

DINERO NEGOCIOS

Descubriendo tu pasión

El camino hacia el éxito
según Arturo Elías Ayub

Emprender con Pasión

FERNANDO ZEA

Perspectivas de la IA
para 2024

Wahaca Mezcal

Tiempo, tradición
e historia

PRECIO \$45 MXN

PARA SU VENTA EXCLUSIVA EN MÉXICO



DINEROYNEGOCIOS.MX

MARCUS DANTUS

TIBURÓN EN SHARK TANK MÉXICO

"Pensar en grande para hacerla en grande"

MKTTotal



EL LUJO DE INVERTIR EN TU ESTILO

COMPRA Y VENTA
DE RELOJES DE LUJO

LA FORMA MÁS FÁCIL Y CONFIABLE DE
COMPRAR Y VENDER RELOJES DE LUJO EN
MÉXICO

BEACONS.AI/EASYWATCH.MX

easywatch

CARTA EDITORIAL



Estimados lectores

Es un placer darles la bienvenida al primer número del año de Dinero y Negocios. En este inicio de 2024, extendemos nuestros mejores deseos para un año lleno de logros, innovación y éxito en sus empresas y negocios.

El 2023 fue un año marcado por desafíos y cambios dinámicos en el mundo empresarial. A pesar de ello, presenciamos el surgimiento de ideas audaces, la resiliencia de emprendedores y la evolución constante de modelos de negocios. Y es en ese espíritu de progreso que nos adentramos en el nuevo año.

En esta edición, queremos destacar especialmente las conversaciones reveladoras y enriquecedoras sostenidas por Sergio Caballero con distinguidos empresarios que han participado en el renombrado programa televisivo "Shark Tank". El intercambio con figuras emblemáticas como Marcus Dantus y otros ha sido invaluable, brindando una visión única sobre el panorama emprendedor y las estrategias clave para el éxito en el mundo de los negocios.

En estas conversaciones, hemos observado la amalgama entre la audacia creativa y el análisis estratégico, elementos fundamentales en la conformación de empresas exitosas. Las experiencias compartidas por estos líderes empresariales han trascendido el mero entretenimiento televisivo, ofreciendo enseñanzas profundas y prácticas para aquellos que buscan forjar su propio camino en el mundo empresarial.

El espíritu emprendedor sigue siendo el motor de la economía global, y en esta nueva edición, profundizaremos en las lecciones aprendidas de mentes maestras, extrayendo las estrategias innovadoras que pueden inspirar y guiar a nuestros lectores en sus propios proyectos.

Además, exploraremos las tendencias y oportunidades que se perfilan en diversos sectores ofreciendo un panorama completo de las áreas de crecimiento y desarrollo en el ámbito empresarial.

Nos comprometemos a seguir siendo el aliado confiable para quienes buscan información relevante, análisis perspicaces y consejos prácticos para alcanzar el éxito en sus empresas y negocios.

En este año nuevo, renovamos nuestro compromiso de proporcionar contenidos de calidad que inspiren, informen y guíen a nuestros lectores en sus metas empresariales.

¡Que el 2024 esté lleno de oportunidades ilimitadas y éxitos sin límites para todos ustedes!

Atentamente,

Fernando Zea
Director General



EN
PORTADA

CONTENIDO

- 4** Arturo Elías Ayub:
Descubriendo tu pasión
- 6** Adriana Gallardo:
Emprender con Pasión
- 8** Reverse Mentoring
Rompiendo Barreras Generacionales
Por: Aurora Zea
- 9** **INTELIGENCIA ARTIFICIAL**
Por: Fernando Zea
- 11** Apoyo para **Mujeres Empresarias en EU**
Por: Gina Tello
- 13** **NEGOCIO DIGITAL**
en tu estrategia empresarial
Por: Fernando Raheer
- 15** Entrevista a **José María Hernández, de Grupo Pepe**
- 17** Wahaca Mezcal
La magia del mezcal
- 19** Sergio Caballero entrevista a **MARCUS DANTUS**
- 22** **Revolución Tecnológica:**
Las 10 tecnologías que definirán los próximos años
Por: Dr. Félix Cortés
- 24** **Problemáticas empresariales**
Por: Miguel Ángel Rubio

- 26** **La Psicología del Diseño**
Cómo los Gráficos Influyen en las Decisiones de Compra
Por: Valeria Garcés
- 28** **Desbloqueando la creatividad:**
Lecciones inspiradoras de "El ladrón de orquídeas".
Por: Pilar del Angel
- 30** **Marketing de Contenidos**
Tendencias y Predicciones
Por: Daniel Pérez
- 32** **Problemáticas empresariales**
Por: Miguel Ángel Rubio
- 33** **México**
Un destino feliz para hacer negocios
Por: Luis Louna
- 36** **Síndrome de Blancanieves**
El fenómeno de los jefes triple cara
Por: Lyz Escalante
- 38** Marco Antonio Regil
EL PRECIO DEL ÉXITO
- 41** Sanborns:
EL BÚHO SABIO
Por: Arturo Águila
- 44** ¡Pasta Palooza
Un Viaje Culinario Inolvidable!
- 46** **DR. LUIS GIL**
El artífice de la belleza y la salud



PRESIDENTE EJECUTIVO
Daniel Pérez Alamillo

DIRECTOR GENERAL
Fernando Zea

DIRECTOR DE MARKETING
Félix Cortés

DIRECTOR DE COMUNICACIÓN
Luis Louna

DIRECTORA DE MEDIOS Y NETWORKING
Karina Fernández

DIRECTORA COMERCIAL
Gloria Linaldi

DIRECTOR DE RELACIONES COMERCIALES
Miguel Ángel Rubio López

DIRECTORA EDITORIAL OCCIDENTE
Estefani Ortiz

RELACIONES GUBERNAMENTALES
Luis Miguel Alarcón

RELACIONES EMPRESARIALES
Antonio Lancaster
Bety Mora Medina
José Luis Martínez de la Mora
Salvador Zetter

DIRECCIÓN DE CUENTAS CLAVE
Andrea Peña
Ricardo Almaraz
Erick López Salas

DIRECTOR JURÍDICO
Enrique Carrola

CONSEJO EDITORIAL
Héctor Camacho/Germán Cuevas/Fernando Linaldi/Alexis Jiménez/Marco Meneses

GERENCIA DIGITAL
Arturo Águila

ARTE Y DISEÑO
MKT Total

GERENCIA COMERCIAL
Itzel Rivas

COORDINADORA DE ARTE
Mary José Lugo

FOTOGRAFÍA Y VIDEO
Alejandro Sandoval
Ulises Delgado

PRODUCCIÓN GRÁFICA Y AUDIOVISUAL
Cristian Iori Caldera Cortés
Ilse Ivonne Barona Rubio
Christian López Hernández
Iván Santiago Muñoz

COORDINADOR WEB
Roberto Tovar

COMUNICACIÓN DIGITAL
Sarai Monserrat Gómez Razo

LOGÍSTICA
Alejandro Reyes

DINERO & NEGOCIOS

Año 3 Número 17, 2023. Domicilio José María Olloqui 203 Col. Las Acacias, Benito Juárez, CDMX, 03240. Tels: 5559100401 / 5630481957.
Editor responsable: Daniel Pérez Alamillo. Reserva de Derechos en trámite. Certificado de Licitud de Título y Contenido en trámite. Registrado en el Padrón Nacional de Medios Impresos de la Secretaría de Gobernación: En trámite. Impresa por Diversidad Gráfica SA de CV Privada de Avenida 11 No. 1, Colonia El Vergel, Iztapalapa, CP. 09880
El contenido de esta publicación no expresa necesariamente la posición de Dinero & Negocios, sino el punto de vista de los responsables de su publicación, de quienes firman cada nota como colaboradores de la revista. Prohibida su reproducción total o parcial por cualquier medio o forma que exista o pueda existir, sin la autorización previa por escrito.



@DineroyNegociosMX



@dineroynegociosmx



dineroynegociosmx



dineroynegociosmx

www.dineroynegocios.mx

MKTTotal

VISÍTANOS



TE MANEJAMOS TUS REDES SOCIALES

Soluciones de Marketing y ventas
para hacer crecer tu negocio.



Descubriendo tu pasión

El camino hacia el éxito según Arturo Elías Ayub



Por: Sergio Caballero

En la actualidad, su influencia y liderazgo se extienden como miembro del Consejo de Administración de Grupo Carso, Grupo Financiero Inbursa, América Móvil y Telmex. Además, desempeña roles cruciales como director general de Fundación TELMEX Telcel, presidente del Instituto Telmex del Deporte, director de Alianzas Estratégicas y Contenidos de América Móvil, y director general de Uno TV y Claro Sports.

Arturo Elías Ayub también es reconocido por su participación en el panel de empresarios del exitoso programa Shark Tank México, compartiendo su experiencia y conocimiento junto a destacados empresarios mexicanos.

Arturo, primero que nada, quiero darte las gracias por esta entrevista. Y precisamente me gustaría arrancar esta charla, no sin antes decirte que soy totalmente seguidor de tus videos y fijate que identifiqué un común denominador que es dedicarte a lo que te apasiona. Y justamente eso me gustaría preguntarte, soy totalmente creyente que dedicarte a lo que te apasiona es la manera más fácil de triunfar, de alcanzar el éxito y por lo menos disfrutar del camino.

Entonces me gustaría preguntarte, ¿qué consejos les darías a aquellas personas que no saben qué les apasiona o no saben a qué quieren dedicarse?

Tienes que tener mucha suerte para encontrar tu pasión, saber qué es lo que realmente te apasiona, pero te acaba llegando. Entonces yo les diría que no se desesperen, que la busquen, que exploren cosas diferentes, que lean, que aprendan de muchas cosas y en algún momento te llega algo que te hace click y dices guau, esto es lo mío.



Ya es cuando te llega, a lo mejor, no tienes la suerte de poder dedicarte a eso, porque tampoco es tan fácil. La máxima suerte es que sepas cuál es tu pasión y que además te puedas dedicar a eso. Pero hay veces o que no te ha llegado o no sabes cuál es tu pasión, o que si sabes, pero no, no puedes por circunstancias de la vida, dedicarte a eso.

Entonces, si puedes, las dos cosas, no lo desperdicias, y si no puedes, pues hay que echarle ganas y buscarle, sé bueno en lo que te dedicas y agarrar tu pasión como hobby y van a ir saliendo cosas padres en el camino.

Y precisamente justo de eso que dices, me gustaría entender un poco más tu perspectiva, ¿de qué crees que depende de si puedes o no puedes? ¿Cuál crees que sería esa determinante entre si se puede o no se puede que te dediques a aquello que te apasiona?

Yo creo que lo sientes. A lo mejor tu pasión es el fútbol y tienes dos pies izquierdos, no? Y de plano no puedes, no es lo tuyo, o a lo mejor la vida no te ha dado las oportunidades necesarias porque necesitas tener una chamba que no te gusta tanto, pero necesitas esa chamba porque necesitas darle de comer a tus hijos y llevarlos a la escuela y tener un techo donde vivir y encuentras chamba en donde no está tu pasión. Entonces hay que buscar otro camino diferente de tu pasión, aunque no sea económico. Y por ahí ir empezando y a lo mejor va jalando y te va dando sorpresas la vida de que sí se puede por

ahí. Pero esos que te dicen no hay imposibles tampoco es cierto, muchas cosas se pueden

lograr, muchísimas. Pero hay veces que, te digo si tienes dos pies izquierdos y quieres ser futbolista, pues no vas a poder. Entonces también hay que tener los pies en la tierra y saber realmente que si puedes lograr. Si hay que apuntarle siempre muy alto, que no se malinterprete lo que estoy diciendo, pero también hay que tener los pies en la tierra y saber que sí puedes y que de plano no.

Para finalizar, dejando de lado el tema de habilidades, si una persona ya tiene claro que le gusta, pero no encuentra cómo materializarlo en una idea de negocio, habría un consejo que le darías para que empiecen.

Lo que te dije hace rato, que empiecen como hobby, que empiecen a ver los diferentes aspectos de su pasión, a ver, si mi pasión es la música y la cantada y tengo la voz de Chabelo y no la de Luis Miguel, cantante no voy a ser. Pero soy muy bueno para la tecnología y hago algo que le compita Spotify, o a lo mejor soy muy bueno para negociar y soy manager de un cantante.

Entonces siempre le puedes dar la vuelta a encontrar algo relacionado con tu pasión, que tal vez no es en lo que tienes más habilidades, pero que sí está alrededor de lo que te gusta hacer.

Arturo, muchas gracias por este tiempo y por compartir con nosotros. D&N



Emprender con Pasión

Los consejos de Adriana Gallardo para encontrar el éxito.



Adriana Gallardo es una exitosa empresaria que profundiza en la importancia de llevar una vida equilibrada física, emocional y espiritual. Conferencista internacional, Business y Life Coach, Autora y Productora, Adriana inspira a las personas a enfrentar el miedo y a lograr lo que se proponen.

Adriana es una mujer latina, exitosa empresaria en EEUU y líder de la comunidad, ella es un ejemplo indiscutible a seguir.

Adriana, bienvenida. A nosotros nos encanta compartir contenido que inspire a las personas, que impulse, que las ayude a acortar ese camino hacia su independencia económica. Soy un total apasionado y creyente de que el dedicarte a lo que te gusta, dedicarte a lo que te apasiona, es el ingrediente clave para alcanzar el éxito, para persistir, para no rendirte ante los distintos fracasos. Así que me gustaría preguntarte en tu experiencia, ¿te dedicas a lo que te apasiona?

Claro, totalmente. Y creo firmemente en que fuimos creados con dones y talentos que debemos descubrir, porque si no amamos a lo que nos dedicamos, ese negocio fracasa. La verdad es que tú físicamente, emocionalmente, te cansas de hacer algo que te cuesta trabajo, que te harta hacer. Entonces hacer lo que amas eso es vida. Con eso te sientes realizado, te sientes feliz. Y bueno, mucha

gente lo ve como que queremos hacer lo que lo que está de moda o lo que hacen los demás, lo que mejor paga y es un gran error. Yo siempre le pregunto a la gente, ¿por qué es que quieres emprender? ¿Qué es lo que quieres hacer? ¿En quién te quieres convertir? ¿Qué es lo que quieres lograr? ¿Y por qué, por qué quieres hacerlo? Porque si no tienes ese por qué, bien claro, no aguantas.

Y justamente tocas un punto muy interesante tener un porqué claro. ¿Qué consejo le darías a estos jóvenes que no saben por dónde empezar, que quieren emprender, pero no tienen una idea de a qué se quieren dedicar? ¿Qué consejo le das a esas personas para que puedan conocerse, para que puedan identificar que les gusta y que les apasiona?

