

Junio 2026

INTELIGENCIA EMPRESARIAL

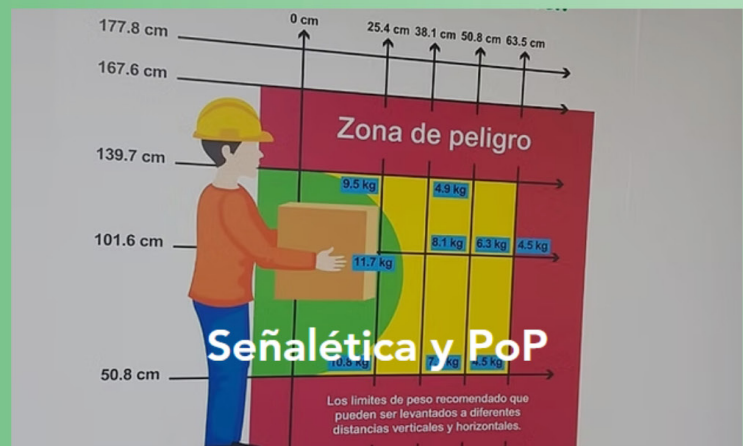
REVISTA DE DIVULGACIÓN DE ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS

**MATT
GROENING**

**EL GENIO DETRÁS DE
LOS SIMPSON**



POSICIONAMOS TU IDEA, PRODUCTO O SERVICIO EN LA MENTE DE TUS CLIENTES A TRAVÉS DE NUESTROS SERVICIOS.



CARTA EDITORIAL JUNIO

Sabemos que dirigir una empresa nunca ha consistido en únicamente enfocarse en vender más, reducir costos o incrementar utilidades. Detrás de cada una de las decisiones que se toman existen personas, procesos, incertidumbre, oportunidades y una responsabilidad permanente de adaptarse a un entorno que cambia con una velocidad sin precedentes.

La competitividad no depende exclusivamente de factores visibles como la inversión, la infraestructura, la tecnología o el tamaño de una organización. En realidad, aspectos menos evidentes como la rapidez para ejecutar una idea, la consistencia con la que se cumple una promesa, la capacidad de interpretar datos para tomar mejores decisiones, la curiosidad para descubrir nuevas posibilidades y hasta el descanso adecuado de quienes integran una empresa se reflejan en los resultados.

En esta edición de Inteligencia Empresarial apostamos a mirar el mundo de los negocios desde una perspectiva más amplia debido a que hoy tenemos la certeza de que construir organizaciones sólidas implica comprender que las relaciones laborales también requieren empatía y conocimiento de ley; que los momentos difíciles, como un despido o una crisis financiera personal se pueden enfrentar mejor con una preparación idónea y que plataformas nacidas al otro lado del mundo pueden ofrecer lecciones valiosas sobre innovación, consumo y transformación económica.

También exploramos el papel que desempeñan las herramientas digitales y la inteligencia empresarial para convertir la información en decisiones oportunas. Los datos por sí mismos no cambian una organización, como sí lo hace la capacidad de interpretarlos, relacionarlos con la realidad del mercado y convertirlos en acciones concretas.

Al mismo tiempo, esta edición recuerda que el crecimiento empresarial no ocurre únicamente en los espacios de trabajo y que las empresas también son comunidades que comparten un mismo desafío: construir relaciones de confianza.

La inteligencia empresarial, al final del día, no consiste únicamente en anticipar el siguiente movimiento del mercado, sino en desarrollar la capacidad de aprender permanentemente a adaptarse con criterio y tomar decisiones que generen valor sostenible para las personas, las organizaciones y la sociedad. Esperamos que esta edición se convierta en una herramienta de consulta, inspiración y análisis para seguir construyendo empresas más preparadas para el presente y con una visión firme hacia el futuro.

INTELIGENCIA EMPRESARIAL

Presidencia: Roberto Andere Montes de Oca

Directora: Patricia Zárate Barrera

Redacción: Jean-Pierre, Iago Janeiro, Arturo Torres Arpi, Carlos Peón Hernández, Ricardo Charur González, José Luis Viveros, Carlos Lozano, Juliana Pérez Casildo, Laura Alicia Orozco, Juan Carlos Espindola, Magdalena Pérez Aguado, Roxana Arrambide, Roxana Martínez Arrambide, Alfredo Priante, Marcos Ramírez Acevedo, Alfonso Soto Pesquera, Manuel Mureddu, Carlos Estrada, Rafael Fernández, Mayra Belém Vásquez López, Ricardo Dávila Santamaría, Alonso Janeiro, José Benjamín Aguillón, Santiago Pérez Olvera, Susana Elorza Muñoz, Fernando Lozano, Mirene Martínez Arrambide, Giovanni Priante, Alejandra Cabañas, Paola Priante, Ricardo Ramírez Acevedo, Ma. Teresa Soto Pesquera, Ricardo Dávila del Bosque, Regina Dávila del Bosque, Jessica del Bosque, Leopoldo Campuzano Perales, Jairo Arturo Castañeda Trejo, Gerardo Alfredo Rodríguez Ortiz, Mayra Alejandra Cristancho Sierra, Ricardo Charur González, Marcos Ramírez Acevedo, Esteban González Goyenche, Carlos Peón Hernández, Susana Elorza Muñoz, Ricardo Ramírez.

Editor de Estilo: Rodrigo Jurado Baez

Arte y Diseño: Rodrigo Jurado Baez

Fotografía: Felipe Cruz Saldaña

Editor Web: Rodrigo Jurado Baez

Comercial: Joel Alvarado, Laura Ortiz

Ventas y Publicidad: Laura Ortiz

Relaciones Públicas: Joel Alvarado Padilla

www.inteligencia-empresarial.asppublicidad.com.mx

Oficina de representación en México escribir a:

Agencia de Servicios Publicitarios S.A de C.V

Plaza de la Constitución no. 13 despacho 410 C. P.

06000 Delegación Cuauhtémoc, CDMX

RFC: AEMR710609AAA

Regimen: Persona Física con Actividad Empresarial



CÓMO PUEDES AYUDAR A TUS EMPLEADOS EN SITUACIONES DIFÍCILES SIN TRASGREDIR LA LFT



El verdadero liderazgo se forja en las adversidades. Cuando aprendes a utilizar el marco legal como una herramienta, en lugar de una limitante, se vuelve posible construir un entorno de trabajo más resiliente, humano y, sobre todo, profundamente leal. En el mundo de los negocios, en donde la productividad suele ser el foco, pero suele olvidarse el tema de lo humano; liderar desde el marco de la legalidad es oro puro.

Las personas que hacen posible todo el éxito de la empresa no son robots. Todos enfrentan situaciones delicadas, tales como la muerte de un ser querido, problemas de salud, separaciones y otros duelos no resueltos. La cuestión para el líder no está en si estos eventos afectan o no, sino en cómo lo hacen y cómo responderá la empresa en consecuencia; más allá de una respuesta fría e impersonal; pero que tampoco salga de los parámetros oficiales.

El énfasis marcado en “el trabajo digno y decente” del artículo 2 de la Ley Federal del Trabajo (LFT) señala que la rentabilidad y la humanidad no están reñidas. Por ello, una de las inversiones más rentables dentro de la cultura organizacional está en las respuestas empáticas.

Una recomendación práctica respecto a lo que se cuela fuera de la LFT debería ser su inclusión en el Reglamento Interior del Trabajo. Mientras no falte a la LFT ni a los derechos humanos de los trabajadores, se pueden agregar estatutos que ayuden a la estabilidad del empleado. Por ejemplo, en el artículo 132, fracción XXVII Bis, se establece el permiso por paternidad, mas no existe un permiso por luto. Aquí la política interna de la empresa podría anteponerse a una situación en donde el empleado se sienta forzado a colaborar después de su pérdida, sin darle espacio para procesar y, por ende, éste genere respuestas de resentimiento, baja productividad y ausencias por enfermedades.



La muerte toma a todos por sorpresa, pero la respuesta pronta del espacio de trabajo podrá hacer más ligera la pérdida.

El apoyo ante las crisis posiciona a la empresa como un espacio atractivo y responsable, que se dedica a retener a su talento. El artículo 56 señala que se puede usar esta flexibilidad para construir ventaja competitiva. Ahora, en cuanto el apoyo para la salud mental del trabajador, se aclara en el artículo 513 que se clasifica los trastornos mentales como enfermedades laborales cuando derivan de factores de riesgo psicosocial en el trabajo. En ese sentido, se incluyen trastornos de ansiedad, asociados con estrés y depresivos. Si un trabajador puede demostrar que su condición psíquica corresponde con su entorno laboral (acoso, carga excesiva, presión insostenible), es posible que se vuelva acreedor a indemnizaciones, desde asistencia médica hasta pensión.

Con el fin de prevenir la situación, se podría contemplar el artículo 132, para adoptar medidas para prevenir riesgos laborales y el 475 Bis que responsabiliza al empleador de seguridad e higiene, incluyendo el apartado psicosocial. Asimismo, es imprescindible que exista un protocolo que ayude a prevenir la discriminación,

violencia y acoso. Esto se puede ampliar para incluir la gestión del estrés laboral. De aquí pueden surgir capacitaciones para enseñar a líderes de equipo a identificar signos de burnout o de depresión.

Las medidas de la empresa pueden estar respaldadas en el artículo 42, para contemplar las causas de suspensión temporal de la relación de trabajo sin responsabilidad del patrón, lo que incluye una incapacidad temporal. La suspensión puede que sea sin goce de sueldo, pero el empleado podría negociar un período sin licencia sin forzarse a renunciar, en lo que atiende sus asuntos personales. Después puede incorporarse de vuelta, como dicta el artículo 45, sin que se pierda su antigüedad. Esto evita a la empresa el costo de reclutar y capacitar a otra persona.

Asimismo, se puede integrar el teletrabajo, que se adicionó en 2021 a razón de la pandemia. Puede ser una herramienta para el empleado que esté cuidando de alguien enfermo o que simplemente no pueda salir de su hogar. La LFT puede colaborar para que las empresas atiendan la salud emocional de sus empleados, ya que esto impacta con su rentabilidad y los costos que implica la rotación de fuerza laboral. Al ofrecer permisos se marca un precedente de empatía hacia diversas situaciones, desde el estrés laboral hasta situaciones apremiantes, como el duelo, la pérdida y situaciones de salud de todo tipo. Con estas medidas la empresa no sólo se evita sanciones o demandas, sino que también se está invirtiendo en un empleado comprometido y agradecido.

