conoce como síndrome de 'burnout', que pueden impactar en su desempeño y productividad.



El Arte de Edwin Rojas

En el fascinante universo del arte contemporáneo, Rojas es un referente que combina una profunda sensibilidad estética con un compromiso social

VIVIANA MUÑOZ

EN UNA RECIENTE entrevista en La Galería, el artista nos ofrece una ventana a su mundo creativo, revelando las experiencias y reflexiones que han moldado su carrera. A través de su obra, Rojas reclama un espacio para las voces que a menudo son silenciadas, transformando la experiencia del espectador en un viaje de autodescubrimiento.

Desde sus inicios, Edwin Rojas ha estado inmerso en un entorno que ha influido profundamente en su enfoque artístico. Su infancia, marcada por la diversidad cultural y social, le ha brindado una rica paleta de experiencias que nutren su lenguaje visual. En la entrevista, menciona que el arte es una forma de procesar y comunicar la complejidad de su identidad. Su herencia cultural juega un papel primordial en sus obras, donde la mezcla de tradiciones y la individualidad se entrelazan para contar historias universales.

El proceso creativo de Rojas es un viaje tanto introspectivo como colaborativo. Él describe cómo sus ideas surgen de una mezcla de reflexión personal y diálogo con su entorno. A menudo comienza con un concepto que se irá transformando a medida que trabaja, lo que permite que sus obras evolucionen orgánicamente.

Esta flexibilidad es fundamental para él, ya que considera que el arte debe ser dinámico, capaz de captar la fluidez de la vida. Utiliza una variedad de medios, desde la pintura hasta la instalación, lo que le permite explorar diferentes formas de expresión y conectar con su público de maneras diversas.

EL MENSAJE A TRAVÉS DEL ARTE

Una de las temáticas más prominentes en el trabajo de Rojas es la identidad. A lo largo de su obra, examina cómo las historias individuales se conectan con narrativas colectivas, creando un tapiz que refleja la diversidad de experiencias humanas. Él sostiene que el arte tiene la capacidad de capturar la complejidad de la vida y, al mismo tiempo, de abrir espacios para la empatía y la comprensión.

En sus piezas, aborda cuestiones de memoria, pertenencia y el impacto de la historia en el presente, invitando al espectador a reflexionar sobre su propio viaje personal.

Durante la entrevista, Rojas subrayó la relevancia del espacio en su práctica artística. Él entiende que cada obra no existe en un vacío; en cambio, está intrínsecamente ligada a su entorno. Él busca crear un diálogo entre sus piezas y el espacio donde son exhibidas, desafiando así las nociones tradicionales de exhibición. Al hacerlo, no sólo transforma las galerías en espacios dinámicos de interacción, sino que también permite a los espectadores experimentar su arte de una manera que resuena con su propia percepción del mundo.

La conversación con Edwin Rojas en La Galería resalta no sólo su talento artístico, sino también su profunda reflexión sobre el papel del arte en la sociedad contemporánea. A través de su enfoque inclusivo y su capacidad para explorar la identidad y la experiencia humana, su trabajo trasciende las barreras del lenguaje y se convierte en un vehículo para la conexión.

Invita a todos a ser parte de una conversación más amplia sobre nuestras historias compartidas y a contemplar cómo las experiencias individuales se entrelazan para formar la rica tapestria de la condición humana.



ESCANEA

Para conocer más sobre el arte y las ideas de Edwin Rojas, te recomendamos ver la entrevista completa.

Las mujeres se caracterizan por un alto nivel de compromiso con los diferentes roles que desempeñan en todos los ámbitos, ya sea como profesionistas, jefas de empresa, madres de familia, entre otros; y a menudo, enfrentan presiones y desafíos por atender las responsabilidades familiares, la gestión del tiempo y las expectativas sociales, lo que impacta directamente en su bienestar emocional.

Hay que recordar que las mujeres dedican casi el doble de tiempo que los hombres a tareas de cuidado no remuneradas, invirtiendo 268 minutos diarios en estas labores, en comparación con los 155 minutos que dedican los hombres; y esta desigualdad puede ser una fuente adicional de tensiones en el hogar.