Fíjate que me encanta que digas esta parte de que aprendan a conocerse. Eso es clave porque cuando estás joven, unos 20, 23 años, es una edad muy linda, pero yo digo que es una edad muy peligrosa también, porque hay tanto estímulo externo, tanto que tienen que ver, hay tanta información que necesitan realmente saber quiénes son, qué quieren, aceptarse primero ellos y ver cuáles son sus fortalezas, cuáles son sus debilidades y que no tengan miedo de regarla. La verdad es que siendo joven, están en una edad en la que pueden intentar varias cosas y hasta no sentirse realmente bien, entonces salir adelante y definitivamente todos los intentos ayudan, toda la experiencia. Si tú realmente aprendes de ella, todo te va a ayudar.

Si justo lo platicábamos ahorita que es algo que siempre comparto, que ante la falta de claridad para saber lo que te gusta, por lo menos ve descubriendo, probando y si sigues sin saber qué es lo que te gusta, pues por lo menos vas descartando lo que no te gusta, ¿estás de acuerdo? Y, hablando ya un poco más sobre lo que haces actualmente, que nos platiques como tiburón de Shark Tank, cómo evalúas estos jóvenes, qué papel juega para ti el emprendedor, la actitud, las ganas, la pasión, por ejemplo, al momento de decidir invertir en un proyecto o no?

Todo, todo tiene que ver porque te vas a asociar con esa persona. Entonces imagínate si lo ves y el tipo llega arrastrando los pies que ni siquiera se la cree y no tiene pasión por lo que hace, si no sabe comunicar de una manera clara, con firmeza lo que quiere. Si yo lo veo dudoso, no quiero hacer negocios con él.

Para mí tiene mucho que ver la actitud, la disposición, las ganas, el ser humano. Yo me fijo mucho en el ser humano. No tanto en el emprendimiento, que sí está bien, pero eso puede cambiar, eso se puede negociar, pero ¿de dónde le sacas las ganas a alguien que llega así? Todo desganado o los que llegan creyéndose Juan Camaney, que ya no tienen nada que aprender. Para mí, que la persona sea una persona que esté abierta a los cambios, que esté abierta a aprender, eso es clave.

¿Qué pasa con las personas que sí se dedican a lo que les apasiona pero no encuentran la manera de monetizarlo?

Primero para mí es tener una meta muy clara y unos objetivos trazados muy claros de lo que quieres hacer y de ahí darte a conocer. Y es que es clave, tú puedes tener mucho talento, pero si no trabajas y no te das a conocer, pues ahí se muere, no? Entonces darse a conocer, hacer marketing y hacer esta parte de desarrollar tu marca personal, darle a conocer a la gente como puedas. Hoy en día tenemos todas las redes sociales y está el mundo digital que no existía cuando yo empecé, cuando yo empecé a mí me tocó de tocar puertas, de repartir volantes, de hoy oiga señor no quiere comprarme un seguro de auto, entonces eso es clave para poder monetizar tu talento, encontrar el valor, qué problema resuelves y definitivamente darte a conocer a como dé lugar.

Sí, justamente creo que yo lo resumiría y como lo acabas de comentar en cómo puedes aportar valor a las personas, cómo puedes agregar una transformación y a la vez también en lo que dices, darte a conocer, ¿cómo le agregas ese mismo valor a la mayor cantidad de personas posibles, no?

Inclusive si tienes que intercambiar tu servicio solamente para darte a conocer, vale la pena. Hay mucha gente ahí afuera que necesita tu servicio. Pero si tú no lo sabes comunicar bien, la gente no te va a comprar, la gente no va a saber ni que existes tú primero. Desarrollar también la habilidad de comunicar, desarrollar la habilidad de ventas, saber cómo vender como negociar, cómo crear este sentido de urgencia y cómo descubrir también las necesidades de los clientes. Cómo agregar valor, no es nada más quiero venderte. Porque la gente quiere nada más ir a venderle a todo el mundo y vender todo lo que venden, no? Hay que hay que estudiar el mercado, hay que ver cuál es tu posición en la industria y qué es lo que tú ofreces y cómo lo puedes hacer mejor que los demás.

Para despedirnos y terminar esta increíble entrevista, qué consejo le darías a las personas para que puedan llevar a la acción, para que empiecen a tener un pequeño cambio, un pequeño resultado, algo tangible, rápido.

Yo diría que tener una meta muy clara de algo que quieren hacer mañana. Yo hablo mucho de que te pongas en lugares incómodos, haz algo que te incomode todos los días para que te vayas haciendo mejor en eso y tener esa meta clara y seguir insistiendo. No tirar la toalla, ver las opciones que tienes para salir adelante, aunque sea chiquito. Muchas veces se ponen metas muy grandes que te asustan y te dejan tirado una meta pequeña, alcanzable y que lo puedas lograr hoy, otra mañana, pasado y así crecer.

Adriana, un verdadero placer que nos hayas concedido este espacio, muchas gracias. D&N

Rompiendo Barreras Generacionales:

El poder del Reverse Mentoring en el mundo empresarial



Por: Aurora Zea

Actualmente el escenario empresarial se caracteriza por su dinamismo y en él, la intergeneracionalidad se ha vuelto esencial para el éxito de las organizaciones. Ante tal reto, las empresas están continuamente en búsqueda de diferentes estrategias, una de ellas es el «Reverse Mentoring» o mentoría inversa, una práctica que va más allá de las prácticas tradicionales al permitir que mentores más jóvenes compartan conocimientos y perspectivas con sus contrapartes más experimentadas. Este enfoque no solo fomenta la inclusión, sino que también impulsa la innovación y el aprendizaje continuo.

¿Qué es Reverse Mentoring?

La mentoría inversa implica que los empleados más jóvenes asuman el papel de mentores, compartiendo sus conocimientos y habilidades con colegas de mayor experiencia, a menudo en posiciones de liderazgo. Esta práctica busca cerrar la brecha generacional al reconocer y aprovechar las valiosas perspectivas que la generación más joven puede aportar al entorno empresarial.

Ventajas tangibles para el negocio

1. Innovación y actualización tecnológica: Los mentores más jóvenes suelen estar más familiarizados con las últimas tendencias tecnológicas y métodos de trabajo ágiles. La mentoría inversa facilita la transferencia de estas habilidades a los líderes más experimentados, contribuyendo a que la organización esté a la vanguardia de la innovación.

2. Mejora en la retención del talento: La participación activa de empleados más jóvenes en la mentoría inversa puede contribuir de manera importante a su desarrollo profesional y sentido de pertenencia. Esto, a su vez, fortalece la retención de talentos al crear un ambiente de trabajo donde la contribución de cada generación es valorada.

3. Desarrollo de habilidades de liderazgo: Los líderes más experimentados tienen la oportunidad de aprender nuevas perspectivas de liderazgo, habilidades de gestión

de equipos y estrategias de resolución de problemas de sus mentores más jóvenes. Esto contribuye al desarrollo de líderes más adaptables y efectivos.

Fomentando una cultura de aprendizaje continuo

La mentoría inversa va más allá de la transferencia de habilidades tecnológicas; también promueve una cultura de aprendizaje continuo en toda la organización. Al romper con las jerarquías tradicionales, se crea un ambiente donde la búsqueda de conocimiento se valora independientemente de la posición o la edad.

Implementando con éxito la Mentoría Inversa

1. Fomentar un ambiente inclusivo: Es fundamental crear un entorno donde todos los empleados se sientan cómodos compartiendo conocimientos y aprendiendo de sus colegas, independientemente de la edad o la posición jerárquica.

2. Establecer metas claras: Definir metas y objetivos específicos para la mentoría inversa asegura que la práctica sea enfocada y beneficie a ambas partes. Esto podría incluir la adquisición de habilidades específicas, la mejora de la colaboración intergeneracional o la implementación de nuevos enfoques de trabajo.

3. Promover la apertura y la comunicación: La comunicación abierta es clave para el éxito de la mentoría inversa. Fomentar el diálogo constante entre mentores y mentees facilita la comprensión mutua y la construcción de relaciones de confianza.

En resumen, el reverse mentoring no solo es una estrategia innovadora para aprovechar el potencial de las generaciones más jóvenes, sino que también es una herramienta poderosa para el crecimiento y la adaptabilidad empresarial. Al adoptar esta práctica, las organizaciones no solo rompen barreras generacionales, sino que también construyen un entorno más inclusivo, dinámico y preparado para enfrentar los desafíos del futuro. ¿Qué estás haciendo al respecto? **D&N**



INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Un vistazo al impacto de la IA en 2023 y sus perspectivas para 2024



Por: Fernando Zea

El año 2023 ha sido un punto de inflexión para la inteligencia artificial (IA), testigo de avances extraordinarios y desafíos clave que han dado forma a su trayectoria y anticipan un futuro aún más emocionante.

Desde innovaciones disruptivas hasta debates éticos, la IA ha consolidado su posición como un motor transformador en la sociedad moderna.



HITOS CLAVE DE IA EN 2023

Avances Tecnológicos

El año pasado estuvo marcado por progresos notables en el campo de la IA. Los sistemas de aprendizaje automático han alcanzado niveles de sofisticación inéditos, desbloqueando aplicaciones revolucionarias en la salud, la seguridad, el transporte y más. La capacidad de las máquinas para comprender, razonar y aprender ha alcanzado nuevas cimas, llevando a avances significativos en la personalización de servicios y la optimización de procesos.

Adopción Empresarial

Empresas de todas las escalas han acelerado la integración de soluciones de IA en sus operaciones. Desde la automatización de tareas hasta la predicción de patrones de consumo, la IA se ha convertido en un habilitador esencial para la innovación empresarial. La agilidad, eficiencia y capacidad de adaptación que ofrece la IA ha revolucionado los modelos de negocio y estrategias de mercado.

Énfasis en la Ética y Transparencia

El año pasado también ha sido testigo de un mayor escrutinio sobre la ética en la IA. El debate sobre la responsabilidad algorítmica, el sesgo de los modelos y la privacidad de los datos ha alcanzado un punto álgido. Esfuerzos por desarrollar IA ética y responsable han ganado terreno, subrayando la necesidad de estándares claros y regulaciones que garanticen un desarrollo ético y transparente.

PERSPECTIVAS PARA 2024

Avance en la Intersección Tecnológica

El año 2024 promete una mayor convergencia de la IA con

otras tecnologías emergentes. La intersección entre la IA y la computación cuántica, así como su fusión con la biotecnología, abrirá nuevas puertas hacia la resolución de problemas complejos en campos como la medicina, la energía y la sostenibilidad ambiental.

Enfoque en la Regulación y Ética

Se espera que 2024 vea un enfoque más agudo en la regulación y la ética en torno a la IA. La creación de marcos regulatorios claros, la transparencia en el desarrollo de algoritmos y la promoción de la responsabilidad corporativa serán aspectos clave. Se espera que los líderes gubernamentales y empresariales colaboren en la definición de estándares éticos.

Desarrollos en la IA Explicativa

Un área de interés en ascenso es la IA explicativa, que busca comprender cómo los algoritmos toman decisiones y explicar su razonamiento de manera comprensible. Se espera que los avances en esta área aborden la necesidad de transparencia y confianza en el funcionamiento de los sistemas de IA.

Un Futuro con Desafíos y Oportunidades

A medida que nos adentramos en 2024, queda claro que la IA continuará moldeando nuestro mundo de maneras nunca antes imaginadas. Si bien existen desafíos fundamentales en torno a la ética y la regulación, también se presentan oportunidades sin precedentes para resolver problemas complejos y mejorar la calidad de vida.

El avance responsable y colaborativo será fundamental para aprovechar al máximo el potencial de la IA mientras se abordan sus implicaciones éticas y sociales. El año 2024 se erige como un hito en la evolución de la IA, una historia que se escribe con cada avance tecnológico y cada debate ético. **D&N**

A photograph showing three business professionals in a meeting. On the left, a woman with blonde hair in a grey blazer is speaking. In the center, a Black woman in a dark suit and white shirt is smiling and listening. On the right, a man in a grey suit and red tie is also listening. An American flag is visible in the background.

Organizaciones de apoyo para **Mujeres Empresarias** en Estados Unidos.



Por: Gina Tello

Las mujeres que desean hacer negocios con empresas estadounidenses tienen numerosas oportunidades disponibles.

Existen organizaciones y programas que respaldan el emprendimiento femenino en Estados Unidos, como Women's Business Enterprise National Council (WBENC) y Small Business Administration (SBA).

Estas organizaciones brindan recursos, capacitación y oportunidades de networking para mujeres empresarias.

Es fundamental que las mujeres empresarias se preparen, investiguen y establezcan contactos en el mercado estadounidense para aprovechar estas oportunidades.

También es importante desarrollar habilidades de liderazgo, establecer redes de apoyo y buscar mentores que puedan brindar orientación y asesoramiento en el camino hacia el éxito empresarial.

Estas son solo algunas de las muchas oportunidades comerciales que esperan a las empresas mexicanas en Estados Unidos. Es importante investigar y comprender el mercado estadounidense, adaptarse a las regulaciones y normas comerciales, y establecer una estrategia sólida para tener éxito.

No dudes en aprovechar las asociaciones empresariales, las cámaras de comercio y los programas de apoyo gubernamentales para obtener asesoramiento y orientación en tu camino hacia el éxito en el mercado estadounidense.

¡Aprovecha estas oportunidades y lleva tu empresa al siguiente nivel! **D&N**



COMUNA

CINCUENTA Y DOS

Somos la comunidad de amantes
de los destilados de México

Descubre su riqueza a través
de nuestros apasionantes talleres
culturales, catas y blog educativo.

Prepárate para disfrutar próximamente
las exclusivas **Colecciones Comuna 52**



Comuna 52



comuna52



@comuna52



+52 1 56 3566 1073

Descubriendo los destilados de México
www.comuna52.com





La importancia de integrar **UN NEGOCIO DIGITAL** en tu estrategia empresarial



Por: Fernando Raher

En la era actual, la transformación digital se ha convertido en una pieza fundamental para el éxito empresarial

Ya no es suficiente depender únicamente de un negocio físico; es esencial complementarlo con una presencia sólida en el mundo digital. Este artículo explora las características clave de un negocio digital, destacando por qué las redes sociales son solo una pequeña parte de este universo en expansión.

Es común que muchas empresas asocien la presencia digital exclusivamente con las redes sociales. Si bien estas plataformas son herramientas valiosas para la visibilidad, la construcción de un negocio digital trasciende las limitaciones de las redes sociales. La diversificación a través de una estrategia multicanal permite llegar a audiencias más amplias y aprovechar oportunidades específicas de cada plataforma. Las características clave de un Negocio Digital son:

1. Presencia en línea robusta:

Un negocio digital va más allá de simplemente tener un sitio web. Implica la creación de una presencia en línea sólida que abarque redes sociales, plataformas de comercio electrónico y otros canales digitales relevantes para tu industria.