En un mercado en donde retener talento es todo un desafío, la gestión empática es la mejor estrategia de todas. Como se pudo observar, no todo ha sido incluido en la LFT. Cosas tan imprescindibles como días para guardar luto deberían considerarse como algo básico para el señalamiento en el Reglamento Interno de la empresa, hacia una política que amplíe los estatutos de los que se gozan en la LFT, no que los disminuyan ni coartan. Esto brindará situaciones que se habrán de considerar en un futuro, tal como se tuvo que hacer con la política del teletrabajo.

Por: Jean Pierre Robert Mascareño



LA VELOCIDAD DE EJECUCIÓN: LA VENTAJA COMPETITIVA QUE NO APARECE EN LOS ESTADOS FINANCIEROS

Por: Iago Janeiro Cangas

Durante muchos años, las empresas compitieron principalmente por precio, calidad, ubicación o acceso al capital. Hoy, aunque esos factores siguen siendo importantes, existe una ventaja competitiva que suele pasar desapercibida y que rara vez aparece reflejada en los estados financieros: la velocidad de ejecución.

No me refiero a actuar de manera impulsiva o sin planeación. Hablo de la capacidad de una organización para convertir una decisión en una acción concreta y una acción en un resultado medible en el menor tiempo posible.

En un entorno donde los mercados cambian constantemente, los clientes modifican sus hábitos de consumo y la tecnología evoluciona a gran velocidad, la diferencia entre una empresa que crece y una que se rezaga muchas veces no está en quién tuvo la mejor idea, sino en quién la ejecutó primero. La historia empresarial está llena de ejemplos de compañías que identificaron correctamente una oportunidad, pero que perdieron su ventaja por tardar demasiado en actuar.

La mayoría de las organizaciones no fracasan por falta de oportunidades. Fracasan porque tardan demasiado en aprovecharlas. Proyectos que pasan meses en revisión, decisiones que requieren múltiples autorizaciones, juntas interminables para analizar problemas ya identificados o procesos excesivamente burocráticos generan un costo enorme que pocas veces se mide. Cada día que una decisión permanece detenida representa ventas que no se concretan, clientes que buscan alternativas, talento que pierde motivación, competidores que avanzan más rápido y oportunidades que desaparecen.

Muchas empresas creen que están siendo prudentes cuando en realidad están siendo lentas. Algunas organizaciones buscan resolver este problema contratando más personal o implementando nuevas herramientas tecnológicas. Sin embargo, la velocidad de ejecución no depende exclusivamente de los recursos disponibles. Depende principalmente de la cultura.

Las empresas ágiles suelen compartir ciertas características: los responsables tienen autoridad para decidir, los objetivos son claros, existe tolerancia al error razonable y se privilegia la acción sobre el análisis excesivo. Por el contrario, cuando cada decisión debe escalar a varios niveles jerárquicos, la organización se vuelve pesada y pierde capacidad de reacción.

Uno de los mayores obstáculos para ejecutar rápido es la búsqueda constante de la perfección. Muchos proyectos se retrasan porque alguien considera que todavía falta un detalle más por revisar, una presentación más por ajustar o un análisis adicional por realizar. La realidad es que pocas decisiones empresariales cuentan con información perfecta. Los líderes más efectivos entienden que, en la mayoría de los casos, es mejor tomar una buena decisión hoy que una decisión perfecta dentro de tres meses. La velocidad permite aprender del mercado, mientras que la espera prolongada únicamente genera incertidumbre.

Las organizaciones con mejor desempeño suelen tener algo en común: convierten la ejecución en una prioridad estratégica. No se limitan a preguntarse qué van a hacer; también se preguntan cuándo lo van a hacer y quién será responsable de hacerlo. La disciplina de seguimiento es tan importante como la estrategia misma. Una idea brillante sin ejecución tiene un valor cercano a cero. Una idea promedio ejecutada de forma extraordinaria puede transformar una empresa y generar resultados que superen a los obtenidos por organizaciones con mayores recursos.

En los negocios actuales, la velocidad no es simplemente una ventaja operativa; es una ventaja estratégica. Mientras algunas empresas siguen discutiendo la mejor forma de actuar, otras ya están obteniendo resultados, corrigiendo errores y ganando mercado. La pregunta que todo empresario debería hacerse no es únicamente si su organización toma buenas decisiones.

La pregunta verdaderamente importante es: ¿qué tan rápido somos capaces de convertir esas decisiones en resultados? Porque en el mundo empresarial moderno, muchas veces el ganador no es quien sabe más ni quien tiene más recursos. Es quien ejecuta primero.

A photograph of two women, one younger with brown hair in a ponytail and one older with white hair, both smiling and embracing each other. The image is partially covered by a dark blue circular graphic on the left side.


escucha y vive
aparatos auditivos

¡Es hora de vivir **en plenitud!**

Cuidar de la audición es una inversión
en el bienestar a largo plazo.

WWW.ESCUCHAYVIVE.COM

En los negocios se habla mucho de innovación, crecimiento, tecnología y diferenciación. Todos esos temas importan, pero hay una ventaja que muchas veces se subestima porque no suena espectacular: la consistencia. Una empresa consistente es aquella que cumple con lo que promete, mantiene estándares claros y ofrece una experiencia confiable una y otra vez.

La consistencia no significa hacer siempre lo mismo sin cambiar. Significa que el cliente, el equipo y los aliados de negocio saben qué esperar. En un mercado donde muchas empresas compiten por precio, velocidad o novedad, la confianza se vuelve un activo muy valioso. Y la confianza no se construye con una gran acción aislada, sino con pequeñas acciones repetidas correctamente durante mucho tiempo.

Cumplir también es estrategia

Muchas empresas buscan diferenciarse prometiendo más: mejor servicio, mayor rapidez, atención personalizada, soluciones flexibles o resultados superiores. El problema aparece cuando la operación no está preparada para sostener esas promesas. Una promesa atractiva puede ganar una venta, pero la consistencia es la que gana la recompra.

El cliente rara vez evalúa a una empresa solo por lo que dice; la evalúa por lo que sucede después. ¿Le respondieron a tiempo? ¿El servicio fue claro? ¿Se respetaron los acuerdos? ¿La calidad fue la esperada? ¿Hubo seguimiento? ¿La experiencia fue parecida a lo que se prometió desde el inicio?

Cuando la respuesta es sí, se genera confianza. Cuando la respuesta cambia cada vez, el cliente empieza a dudar. Y cuando el cliente duda, compara más, negocia más, reclama más o simplemente busca otra opción.

La consistencia reduce fricción

Una empresa consistente no solo mejora la percepción del cliente, también facilita la operación interna. Cuando los procesos son claros, los equipos trabajan con menos dudas. Cuando las responsabilidades están definidas, se reducen los pendientes “en el aire”. Cuando existen estándares, se disminuyen los retrabajos.

LA CONSISTENCIA VENTAJA COMPETITIVA LAS EMPRESAS VENDE

Por: Alonso J

La inconsistencia, en cambio, cuesta. Cuesta tiempo, porque obliga a corregir. Cuesta dinero, porque genera errores. Cuesta reputación, porque afecta la experiencia. Y cuesta energía, porque los equipos viven resolviendo problemas que podrían haberse evitado.

Una señal clara de inconsistencia es cuando cada persona resuelve de una manera distinta el mismo problema. A veces eso se interpreta como flexibilidad, pero no siempre lo es. La flexibilidad es valiosa cuando parte de una base ordenada. Sin esa base, se convierte en improvisación.

El cliente no busca perfección, busca certeza

Es importante decirlo: ninguna empresa es perfecta. Siempre habrá errores, retrasos o situaciones inesperadas. Pero existe una diferencia enorme entre una empresa que falla ocasionalmente y corrige con claridad, y una empresa que opera permanentemente en desorden.

El cliente puede tolerar un error si la empresa responde bien. Lo que desgasta la relación no es solo la falla, sino la falta de explicación, la ausencia de seguimiento o la sensación de que nadie se hace responsable.

Por eso, la consistencia también se demuestra en la forma de resolver problemas. Una empresa confiable no es la que nunca se equivoca, sino la que tiene criterio, proceso y actitud para corregir sin perder profesionalismo.

CONSISTENCIA COMO VENTAJA COMPETITIVA: POR QUÉ LAS EMPRESAS CONFIABLES GANAN MÁS

Janeiro Cangas

La consistencia empieza desde adentro

No se puede ofrecer hacia afuera una experiencia que no existe hacia adentro. Si internamente hay mensajes contradictorios, prioridades cambiantes, procesos confusos o decisiones improvisadas, tarde o temprano eso llega al cliente.

La consistencia se construye desde tres elementos básicos. El primero es la claridad: el equipo debe entender qué se espera, cuáles son los estándares mínimos y qué decisiones puede tomar sin pedir autorización para todo.

El segundo es la disciplina. No basta con diseñar un proceso; hay que sostenerlo.

Muchas empresas crean reglas, formatos o métodos que después nadie revisa ni respeta. La disciplina convierte una buena intención en un hábito.

El tercero es el seguimiento. Lo que no se revisa, se deteriora. Un estándar que no se mide termina dependiendo de la memoria o del esfuerzo individual. En cambio, cuando hay seguimiento, la empresa puede detectar desviaciones antes de que se conviertan en problemas mayores.

Consistencia no es rigidez

Conviene aclarar algo: ser consistente no significa ser rígido. Una empresa puede adaptarse, mejorar, innovar y personalizar su servicio sin perder consistencia. La clave está en distinguir entre lo que debe mantenerse estable y lo que puede ajustarse.

Pueden cambiar las herramientas, los canales o la forma de presentar una solución. Pero no debería cambiar el compromiso con la calidad, la claridad en la comunicación, el respeto a los acuerdos o la responsabilidad frente al cliente.

Las empresas más sólidas suelen tener esa mezcla: son flexibles en la forma, pero firmes en el fondo. Se adaptan sin desordenarse.

Una ventaja difícil de copiar

La consistencia parece sencilla, pero no lo es. Cualquier empresa puede lanzar una promoción, mejorar una presentación o capacitar a su equipo por unos días. Lo difícil es sostener un estándar cuando hay presión, crecimiento, rotación, urgencias o cambios en el mercado.