Un alto nivel de responsabilidad puede generar agotamiento físico, mental y emocional en las mujeres, que muchas veces por pena o para no ser vistas como poco profesionales no manifiestan y siguen aguantando mayores presiones. Incluso hay quienes se sienten culpables por tomarse uno o dos días de descanso, y tomar vacaciones es algo impensable.

El trabajo desde casa, puede propiciar que no haya una desconexión real del mismo, ya que muchas veces no se establece un límite claro de en qué momento comienzan las jornadas de trabajo y cuando concluyen. Además, las actividades del trabajo combinadas con las del hogar, creando un espacio de confusión, ansiedad y estrés.

No obstante, es importante priorizar el bienestar y erradicar la idea de que descansar es algo malo. Millones de mujeres trabajan todos los días y cuando llegan a casa se encargan de las tareas del hogar y el cuidado de los hijos, postergando un descanso adecuado, pero sobre todo, necesario.

La presión laboral y los riesgos psicosociales, como largas jornadas y falta de reconocimiento, son factores determinantes en el deterioro del bienestar mental. En el país, aproximadamente el 15% de la población padece depresión y 20% sufre ansiedad severa. Las mujeres son cuatro veces más propensas a desarrollar dichos padecimientos, ocasionando que se ausenten de sus actividades laborales con mayor frecuencia, además de ver reducida su productividad.

La falta de atención a estos problemas no sólo afecta a los empleados, sino que también repercute negativamente en la productividad general y los resultados financieros de las empresas.

De acuerdo con un análisis de la startup Cuéntame, el ausentismo laboral y la rota-

ción de personal puede costarles a las empresas cerca de 183 millones de pesos. Este impacto se debe en gran parte a que los empleados que sufren de depresión tienden a ausentarse un promedio de 25 días al año, mientras que aquellos con ansiedad severa faltan alrededor de 10 días.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) estima que el costo global por no atender la salud mental puede llegar a ser de mil millones de dólares anuales. En México, el estrés laboral ocasiona pérdidas que oscilan entre los 5 y 40 mil millones de dólares al año en las empresas. Por ello, es importante que las empresas identifiquen los signos de estrés laboral y diseñen sistemas de apoyo específicos para enfrentar estos problemas de salud.

Pero también es fundamental que, de manera particular, las mujeres prioricen su salud, evitando situaciones que les provocan estrés. Para lograrlo, es importante establecer un plan que conlleve organizar las actividades cotidianas incluyendo las laborales y las personales, contemplar horarios para descansar y desconectarse de la rutina para realizar otras actividades como hacer ejercicio, pasar tiempo con la familia.

De igual manera es importante confiar en los demás y aprender a delegar algunas funciones; así como distribuir las tareas del hogar de manera equitativa entre los integrantes, pero sobre todo, mantener un compromiso con su propio bienestar.

Tomarse unos días o un par de horas para descansar no debe considerarse como algo negativo, para estar bien en todos los aspectos de la vida, hay que estar bien desde una misma. ➤

**41% de los
trabajadores
ha tenido que
trabajar durante
sus vacaciones
por alguna
emergencia**



THE CORE

THE WAVE OF
SUSTAINABLE DESIGN

STAY TUNED

PRESENTED BY

 **INTERCERAMIC**[®]

POWERED BY

oppo

Salone Mobile.Milano
8 - 13 April 2025

A Global Narrative
of Influence in
Sustainability and Design

MADE FOR POWER MOVES.

Totalmente nuevo Mercedes-AMG E 53 Hybrid 4MATIC+



Admira ese destello rojo. Las exclusivas luces traseras con diseño de estrella junto al clásico spoiler AMG, le brindan un aspecto aún más imponente. Los rines AMG y los faldones laterales acentúan el diseño exterior audaz. Una potencia que no se detiene.



AMG

Las imágenes que aquí aparecen son usadas como referencia, por lo cual pueden no estar disponibles ciertos modelos en el mercado local al momento de esta publicación. Consulte especificaciones de los vehículos en www.mercedes-benz.com.mx o en su Distribuidor Autorizado. Mercedes-Benz® y Mercedes-AMG® son marcas de Mercedes-Benz Group AG. Este vehículo contiene los dispositivos de seguridad obligatorios de conformidad con la NOM-194-SE-2021.