2. Interactividad y personalización:



Los negocios digitales ofrecen la posibilidad de interactuar directamente con los clientes. La personalización de la experiencia del usuario a través de datos recopilados permite adaptar los productos y servicios a las necesidades individuales.

3. Automatización de procesos:

La eficiencia es clave en un negocio digital. La automatización de procesos, desde la gestión de inventario hasta la atención al cliente, optimiza las operaciones y libera recursos para enfoques estratégicos.

4. Análisis de datos:

Un negocio digital recopila una cantidad significativa de datos. Utilizar herramientas analíticas para comprender el comportamiento del cliente y tomar decisiones informadas es esencial para el crecimiento sostenible.

Quiero contarte los beneficios más grandes que he encontrado por adaptar mi empresa con servicios de forma física, digital o incluso híbrida, lo que me ha permitido ser versátil ante el mercado

Ahorro en costos operativos:

Los negocios digitales reducen significativamente los costos asociados con el mantenimiento de un establecimiento físico, como alquileres, servicios públicos y personal presencial.

Amplitud geográfica:

La digitalización elimina las barreras geográficas, permitiendo a las empresas llegar a clientes en todo el mundo sin la necesidad de abrir sucursales físicas en cada ubicación.

Flexibilidad y escalabilidad:

Los negocios digitales ofrecen flexibilidad para adaptarse rápidamente a cambios en el mercado y escalar de manera eficiente según la demanda. Mejora continua: La capacidad de recopilar datos en tiempo real permite una mejora continua de productos y servicios, respondiendo ágilmente a las tendencias y preferencias del mercado.

Apalancamiento de conocimiento:

Algunas empresas ya cuentan con la estructura base para impulsar de inmediato tu negocio o incluso, dando oportunidad a implementar una sistema "llave en mano" (conocimiento, marca y estrategia) que solo necesitaras adaptar a tu negocio actual.

Podríamos pensar que no todos los negocios pueden llevarse a este formato y puedo contarte a título personal lo que hemos podido lograr con sector vitivinícola, de servicios (laboratorios especializados en el medio ambiente), servicios de transporte terrestre, entre otros.

Es importante considerar que el llevar tu negocio a digital podría ser considerado como una posible nueva unidad de negocio que podría ampliar las posibilidades de crecimiento utilizando a bien los beneficios anteriores.

Integrar un negocio digital no es simplemente seguir una tendencia, es una necesidad imperante en el mundo empresarial moderno. La combinación de una presencia física con una estrategia digital sólida no solo asegura la supervivencia, sino que también abre las puertas a un crecimiento sostenible y a la prosperidad a largo plazo.

Aquellos que abracen la transformación digital encontrarán no solo eficiencia operativa, sino también un camino hacia la innovación constante y la excelencia empresarial en la nueva era digital. **D&N**



José María Hernández,

Fundador de Grupo Pepe: Un legado de innovación y éxito en la industria alimentaria.

Por: Fernando Zea

El reconocimiento al mérito industrial es una distinción que ha destacado a numerosas empresas a lo largo de los años, y en esta ocasión, recae sobre José María Hernández, conocido cariñosamente como "Don Chema", fundador de Grupo Pepe. En una conversación exclusiva con Fernando Zea, Director General Dinero y Negocios, Don Chema compartió su visión, los desafíos enfrentados y el ascenso meteórico que ha llevado a su empresa a la cima del mercado gastronómico.

Un Honor y un Compromiso: La Medalla al Mérito Industrial, otorgada por el Consejo de Cámaras Industriales de Jalisco, es un galardón único que resalta la contribución sobresaliente en el sector. "Es un honor estar aquí y recibir este reconocimiento", expresó Don Chema, destacando el significado profundo que este logro tiene para Grupo Pepe, siendo el primer restaurante en cuatro décadas en obtener este reconocimiento.

De Pollo Pepe a Grupo Pepe: La historia de Grupo Pepe se remonta a un origen humilde, con la apertura de Pollo Pepe en 1979. La idea surgida en momentos cruciales llevó junto con su esposa, a la fundación de un restaurante que transformaría la manera de asar pollo. Desde sus inicios en Tepeyac, Chapalita, en Guadalajara, hasta convertirse en una franquicia en 1989, en la que operan 25 de las 61 sucursales, la empresa ha mantenido su compromiso con la calidad y la innovación.

Evolución y Diversificación: La evolución de Grupo Pepe no se limita solo al pollo asado. Con marcas como Pollo Pepe, Pollo Bronco, Barbacos, Mulos y la más reciente incorporación, Burrote, la empresa ha diversificado su oferta manteniendo estándares de excelencia en cada una de sus propuestas culinarias.

De la Pasión al Éxito: La pasión y dedicación han sido la piedra angular de este éxito. Don Chema destacó cómo la técnica de asado y el perfeccionamiento de recetas, desde una legada por Don Víctor con un solo condimento, a la creación de 11 condimentos distintos, han sido clave para mantener la calidad a lo largo de los años.

El Camino hacia la Franquicia: La transición de un pequeño negocio a una estructura corporativa sólida no fue fácil. Sin embargo, la estandarización de procesos fue la clave para el éxito. Inspirado por McDonald's, Don Chema desarrolló procedimientos





meticulosos que aseguraban una experiencia consistente en todas las franquicias de Grupo Pepe.

El Futuro de Grupo Pepe: La expansión hacia Estados Unidos es una jugada estratégica que marcará un nuevo hito en la historia de Grupo Pepe. Con un enfoque claro en llevar la calidad y autenticidad de sus productos al mercado estadounidense, la empresa se prepara para enfrentar este desafío con determinación y entusiasmo. Con una apertura próxima de la primera sucursal en San Antonio, Texas, Grupo Pepe se adentra en un nuevo capítulo. Inspirado por la experiencia de uno de sus hijos en esta ciudad, Don Chema ve en San Antonio una oportunidad para llevar la esencia del pollo a una comunidad diversa, buscando arraigar su marca en una fusión de culturas.

Estrategias ante la Competencia: La aparición de fuertes competidores en el pasado, como Domino's Pizza, desencadenó respuestas ingeniosas, como la promoción del "medio pollo gratis los martes". Además, se invirtió en un enfoque directo a la entrega a domicilio, un servicio que se adelantó a su tiempo.

Diversificación y Crecimiento: Desde la creación de Pollo Pepe en 1979 hasta la expansión con marcas como Pollo Bronco, Barbacos, Mulos y Burrote, el grupo ha mantenido una evolución constante. La introducción de nuevas marcas surge como respuesta

a las demandas cambiantes del mercado y para alcanzar diferentes segmentos de clientes.

El Éxito, un Asunto de Familia: El papel de la familia ha sido fundamental en el crecimiento y la consolidación de Grupo Pepe. La participación activa de los cinco hijos en la empresa, desde roles iniciales hasta posiciones directivas, refleja el compromiso y la pasión por el negocio.

Atención al Cliente y Eficiencia Operativa: La implementación del CAP (Centro de Atención Pollo Pepe) ha sido clave en la agilidad y eficiencia de la operación. Este centro recibe pedidos desde diferentes canales, desde llamadas telefónicas hasta plataformas digitales, coordinando la entrega ágil y precisa de los productos a los clientes.

La Receptividad del Mercado: La estrategia de ofrecer comida lista para llevar, mediante plataformas de entrega y con un enfoque en la experiencia del cliente, ha resultado ser un modelo exitoso. El grupo busca abarcar una amplia gama de productos para llevar y a domicilio, manteniendo un alto estándar de calidad y servicio.

La historia de José María Hernández y Grupo Pepe es un testimonio de la resiliencia empresarial y la capacidad de adaptación en un mercado competitivo. Su dedicación a la calidad, la atención al cliente y la innovación continua ha sido el pilar de su éxito y promete seguir marcando pauta en la industria gastronómica. **D&N**



La magia del mezcal

El arte de la bebida que conlleva tiempo, tradición, historia y conocimientos

Entrevista a Eduardo Belaunzarán, Managing Partner Wahaka Mezcal

Hola Eduardo, tengo entendido que viviste dos décadas en Europa, cuéntanos por qué.

Es cierto, siempre he creído que la vida te abre caminos y que de uno mismo depende tomarlos o no. Europa me ofreció una oportunidad cuando aún era yo muy joven y tomé ese camino. Me mudé a Francia y viví en París por casi veinte años. Cuando me preguntan, insisto que fue en el país de Voltaire donde maduré. Las lecturas y formaciones, tanto humanas como profesionales que realicé en aquel país, me llevaron de alguna manera a donde ahora me encuentro.

Me comentabas que aprendiste mucho de vinos, servicio, historia y bebidas embriagantes durante tu estancia en aquella capital europea. ¿Qué nos puedes decir sobre tu aprendizaje sobre vinos y otros licores de aquel lado del Atlántico?

Sin duda, sin embargo, ¡fue muy difícil! Y fue de una manera muy interesante: Al llegar pude encontrar un trabajo como cantinero en un restaurante mexicano. Ahí se me abrieron muchas puertas gracias a las relaciones laborales que logré establecer. Allí aprendí sobre hospitalidad: comida, bebida, gastronomía y sobre todo a hablar francés.

Mi salario no me permitía darme grandes lujos y

los vinos son caros. Tuve la suerte de aprender sobre ellos con un gran productor de la región de Chablis, en Borgoña. Nos hicimos grandes amigos y él y su esposa Virginia se hicieron cargo de mi educación en ese ámbito. Pasamos mucho tiempo juntos de castillo en castillo, pueblo tras pueblo, por todo el hexágono, probando diferentes vinos, observando diferentes técnicas; aprendí a beberlo, apreciarlo y disfrutarlo.

El buen vino no es un jugo de uva fermentado o una bebida cualquiera, es una cultura llena de tradición y “savoir faire” al igual que lo es el Mezcal.

Tienes un apellido interesante, ¿de qué origen es?

Hola, el origen de mi apellido es vasco, sin embargo, puedo afirmar que tengo los ocho apellidos mexicanos pues el nombre llegó a México a finales del siglo XVII. ¡Soy más mexicano que el huarache!

Me dijiste que incluso fuiste a Marruecos para abrir el primer restaurante mexicano en Agadir.

Es verdad, mi entonces jefe me seleccionó para acompañarle para hacer la capacitación y el menú al primer restaurante mexicano en aquellos lares. ¡¡Estamos hablando del siglo pasado!!



Y aterrizaste en los EE. UU., 20 años más tarde.

En los últimos 14 años de mi estancia en Francia logré acomodarme en la Embajada de México en París, donde tuve el honor de servir a mi país. Un día, se abrieron para mí las puertas de los EE. UU. y decidí franquearlas. Me ofrecieron un puesto en el Consulado General de México en San José California. A llegar allá, un viejo amigo de la infancia que radica en San Francisco se acercó a mí para ofrecerme un trabajo en un negocio que acababa de emprender en la industria de las bebidas alcohólicas.

Para ser sinceros, no le veía mucho futuro en ese ramo y dejé pasar esa oportunidad. Meses después, el mismo amigo volvió a la carga, pero esta vez con una oferta que incluía un pedazo de la compañía. ¡Esta vez acepté! El trabajo para el que vine desde Europa no duró más que un año y un día.

¿Nos quieres decir que no solo aceptaste vender mezcal en un país donde no se conocía esa bebida sino también te decidiste por invertir en una marca?

Sí. Recuerdo muy bien llegar a los bares con mi botella de mezcal en la maleta, preguntando a los cantineros por mezcal, no sabían de que les hablaba. Terminé aprendiendo sobre whiskey. ¡Ja ja ja!

Obviamente despertaba la curiosidad de los muchachos al platicar con ellos y se animaban a probar los menjurjes que sacaba de la maleta, los cuales por cierto eran grandes mezcales. Nos hacíamos amigos y terminábamos las noches haciendo cocteles raros. Esto fue en la primera década de este siglo, quizá 2006-2007. Hoy en día no hay restaurante sin Mezcal en las ciudades más importantes de los Estados Unidos. ¡Ha sido una larga y gran aventura!

¿Que nos puedes decir de la marca que representas?

Hay que entender, antes que nada, que el mezcal no es tan solo una bebida de contenido alcohólico también es, como el vino, un arte que conlleva tiempo, tradición, historia y conocimientos transmitidos de generación en generación. La marca se llama **Wahaka Mezcal**. Es una enseña 100% mexicana, todos los recursos recolectados se reinvierten en Oaxaca, estado en donde tenemos la producción. Todos los socios somos mexicanos y

el maestro destilador es asociado y no empleado. Somos una pequeña empresa, incapaces de competir con los monstruos de la distribución, o personalidades de la farándula, pero que llevamos con orgullo anualmente de 90 a 100 mil botellas -que no está mal- de excelente mezcal a los EE. UU., además de cantidades más pequeñas a Japón, Panamá, Australia y Rusia. Nos alistamos ahora para conquistar el mercado europeo, en el cual, comienza a crecer la demanda de este destacado destilado mexicano. Esto representa para nosotros algunos desafíos de logística, inventarios y procesos administrativos, pero digamos que nos gustan los retos...

Trece años más tarde ¿dónde estás, qué proyectos tiene, como van los negocios?

He tenido que diversificar, innovar. Mientras seguimos tratando de abrir más mercados, más ciudades, tiendas, restaurantes para Wahaka, iniciamos una importadora en los EE. UU. de bebidas mexicanas. Sino fui el primero, sí uno de los primeros en traer vinos mexicanos a los Estados Unidos, sin duda el primero en traer el Comitéco de Chiapas, el Juerte de Tlaxcala. Traigo pulques, ginebras mexicanas de alta gama y una nueva línea de bebidas mexicanas de alta calidad, dirigidas a ser los de "bateo" en los bares exigentes, llamada El Güel, que cuenta por el momento con un mezcal, una ginebra y un tequila.

En 2019, el Consejo Mexicano Regulador de la Calidad Mezcal te otorgó el nombramiento honoris causa de "Embajador Oficial del Mezcal" ¿que nos puedes decir al respecto?

Lo recibí de las manos de Alejandro Murat, quien en ese momento era el gobernador de Oaxaca. Fue un gran honor. Me fue concedido en reconocimiento a la labor que venía yo desempeñando en el vecino país del norte enseñando y educando a los profesionales de nuestra industria y a los consumidores sobre lo que es y significa el mezcal. Es verdad que yo no era el único hablando de ese destilado en aquel entonces, pero quizá sí el único haciéndolo sobre la categoría entera y no enfocado solo en una marca. Sin duda eso fue lo que me hizo merecedor de tan alta distinción.