Precisamente por eso, la consistencia se vuelve una ventaja competitiva. No depende de una sola idea brillante, sino de una forma de trabajar. Y una forma de trabajar bien ejecutada es más difícil de copiar que un precio, un producto o una campaña.

Con el tiempo, las empresas consistentes generan algo muy poderoso: reputación. Y la reputación reduce fricción comercial. Un cliente que confía pregunta menos, duda menos y recomienda más. La confianza baja el costo de vender y aumenta el valor de cada relación.

En los negocios, no siempre gana quien promete más. Muchas veces gana quien cumple mejor. La consistencia puede parecer una virtud simple, pero tiene un impacto profundo en ventas, operación, servicio y reputación.

Una empresa consistente da certeza. Y en un entorno donde los clientes tienen muchas opciones, la certeza se vuelve una razón para elegir, volver y recomendar.

La verdadera ventaja no está solo en sorprender una vez, sino en cumplir tantas veces que el mercado aprenda a confiar.

COMPRENDER PARA DECIDIR MEJOR

Por: Ricardo Charur González

Vivimos rodeados de información. Correos electrónicos, mensajes instantáneos, reportes, manuales, contratos, publicaciones en redes sociales, comunicados internos y una cantidad interminable de documentos pasan frente a nuestros ojos todos los días. Sin embargo, estar expuestos a la información no significa necesariamente comprenderla. De hecho, una de las causas más frecuentes de errores dentro de las organizaciones no es la falta de información, sino la interpretación deficiente de aquello que ya fue comunicado.

Resulta curioso que en una época donde nunca habíamos tenido acceso a tantos contenidos, cada vez sea más común encontrar instrucciones mal ejecutadas, correos respondidos de forma incorrecta o proyectos que se retrasan porque alguien entendió algo distinto a lo que realmente se solicitó. El problema no suele estar en la lectura misma, sino en la profundidad con la que procesamos lo que leemos.

Durante años se pensó que leer era una habilidad básica que se adquiría en la infancia y quedaba resuelta para siempre. Sin embargo, la vida profesional demuestra lo contrario. Comprender un informe financiero, interpretar una propuesta comercial, analizar un contrato o seguir un procedimiento operativo requiere habilidades mucho más complejas que simplemente reconocer palabras.

La comprensión lectora es una competencia profesional. Influye en la manera en que tomamos decisiones, resolvemos problemas, organizamos prioridades y colaboramos con otras personas. Cuando comprendemos correctamente la información podemos actuar con mayor precisión. Cuando no lo hacemos, aumentan los errores, los retrabajos y los conflictos.

Pensemos en algo tan cotidiano como un correo electrónico. Una instrucción ambigua puede generar confusión, pero una instrucción perfectamente clara también puede fracasar si quien la recibe la lee de forma apresurada. Lo mismo ocurre con los reglamentos internos, las políticas de una empresa o los acuerdos de una reunión. Muchas veces creemos que el problema es de comunicación cuando en realidad se trata de comprensión.

Por eso las organizaciones más competitivas valoran cada vez más la capacidad de analizar información. No basta con recibir datos; es necesario interpretarlos, relacionarlos y transformarlos en conocimiento útil. Quien desarrolla esta habilidad suele adaptarse con mayor facilidad a los cambios, aprende más rápido y toma mejores decisiones.

La lectura efectiva implica un proceso activo. Mientras avanzamos por un texto establecemos conexiones con conocimientos previos, identificamos ideas principales, detectamos argumentos, valoramos evidencias y construimos conclusiones. Lejos de ser una actividad pasiva, leer es un ejercicio intelectual que exige participación constante.



Uno de los principales obstáculos para comprender mejor es la velocidad con la que consumimos información. Nos hemos acostumbrado a revisar pantallas mientras atendemos mensajes, escuchamos conversaciones o realizamos otras tareas simultáneamente. Este hábito fragmenta la atención y dificulta la retención de información relevante.

Otro factor importante es la falta de vocabulario. Cuando una persona desconoce el significado de ciertos términos, suele intentar deducirlos por contexto. Aunque esto puede funcionar en algunos casos, también puede conducir a interpretaciones equivocadas que alteran completamente el sentido del mensaje.

La sobrecarga informativa representa otro desafío. Cada día recibimos más contenidos de los que realmente podemos procesar. Como consecuencia, desarrollamos el hábito de leer superficialmente, buscando únicamente palabras clave o fragmentos aislados. Esta práctica puede ser útil para localizar información específica, pero resulta insuficiente cuando necesitamos comprender ideas complejas o tomar decisiones importantes.

También debemos considerar los sesgos personales. Todos interpretamos la información a partir de nuestras experiencias, creencias y expectativas. En ocasiones leemos lo que esperamos encontrar y no necesariamente lo que el texto está diciendo. Ser conscientes de esta tendencia nos ayuda a desarrollar una lectura más objetiva y reflexiva. Afortunadamente, la comprensión lectora puede fortalecerse con práctica. Una estrategia sencilla consiste en formular preguntas mientras leemos. ¿Cuál es la idea principal? ¿Qué problema intenta resolver este texto? ¿Qué evidencia presenta? ¿Cómo puedo aplicar esta información? Estas preguntas obligan a nuestra mente a participar activamente en el proceso.

Otra recomendación valiosa es detenerse periódicamente para resumir mentalmente lo leído. Si somos capaces de explicar una idea con nuestras propias palabras, existe una alta probabilidad de que realmente la hayamos comprendido. Si no podemos hacerlo, quizá sea necesario volver sobre algunos puntos antes de continuar.



Tomar notas, subrayar conceptos relevantes o elaborar esquemas también ayuda a organizar la información. Estas herramientas facilitan la comprensión porque obligan al lector a distinguir entre lo esencial y lo secundario.

Los líderes tienen una responsabilidad especial en este tema. Una organización que promueve el aprendizaje continuo suele estar integrada por personas más preparadas para afrontar cambios, resolver problemas y generar innovación. Cuando quienes dirigen una empresa leen, comparten conocimientos y fomentan la curiosidad intelectual, crean una cultura donde aprender forma parte del trabajo cotidiano.

No es necesario construir grandes programas para impulsar este hábito. A veces basta con compartir artículos interesantes, recomendar libros, generar espacios de conversación o dedicar algunos minutos a comentar ideas que puedan aportar valor al equipo. Lo importante es que la lectura deje de verse como una actividad aislada y se convierta en una herramienta de crecimiento.

Porque leer no consiste únicamente en recorrer palabras con la mirada. Leer es comprender, analizar, cuestionar y transformar la información en conocimiento útil. Y esa capacidad puede marcar una diferencia enorme en los resultados de una persona, de un equipo y de toda una organización.

DE LAS HOJAS DE CÁLCULO A LA INTELIGENCIA EMPRESARIAL

Por: José Luis Viveros Covarrubias

Todas las empresas generan una enorme cantidad de información relacionada con ventas, compras, inventarios, pagos, campañas publicitarias, atención al cliente y productividad dejan un rastro de datos que suele almacenarse en hojas de cálculo, sistemas administrativos y plataformas digitales. Sin embargo, disponer de toda esta información no significa necesariamente comprenderla.

Muchas organizaciones han navegado su existencia tomando decisiones basadas principalmente en la experiencia, la intuición o la observación cotidiana del negocio. Aunque estos elementos siguen siendo valiosos, el entorno actual exige algo más. La velocidad con la que cambian los mercados, las preferencias de los consumidores y las condiciones económicas hace indispensable contar con herramientas que permitan interpretar la información de manera rápida y precisa.

Hoy, el verdadero valor de los datos no está en acumularlos, sino en convertirlos en conocimiento útil. Ahí es donde entra en juego la inteligencia empresarial o Business Intelligence (BI), un conjunto de metodologías y tecnologías diseñadas para transformar grandes volúmenes de información en herramientas de análisis que faciliten la toma de decisiones.

Entre las plataformas más utilizadas para este propósito se encuentra Power BI, una solución desarrollada por Microsoft que permite recopilar, organizar, visualizar y analizar datos provenientes de múltiples fuentes. Su popularidad se debe, en gran medida, a que puede integrarse con herramientas ampliamente utilizadas en las empresas, como Excel, sistemas contables, plataformas de ventas, bases de datos y aplicaciones en la nube.

Uno de los principales desafíos que enfrentan las organizaciones es que la información suele encontrarse dispersa. Un departamento administra sus propios registros, otro utiliza programas distintos y, en ocasiones, cada área construye reportes independientes que dificultan obtener una visión completa del negocio. Esta fragmentación puede traducirse en retrasos, errores de interpretación y decisiones tomadas con información incompleta.

Las plataformas de inteligencia empresarial se ocupan de encontrar soluciones que ayuden a resolver este problema al concentrar datos de diferentes fuentes en un solo entorno de análisis para que de esta forma, los responsables de la toma de decisiones pueden visualizar indicadores clave, identificar tendencias y detectar oportunidades o áreas de mejora sin necesidad de revisar decenas de archivos por separado.

Una de las características más apreciadas de Power BI es su capacidad para presentar la información mediante paneles interactivos. En lugar de analizar largas tablas de números, los usuarios pueden observar gráficas, mapas, indicadores de desempeño y comparativos que facilitan la comprensión de la información. Esto permite responder preguntas importantes con mayor rapidez: ¿qué productos generan más ingresos?, ¿qué sucursales presentan mejores resultados?, ¿qué gastos han aumentado en los últimos meses?, ¿qué tendencias comienzan a surgir en el comportamiento de los clientes?

La visualización de datos se ha convertido en una herramienta estratégica porque permite identificar patrones que podrían pasar desapercibidos en un reporte tradicional. En muchos casos, una gráfica bien construida puede revelar oportunidades de crecimiento, alertar sobre posibles riesgos o ayudar a detectar procesos que requieren ajustes.

Además, el análisis de datos ha evolucionado significativamente en los últimos años gracias a la incorporación de nuevas tecnologías. Actualmente, muchas plataformas de inteligencia empresarial integran capacidades de automatización e inteligencia artificial que permiten generar análisis más profundos, identificar

comportamientos atípicos y facilitar la exploración de grandes volúmenes de información. Esto ayuda a las empresas a comprender mejor lo que ocurre en su operación y a prepararse con mayor anticipación para distintos escenarios.