Obviamente, tengo la responsabilidad de colaborar con el sector mezcalero en proyectos que ayudan a crecer la categoría. Lo hago siempre con gusto. **D&N**



MARCUS DANTUS:

Explorando el autoconocimiento, el fracaso y el éxito en el mundo emprendedor.

Marcus Dantus, Fundador y Presidente de Startup México, impulsor del ecosistema de emprendimiento e innovación en México, managing partner en Dux-Capital, Guest Profesor en Ipade Business School, inversionista y tiburón en Shark Tank México.

Por: Sergio Caballero

Platicanos más de ti, quién es Marcus Dantus más allá del empresario, el emprendedor que vemos en televisión.

Siempre fui un buen estudiante pero siempre tuve problemas con la autoridad y me corrieron de varias escuelas era bastante disciplinado y cuando yo descubro el emprendimiento y descubro que yo puedo ser dueño de mis propios éxitos de mis propios fracasos no tener jefes a veces me desesperaba, la verdad es que me encantó y por eso me metí en esto. Yo era un chavo como cualquier otro, nací en una colonia clase media, estudié en varias escuelas, no siempre por gusto. Empecé la Universidad en el Tec de Monterrey en una carrera que se llamaba Lasca, licenciado sistemas computacionales administrativos, y luego me transferí a la Universidad Pennsylvania y estudié cine porque yo quería ser cineasta y luego trata de hacer cine y era muy complicado y me he metido emprendedor y ahí me quedé.

¿En qué momento pasas de ser un estudiante de sistemas computacionales para ser un emprendedor, ¿cuál es el paso que marca la diferencia?

Tener un grupo de cuates con mucho más dinero que yo, querer ganar dinero, darme cuenta que las elecciones que yo estaba haciendo no eran necesariamente las que me iban a llevar AA tener una solvencia como la que quería. En esencia descubrirme a mí mismo, a final de cuentas, me encanta el cine y me hubiera encantado hacer cine, pero descubrí en ese entonces, en ese momento que en México que no era la mejor elección y al intentar hacer otras cosas me empezó a ir bien y entonces por eso me me quedé en las otras cosas.

¿Entonces tú podrías mencionar que en cierta manera sí fueron las circunstancias las que te llevaron a convertirte en el emprendedor que eres actualmente?

Las circunstancias y probablemente las elecciones que tomé que no fueron necesariamente las adecuadas en su momento. Me metí en un grupo de producción que ya no estaba en sus mejores momentos, que ya no estaba

recibiendo tantas chambas, en una época donde el cine no era muy bueno, intentando de muy chavo mover montañas sin tener realmente la habilidad para hacerlo, fueron una serie de circunstancias que creo que eran las equivocadas en su momento.

¿Cómo ayudar a las personas a dedicarse eso que se apasiona a lo que les apasiona? Pudiera parecer que actualmente ya estás totalmente alineado a lo que haces, incluso si vemos toda tu trayectoria como emprendedor, todo lo que haces por impulsar el emprendimiento en México y más países podríamos decir que tu propósito pudiera estar alineado de esa parte de emprender, pero al final de cuentas el cine en su momento comentabas que era tu pasión, entonces, ¿cómo le haces para decidir dedicarte a algo diferente al cine?

Por eso te hablaba un poco del descubrimiento personal porque quizá yo pensaba que mi pasión era el cine, pero la verdad es que, volteando a ver lo que hago ahora, me apasiona mucho más, sin querer acabé descubriendo la pasión que realmente tenía que era el emprender, el crear negocios, el ayudar a otros, el invertir. Hoy la verdad es que estoy muy contento donde estoy, me gusta lo que hago, mucho más de lo que recuerdo que me gustaba lo que hacía cuando estaba el cine. Entonces también hay que descubrirse, quizá en ese entonces pensaba una pero la verdad es que yo estoy muy contento haciendo lo que hago hoy.

¿Qué consejo les pudieras dar a los jóvenes que de manera práctica pudieran tener un primer acercamiento para ese autoconocimiento?

De manera genérica hay una hay un esquema japonés que se llama Ikigai, creo que les puede servir mucho, es un ejercicio donde pones qué te gusta, pueden ser varias cosas, para que eres bueno, qué necesita el mundo y por qué el mundo está dispuesto a pagar. Y la intersección de esas cuatro pues debería ser tu propósito esa es la idea, pero eso es muy general, es un ejercicio que creo que se

puede hacer y que te puede dar algunas ideas pero luego tienes que trabajar en ello para que realmente salga. El consejo que les daría es que tengan paciencia, un dicho que me encanta dice que el éxito de la noche a la mañana tarda como 15 años en llegar, entiendo que están acostumbrados a que todo ahora es inmediato, pero la realidad es que hay cosas que no son inmediatas, el ser exitoso no es inmediato, el encontrarte a ti mismo no es inmediato, él lograr una familia, hacer relaciones, que son realmente las cosas importantes, no son inmediatas. Hay que tener paciencia y hay que picar piedra y hay que construir.

Justo lo que mencionas me gusta porque al final también es una experiencia propia. Ante la falta de claridad para saber qué es lo que quieres hacer con tu carrera, por lo menos ir descubriendo y si no por lo menos vas descartando.

Creo que la carrera que estudias no tiene por qué determinar a qué te dedicas el resto de tu vida. El ejemplo perfecto soy yo, yo acabé estudiando cine y ahorita estoy bastante alejado de del cine y de los medios. Sin embargo, la escuela tiene muchas otras cosas, te ayuda a hacer relaciones, a tener una vida social a hacer contactos y también te da un aprendizaje. Y quizá el mejor consejo que les daría es que todo el tiempo estén aprendiendo, ahorita es más fácil que nunca aprender. Aprendan, conozcan nuevas cosas, estoy seguro que van a terminar encontrando su pasión y algo que sepan hacer bien, solo tengan paciencia.

¿Por tu experiencia en el programa Shark Tank, has identificado algo o cómo puedes hasta cierta manera medir esa esa pasión, ese talento, esa motivación en el emprendedor, hay algún determinante?

No es una técnica infalible pero hay una serie de preguntas que te hacen darte cuenta, la más obvia es ¿estás 100% en esto? Pero hay otras en donde te das cuenta, les tiras una curva y les preguntas algo que no les gusta, y vas a ver si realmente lo defienden o no lo defienden o si se rinden o no se rinden, ese tipo de cosas te van enseñando si la persona está apasionada o no. Pero de todas maneras te puedes equivocar, nos ha pasado.

¿Cuál sería el siguiente paso que le recomendarías para que puedan convertir eso que les apasiona en alguna profesión en alguna medida de negocio o algo que realmente les pueda generar valor y aportar valor a la comunidad?

Prueba y error, atrévete, trátalo, si funciona buenísimo, si no cámbialo. Fracasa, fracasar es bien importante, no hay nadie que haya llegado al éxito sin fracasar antes entonces o sea en esencia quítate los miedos y atrévete a hacer lo que crees que quieres hacer y si no te funciona atrévete a cambiarlo.

Platicando sobre tu libro, "Pensar en grande para hacerla en grande" me encanta porque son una serie de habilidades de lo que estamos hablando, qué es lo que te gusta, qué es lo que te apasiona y de ahí ya tener un enfoque que puedas potenciar el máximo. De todas las habilidades que mencionas, el orden en el que los enlistas, ¿es en el que deberían fijarse los emprendedores al momento ya de ir puliendo sus habilidades?

Hay ciertas habilidades, como por ejemplo el miedo, superar

los miedos, es la primera que que sí creo que es la primera, si no te atreves a hacer las cosas no vas a poder hacer nada. Traté de poner un cierto orden, pero no necesariamente tiene que estar así. Por ejemplo, la segunda es propósito por qué porque si no sabes a dónde vas, cómo llegas. Planeación ese tipo de cosas creo que son importantes antes de arrancar. Imagina, vas a hacer una expedición o te vas a ir a explorar algo y primero, no te atreves pues no lo haces. Segundo, no sabes qué es lo que quieras hacer, no te va a salir. Tercero, no planeas bien el viaje pues igual te quedas sin comida o sin víveres o te pierdes. A eso me refiero, hay ciertas cosas que sí creo que son preparatorias para empezar este viaje, que en este caso puede ser el emprendimiento, o a lo que te vas a dejar el resto tu vida, pero hay otras que no necesariamente tienen que estar en ese orden. Por ejemplo, innovar es algo constante.

Creemos que el propósito que definamos hoy, tiene que ser el que va a marcar el resto de nuestra vida, pero a final de cuenta vamos cambiando. ¿Qué le dirías a las personas para que tengan esa flexibilidad de ir adaptando su propósito?

No se trata del resto de tu vida. La vida es una serie de momentos y de cosas que están pasando que tienes que ir disfrutando y de hecho de eso se trata el libro, si no vas celebrando tus éxitos, si no vas aprendiendo tus fracasos, para mí no se trata de un destino, se trata del viaje, entonces disfruta el viaje. Así ya no te importa si pasas el resto de tu vida en tal lugar o no, sino más bien te importa qué tal la pasaste el día de hoy y cómo la vas a pasar mejor mañana y eso creo que es más fácil.

¿Cuál es algún consejo práctico que podríamos darles a las personas para tomar acción y que puedan tener un cambio en su vida?

Yo me clavaría en aprender, estar todo el tiempo aprendiendo, aprende de los demás aprende las cosas que no sepan. Yo soy una persona por ejemplo, estoy viendo una película y dice una palabra que no conozco y paro la película y busco la palabra. Creo que eso me da valor porque ya la siguiente vez ya voy a saber la palabra. Hay un concepto que quieras aprender, pues apréndelo, tómate el tiempo de aprender algo nuevo pero también aprende de los demás. Todo mundo tiene algo que enseñarte, no importa quien sea, quizá hasta te enseñan cómo no hacer las cosas pero también sirve eso. Y también, aprendan de ustedes mismos, analícense todo el tiempo, se pelearon con alguien, analicen por qué, fue culpa de ellos, fue culpa de ustedes, cuál fue el problema, cómo puedes mejorar esa relación. Esta vida aparentemente es muy larga pero conforme vas e pasando los años conformadas creciendo te das cuenta que es bastante corta, entonces disfrútala, diviértete, pástela bien y para pasártela bien, trata de estar bien contigo y con los demás y de sentirte confiado. Y esta confianza viene del conocimiento y de la intuición.

Aquí la diferencia creo yo que marca en tomar acción, creo que es lo más importante, que podamos tomar acción y que aprendemos para poder conseguir los resultados.

Y aprender de los fracasos que te vas a ir encontrando, que además les garantizo que van a tener fracasos.

Marcus, muchas gracias, un gusto haber compartido aquí contigo y muchas felicidades. D&N



DIPLOMADO INTERNACIONAL EN MARKETING DIGITAL

MKTTotal

Fundamentos de Marketing Digital • SEM/Google Ads • I.A. • Social Media Marketing • Comercio Electrónico
Marketing de Influencers • Marketing de Contenidos • Estrategias de posicionamiento SEO
Inbound Marketing • Plan de Marketing Digital

educacion@mercadotecniatotal.com



Revolución Tecnológica:

Las 10 tecnologías que definirán los próximos años

Por: Dr. Félix Cortés

En la vanguardia de la era digital, nos encontramos en un punto de inflexión histórico donde la tecnología no es solo una herramienta, sino un tejido fundamental que redefine nuestra realidad.

Las innovaciones emergentes de hoy están trazando el camino hacia un futuro que promete ser radicalmente diferente de nuestro presente. Este nuevo horizonte tecnológico, caracterizado por avances en inteligencia artificial, robótica, biotecnología y más, no solo está configurando las industrias y la economía, sino también redefiniendo las interacciones humanas y nuestro entendimiento del mundo.

A medida que estas tecnologías avanzan a un ritmo sin precedentes, enfrentamos desafíos y oportunidades únicas. La adopción y adaptación a estas tecnologías se está convirtiendo en un imperativo crítico, no solo para el éxito económico sino también para abordar cuestiones globales como el cambio climático, la seguridad de los datos y la equidad social. En este artículo, exploramos las diez tecnologías emergentes clave que están en la

vanguardia de esta revolución tecnológica, ofreciendo una visión profunda de cómo podrían moldear nuestra vida en los próximos años.

1. Inteligencia Artificial Avanzada y Machine Learning

La Inteligencia Artificial (IA) y el Machine Learning (ML) están redefiniendo las capacidades de las máquinas, permitiéndoles aprender y tomar decisiones de manera independiente. Estas tecnologías están impulsando avances en áreas como el diagnóstico médico, la automatización de procesos industriales y la personalización de experiencias de usuario. La IA no solo está mejorando la eficiencia y la precisión en numerosos campos, sino que también está abriendo puertas a nuevas posibilidades, desde coches autónomos hasta asistentes personales avanzados.

2. Internet de las Cosas (IoT) y Ciudades Inteligentes

El IoT conecta dispositivos cotidianos a la red, permitiendo la recopilación y análisis de datos a una escala sin precedentes. Esta interconectividad está en el corazón de las ciudades inteligentes, donde todo, desde la iluminación callejera hasta los sistemas de tráfico, puede ser optimizado para mejorar la eficiencia y reducir el consumo de recursos. Las ciudades inteligentes

prometen un futuro más sostenible y habitable, con una gestión más inteligente de los recursos urbanos.

3. Tecnología 5G y Redes de Comunicación de Próxima Generación

La tecnología 5G promete revolucionar la comunicación global con su velocidad y capacidad sin precedentes. Esta nueva generación de redes inalámbricas facilitará innovaciones como la cirugía remota, el streaming en alta definición y la realidad aumentada/virtual (AR/VR) en tiempo real. La 5G actuará como un catalizador para otras tecnologías emergentes, permitiendo una conectividad más rápida y confiable.

4. Blockchain y Criptomonedas

Blockchain ofrece una seguridad y transparencia en las transacciones digitales nunca antes vista. Más allá de las criptomonedas, esta tecnología tiene el potencial de transformar sectores como la banca, la cadena de suministro y el voto electrónico, proporcionando un registro inmutable y descentralizado de las transacciones.

5. Realidad Aumentada (AR) y Realidad Virtual (VR)

AR y VR están fusionando el mundo digital con el físico de formas innovadoras. Mientras que la VR sumerge a los usuarios en entornos completamente virtuales, la AR superpone información digital en el mundo real. Estas tecnologías tienen aplicaciones que van desde la educación y el entrenamiento hasta el entretenimiento y el diseño de productos.

6. Computación Cuántica

La computación cuántica realiza cálculos a velocidades inimaginables, y tiene el potencial de resolver problemas que actualmente son inabordables para las computadoras convencionales. Esta tecnología podría

revolucionar campos como la criptografía, la investigación farmacéutica y la modelización de sistemas complejos.

7. Vehículos Autónomos y Transporte Inteligente

Los vehículos autónomos, que incluyen coches, drones y otros modos de transporte, prometen transformar la movilidad urbana. Al mejorar la seguridad y la eficiencia, esta tecnología podría reducir significativamente los accidentes de tráfico, optimizar el flujo de tráfico y reducir la congestión.

8. Energías Renovables y Tecnologías Sostenibles

A medida que la crisis climática se intensifica, las tecnologías en energías renovables y soluciones sostenibles están cobrando mayor importancia. Innovaciones en energía solar, eólica, hidroeléctrica y de biomasa, junto con avances en almacenamiento de energía, están liderando el camino hacia un futuro más verde y sustentable.

9. Robótica y Automatización

La robótica y la automatización están redefiniendo la manufactura, la logística y muchos otros sectores. La integración de la IA en robots está permitiendo que estas máquinas realicen tareas complejas y se adapten a nuevos entornos, mejorando la eficiencia y abriendo nuevas posibilidades en áreas como la cirugía y el cuidado personal.

10. Medicina Personalizada y Biotecnología

La medicina personalizada, impulsada por avances en genómica y biotecnología, está transformando el enfoque de la atención médica. Esta tecnología permite tratamientos y medicamentos adaptados a la genética individual, lo que mejora significativamente la efectividad de los tratamientos y reduce los efectos secundarios. **D&N**



Transforma tu negocio

De venta en **amazon**

CÓMPRALO YA



Problemáticas empresariales

Por: Miguel Angel Rubio

Existen varias razones por las cuales los clientes suelen dejar de adquirir algún servicio o producto, una de ellas es la falta de un seguimiento efectivo, el cual si no se realiza de la manera más adecuada puede llegar a generar consecuencias graves en cuanto a las ganancias de la empresa. Cuando esto ocurre, los comerciales suelen no crear una comunicación bilateral entre ellos y el comprador o el posible cliente.

Por lo tanto, si un interesado se comunica con la empresa, los comerciales no hacen segundas llamadas para verificar que la persona ya se encuentra lista para comprar o no, es decir, no realizan buen seguimiento. La falta de compromiso para dar un seguimiento también causa una falta de conocimiento sobre el nivel de satisfacción de los clientes, si el producto cuenta con áreas de oportunidad o fallas, o si el proceso de compra parece sencillo o muy complicado. Como se ve en la siguiente tabla informativa:

ESTADISTICA DE VENTAS

- El 48 % de los vendedores nunca le da seguimiento a un prospecto.
- El 25 % de las ventas se hacen en el segundo contacto.
- El 12% de las ventas solo se hacen 3 contactos.
- Solo el 10% de las ventas se hacen más de 3 contactos
- El 2% de las ventas se realizan en el primer contacto.
- El 3% de las ventas se realizan en el segundo contacto
- El 5% de las ventas se hacen en el 3er contacto.
- El 10% de las ventas se hacen en el 4to contacto.
- El 80% de las ventas se realizan en el quinto o décimo contacto.

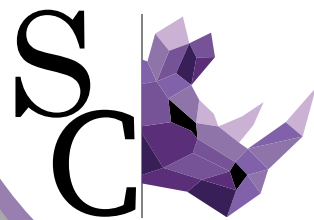
Toda esta información que se pasa por alto es valiosa y crucial para poder mejorar las estrategias y resolver otros problemas en ventas y marketing. Cuando no existe sincronía, los problemas en ventas y marketing salen a la

superficie. Como mencionamos en el punto anterior, cuando no se tiene un mapeo preciso de las actividades de las áreas involucradas se produce la pérdida de oportunidades de negocio, existen empresas donde tienen un amplio campo de prospectos de gran nivel y por no tener organización desde la cabeza de la empresa o sea el CEO o Directivo Comercial hasta las demás áreas pierden grandes oportunidades de crecimiento dentro de su giro comercial. De la misma manera, el 80 % de los vendedores olvidan que deben volver a contactar a alguno de sus clientes potenciales luego de un tiempo, lo cual pasa desapercibido al no monitorear la actividad del negocio. Dando como resultado la disminución de cierres y clientes de one shot.

Otra problemática que a mi parecer es muy riesgosa es la poca escucha al cliente, como bien sabemos una empresa depende del cliente y muchas veces los clientes pueden sentir que han recibido un trato deficiente debido a que no siempre conocen a su público objetivo o la falta de preparación del equipo de trabajo; un comercial que no conoce aquello que vende es un comercial que dará una mala imagen a la marca. Cuando un prospecto adquiere un producto o contrata un servicio espera que la información que le han dado sea verdadera y que los gestores sean capaces de responder sus dudas. Si no obtiene la respuesta que busca o si el bien es diferente a lo que le fue vendido lo más seguro es que considerará que le han brindado una mala atención, esto, con el tiempo genera una mala reputación de la empresa.

De igual forma la falta de compromiso gerencial genera un ambiente de procrastinación dentro de toda la empresa, que si nos ponemos a pensar es un circuito de nunca terminar. **D&N**

Nosotros te podemos ayudar a romper con esos circuitos



PERSONALIZA TU SEGURO MÉDICO

en Simental Consultores



Cotiza fácil y rápido

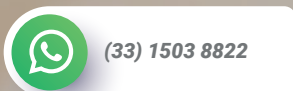
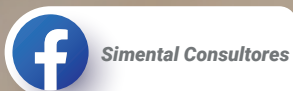


Elige el plan que se
ajuste a tus necesidades



¡Ya estás seguro, seguro!

¡CONTÁCTANOS!





La Psicología del Diseño

Cómo los Gráficos Influyen en las Decisiones de Compra

Por: Valeria Garcés

En una era marcada por la saturación informativa, el diseño gráfico asume un papel crucial en captar la atención y persuadir a los consumidores, bombardeados diariamente con miles de mensajes publicitarios. Más allá de la pura estética, el diseño gráfico está profundamente arraigado en la psicología humana, ejerciendo un poder significativo sobre las emociones, percepciones y decisiones de compra.

Este fenómeno trasciende la simple atracción visual, entrelazando principios psicológicos con técnicas de diseño para forjar una comunicación visual poderosamente persuasiva. A través de la exploración de cómo los elementos de diseño, aplicados con intención, pueden influir en las actitudes y emociones.

Dentro de este contexto, la psicología del color, la tipografía, las formas y la composición visual juegan roles esenciales. La elección de colores va más allá de la atracción estética; implica entender cómo evocan respuestas emocionales específicas. La tipografía no solo se trata de elegir fuentes atractivas, sino de transmitir la personalidad y el tono de una marca, impactando cómo se recibe y procesa el mensaje.

Las formas y la disposición espacial, ya sean orgánicas o geométricas, interactúan con nuestras percepciones y asociaciones culturales preexistentes, orientando sutilmente las conclusiones y decisiones del observador. Así, al analizar el cruce entre diseño gráfico y psicología del consumidor, descubrimos un campo fascinante donde arte y ciencia se unen, demostrando cómo el diseño gráfico es más que un componente del marketing: es un protagonista clave en el arte de persuadir y decidir. **D&N**



ANDARES

PROVIDENCIA

BUENOS AIRES ESQ. QUEBEC
GUADALAJARA

ANDARES
RESERVACIONES
33 3113 2357

PROVIDENCIA
RESERVACIONES:
33 3640 4824
33 3641 8707

Talento[®]
Cocina para tus sentidos.



Desbloqueando la creatividad:

Lecciones inspiradoras de “El ladrón de orquídeas”.

Por: Pilar del Angel

Hace unos días descubrí la magnífica obra cinematográfica de Spike Jonze, «El ladrón de orquídeas», no es nueva, salió en el 2002 (conocida como «Adaptation» en inglés), y quedé cautivada por la profundidad de sus mensajes sobre la creatividad. Esta joya cinematográfica va más allá de una simple narrativa; es un compendio de lecciones valiosas que resuenan fuertemente con mi experiencia como creadora.

Desde el inicio, la película destaca la lucha interna del protagonista (interpretado por Nicolas Cage,) por adaptar una historia literaria al lenguaje visual del cine. Este viaje revela una complejidad sorprendente en el proceso creativo y desentraña aspectos cruciales que atraviesan cualquier manifestación artística o de resolución creativa en la vida cotidiana.

La exploración de los bloqueos creativos es uno de los pilares que más me impactó. La sinceridad con la que se abordan estos momentos de estancamiento resalta la importancia de estas fases en el camino de cualquier creador. Además, la película enfatiza la necesidad de adaptación y flexibilidad, subrayando cómo la creatividad se manifiesta en la capacidad de adaptarse a nuevos desafíos.

La dualidad de enfoques creativos, representada por los personajes interpretados por un mismo actor (Nicolas Cage, interpreta también a su hermano gemelo ficticio Donald Kaufman,) me llevó a reflexionar sobre la diversidad de caminos en el proceso creativo. Esta dualidad inspira a facetas de la propia creatividad, comprendiendo que la expresión artística puede fluir por múltiples senderos.

La ruptura de convenciones narrativas en «El ladrón de orquídeas» desafía nuestra percepción de cómo contar historias y presentar ideas. Esta innovación en la estructura narrativa incita a buscar la originalidad más allá de los esquemas habituales.

Finalmente, la autorreferencialidad de la película, al reflejar la lucha del guionista con su propio bloqueo creativo, me sumergió en una reflexión profunda sobre cómo mi proceso creativo puede influir en la obra que desarrollo.

Aquí tienes cinco enseñanzas que podrían ayudarte:

Abrazar la Dualidad Creativa:

La película presenta la dualidad de enfoques creativos a través de los personajes interpretados por Nicolas Cage. Aprende de esta dualidad: la creatividad puede fluir de maneras diversas. Abraza diferentes perspectivas y enfoques para desbloquear tu mente creativa.

Aceptar los Bloqueos Creativos:

La obra muestra los momentos de bloqueo creativo del protagonista. Acepta que estos momentos son parte del proceso creativo. No te desanimes; en su lugar, utilízalos como oportunidades para replantear enfoques y encontrar nuevas ideas.

Adaptabilidad y Flexibilidad:

La película resalta la importancia de adaptarse a nuevas situaciones. Sé flexible en tu proceso creativo. La adaptabilidad te permite explorar soluciones desde diferentes ángulos y te ayuda a superar los obstáculos creativos.

Romper con Convenciones Narrativas:

La película desafía convenciones narrativas. Aprende a cuestionar las estructuras habituales en tu trabajo creativo. Experimenta con nuevas formas de presentar ideas o contar historias para romper con la monotonía y encontrar la inspiración.

Reflexión sobre el Proceso Creativo:

«El ladrón de orquídeas» ofrece una mirada profunda al proceso creativo. Reflexiona sobre tu propio proceso creativo. Identifica qué elementos te inspiran, qué obstáculos enfrentas y cómo podrías abordarlos de manera diferente para desbloquear tu creatividad.

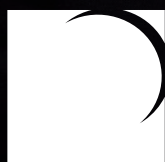
Estas lecciones de la película pueden servir como guía para superar bloqueos creativos y revitalizar tu proceso creativo, inspirándote a abrazar la diversidad de enfoques, aceptar los bloqueos como parte del camino y ser más flexible y reflexivo en tu búsqueda de inspiración.

Te invito a sumergirte en esta obra excepcional y explorar estos cinco aspectos cruciales de la en «El ladrón de orquídeas». Descubre cómo estos elementos pueden enriquecer y potenciar cualquier proceso creativo, ya sea en el mundo del arte o en los desafíos cotidianos. ¡No dudes en verla y compartir tus comentarios en mis redes!

Con mucho cariño Pilar del Angel **D&N**



The **WBMF** works to build a better world and a more inclusive economy through ethical business principles. **Join us now**, so we can grow businesses together in Latin America.



W O R L D
BMF

World Business & Marketing Federation

worldbmf.com





Marketing de Contenidos

Tendencias y Predicciones



Por: Daniel Pérez

El marketing de contenidos ha evolucionado significativamente en los últimos años, adaptándose a las nuevas tecnologías y preferencias del consumidor. Este artículo explorará las últimas tendencias y predicciones en el ámbito del marketing de contenidos, proporcionando una visión integral de hacia dónde se dirige esta disciplina.

Personalización y Segmentación: Una de las tendencias más destacadas es la personalización del contenido. La era de los mensajes genéricos ha quedado atrás; ahora, las marcas se enfocan en crear contenidos que resuenen de manera específica con distintos segmentos de su audiencia. Esto incluye el uso de datos y análisis para entender mejor las preferencias y comportamientos del consumidor.

Contenido Interactivo y Experiencial: El contenido interactivo, como encuestas, quizzes, y experiencias inmersivas, está ganando terreno. Estas herramientas no solo aumentan el compromiso del usuario sino que también proporcionan datos valiosos sobre sus preferencias y decisiones.

El Auge del Video y el Podcasting: El contenido en formato de video y podcast continúa creciendo en popularidad. Las marcas están invirtiendo más en estos formatos, reconociendo su capacidad para conectar con la audiencia de manera más profunda y personal.

Uso de Inteligencia Artificial: La IA está transformando la manera en que se crea y se distribuye el contenido. Desde la generación automatizada de textos hasta el análisis predictivo para determinar el tipo de contenido que probablemente generará más interacción, la IA se está convirtiendo en una herramienta indispensable.

Sostenibilidad y Conciencia Social: Los consumidores son cada vez más conscientes de los aspectos sociales y ambientales, lo que impulsa a las marcas a adoptar enfoques de marketing de contenidos que reflejen estos valores. El contenido que aborda temas de sostenibilidad y responsabilidad social está ganando popularidad.

Predicciones para el Futuro: Mirando hacia el futuro, podemos esperar ver un mayor enfoque en la autenticidad y la humanización de las marcas. La realidad aumentada y la realidad virtual podrían jugar un papel más significativo en la creación de experiencias de contenido envolventes. Además, la integración de la voz en las estrategias de contenido, como en los asistentes virtuales y las búsquedas por voz, se anticipa que aumentará.

Podemos concluir que el marketing de contenidos está en constante evolución, y las marcas que se mantienen al tanto de estas tendencias y las incorporan en sus estrategias estarán mejor posicionadas para conectar con sus audiencias. La adaptabilidad y la innovación seguirán siendo claves para el éxito en este campo dinámico. **D&N**

NUTRICIONAL LIFE

Pilar DEL ÁNGEL



Productos formulados con la más alta tecnología extrayendo la esencia celular de las plantas para darle calidad a tu vida.