Otro aspecto importante es la accesibilidad. Hace algunos años, las herramientas de análisis avanzado estaban reservadas para grandes corporativos con presupuestos elevados y departamentos especializados. En la actualidad, afortunadamente, los avances tecnológicos y la accesibilidad permiten que las pequeñas y medianas empresas también pueden acceder a este tipo de soluciones. La democratización de la tecnología ha permitido que negocios de prácticamente cualquier tamaño incorporen sistemas de análisis que antes parecían fuera de su alcance.

Esta posibilidad resulta especialmente relevante para los emprendedores y propietarios de pequeñas empresas. Con frecuencia, la operación diaria absorbe gran parte de su tiempo y energía, dejando poco espacio para revisar la información de manera estratégica. Contar con indicadores claros y actualizados puede ayudarles a comprender mejor la salud financiera de su negocio, evaluar el desempeño de sus productos o servicios y tomar decisiones con mayor confianza.

Por supuesto, ninguna herramienta sustituye el criterio humano. Los sistemas de análisis pueden organizar información, identificar tendencias y facilitar la interpretación de los datos, pero corresponde a las personas establecer objetivos, definir estrategias y tomar decisiones. La tecnología funciona mejor cuando se convierte en un apoyo para el conocimiento y la experiencia de quienes dirigen una organización.

También es importante recordar que la calidad de los resultados depende de la calidad de la información disponible. Un sistema sofisticado no puede compensar registros incompletos, datos desactualizados o procesos deficientes de captura. Por ello, la construcción de una cultura organizacional basada en datos implica no solo adoptar nuevas herramientas, sino también fortalecer los procesos internos que generan la información.

En un entorno empresarial cada vez más competitivo, la capacidad de comprender lo que ocurre dentro y fuera de una organización representa una ventaja significativa. Las empresas que analizan sus datos de manera constante tienen mayores posibilidades de identificar oportunidades, optimizar recursos, anticipar cambios y responder con agilidad a los desafíos del mercado.

La transformación digital no consiste únicamente en incorporar nuevas tecnologías. También implica desarrollar una nueva forma de observar el negocio. Herramientas como Power BI forman parte de esa evolución porque permiten convertir información dispersa en conocimiento útil y conocimiento útil en decisiones más acertadas.



DORMIR TAMBIÉN ES UNA ESTRATEGIA DE PRODUCTIVIDAD

Por: Roxana Martínez Arrambide

Durante años se ha glorificado la idea de trabajar hasta altas horas de la noche, dormir poco y mantenerse siempre ocupado.

Para muchas personas, descansar parece un lujo reservado para cuando ya se ha terminado todo lo pendiente. Sin embargo, la evidencia y la experiencia cotidiana muestran exactamente lo contrario: el descanso adecuado es una de las herramientas más importantes para lograr un buen desempeño profesional.

Cuando una persona duerme bien no solo recupera energía. Durante las horas de sueño el cerebro organiza información, fortalece recuerdos, procesa experiencias y realiza tareas de mantenimiento que resultan indispensables para el aprendizaje y la toma de decisiones. En otras palabras, mientras descansamos nuestro organismo sigue trabajando para prepararnos para el día siguiente.

En el ámbito laboral esto tiene consecuencias directas. Un colaborador descansado suele concentrarse mejor, cometer menos errores y reaccionar con mayor rapidez ante situaciones imprevistas.

También dispone de más recursos mentales para resolver problemas complejos y para mantener una comunicación efectiva con compañeros, clientes o proveedores.

Por el contrario, la falta de sueño suele reflejarse rápidamente en la productividad.

Las tareas sencillas toman más tiempo, aumenta la dificultad para concentrarse y las decisiones impulsivas se vuelven más frecuentes. Incluso actividades habituales, como redactar un correo, realizar cálculos o participar en una reunión, pueden verse afectadas cuando el cerebro no ha tenido el descanso suficiente.



Existe además un aspecto que pocas veces se considera: la calidad de nuestras relaciones laborales.

El cansancio influye directamente en el estado de ánimo. Cuando dormimos poco tendemos a mostrar mayor irritabilidad, menor tolerancia a la frustración y menos paciencia frente a los errores de otras personas. Esto puede generar conflictos innecesarios y deteriorar el ambiente de trabajo.

La creatividad también depende en gran medida del descanso.

Muchas de las mejores ideas no surgen durante momentos de presión extrema, sino cuando la mente ha tenido oportunidad de procesar información con calma.

Por eso no es extraño que una solución aparezca al despertar o después de una noche de sueño reparador. El cerebro necesita pausas para conectar ideas y generar nuevas posibilidades.

Los emprendedores suelen enfrentarse a un reto particular.

Al estar involucrados en múltiples responsabilidades, es común que sacrifiquen horas de sueño para atender pendientes urgentes. Sin embargo, esta práctica puede convertirse en un círculo poco productivo. Mientras menos descansan, más lenta se vuelve su capacidad para analizar, planear y ejecutar. Lo que parecía una ganancia de tiempo termina convirtiéndose en una pérdida de eficiencia.

Dormir bien también favorece la salud física. Un descanso adecuado ayuda a regular diversos procesos del organismo relacionados con el sistema inmunológico, el metabolismo y el equilibrio hormonal. Cuando el cuerpo se recupera correctamente, la energía disponible para afrontar la jornada laboral es considerablemente

mayor.

No existe una fórmula idéntica para todas las personas. Aunque tradicionalmente se habla de ocho horas de sueño, las necesidades pueden variar según la edad, el estilo de vida y las características individuales. Lo importante es identificar si el descanso realmente está siendo reparador. Despertar con sensación constante de agotamiento, depender excesivamente de estimulantes o presentar dificultades frecuentes para concentrarse pueden ser señales de que algo necesita ajustarse.

Pequeños cambios pueden marcar una diferencia importante. Mantener horarios regulares para acostarse y levantarse, reducir el uso de pantallas antes de dormir, evitar comidas pesadas durante la noche y crear un entorno tranquilo para el descanso son hábitos que suelen mejorar significativamente la calidad del sueño.

Las empresas también pueden contribuir. Fomentar culturas laborales que respeten los tiempos de descanso, evitar la normalización de jornadas excesivas y valorar los resultados por encima de las horas de permanencia ayuda a construir equipos más saludables y eficientes. Después de todo, una organización está formada por personas, y las personas necesitan recuperarse para rendir al máximo.

Quizá ha llegado el momento de dejar de ver el sueño como tiempo perdido. Descansar no significa detenerse ni ser menos comprometido con los objetivos profesionales. Significa prepararse mejor para alcanzarlos. En un entorno donde todos buscan ser más productivos, tomar en serio el descanso puede convertirse en una de las decisiones más inteligentes.

Porque trabajar mejor no siempre consiste en hacer más. Muchas veces consiste en llegar con la mente clara, el cuerpo recuperado y la energía suficiente para dar lo mejor de nosotros mismos.



Paty Zárate

WEDDING PLANNER

Nos encargamos de cada detalle para que tú solo te dediques a vivirlo

442 378 0744

EL ARTE DE CRECER EMPRESARIALMENTE CON PROPÓSITO

Hemos crecido con la idea de que la responsabilidad ambiental era un tema exclusivo de gobiernos, organizaciones civiles o grandes corporativos. Sin embargo, hoy sabemos que cualquier empresa, sin importar su tamaño, tiene la capacidad de generar un impacto positivo o negativo en su entorno. Por eso cada vez resulta más importante desarrollar negocios que sean rentables y, al mismo tiempo, responsables con los recursos naturales y con las comunidades donde operan.

La sustentabilidad dejó de ser una tendencia para convertirse en una necesidad. Los efectos del cambio climático, la escasez de recursos, la contaminación y la generación excesiva de residuos son realidades que afectan directamente la economía, la salud y la calidad de vida. En este contexto, las empresas tienen la oportunidad de convertirse en agentes de cambio capaces de impulsar prácticas más responsables y conscientes.

Ser una empresa sustentable no significa renunciar a las ganancias ni sacrificar el crecimiento. Al contrario, implica encontrar formas más eficientes de producir, consumir y administrar recursos. Muchas organizaciones han descubierto que reducir desperdicios, optimizar procesos y aprovechar mejor la energía no solo beneficia al medio ambiente, sino que también disminuye costos y mejora su competitividad.

Además, los consumidores son cada vez más conscientes de las decisiones de compra que toman. Un número creciente de personas prefiere adquirir productos y servicios de empresas que demuestran compromiso con el cuidado ambiental, el bienestar social y la transparencia en sus operaciones. Esto convierte a la sustentabilidad en una ventaja estratégica que fortalece la reputación y la confianza hacia una marca.

Uno de los primeros pasos consiste en analizar cómo funciona actualmente el negocio. ¿Cuánta energía consume? ¿Qué cantidad de residuos genera? ¿Existen materiales que puedan reutilizarse? ¿Hay procesos que podrían simplificarse para reducir desperdicios? Muchas veces los cambios más significativos comienzan con pequeñas acciones que, sostenidas en el tiempo, generan resultados importantes.

La sustentabilidad también implica adoptar una visión de largo plazo. No se trata únicamente de resolver las necesidades del presente, sino de garantizar que las futuras generaciones dispongan de los mismos recursos y oportunidades. Esto requiere tomar decisiones más conscientes sobre la forma en que producimos, transportamos, comercializamos y consumimos.

Cada vez más empresas están incorporando modelos de economía circular, un sistema que busca que los materiales permanezcan en uso durante el mayor tiempo posible. En lugar de producir, utilizar y desechar, se busca reparar, reutilizar, transformar y reciclar. Este enfoque permite reducir considerablemente el impacto ambiental y aprovechar mejor los recursos disponibles.

La responsabilidad empresarial también se refleja en la cultura organizacional. Una empresa sustentable promueve hábitos responsables entre sus colaboradores, fomenta el ahorro de recursos, impulsa iniciativas ecológicas y genera espacios de participación para que todos puedan aportar ideas de mejora. Cuando el compromiso ambiental forma parte de la identidad de la organización, los resultados suelen ser más sólidos y duraderos.

Existen muchas acciones que pueden incorporarse de manera gradual:

- Uso eficiente de energía eléctrica.
- Sustitución de materiales desechables por reutilizables.
- Separación y reciclaje de residuos.
- Reducción del consumo de papel.
- Instalación de sistemas de ahorro de agua.
- Uso de iluminación eficiente.
- Apoyo a proveedores locales.
- Implementación de programas de reforestación.
- Promoción del transporte compartido o sustentable.
- Desarrollo de productos con menor impacto ambiental.