LA NATURALEZA AL SERVICIO DE TU SALUD

www.pilardelangel.com.mx



Obtén grandes beneficios



Problemáticas empresariales

Por: Miguel Angel Rubio

Existen varias razones por las cuales los clientes suelen dejar de adquirir algún servicio o producto, una de ellas es la falta de un seguimiento efectivo, el cual si no se realiza de la manera más adecuada puede llegar a generar consecuencias graves en cuanto a las ganancias de la empresa. Cuando esto ocurre, los comerciales suelen no crear una comunicación bilateral entre ellos y el comprador o el posible cliente.

Por lo tanto, si un interesado se comunica con la empresa, los comerciales no hacen segundas llamadas para verificar que la persona ya se encuentra lista para comprar o no, es decir, no realizan buen seguimiento. La falta de compromiso para dar un seguimiento también causa una falta de conocimiento sobre el nivel de satisfacción de los clientes, si el producto cuenta con áreas de oportunidad o fallas, o si el proceso de compra parece sencillo o muy complicado. Como se ve en la siguiente tabla informativa:

ESTADISTICA DE VENTAS

El 48 % de los vendedores nunca le da seguimiento a un prospecto.

El 25 % de las ventas se hacen en el segundo contacto.

El 12% de las ventas solo se hacen 3 contactos.

Solo el 10% de las ventas se hacen más de 3 contactos

El 2% de las ventas se realizan en el primer contacto.

El 3% de las ventas se realizan en el segundo contacto

El 5% de las ventas se hacen en el 3er contacto.

El 10% de las ventas se hacen en el 4to contacto.

El 80% de las ventas se realizan en el quinto o décimo contacto.

Toda esta información que se pasa por alto es valiosa y crucial para poder mejorar las estrategias y resolver otros problemas en ventas y marketing. Cuando no existe

sincronía, los problemas en ventas y marketing salen a la superficie. Como mencionamos en el punto anterior, cuando no se tiene un mapeo preciso de las actividades de las áreas involucradas se produce la pérdida de oportunidades de negocio, existen empresas donde tienen un amplio campo de prospectos de gran nivel y por no tener organización desde la cabeza de la empresa o sea el CEO o Directivo Comercial hasta las demás áreas pierden grandes oportunidades de crecimiento dentro de su giro comercial. De la misma manera, el 80% de los vendedores olvidan que deben volver a contactar a alguno de sus clientes potenciales luego de un tiempo, lo cual pasa desapercibido al no monitorear la actividad del negocio. Dando como resultado la disminución de cierres y clientes de one shot.

Otra problemática que a mi parecer es muy riesgosa es la poca escucha al cliente, como bien sabemos una empresa depende del cliente y muchas veces los clientes pueden sentir que han recibido un trato deficiente debido a que no siempre conocen a su público objetivo o la falta de preparación del equipo de trabajo; un comercial que no conoce aquello que vende es un comercial que dará una mala imagen a la marca. Cuando un prospecto adquiere un producto o contrata un servicio espera que la información que le han dado sea verdadera y que los gestores sean capaces de responder sus dudas. Si no obtiene la respuesta que busca o si el bien es diferente a lo que le fue vendido lo más seguro es que considerará que le han brindado una mala atención, esto, con el tiempo genera una mala reputación de la empresa.

De igual forma la falta de compromiso gerencial genera un ambiente de procrastinación dentro de toda la empresa, que si nos ponemos a pensar es un circuito de nunca terminar.

Nosotros te podemos ayudar a romper con esos circuitos



México: Un destino feliz para hacer negocios

Explorando el atractivo histórico del país y su prometedor futuro.

México, una nación colmada de historia, cultura y recursos naturales, se presenta como un destino inigualable y próspero para la actividad empresarial en 2024.

Desde sus orígenes con las civilizaciones azteca y maya hasta su actual posición como una de las economías más grandes de América Latina, México ha experimentado una transformación notable, atrayendo inversores y empresarios con su encanto único y su potencial económico. Este artículo profundiza en los aspectos que hacen de México un destino empresarial feliz, abordando su historia, cifras económicas, y algunos ejemplos exitosos.

Historia de resiliencia y transformación económica

La travesía económica de México ha sido una narrativa de resiliencia y adaptabilidad, cimentada en una rica historia. Desde la civilización azteca y hasta su independencia en 1821, México ha superado desafíos todo el tiempo. En el siglo XX, experimentó una industrialización acelerada y una relativa estabilidad política, sentando las bases para su desarrollo económico actual.

En décadas recientes, México ha implementado reformas estructurales que han modernizado su economía y aumentado su competitividad global. La firma de

acuerdos comerciales clave, como el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y su sucesor, el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), ha consolidado la posición de México como un actor clave en el escenario comercial mundial.

Cifras que hablan de éxito

Las cifras económicas respaldan la historia de éxito de México como destino empresarial. Según datos del Banco Mundial, México es la segunda economía más grande de América Latina y ocupa el decimocuarto lugar a nivel mundial en términos de PIB. Su crecimiento económico constante y su posición estratégica como puente entre América del Norte y América Latina lo convierten en un lugar atractivo para inversores internacionales.

Además, la diversificación de la economía mexicana ha contribuido a su atractivo. Sectores como la manufactura, la tecnología, el turismo y la energía han experimentado un crecimiento significativo, ofreciendo oportunidades para una amplia gama de industrias.

Ejemplos de éxito empresarial

Numerosos ejemplos de empresas internacionales que han prosperado en México resaltan el atractivo del país como destino empresarial. Empresas como Grupo Carso, Bimbo, Maseca y Banamex o Cemex han establecido una sólida presencia en el mercado mexicano y han contribuido al desarrollo económico del país. Además, la

creciente escena de startups y la presencia de gigantes tecnológicos como Google y Amazon subrayan el ambiente favorable para la innovación y la inversión extranjera.

¿Por qué elegir México como destino empresarial?

Diversos factores hacen de México un destino feliz para hacer negocios. La mano de obra joven y capacitada, costos laborales competitivos, una red de tratados comerciales favorables y un entorno empresarial en constante evolución son aspectos que favorecen a los inversores. Además, la estabilidad macroeconómica y los esfuerzos continuos del gobierno para mejorar la infraestructura y la eficiencia burocrática crean un entorno propicio para la inversión a largo plazo.

La ubicación geográfica estratégica de México, añade un elemento adicional atractivo para las empresas globales que buscan expandirse en ambos mercados. La conectividad facilitada por acuerdos comerciales y una red de tratados bilaterales ofrece además a las empresas acceso a un mercado amplio y diverso.

Desafíos y oportunidades futuras

A pesar de su atractivo, México también enfrenta desafíos, como la seguridad y la corrupción. Sin embargo, el gobierno mexicano ha implementado medidas para abordar estos problemas, demostrando un compromiso continuo con la mejora del entorno empresarial.

En el horizonte, México presenta oportunidades emocionantes en áreas como la tecnología, la sostenibilidad y la salud. El país se ha destacado en la producción de manufacturas avanzadas y en la atracción de inversión en energías renovables, posicionándose como un líder en estas industrias emergentes.

México: Un destino inigualable para la inversión empresarial

México, tierra de contrastes y oportunidades, se erige como un destino empresarial inigualable. Más allá de su rica historia y cifras económicas alentadoras, varias razones distintas convergen para hacer de México un lugar excepcional para la inversión y el desarrollo empresarial.

Estabilidad macroeconómica y reformas estructurales

México ha mantenido una sólida estabilidad macroeconómica a lo largo de los años. Políticas fiscales prudentes y una gestión responsable de la deuda pública han contribuido a un entorno financiero predecible. Además, las reformas estructurales implementadas en áreas como la energía, las telecomunicaciones y la educación han mejorado la eficiencia y la competitividad de los sectores clave de la economía.

Fuerza laboral joven y preparada

La juventud y educación de la fuerza laboral mexicana son activos significativos. Con una población joven y en constante crecimiento, México ofrece un vasto portafolio de talento. Además, el país ha invertido en la educación superior y la formación técnica, lo que ha llevado a contar una fuerza laboral altamente capacitada.

Plataformas de innovación y centros tecnológicos

México ha experimentado un auge en la creación de plataformas de innovación y centros tecnológicos. Ciudades como Guadalajara y Monterrey han emergido como hubs tecnológicos, atrayendo a empresas de tecnología y startups que buscan aprovechar el talento local y las condiciones propicias para la innovación.

Desarrollo sostenible y responsabilidad social empresarial

La creciente conciencia sobre la importancia del desarrollo sostenible y la responsabilidad social empresarial (RSE) ha llevado a muchas empresas a considerar a México como un destino estratégico. El país ha avanzado en la implementación de prácticas sostenibles y la promoción de iniciativas de RSE, lo que no solo responde a las expectativas de los consumidores modernos sino que también contribuye al bienestar social y ambiental.

Sectores emergentes y oportunidades en infraestructura

México presenta oportunidades emocionantes en sectores emergentes como la inteligencia artificial, la biotecnología y la movilidad sostenible. Además, el país ha anunciado planes ambiciosos para desarrollar infraestructuras clave, como la modernización de puertos y aeropuertos, creando oportunidades adicionales para inversiones en proyectos de gran envergadura.

Cultura empresarial y red de emprendimiento

La cultura empresarial en México fomenta la creatividad y la colaboración. El país cuenta con una red vibrante de emprendedores y mentores que respaldan el crecimiento de nuevas empresas. Incubadoras y programas de apoyo gubernamentales han surgido para apoyar el espíritu emprendedor y la innovación.

La combinación de todos los anteriores factores hacen de México un destino inigualable para hacer negocios. Este país ofrece mucho más que una historia rica, pues ofrece un escenario dinámico donde las empresas pueden florecer y contribuir al crecimiento económico sostenible a nivel global. **D&N**



¡Únete a la Aventura!

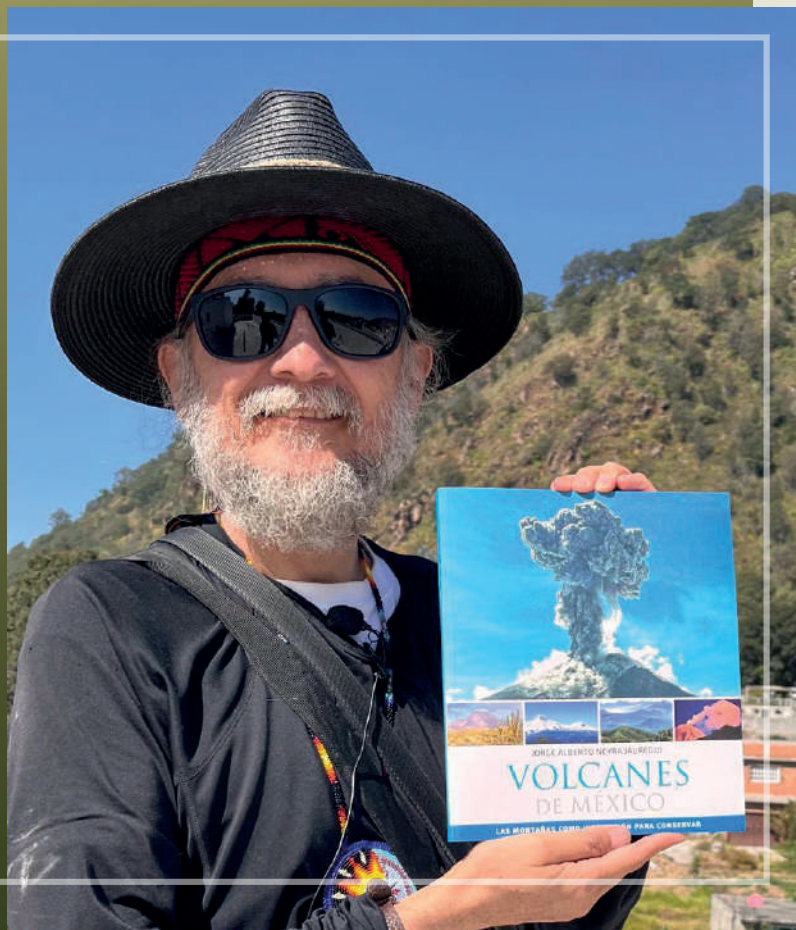
Explora y fotografía los tesoros volcánicos de México.

Imparte: **Jorge Neyra Jáuregui**. Autor del libro "Volcanes de México" con **37 años de experiencia** en recorridos de documentación y guías por volcanes tanto nacionales como del extranjero.

Por solo:

\$9,900

Cupo: 10 Participantes



Fotografiaremos, observaremos y comprenderemos cómo funcionan los volcanes, ubicar sus partes, así como estructuras volcánicas de tipo:

- Tubos de lava.
- Cuevas.
- Derrames lávicos.
- Depósito de cenizas.
- Cráteres.
- Cortes de capas o estratos que los forman.

¡Y muchos detalles más a interpretar del paisaje volcánico que cubre el 40% de la superficie de México!

Incluye:

- Guía y explicación durante 5 excursiones (35 hr)
- Entradas a los parques y transportación (acercamiento a los puntos con mayor interés)
- Constancia Impresa del curso
- Se incluirá un ejemplar del libro "Volcanes de México" autografiado.

Fechas:

Enero 2024

• Sábado 13 y 20

• Domingo 14, 21 y 28

Pagos desde:

3, 6, 9 o 12 meses sin intereses

Más Información:

(55) 6138 6772 o (55) 3884 4306

**Dirigido a público mayores de 18 años de edad.*



Por: Lyz Escalante

Síndrome de Blancanieves

El fenómeno de los jefes triple cara

Los personajes centrales de la película Blancanieves sirven como analogía perfecta para analizar el caso de las personas en posiciones de jefatura que tienen un trato diferenciado con sus superiores, sus colegas y sus subordinados en función de la jerarquía.

Te has preguntado por qué hay ciertos jefes que tienen cambios drásticos en la forma de tratar a las personas en una empresa, pues aunque mantienen respeto y cortesía hacia los responsables de mayor jerarquía, a los colaboradores o compañeros de trabajo suelen maltratarlos.

La interpretación de la historia de Blancanieves como tres personalidades en el ámbito laboral (la reina, la bruja y Blancanieves) puede ser una manera simbólica de analizar las diferentes facetas de la personalidad o roles que un perfil de este tipo desempeña a lo largo de la historia.

La Bruja: Simboliza la envidia, la maldad o los obstáculos que Blancanieves debe superar.

La Reina: Representa la figura autoritaria que intenta controlar o dominar a Blancanieves.

Blancanieves: Es la protagonista inocente y bondadosa que enfrenta desafíos y lucha contra la adversidad.

Esta interpretación resalta las luchas internas y las diferentes dinámicas presentes en la historia, ofreciendo capas de significado más allá de la narrativa superficial. Es una forma de explorar los roles y desafíos que enfrenta el personaje principal desde distintas perspectivas.

Si lo trasladamos al trato diferenciado hacia distintos niveles jerárquicos dentro de una organización, este comportamiento puede deberse a varios factores. A menudo, se relaciona con la autoridad y responsabilidad que cada posición conlleva.

Por ejemplo, los directivos y gerentes suelen recibir un trato diferenciado debido a la toma de decisiones de alto nivel y la responsabilidad sobre los resultados de la empresa que representan. Sin embargo, es importante que el trato sea justo

y equitativo de manera transversal, fomentando un ambiente colaborativo y respetuoso para todos los miembros del equipo.

Esta analogía puede aplicarse a dinámicas de liderazgo y relaciones interpersonales en el ámbito laboral de la siguiente manera:

Bruja (maltrato a subordinados)

Refleja un liderazgo tóxico, donde una persona en una posición de autoridad trata de manera abusiva o despectiva a sus subordinados. Este comportamiento puede generar un ambiente laboral negativo, con consecuencias en la moral, la productividad y la retención del talento.

Un líder despectivo que trata mal a sus subordinados y menosprecia a quienes están bajo su dirección suele tener características negativas, como la falta de empatía, la arrogancia, la incapacidad para reconocer el valor de los demás y una actitud de superioridad.

Este tipo de líder puede ser autoritario, irrespetuoso e incluso abusivo, creando un ambiente laboral tóxico y desmotivador para los colaboradores. Además, puede tener dificultades para construir relaciones positivas y productivas en el equipo.

Reina (control con compañeros pares)

Representa una actitud de control o superioridad hacia los compañeros de nivel jerárquico similar. Esta dinámica puede dificultar la colaboración, la toma de decisiones conjuntas y la creación de un entorno de trabajo colaborativo y equitativo.

Cuando un líder o gerente tiene dificultades en sus relaciones con compañeros de jerarquía similar, puede generar un ambiente laboral tenso y poco colaborativo. Esto puede afectar la comunicación, la cooperación y la eficiencia en el trabajo en equipo.

La falta de colaboración entre pares puede llevar a



problemas de coordinación, obstaculizar el intercambio de ideas y dificultar la toma de decisiones conjuntas, lo que a su vez puede impactar negativamente en los resultados y metas de la organización. Es crucial abordar estas tensiones para fomentar un entorno laboral más armonioso y productivo.

Blancanieves (dulce con quienes reporta)

Sugiere una actitud más colaborativa y empática hacia aquellos que están bajo su dirección. Esta forma de liderazgo se basa en el respeto, la empatía y la promoción de un ambiente de trabajo positivo, lo que puede mejorar la moral y el rendimiento del equipo.

Sin embargo, una persona que mantiene una relación de pleitesía o subordinación extrema con jerarquías superiores en una organización suele ser descrita como sumisa o servil. Esta actitud se caracteriza por un comportamiento excesivamente complaciente, donde la persona muestra una sumisión exagerada, evita cuestionar o discrepar, y busca constantemente la aprobación y el favor de aquellos en posiciones de autoridad.

Este tipo de comportamiento puede limitar la autonomía y la capacidad de tomar decisiones propias de esa persona, a veces en detrimento de su propio bienestar o el de su equipo.

Señales ineludibles del síndrome de Blancanieves

Un punto clave para detener este tipo de liderazgo radica en reconocer estas dinámicas y trabajar para fomentar un modelo que se base en la empatía, la equidad y la colaboración, promoviendo así relaciones sanas y productivas en todos los niveles jerárquicos de la organización.

Identificar estos patrones de comportamiento puede ser clave para evitar ambientes tóxicos en una empresa. Algunas señales que podrían indicar la existencia de este trato diferenciado jerárquico son las siguientes:

- 1. Discriminación en el trato:** Observar si hay un trato notablemente diferente hacia diferentes niveles jerárquicos. Por ejemplo, si hay preferencia evidente hacia algunos empleados por encima de otros.
- 2. Comunicación desigual:** Notar si la información relevante se comparte selectivamente con ciertos niveles jerárquicos, dejando a otros excluidos.
- 3. Decisiones sesgadas:** Identificar si las decisiones se toman sin considerar adecuadamente las opiniones o aportes de todos los niveles jerárquicos.
- 4. Cultura del miedo:** Si existe un clima en el que los

empleados temen expresar sus ideas o preocupaciones debido a represalias.

5. Dificultades en la colaboración: Si se observan problemas constantes en la colaboración entre equipos o departamentos, lo que podría indicar falta de comunicación o relaciones tensas entre diferentes niveles jerárquicos.

6. Quejas o rotación frecuente: Si hay un aumento en las quejas de los empleados o una alta rotación en ciertos departamentos, puede ser un indicio de un trato desigual o tóxico.

Detectar estas señales puede ayudar a abordar y corregir comportamientos perjudiciales, fomentando así un ambiente laboral más equitativo, colaborativo y saludable para todos los empleados. Para lograrlo es necesario considerar los siguientes aspectos:

Comunicación efectiva: Fomentar una comunicación clara, abierta y transparente con todos los miembros del equipo.

Empatía y escucha activa: Mostrarse receptivo y comprender las necesidades, preocupaciones y puntos de vista de los demás.

Equidad y justicia: Tratar a todos los colaboradores de manera justa y equitativa, sin favoritismos ni discriminación.

Desarrollo de habilidades: Fomentar el desarrollo profesional y personal de los colaboradores a través de capacitación y apoyo.

Promover un ambiente positivo: Crear un entorno laboral positivo, motivador y que fomente la colaboración y el trabajo en equipo.

Delegación efectiva: Delegar tareas de manera adecuada, confiando en las habilidades y capacidades de los miembros del equipo.

Resolución de conflictos: Manejar los conflictos de manera constructiva y rápida, buscando soluciones que beneficien a todas las partes involucradas.

Modelar comportamientos deseables: Servir como ejemplo y demostrar los valores y comportamientos esperados dentro de la organización.

Flexibilidad y adaptabilidad: Ser flexible ante los cambios y estar dispuesto a adaptarse a nuevas situaciones y desafíos.

Reconocimiento y aprecio: Reconocer y valorar el trabajo y los logros de los colaboradores, mostrando aprecio por sus esfuerzos.

Estos puntos pueden ayudar a un líder a crear un entorno laboral saludable y productivo. Ponerlo en práctica no solamente fomentará una buena cultura organizacional sino que garantizará un trato respetuoso de manera transversal, sin importar la posición jerárquica de una persona dentro de la empresa. **D&N**

EL PRECIO DEL ÉXITO

Reflexiones con Marco Antonio Regil sobre la pasión y el esfuerzo

Por: Sergio Caballero

Marco Antonio Regil, conocido como un apasionado comunicador, su historia en el mundo de la radio comenzó en Tijuana, México, desde una temprana edad. Su trayectoria se define por una pasión auténtica por conectar con las personas a través de sus relatos e ideas, buscando generar un impacto significativo en la vida de muchos.

Ha dedicado más de 37 años a la radio y televisión, llevando su mensaje a diversos rincones del mundo. Marco Antonio no solo ha destacado en medios, sino que también ha compartido su sabiduría en conferencias y entrenamientos para cientos de miles de personas en Estados Unidos, México y otros países.

Con una Maestría en Psicología Espiritual y aprendizaje de grandes maestros como Robert Kiyosaki y Blair Singer, Marco Antonio enfatiza la importancia de la autoaceptación y el amor propio como claves para el desarrollo personal y la transformación colectiva.

Una entrevista que nos revelará cómo Marco Antonio Regil ha aprendido a ver y comunicar con el mundo, basado en su profunda filosofía: "Como te ves, te comunicas y te tratas a ti mismo, es como terminas viendo, comunicándote y tratando a los demás".

Bienvenido Marco Antonio Regil. Vamos a empezar con una pregunta que me gusta hacer. ¿Te dedicas a lo que te apasiona?

Sí, claro. Eso lo aprendí desde niño. Eso me lo decía mi mamá, que era entrenadora de ventas. Mi mamá era conferencista y entrenadora de ventas. Fue, fue campeona nacional de ventas con una empresa de cosméticos. Vivimos en Ciudad de México, en Tijuana, y allá entrenaba miles y miles de mujeres que eran mujeres vendedoras. Y de las primeras lecciones que me dio desde niño era eso, me decía, nunca trabajes por el dinero, trabaja haciendo lo que amas y el dinero debe ser una consecuencia de hacer lo que amas.

¿En qué momento identificas lo que te apasiona?

Para mí no hubo un momento, sino que siempre lo supe. No recuerdo un momento en mi vida donde yo no haya sentido una inclinación por la comunicación, porque crecí en una casa, en la casa de mi abuelo, que fue uno de los fundadores de la radio en México. Tenía una estación de radio, entonces mi mamá era conferencista, entrenador de ventas. Algunos de mis tíos también, aunque no se dedicaron de tiempo completo a eso. Uno de mis tíos presidente de la Cámara Radio y Televisión y andaban metidos en el liderazgo en el mundo empresarial, uno de ellos se metió por ahí a la política también. Entonces como que había en la familia mucha gente que hablaba en público, entonces a mí me gustaba y no fue un momento, sino que nunca lo dudé y eso es muy hermoso cuando sientes y sabes en tu corazón que es lo que amas. Lo que hubo fue mucha gente que me decía que me iba a morir de hambre, que no me iba a ir bien, que mejor me pusiera

a vender carros y hacer otras cosas. Había siempre gente que te quiere sabotear el sueño.

Definitivamente creo que podemos decir que tú serás de desafortunados que saben desde una temprana edad qué es lo que les apasiona y para qué son buenos. Pero, ¿en qué momento supiste que tu talento, que es la comunicación, en qué momento dices me puedo dedicar a esto?

Es que fue siempre, o sea, desde niño, como que sabía que me iba a dedicar a esto y sabía que iba a hacer esto y se lo platicaba a mi mamá. Tuve la fortuna de tener una coach de ventas a una motivadora, a una entrenadora profesional, que cuando yo le decía eso creía en mi sueño. Entonces quizá una de las cosas más grandes que le puedo agradecer hoy, que ya no está en el mundo físico, pero vive siempre dentro de mí, en mi corazón. Es que creyó en mis sueños, porque conozco muchos amigos que le contaron sus sueños a sus papás y los papás no creyeron en sus sueños. Un amigo que quería ser piloto y la mamá por protegerlo decían, te vas a matar, ¿cómo crees? Estás loco o o quiero ser pintor, o quiero ser actor, o quiero o quiero ser emprendedor. No, tu ve la escuela y sé abogado porque los abogados ganan buen dinero. Tengo amigos que han terminado la carrera de medicina para darle el título al papá y así le dicen, aquí está, ya me gradué, aquí está el título, ya para que no me estén fregando, ¿no? Yo sabía lo que quería, pero yo veo que mucha gente que, si sabe nada más, que no tiene la fortuna de que alrededor lo tomen en serio. Mi mamá me tomaba en serio, me decía perfecto, eso que estás escogiendo es súper difícil. Hay millones de personas que quieren hacer eso y muy pocos llegan. Y me decía, ¿estás dispuesto a pagar el precio? Esa era la pregunta porque hay un precio que pagar. Entonces ella no me decía no puedes o estás loco. Decía Ok, perfecto, lo que quieras, puedes, pero hay un precio que pagar y entonces negociaba conmigo. Entonces yo todas las tardes llegaba de la escuela y me ponía a practicar.

Entonces Santa Claus me regaló un equipo de audio y me trajo un tocadiscos, una grabadora de esos que andan de moda ahorita ya se hizo el retro y están de regreso, grabadora, tocadiscos, micrófono, todo. Y entonces me decía, ya te lo trajo Santa Claus, ahora, ¿cuántas horas le vas a dedicar? Entonces ella me manejaba como buena entrenadora que era, yo decía, perfecto, me lo tomé en serio. Yo pasaba horas del día si salía a jugar y hacía mi tarea y todo, pero un par de horas al día y la siguiente semana más, me pasaba jugando a que era locutor de radio, entonces yo estaba entrenando desde chiquito.

Esa fue la fortuna, no solamente saber lo que quieres, que alguien te apoye, quieres ser piloto, quieres ser médico, quieres emprender lo que sea. Pero luego la gente cree que solamente visualizando. No, hay que darle duro y hay que leer y hay que prepararte. Y hay que estudiar y hay que estar dispuesto a hacer lo que los demás no quieren hacer. Y es una friega. Si quieres de verdad hacerlo es una friega, entonces no es nada más saber qué quiero, es estar dispuesto a pagar el altísimo precio de tener éxito.

Me encanta cómo lo dices, pagar el precio.

Hay un precio. Todo el mundo quiere el sueño, pero pocos están dispuestos a pagar el precio.

¿Qué pasaba por tu mente cuando apenas estabas empezando y te decían que te ibas a morir de hambre?

Pues obvio, si te lo dicen en un mal momento, si tú ya depositas abatido y ya le estás batallando y no te abren

puertas, o es un momento malo y no hay dinero, o no hay trabajo, o no estás logrando lo que quieres y viene y encima te dicen eso es como no me estás ayudando.

Afortunadamente yo soy de los que me dice que no puedo hacer algo, me da coraje. Y digo, vamos a ver si no puedo. Pero ese es mi carácter. Pero a mucha gente, sí se la cree y es muy delicado, es horrible andarle rompiendo los sueños a la gente y bajarle el ánimo. Y si te lo dicen en un mal momento, sí te pueden hacer pedazos un sueño. Entonces hay que estar muy alerta. A veces, hay mucha gente que te da consejos que no pides. Recuerda que simplemente esa persona tal vez vamos a suponer que está hablando con buenas intenciones y te está diciendo lo que es su realidad interna. Entonces la gente que me decía esas cosas, es gente que también había frustrado sus sueños. La gente exitosa te habla de otra manera, te habla como me hablaba mi mamá, me decía hay un precio, porque hay que ser muy realistas, siempre y cuando estés en el camino correcto con base en los talentos que tienes. Porque todos agarramos el champú y queremos cantar como Luis Miguel, ¿verdad? Pero yo no canto como Luis Miguel, no tengo el talento como Luis Miguel, soy desafinado. Ahora estoy aprendiendo a tocar el piano por terapia mental y todo. Pero yo sé que no es lo mío, pero lo estoy haciendo, es un hobby. No pasa nada, hay que saber, hay que identificar cuáles son tus fortalezas.

¿Qué consejo le darías a esas personas que están ahorita en ese momento en el que está en caída o en el hoyo y cavando. ¿Qué le dirías para que no se deje caer?