Sin embargo, la sustentabilidad no se limita únicamente a las acciones ecológicas. También involucra aspectos sociales y económicos procurando condiciones laborales dignas, promueve la inclusión, respeta los derechos de sus trabajadores y contribuye al desarrollo de su comunidad. El equilibrio entre estos tres factores es lo que permite hablar de sostenibilidad integral.

Los desafíos ambientales exigen nuevas formas de pensar y resolver problemas. Muchas de las empresas más exitosas de la actualidad han encontrado oportunidades precisamente donde otros veían obstáculos. La búsqueda de materiales alternativos, procesos más eficientes o productos con menor impacto ambiental ha dado origen a modelos de negocio innovadores y altamente competitivos.

A menudo se cree que convertirse en una empresa sustentable requiere grandes inversiones. Aunque algunas mejoras pueden implicar recursos adicionales, muchas otras dependen más de la voluntad, la organización y el compromiso que del presupuesto. Cambiar hábitos, reducir desperdicios o aprovechar mejor los recursos disponibles son medidas al alcance de prácticamente cualquier organización.

Lo más importante es comprender que cada acción cuenta. Ninguna empresa resolverá por sí sola los problemas ambientales del planeta, pero miles de empresas realizando pequeñas mejoras sí pueden generar una diferencia significativa. La transformación comienza cuando dejamos de preguntarnos qué pueden hacer otros y comenzamos a preguntarnos qué podemos hacer nosotros.

Por: Mirene Martínez Arrambide

CUANDO EL TEMIDO DESPIDO LLEGA

Por: Marcos Ramírez Acevedo

Los despidos son una de las situaciones más complejas que puede enfrentar una organización. No importa si obedecen a una reestructura, una crisis económica, cambios tecnológicos o problemas de desempeño. Detrás de cada baja existe una persona que verá modificada su rutina, sus planes y, en muchos casos, la estabilidad de su familia. Por ello, la forma en que se comunica una desvinculación dice mucho sobre la cultura y los valores de una empresa.

Cuando comienzan a circular rumores sobre posibles recortes de personal suele instalarse un ambiente de incertidumbre. Aparecen las especulaciones, la desconfianza y las conversaciones informales que generan más dudas que respuestas. En estos escenarios, la comunicación clara y oportuna se vuelve fundamental para evitar que la ansiedad se propague entre los equipos.

Dar la noticia de un despido nunca será una tarea sencilla. Sin embargo, sí puede hacerse con profesionalismo, respeto y sensibilidad. El objetivo no consiste únicamente en comunicar una decisión administrativa, sino en acompañar a una persona durante un momento especialmente delicado de su vida laboral.

Uno de los principios más importantes es realizar la conversación de manera directa y personal. Siempre que sea posible, la noticia debe darse cara a cara o mediante una videollamada privada cuando se trate de trabajo remoto. Los mensajes impersonales, los correos electrónicos inesperados o las reuniones masivas generan una experiencia negativa que afecta tanto al colaborador como a la imagen de la organización.

La preparación previa es indispensable. Quien comunica la decisión debe tener absoluta claridad sobre los motivos, los procedimientos administrativos y las condiciones legales aplicables. La improvisación suele generar confusión, contradicciones y conflictos innecesarios.

También resulta útil estructurar la conversación. Desde el inicio conviene explicar el motivo de la reunión, comunicar la decisión con claridad y ofrecer la información necesaria sobre los siguientes pasos. No se trata de prolongar el momento con explicaciones excesivas ni de justificar durante minutos una decisión que ya fue tomada. La honestidad y la precisión suelen ser las mejores aliadas.

El entorno donde se realiza la reunión también influye. Un espacio privado, cómodo y libre de interrupciones permite que la persona procese la

Howard & Wayman
Auditoria



información con mayor tranquilidad. Lo ideal es evitar situaciones que la expongan innecesariamente frente a compañeros o clientes.

Es importante recordar que las reacciones pueden ser muy diversas. Algunas personas guardarán silencio, otras expresarán tristeza, frustración o enojo. Habrá quienes incluso sientan alivio.

Cada respuesta es válida y merece ser recibida con respeto. Escuchar sin discutir ni entrar en confrontaciones ayuda a que el proceso sea más humano.

Cuando el despido está relacionado con problemas de desempeño, la retroalimentación debe centrarse en hechos concretos y observables.

El objetivo no es señalar defectos personales ni emitir juicios de valor, sino explicar de manera profesional las razones que llevaron a la decisión.

Una conversación respetuosa puede convertirse en una oportunidad de aprendizaje para el futuro profesional de la persona.

Otro aspecto que muchas organizaciones han comenzado a valorar es el acompañamiento posterior. Algunas empresas ofrecen cartas de recomendación, asesoría para la búsqueda de empleo, acceso temporal a programas de capacitación o apoyo para la transición profesional. Estas acciones no eliminan la dificultad del momento, pero sí ayudan a que la experiencia sea más digna y constructiva.

No debemos olvidar que los despidos también impactan a quienes permanecen en la organización. Los compañeros observan cómo se maneja la situación y extraen conclusiones sobre el liderazgo de la empresa. Una desvinculación realizada con respeto fortalece la confianza interna; una mal gestionada puede deteriorar el clima laboral durante meses.

La empatía no significa evitar decisiones difíciles. Significa ejecutarlas con

humanidad. Un líder responsable comprende que detrás de cada puesto existe una historia personal y que las decisiones empresariales deben tomarse sin perder de vista ese factor humano.

La clave está en comunicar con claridad, actuar con respeto y reconocer la contribución de quien formó parte del equipo. Las despedidas rara vez son agradables, pero pueden realizarse de una manera que preserve la dignidad de todos los involucrados. Y cuando eso sucede, la organización demuestra que sus valores no existen únicamente en los manuales, sino también en los momentos más difíciles.

En los últimos años también ha cobrado relevancia la llamada reputación como empleador. Las experiencias que viven los colaboradores, incluso al momento de salir de una organización, suelen compartirse en círculos profesionales, redes sociales y plataformas especializadas. Una empresa que gestiona adecuadamente estos procesos proyecta una imagen de seriedad, responsabilidad y respeto hacia las personas. Por el contrario, una mala experiencia puede afectar la capacidad de atraer talento en el futuro y generar un impacto negativo que trascienda mucho más allá del despido mismo.

También es importante comprender que una desvinculación no necesariamente representa un fracaso para ninguna de las partes. En ocasiones, las necesidades de la empresa cambian; en otras, el colaborador puede encontrar mejores oportunidades o descubrir que sus habilidades encajan mejor en otro entorno. Visto desde esta perspectiva, el término de una relación laboral puede convertirse en el inicio de nuevas posibilidades de crecimiento profesional para ambas partes. Gestionar ese momento con madurez y respeto permite cerrar ciclos de manera positiva y abrir la puerta a futuras oportunidades.



EL TRABAJO SU TRANSFO ESTRATEGIA E

Hace apenas unos años, el trabajo remoto era considerado por muchas empresas como un beneficio ocasional o una modalidad reservada para determinadas industrias. Hoy forma parte de una conversación mucho más amplia sobre productividad, talento, liderazgo y competitividad. Lejos de ser una solución temporal, se ha convertido en una estrategia que numerosas organizaciones han incorporado de manera permanente en sus operaciones.

La experiencia acumulada durante los últimos años ha permitido que empresas y trabajadores descubran tanto las ventajas como los desafíos de desempeñar sus funciones fuera de una oficina tradicional.

El resultado ha sido la consolidación de nuevos modelos laborales que buscan equilibrar flexibilidad, eficiencia y bienestar. Actualmente, el debate ya no gira en torno a si el trabajo remoto funciona o no. La pregunta es cómo implementarlo de manera efectiva y en qué circunstancias aporta mayores beneficios tanto para la organización como para sus colaboradores.

Uno de los principales cambios que ha traído es, por ejemplo, la transformación de la manera en que se evalúa el desempeño. Durante décadas, muchas empresas asociaron la productividad con la presencia física. Se asumía que un empleado era más eficiente porque permanecía ocho horas en un escritorio bajo supervisión directa. Sin embargo, la experiencia ha demostrado que la productividad depende mucho más de los objetivos alcanzados que del lugar desde donde se trabaja.

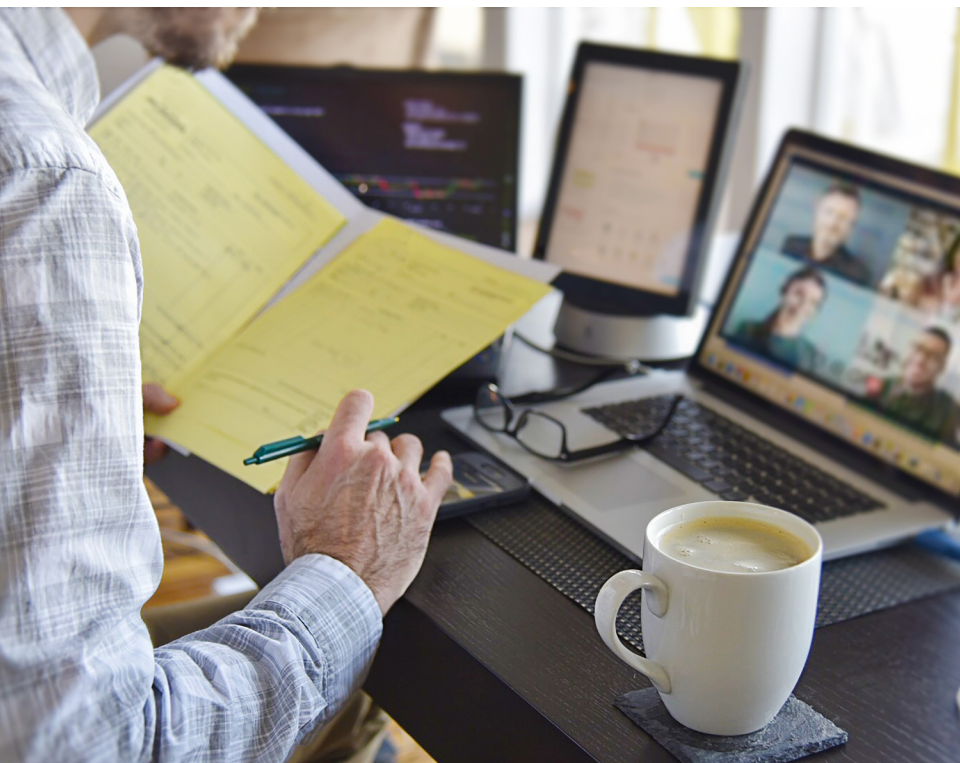
Este cambio de perspectiva ha obligado a los líderes a desarrollar nuevas habilidades.