No lo puedo simplificar en una cosa. Pero una de las características de la gente exitosa, feliz, que hace sus sueños, realidad, que tiene relaciones bonitas, bellas, llenadoras, con corazón, con la novia, con la familia, con Dios, con la vida, en el trabajo y que hace sus sueños realidad. La gente exitosa y no me refiero nada más al dinero, es gente que aprende a manejar el diálogo interno, ¿Qué actividad está sucediendo entre tu oreja izquierda y tu oreja derecha? ¿Qué te está diciendo tu mente? ¿Qué historia te está contando tu mente y le estás haciendo caso a esa historia? ¿Has aprendido a cambiar la historia?

Si tu mente o la gente te dicen cosas o historias limitantes, tienes la capacidad de identificarlas. Mi consejo sería aprende a conocerte. El autoconocimiento es básico. Aprende a darte cuenta que lo que te dice tu mente y lo que te dice la gente son historias. Aprende a darte cuenta y etiquetarlas como historias y aprende a cambiarlas. En nuestros cursos en línea tenemos uno de mis ejercicios favoritos. Les ponemos mucho énfasis en que aprendamos a cambiar pensamientos limitantes por pensamientos cocreadores.

Entonces, el pensamiento limitante más común o uno de los más comunes, es no tengo dinero y mientras sigas diciendo no tengo dinero, pues esa va a ser su realidad. Vas a aprender a que no tienes dinero y nunca vas a tener dinero porque lo está repitiendo todo el tiempo, se convierte en realidad. Lo dices y te lo crees tú y se lo cree todo el mundo, entonces es muy distinto. Si en ese momento no tienes dinero, no es que digas mentiras, que digas tengo dinero, soy abundante. También es una estupidez porque no es real. Pero puedes decir, en este momento no tengo los recursos suficientes, pero estoy aprendiendo a crearlos y voy a aprender a crearlos.

Marco, nos llevamos muchísimo valor, gracias por habernos acompañado y por esta charla. D&N



CONGRESO MUNDIAL DE ESTUDIANTES DE **MERCADOTECNIA** Cancún, México

Conferencias Magistrales

Concursos y Premiaciones

Talleres Impartidos por Expertos

Certificación Internacional

Avalado por la STPS

Hotel Grand Oasis

¡Reserva desde ya!

4 al 8
De Octubre
2024

+ 1,000
Universidades
+ 30 Países

¡Conocimiento y Experiencia a tu Alcance!



Aprende



Opina



Expresa



Compete



Emprende



Disfruta

www.congreso-mercadotecnia.com



EL BÚHO SABIO

Más que una tienda, una institución mexicana

Explorando la historia de Sanborns, su importancia cultural y el formato que lo distingue



Por: Arturo Águila

Con su diseño de azulejos y su inconfundible logotipo, no es simplemente una cadena de tiendas en México; sino una institución arraigada en la historia y la cultura del país: Sanborns

Desde su fundación en 1903, Sanborns ha evolucionado para convertirse en algo más que una cadena de tiendas departamentales, destacándose como un formato único en el mundo que no tiene igual. Este artículo explora la rica historia de Sanborns, su importancia cultural y las razones por las cuales se destaca como un fenómeno singular.

Desde sus modestos inicios como una farmacia en el México de principios del siglo XX, Sanborns ha sido testigo y protagonista de la evolución social y económica del país. Su capacidad para combinar la innovación con la preservación de tradiciones le ha permitido adaptarse a los tiempos cambiantes, ganándose un lugar especial en el corazón de los mexicanos.

Con el tiempo, Sanborns ha diversificado su oferta para convertirse en un destino integral. Las áreas de librería y música, donde se pueden encontrar desde los clásicos literarios hasta los últimos éxitos musicales, son más que meras secciones de productos; son espacios que invitan a la exploración cultural y la conexión con las artes. La inclusión de galerías de arte en algunas sucursales refuerza el compromiso de Sanborns con la escena creativa y artística de México.



La gastronomía también ha sido una parte fundamental de la experiencia de marca. Las fuentes de soda originales han evolucionado en restaurantes y cafeterías que ofrecen desde platillos tradicionales mexicanos hasta un bar completo. Estos espacios de disfrute no solo satisfacen el apetito, sino que también se convierten en lugares de encuentro para amigos y familiares, donde se ha cerrado más de un trato sobre sus mesas.

Además, el compromiso de Sanborns con la responsabilidad social y la sostenibilidad también ha contribuido a su resonancia en la sociedad actual. Iniciativas como la publicación de libros que promueven la cultura y la educación, así como prácticas comerciales éticas, refuerzan su conexión con una audiencia cada vez más consciente.

Historia de Sanborns: un legado centenario

La historia de Sanborns comenzó en 1903, cuando Walter and Frank Sanborn, dos hermanos californianos, abrieron una pequeña farmacia en la Ciudad de México. A lo largo de los años, la farmacia se expandió y evolucionó para incluir una fuente de sodas, donde los clientes podían disfrutar de refrescos y comidas ligeras. Con el tiempo, Sanborns se transformó en una tienda por departamentos que ofrecía variados productos, desde artículos de tocador, hasta libros y regalos, o telefonía y pasteles.

Importancia cultural de Sanborns: un reflejo de la identidad mexicana

Sanborns ha logrado trascender su función comercial para convertirse en un símbolo de la identidad mexicana. Sus ubicaciones, muchas de las cuales están en edificios históricos, se han convertido en espacios emblemáticos donde los mexicanos se encuentran para disfrutar de una comida, leer un libro, tomar una cuba o simplemente sumergirse en la atmósfera única que ofrece cada sucursal. La preservación de la arquitectura y la incorporación de elementos culturales en cada establecimiento refuerzan la conexión de Sanborns con la riqueza histórica y cultural de México.

El formato único de Sanborns: más que una tienda departamental

Lo que distingue a Sanborns de otras tiendas departamentales en el mundo es su capacidad para ofrecer una experiencia integral. Más allá de la variedad de productos, Sanborns ha integrado servicios como restaurantes, cafeterías, librerías y hasta música en vivo en algunas sucursales. Esta combinación de elementos crea

un ambiente acogedor y multifacético que invita a los clientes a quedarse y disfrutar de una experiencia única, más allá de simplemente realizar compras.

Sanborns como espacio cultural y artístico

Sanborns ha demostrado ser un defensor del arte y la cultura en México. Muchas sucursales cuentan con espacios para eventos culturales. Además, de su fortaleza en la distribución de libros, contribuyendo así al acceso a la cultura y la educación en el país.

La marca Sanborns a nivel internacional

Aunque Sanborns es única en su formato, su impacto cultural y comercial ha trascendido las fronteras mexicanas. Su conexión con la identidad mexicana, combinada con la oferta diversificada de productos y servicios, ha llevado a la marca a ser reconocida y apreciada en el ámbito internacional.

Sanborns no es simplemente una cadena de tiendas; es un fenómeno cultural que ha evolucionado y se ha adaptado a lo largo de más de un siglo. Su historia, importancia cultural y el formato único que ofrece, hacen de Sanborns una institución mexicana en el mundo. Al fusionar la tradición con la modernidad y ofrecer una experiencia integral, Sanborns continúa siendo un destino preferido para aquellos que busca sumergirse en la rica identidad y la hospitalidad que solo estas tiendas puede ofrecer de manera tan redonda.

A medida que Sanborns avanza hacia el futuro, su legado y su impacto en la cultura se vuelven aún más notorios. La cadena ha demostrado que, más allá de ser simplemente un negocio, puede ser un faro cultural y social que ilumina el camino hacia la convergencia de tradición e innovación. Sanborns es un recordatorio de que, en el mundo empresarial, la autenticidad y la conexión con la identidad cultural pueden ser los ingredientes secretos para la perdurabilidad y el éxito a largo plazo.

Sanborns ha cruzado fronteras no solo geográficas, sino también generacionales. Generaciones de mexicanos han crecido disfrutando de las experiencias únicas que Sanborns proporciona, desde comprar juguetes en su sección infantil hasta celebrar eventos especiales en sus salones de fiesta. Es esta capacidad para abrazar el cambio y adaptarse a las necesidades cambiantes de la sociedad lo que ha consolidado su posición como una institución viva y en constante evolución a favor de los consumidores. **D&N**



#ElRefugioDeLosCaballeros



AV. LÁZARO CÁRDENAS 3898 📍RSVP.33 2785 7317

   www.themensclub.com.mx



¡Pasta Palooza: Un Viaje Culinario Inolvidable!

Sumérgete en un viaje culinario único con Pasta Palooza, donde la diversión se entrelaza con la exquisitez de la pasta. Aprenderás a crear tus propias delicias culinarias mientras disfrutas de cócteles y te dejas llevar por la música y el baile, no es solo una clase, ¡es una auténtica fiesta que no te puedes perder!

En este festín culinario, no solo se trata de cocinar, sino de compartir risas, emociones, canciones y bailes en nuestra inigualable fiesta «Harina al Cielo» y otras sorpresas que te esperan.

Desde el primer instante, te recibirán con un acogedor cóctel de bienvenida, guiándote a través de la creación de platos deliciosos. Serás el chef de tu noche, preparando un exquisito Fetuccini a la Carbonara bajo la tutela de nuestros expertos.

Pasta Palooza es perfecto para cualquier ocasión, ya sea una cita romántica, una salida con amigos o una reunión familiar. ¡Todos son bienvenidos a sumergirse en esta atmósfera de amor y alegría! Este taller lleno de diversión incluye bebidas, baile y risas garantizadas.

¿Qué mejor manera de disfrutar de tu creación culinaria que en una cena exquisita al final de la velada? Preparada por nuestros expertos cocineros, la cena incluirá el plato estrella de la noche: un delicioso Fetuccini a la Carbonara, acompañado de una refrescante ensalada italiana, todo elaborado con la pasta que juntos habremos creado. Y lo mejor, ¡podrás llevarte a casa las recetas y secretos compartidos durante la velada, todo enviado a tu correo electrónico después del evento!

No te preocupes por nada, desde el material necesario, cocteles, cena, hasta el valet parking, ¡todo está cuidadosamente cubierto para tu comodidad!

Si quieres conocer más sobre este festín de sabores, visita nuestro Instagram y ¡Sumérgete en este festín de sabores y aprendizaje, donde la pasta se convierte en arte y la fiesta se convierte en una experiencia culinaria extraordinaria! **D&N**



www.instagram.com/pastapalooza_mx/



Holiday Inn
& Suites



CANACOPE
PUERTO VALLARTA, JALISCO



CANACO
SERVYTUR

COMFUSTELA
BARRIA DE SANDEBRAS

Te invitan al
desayuno empresarial

LOS RETOS DEL EMPRENDEDOR Y EMPRESARIO EN MÉXICO

3 DE FEBRERO 2024
8:30am - \$390

 **Holiday & Inn Suites Puerto Vallarta**
Blvd. Francisco Medina Ascencio 3650, Villa Las Flores,
48335 Puerto Vallarta, Jal.

Expositor: *Javier Zepeda*



Reserva al WhatsApp: **3314196201**



DR. LUIS GIL

El artífice de la belleza y la salud



El cirujano de las estrellas, Dr. Luis Gil, lleva la excelencia en cirugía plástica a nuevos horizontes, dejando su huella imborrable en la industria de la estética.

Con una clientela que incluye a prominentes celebridades como Gaby Spanic, Scarlet Ortiz, la Miss Universo Alicia Machado, familiares de Christian Nodal, entre muchos más, el Dr. Gil ha trascendido las fronteras, convirtiéndose en sinónimo de perfección y calidad.

Graduado en 2006 de la prestigiosa Universidad del Zulia (LUZ) en Venezuela, el Dr. Luis Atilio Gil Pérez ha forjado su camino hacia el estrellato médico a través de una formación rigurosa y una dedicación inquebrantable. Su travesía incluyó un postgrado de cuatro años en Cirugía General en el Hospital Central de Maracaibo, Edo. Zulia, antes de adentrarse en una subespecialización de tres años en Cirugía Plástica, estética y reconstructiva en el distinguido Instituto Jalisciense de Cirugía Plástica y Reconstructiva "Dr. José Guerrero Santos", respaldado por la Universidad de Guadalajara y avalado por la SEP.



Credenciales que Hablan por Sí Mismas:

El Dr. Luis Gil no es solo un cirujano; es un artista en la transformación estética. Sus credenciales destacadas dan testimonio de su compromiso con la excelencia y la constante evolución en su campo:

Certificación en Cirugía Plástica: Su certificación respalda una vasta experiencia en procedimientos de cirugía plástica, asegurando resultados seguros y de alta calidad para sus clientes.

Especialización en Estética: El Dr. Gil ha perfeccionado su arte en cirugía estética, destacándose en procedimientos que abarcan desde rejuvenecimiento facial hasta liposucción, con una maestría que solo un verdadero experto puede ofrecer.

Investigación Continua: Su dedicación a la actualización y la adopción de las últimas tecnologías garantiza que sus pacientes se beneficien de tratamientos vanguardistas y resultados excepcionales.

Clínica del Dr. Luis Gil: Donde la Belleza se Encuentra con la Salud:

En su moderna clínica, el Dr. Gil y su equipo de profesionales ofrecen una amplia gama de servicios, desde liposucción y lipectomía abdominal hasta blefaroplastia y mamoplastia de aumento. La experiencia se fusiona con la tecnología avanzada y un trato

personalizado, asegurando a los pacientes la mejor atención posible.

La clínica es un lugar donde la experiencia se combina con la tecnología avanzada y el trato personal, garantizando a los pacientes la mejor atención posible.

Curve Spa: Un Oasis de Belleza y Bienestar:

Además de la clínica, el Dr. Gil cuenta con un SPA de última generación, Curves Spa, donde la salud y la belleza se entrelazan de manera armoniosa. Respaldados por un equipo médico especializado, terapeutas y cosmetólogas en continua capacitación, el spa utiliza aparatología de alta gama y ofrece valoraciones gratuitas para garantizar el éxito de cada tratamiento.

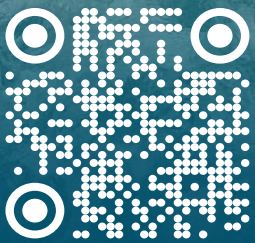
CURVESSPA cuenta con instalaciones amplias y cómodas, incluyendo tres cabinas completamente equipadas, elevador, recepción con área de espera y estacionamiento propio. Más que un simple spa, es un oasis donde la salud y la belleza se cuidan con esmero, respaldados por la experiencia y la profesionalidad del Dr. Luis Gil y su dedicado equipo.

El Cirujano de las Estrellas ha trascendido las expectativas, no solo transformando rostros y cuerpos, sino también elevando la experiencia de cada paciente a un nivel excepcional. La belleza y la salud se entrelazan en la obra maestra del Dr. Luis Gil, donde cada procedimiento es realizado con precisión y pasión, creando resultados que hablan por sí mismos. **D&N**



PLENNIA[®]

WELLNESS PRODUCTS



live healthy. live happy