Gestionar equipos a distancia requiere una comunicación clara, expectativas bien definidas y una cultura organizacional basada en la confianza. Cuando las personas conocen sus responsabilidades, cuentan con las herramientas adecuadas y entienden los resultados esperados, la supervisión constante pierde relevancia.

Por supuesto, la confianza no implica ausencia de seguimiento. Las organizaciones exitosas han aprendido a sustituir el control excesivo por indicadores de desempeño, objetivos medibles y mecanismos de colaboración que permiten evaluar avances sin invadir la autonomía de los trabajadores.

Otro aspecto que ha impulsado el crecimiento del trabajo remoto es el acceso al talento. Antes, las empresas limitaban gran parte de sus procesos de contratación a personas que vivieran cerca de sus instalaciones o que estuvieran dispuestas a trasladarse diariamente. Hoy es posible integrar equipos con profesionales ubicados en diferentes ciudades e incluso en distintos países. Esta posibilidad amplía significativamente las oportunidades de encontrar perfiles especializados y permite a las organizaciones competir por talento que de otra forma resultaría difícil atraer.

Al mismo tiempo, ofrece a los trabajadores acceso a oportunidades laborales que antes estaban fuera de su alcance debido a barreras geográficas. La reducción de tiempos de traslado también representa una ventaja importante. En muchas ciudades, los desplazamientos diarios pueden consumir varias horas a la semana. El trabajo remoto permite que parte de ese tiempo se destine a actividades productivas, capacitación, descanso o convivencia familiar,



TRABAJO REMOTO Y FORMACIÓN EMPRESARIAL

contribuyendo a un mejor equilibrio entre la vida personal y profesional. Sin embargo, no todo son beneficios. Uno de los desafíos más frecuentes consiste en evitar que la flexibilidad se convierta en disponibilidad permanente. Cuando los límites entre la vida laboral y la personal se difuminan, existe el riesgo de extender la jornada de trabajo más allá de lo razonable.

Los mensajes fuera de horario, las reuniones innecesarias y la expectativa de respuesta inmediata pueden generar desgaste y afectar el bienestar de los colaboradores.

Por esta razón, cada vez más organizaciones reconocen la importancia de establecer reglas claras sobre horarios, tiempos de respuesta y derecho a la desconexión. La flexibilidad resulta más efectiva cuando está acompañada de acuerdos que protejan tanto la productividad como la calidad de vida de las personas.

Muchos directivos temían que la distancia debilitara el sentido de pertenencia y la colaboración entre equipos. Sin embargo, la experiencia ha demostrado que la cultura empresarial no depende exclusivamente de compartir un espacio físico. Se construye a través de valores compartidos, comunicación efectiva, liderazgo coherente y objetivos comunes.

Las herramientas digitales han desempeñado un papel fundamental en este proceso. Plataformas de videoconferencia, gestión de proyectos, almacenamiento en la nube y colaboración en tiempo real permiten coordinar actividades de manera eficiente independientemente de la ubicación de los participantes. Más recientemente, la incorporación de herramientas de inteligencia artificial ha comenzado a facilitar tareas administrativas, análisis de información, generación de documentos y

automatización de procesos, aumentando aún más las posibilidades del trabajo distribuido.

No obstante, el éxito del trabajo remoto sigue dependiendo en gran medida de las personas. La organización, la capacidad de comunicación, la responsabilidad y la autonomía continúan siendo competencias esenciales para quienes trabajan bajo esta modalidad. Del mismo modo, los líderes deben desarrollar habilidades para coordinar equipos diversos, mantener la motivación y fortalecer la confianza entre sus colaboradores.

Por ello, muchas empresas han optado por modelos híbridos que combinan días presenciales con jornadas remotas. Esta alternativa busca aprovechar las ventajas de ambos esquemas: la flexibilidad y autonomía del trabajo a distancia junto con los beneficios de la interacción presencial para actividades que requieren colaboración intensiva, creatividad o fortalecimiento de vínculos.

No existe una fórmula única aplicable a todas las organizaciones. Las necesidades de una empresa manufacturera son diferentes a las de una firma tecnológica, una consultoría o un despacho de servicios profesionales. Lo importante es analizar qué modelo favorece mejor los objetivos estratégicos de la organización y las características de su equipo humano.

Por: Ricardo Ramírez Acevedo



La plataforma que rediseñó el consumo y la economía en Corea del Sur

Por: Alfonso Soto Pesquera

De manera personal, cada que examino los alcances de la soberanía tecnológica corporativa sobre las estructuras sociales contemporáneas solo me genera asombro. Me resulta fascinante observar cómo una empresa puede asumir la capacidad de coordinar la infraestructura financiera, los desplazamientos urbanos y el ocio de millones de ciudadanos. Este fenómeno altera el funcionamiento asentado del espacio público, el cual es individual y frío; por un concepto más orgánico de comunidad. La transferencia de las funciones civiles básicas hacia los servidores de una empresa tecnológica revela un cambio sistémico sin precedentes. Cuando analizo estas dinámicas me asombran las complejas relaciones que vinculan el comportamiento de consumo con la delegación del control estatal.

Es allí donde el software se convierte en el administrador de la vida colectiva bajo el cobijo de la modernidad tardía.

El nacimiento de Kakao ocurre formalmente en el año 2010 dentro de un entorno tecnológico asiático dominado por los servicios de mensajería SMS convencionales. Los usuarios locales dependían de las tarifas restrictivas de las grandes compañías telefónicas para mantener sus vínculos sociales.

La llegada de los teléfonos inteligentes abrió una ventana de oportunidad única para los desarrolladores independientes que buscaban democratizar la comunicación. El mercado requería soluciones ligeras capaces de procesar datos en tiempo real mediante redes de conectividad incipientes. La geografía y la infraestructura de internet de alta velocidad de la península favorecieron la rápida adopción de herramientas alternativas. Este escenario de transición preparó el terreno ideal para el surgimiento de una propuesta de comunicación disruptiva.

Kakao tuvo su primer acierto cuando lanzó el piloto de una aplicación de chat totalmente gratuita que eliminó los costos de la mensajería tradicional.

Después, los fundadores priorizaron el diseño de una interfaz intuitiva, ligera y centrada en resolver las necesidades de comunicación inmediata del usuario promedio.

Esta gratuidad provocó una migración masiva de usuarios que abandonaron los viejos canales SMS en cuestión de meses. El servicio garantizó una estabilidad técnica que fidelizó a la población joven desde las primeras interacciones.



BELCA

☎ (442) 115 08 78 ☎ (442) 221 58 23

Máquinas para envase y embalaje

Tecnología de punta y excelente servicio posventa (mantenimiento y refacciones).

SOLICITA ASESORÍA

BELCA

Las operadoras de telefonía perdieron el monopolio del intercambio de texto frente a esta plataforma emergente y dinámica.

El uso de Kakao transformó un canal utilitario de texto en una red social viva e indispensable para la convivencia del país, semejante a WhatsApp. Los ciudadanos integraron los chats interactivos en sus rutinas familiares, escolares y profesionales de manera ordinaria. Así, la plataforma absorbió los flujos comunicativos de la sociedad y se convirtió en el canal predilecto de las relaciones interpersonales. El uso del chat mutó en un ritual cultural que definió la pertenencia a los círculos sociales modernos. La cantidad de usuarios alcanzada garantizó un monopolio sobre el intercambio de información a nivel nacional.

Respecto a su modelo de negocios, la empresa comprendió que el tiempo de permanencia de los usuarios en la pantalla es la meta más valiosa de la era digital. Por lo que los desarrolladores transformaron el software de mensajería en un nodo de distribución capaz de alojar múltiples servicios comerciales complementarios. Así generaron un mayor flujo de usuarios, lo que facilitó la venta de publicidad nativa de alta efectividad y la comercialización de micro transacciones. La corporación monetizó las interacciones cotidianas de la población sin alterar la gratuidad percibida del núcleo de la aplicación. Esta capacidad para capitalizar la vida social definió el éxito de Kakao.

El segundo gran acierto comercial ocurrió con la expansión agresiva de la marca hacia la movilidad urbana y el mercado lúdico digital. El lanzamiento del servicio de transporte capturó el mercado de los taxis urbanos en tiempo récord mediante un sistema de emparejamiento predictivo. Los ciudadanos delegaron la gestión de sus desplazamientos diarios en la plataforma debido a la notable seguridad del servicio. Al mismo tiempo, la división de entretenimiento acaparó el consumo de contenidos web y videojuegos de las audiencias más jóvenes. Kakao monopolizó la movilidad de las personas de la misma forma en que controlaba sus interacciones virtuales.

El exitoso modelo de negocio de Kakao redefinió las reglas de la competencia moderna al demostrar el poder de la integración del multiservicio. La corporación mutó de una simple sala de conversación virtual a un imperio que delimitaba las conductas humanas diarias de Corea del Sur. Las empresas contemporáneas asumen que la supervivencia económica depende de la capacidad para volverse indispensables en la rutina del usuario. El rediseño del consumo global avanza con firmeza bajo el mandato de las plataformas unificadas. La historia de Kakao confirma que la centralización del software representa la máxima expresión del éxito corporativo actual.



GRUPO KARUNA

LINKEDIN, MUCHO MÁS QUE UN CURRÍCULUM EN LÍNEA

Cuando LinkedIn apareció, muchas personas lo consideraron simplemente una plataforma para publicar su currículum y buscar empleo. Con el paso de los años, esa percepción ha cambiado de manera significativa. Ahora, esta red profesional se ha convertido en un espacio donde se construyen relaciones de negocio, se fortalecen marcas personales, se generan oportunidades comerciales y se comparten conocimientos especializados.

A diferencia de otras redes sociales, LinkedIn está diseñada para conectar a profesionales, empresas, emprendedores, especialistas y organizaciones de prácticamente todos los sectores económicos. Su valor ya no radica únicamente en ayudar a conseguir trabajo, sino en facilitar conexiones que pueden impulsar proyectos, colaboraciones, alianzas estratégicas e incluso nuevas fuentes de ingresos.

Uno de los errores más comunes consiste en crear un perfil, cargar algunos datos básicos y esperar resultados. La realidad es que LinkedIn funciona mejor cuando se utiliza de manera activa y estratégica. Un perfil completo es apenas el punto de partida.

La primera impresión sigue siendo fundamental. La fotografía profesional, la imagen de portada y el titular tienen una influencia importante en la percepción que generan los visitantes debido a que abre la puerta para que en pocos segundos, una persona debe poder comprender quién eres, cuál es tu especialidad y cómo puedes aportar valor.

Sin embargo, más allá de la apariencia, el elemento más importante es la propuesta profesional. El apartado de presentación debe explicar claramente la experiencia, las áreas de conocimiento y los resultados que se han obtenido a lo largo de la trayectoria laboral. Las personas no buscan únicamente títulos o cargos; buscan profesionales capaces de resolver problemas y generar soluciones.



Nutrientes
Vida Labs
México

Otro aspecto que ha cobrado enorme relevancia es la creación de contenido. Actualmente, LinkedIn premia la participación activa y las publicaciones que generan conversación. Compartir conocimientos, experiencias, análisis de tendencias o reflexiones relacionadas con la propia actividad profesional permite aumentar la visibilidad y fortalecer la credibilidad dentro de un sector específico.

Esto no significa publicar por publicar. La calidad continúa siendo más importante que la cantidad. Los contenidos más efectivos suelen ser aquellos que aportan información útil, responden preguntas frecuentes o ayudan a otros profesionales a comprender mejor un tema determinado.

La interacción también desempeña un papel clave. Comentar publicaciones, participar en conversaciones y aportar perspectivas valiosas permite ampliar la red de contactos de manera natural. En LinkedIn, las oportunidades suelen surgir a partir de relaciones construidas con el tiempo y no únicamente mediante solicitudes de conexión enviadas de forma masiva.

Por esta razón, el crecimiento de una red profesional debe enfocarse más en la calidad que en el volumen. Tener miles de contactos resulta poco útil si no existe una relación profesional relevante o una afinidad con los objetivos que se persiguen. Una red bien construida puede convertirse en una fuente constante de aprendizaje, referencias y oportunidades.

Para las empresas, LinkedIn representa una herramienta especialmente poderosa. Además de fortalecer la reputación corporativa, permite compartir noticias, mostrar proyectos, posicionar expertos internos y atraer talento especializado. Muchas organizaciones han convertido esta plataforma en uno de sus principales canales de comunicación institucional.

En materia de reclutamiento, la plataforma también ha evolucionado significativamente. Los departamentos de recursos humanos utilizan herramientas avanzadas para identificar candidatos, analizar perfiles y localizar especialistas con competencias específicas. Esto hace que la información incluida en el perfil sea cada vez más importante.

Las palabras clave relacionadas con habilidades, conocimientos técnicos, certificaciones y experiencia profesional influyen directamente en la capacidad de ser encontrado por reclutadores, clientes potenciales o socios estratégicos. Un perfil bien optimizado aumenta considerablemente la visibilidad dentro de las búsquedas realizadas en la plataforma.

Otro cambio importante es la creciente relevancia de la marca personal. Hoy no basta con decir lo que hacemos; también es importante demostrarlo. Las recomendaciones, certificaciones, proyectos publicados, artículos y participaciones profesionales ayudan a construir confianza y respaldan la experiencia declarada en el perfil.

La llegada de herramientas basadas en inteligencia artificial está transformando aún más el entorno profesional. Cada vez más empresas utilizan sistemas automatizados para identificar candidatos y analizar competencias. Por ello, mantener actualizado el perfil y reflejar con claridad la experiencia profesional se vuelve una ventaja competitiva.

Pero quizá el mayor valor de LinkedIn continúa siendo su capacidad para conectar personas. Detrás de cada perfil existe una historia profesional, una experiencia y una oportunidad potencial de colaboración. Las relaciones construidas de forma auténtica suelen abrir puertas que difícilmente podrían encontrarse por otros medios.

Es una herramienta de crecimiento para emprendedores, directivos, especialistas y empresas. LinkedIn dejó de ser hace tiempo un simple currículum digital. Hoy es un espacio donde la reputación profesional se construye todos los días gracias a una publicación, una conversación y una conexión a la vez.

Por: Ma Teresa Soto Pesquera

MATT GROENING, EL GENIO DETRÁS DE LOS SIMPSON

Cuando se trata de llegar al éxito, no hay un mismo camino para dos personas. En el caso de Matthew Abram Groening, este camino estuvo trazado por sí mismo en un bloc amarillo. Sin embargo, ni siquiera Matt habría adivinado que sus dibujos se convertirían en la franquicia animada más longeva y rentable en la historia de la televisión. Detrás de las series animadas Disenchantment, Futurama y, la más popular, Los Simpson, sólo está su genio satírico, uno que dejaría huella a la hora de capitalizar la rebeldía y la inconformidad social.

Proveniente de una familia de clase media de Portland, Oregon, Matt comenzó a dibujar desde que tuvo conciencia de lo que podía crear con un lápiz y una hoja. Sin embargo, cuando entró a la universidad en Evergreen State College, se dedicó principalmente al periodismo. Como cualquier otro artista ubicado en una situación poco favorable para “vivir de su arte”, aspiraba a un empleo estable. En el caso de Matt, esto no le impidió colar sus ideas creativas, mientras llegaba ese ansiado empleo que le permitiría sobrevivir. Comenzó a vender tiras cómicas protagonizadas por Binky, un conejo que se la vivía oprimido en una lúgubre vida en Los Ángeles.

Tiempo después, consiguió un trabajo como director de circulación en Los Angeles Reader. Ahí convenció al periódico semanas que se publicara su caricatura, misma que tituló como “Life in Hell”, traducida como “Vida en el Infierno”. Incluyó a la esposa de Binky, su hijo y sus compañeros de piso gemelos. Tras tres años del debut, la tira se publicó en otros periódicos alternativos a lo largo de Estados Unidos. En 1984 publicó una colección de tiras y algunos otros libros que giraban en torno a las aventuras de Binky y sus amigos. Aquí comienza a verse que Groening mantiene creaciones de gran aliento, ya que hasta junio de 2012 publicó la última tira de Life in Hell. Matt había pasado de fotocopiar sus propios cómics y venderlos en una tienda de discos a hacerse un espacio de difusión. En 1987, cuando estaba creciendo la popularidad de

su cómic, se le invitó a hacerle una adaptación bajo cortos animados para The Tracey Ullman Show. Groening temía perder los derechos de autor, de modo que presentó una idea improvisada poco antes de entrar a la oficina del productor. Dibujó a una familia y tomó los nombres de sus propios familiares: Homer, Marge, Lisa y Maggie. Cambió su propio nombre por Bart, en un anagrama de “brat”, que se traduce como “malcriado”.

El show estuvo encantado con hacer la animación humorística que tratara sobre una familia de clase media. A finales de 1989, se estrenó la primera animación de Los Simpson y pronto pasó a ser una serie independiente de Fox Network. Los Simpson fueron de las primeras animaciones que rompieron el mito de que los dibujos sólo eran para niños, ya que atraía a un público adulto y, por ende, a anunciantes premium. Desde el principio, Groening blindó su creación con una cláusula que no se había visto antes: la cadena televisiva no podía interferir en el contenido de la serie.

**DESPACHO HOWARD
& WAYMAN CONSULTORES, SC**
Contadores Públicos
www.dhw.com.mx



Poco a poco la serie fue haciéndose un lugar en la cultura popular, gracias a su contenido inteligente, su humor satírico y la complejidad de sus personajes. A lo largo de su historia ganaría más de 20 premios Emmy y para 2009 ya sería la serie de horario estelar de mayor duración en la historia de la televisión estadounidense, título que ostenta a la fecha. Tras este fenómeno que pronto pasó a tener popularidad mundial y a formar parte de la cultura contemporánea,

Los Simpson crearon mercancía de todo tipo: videojuegos, ropa, libros, revistas, cómics, generando miles de millones de dólares en pleno principio de siglo.

Su serie estrella se ha mantenido al aire desde su nacimiento, pero Groening se ha aventurado con otros títulos, como la comedia de ciencia ficción Futurama, estrenada en 1999 y terminada en 2025. Después se ocupó de desarrollar Disenchantment para Netflix en 2018. Además de sus múltiples premios Emmy, en 2012 recibió una estrella en el Paseo de la Fama de Hollywood.

Dentro de su vida personal, ha estado casado dos veces y tiene nueve hijos.

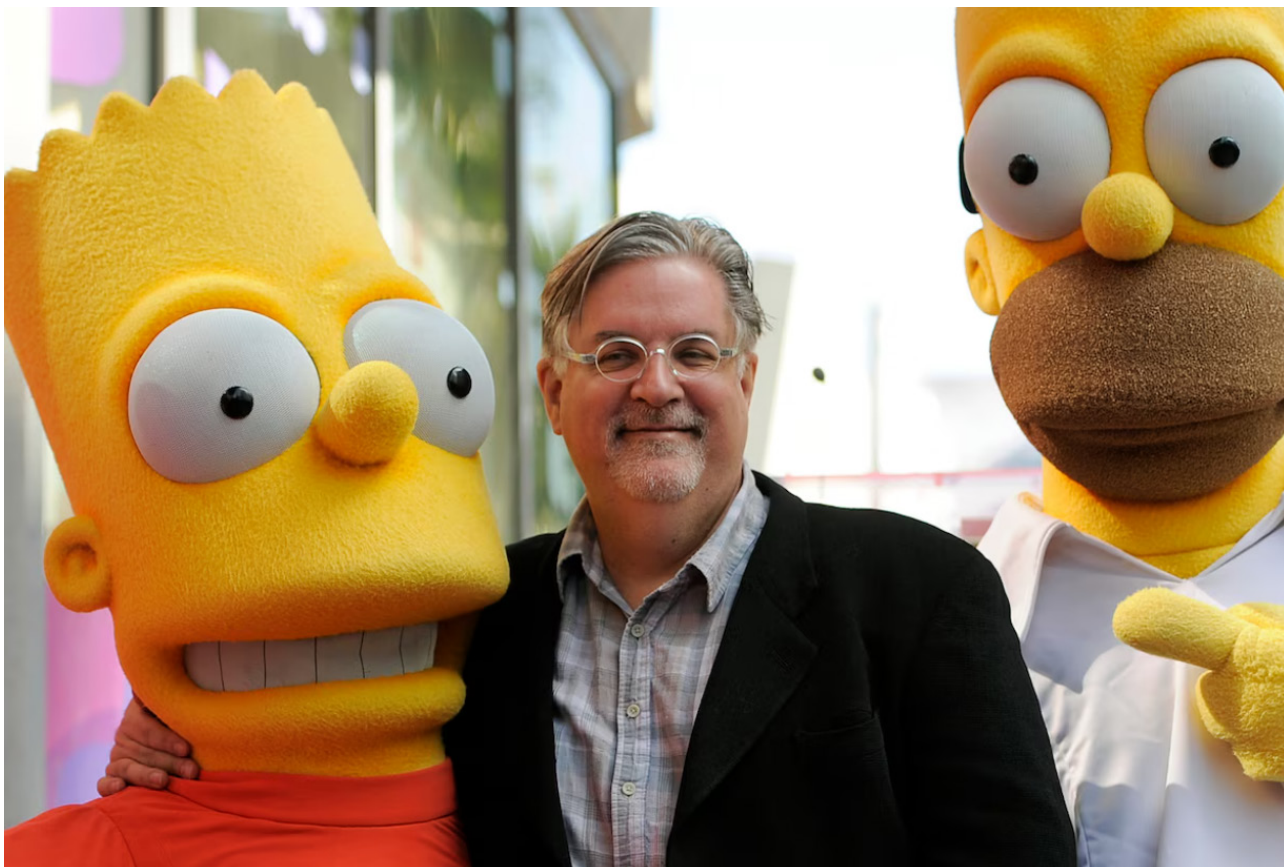
Aunque se observa como una historia lineal de superación, Groening se caracteriza por tener una carrera longeva. Se puede hablar fácil de sus logros, sin embargo, lo más difícil es mantenerse. Matt ha logrado mantener varios proyectos de manera prolongada, sin embargo,

Los Simpson cuentan con más de 36 años en el aire, con hitos que sólo se deben a su libertad creativa.

El mayor acierto de Groening fue no ceder los derechos de sus creaciones a las productoras.

La propiedad intelectual es el activo más valioso de cualquier creativo y Groening demostró la calidad de sus producciones gracias a esta libertad creativa y a su capacidad para destacar sin dejar de ser cercano a lo que una familia estadounidense vivía día a día, lo que puede expresar un conejo deprimido de la sociedad o incluso lo que podría reflejarse en la sociedad a futuro o desde la época medieval. La audacia de Matt fue traer una mirada audaz a lo que el mercado siempre tuvo disponible a vista de todos.

Por: Rafael Fernández Canedo



Cuando pensamos en el éxito solemos imaginar grandes logros, empresas reconocidas, premios, crecimiento económico o metas extraordinarias. Sin embargo, la mayoría de esos resultados visibles tienen un origen mucho más sencillo: los hábitos cotidianos.

Las personas que alcanzan objetivos importantes rara vez lo hacen gracias a un momento de inspiración repentina. Lo consiguen porque desarrollan conductas que repiten durante meses o incluso años. La constancia suele tener más impacto que la motivación.

Esta es valiosa, pero también es temporal. Hay días en los que sobra entusiasmo y otros en los que simplemente no aparece. Los hábitos, en cambio, permiten avanzar incluso cuando el ánimo fluctúa. Por eso son una de las herramientas más poderosas para cualquier emprendedor, profesionista o líder.

Uno de los hábitos más importantes es la capacidad de aprender continuamente sin olvidar que vivimos en un entorno donde los mercados cambian, la tecnología evoluciona y las necesidades de los clientes se transforman con rapidez. Quienes mantienen la curiosidad activa tienen mayores posibilidades de adaptarse a los cambios y aprovechar nuevas oportunidades.

Aprender no significa acumular diplomas. Significa desarrollar la disposición permanente para observar, preguntar, leer, escuchar y mejorar. Las personas que continúan creciendo profesionalmente suelen ser aquellas que nunca dejan de considerarse aprendices.

Otro hábito fundamental es la perseverancia. Muchas iniciativas fracasan no porque fueran malas ideas, sino porque se abandonaron demasiado pronto. Los resultados importantes suelen requerir tiempo. La constancia permite atravesar las etapas en las que el esfuerzo todavía no se refleja en beneficios visibles.

MENOS MOTIVACIÓN Y MÁS CONSTANCIA

Por: Regina Dávila del Bosque

DESPACHO HOWARD
& WAYMAN MÉXICO, SC

Contadores Públicos

www.dhw.com.mx



Esto no implica insistir ciegamente en una estrategia que no funciona.

La perseverancia inteligente consiste en mantener el objetivo mientras se ajustan los métodos. En ocasiones es necesario cambiar el camino sin abandonar el destino.

También es indispensable desarrollar una buena relación con el error. En el ámbito profesional, equivocarse forma parte del proceso de crecimiento. Las organizaciones más innovadoras del mundo experimentan constantemente, y toda experimentación implica cierto nivel de incertidumbre.

La diferencia no está en evitar los errores, sino en aprender de ellos. Analizar lo ocurrido, identificar oportunidades de mejora y aplicar los aprendizajes permite convertir una experiencia difícil en una herramienta de crecimiento. La organización personal es otro hábito que suele marcar diferencias importantes. Tener claridad sobre prioridades, administrar adecuadamente el tiempo y planificar actividades ayuda a reducir el desgaste innecesario. No se trata de llenar la agenda de tareas, sino de enfocarse en aquellas que generan verdadero valor.

Del mismo modo, las personas que avanzan profesionalmente suelen cultivar relaciones de calidad. Escuchar, colaborar, cumplir compromisos y construir confianza genera oportunidades que difícilmente podrían alcanzarse de manera individual. Ningún proyecto crece completamente aislado.

La gratitud también juega un papel más importante de lo que parece. Agradecer no significa ignorar los problemas o conformarse con la situación actual. Significa reconocer los avances, valorar los aprendizajes y mantener una perspectiva equilibrada sobre el camino recorrido. Esta actitud fortalece la resiliencia y ayuda a enfrentar los desafíos con mayor claridad.

Otro hábito valioso es la capacidad de adaptación. Los cambios son inevitables en cualquier actividad profesional. Nuevas tecnologías, nuevos competidores, nuevas tendencias y nuevas expectativas de los clientes obligan a evolucionar constantemente.

Quienes desarrollan flexibilidad suelen responder mejor ante escenarios inciertos.

También existe un hábito que engloba a todos los demás: la coherencia. Las personas que generan confianza suelen ser aquellas cuyas acciones coinciden con sus valores, sus palabras y sus objetivos. La coherencia fortalece la reputación, facilita la toma de decisiones y permite construir relaciones profesionales sólidas.

Otro hábito que suele pasar desapercibido es la capacidad de tomar decisiones aun cuando no se cuenta con toda la información. Muchas personas permanecen inmóviles esperando el momento perfecto, la certeza absoluta o las condiciones ideales para actuar.

Sin embargo, en los negocios y en la vida profesional rara vez existe ese escenario. Quienes avanzan aprenden a analizar los datos disponibles, evaluar riesgos razonables y actuar con responsabilidad. La experiencia demuestra que una decisión imperfecta suele generar más aprendizaje y movimiento que una indecisión prolongada.

También resulta fundamental desarrollar disciplina financiera. No importa si se trata de un emprendedor, un profesional independiente o el director de una gran empresa: administrar adecuadamente los recursos es una habilidad indispensable. Llevar control de ingresos y gastos, evitar compromisos financieros innecesarios, construir un fondo para imprevistos e invertir en capacitación permiten generar estabilidad y crecimiento a largo plazo.

La salud financiera no depende únicamente de cuánto dinero se gana, sino de la capacidad para utilizarlo estratégicamente.

Muchas veces se presenta el éxito como un destino lejano reservado para unos cuantos. Sin embargo, en la práctica suele construirse mediante decisiones pequeñas que se repiten cada día. Leer unas páginas más, terminar una tarea pendiente, aprender una nueva habilidad, cumplir una promesa o mejorar un proceso parecen acciones simples, pero acumuladas generan resultados extraordinarios. Quizá el éxito no sea una meta específica ni una cifra determinada. Tal vez sea la consecuencia natural de vivir de acuerdo con hábitos que nos acercan constantemente a nuestros objetivos.

Los grandes logros rara vez ocurren de un día para otro. Lo que sí ocurre todos los días son las decisiones que nos acercan a ellos.

LA CURIOSIDAD Y CÓMO UN PASATIEMPO EXPANDE TU VISIÓN ESTRATÉGICA

Miro la pantalla de mi monitor mientras el cursor titila con una insistencia exasperante.

Llevo más de dos horas intentando resolver un problema operativo complejo, pero mi mente insiste en recorrer los mismos laberintos lógicos de siempre. Aunado a ello, mi agotamiento nubla mi capacidad de análisis y transforma los datos financieros en un paisaje borroso e inútil.

Siento una necesidad imperiosa de cerrar todas las pestañas del navegador, ponerme de pie y alejarme de las métricas financieras.

El sedentarismo de oficina me pide a gritos rescatar mi lucidez antes de que mi cansancio termine por sepultar las buenas ideas. Entonces entiendo que apagar los sistemas habituales que me impulsan a seguir ciertos procesos me puede ayudar a restaurar la creatividad que he perdido en tareas automáticas.

Los especialistas afirman que la búsqueda de aire fresco fuera de la oficina impulsa a los directores a explorar terrenos intelectuales ajenos a su formación de origen. Asimismo, dedicar el tiempo libre a disciplinas distantes de la rutina diaria activa zonas cognitivas que permanecen inactivas durante las juntas de consejo. Los líderes inteligentes descubren que el descanso mental aparece cuando se sumergen en actividades que exigen una atención total, pero diferente. La desconexión cualitativa ocurre cuando el cerebro y el cuerpo se enfrentan a reglas de juego novedosas. Estas actividades recreativas rompen la inercia de la rutina cuando se entra en contacto con entornos, herramientas y personas ajenas al ecosistema ordinario.

La asimilación de pequeños estímulos diarios altera el funcionamiento de la mente de un director de alto impacto. El consumo de estas microdosis de curiosidad sacude las estructuras de pensamiento automatizadas que suelen cristalizarse

con los años de experiencia en un mismo puesto. Los directivos que exploran materias desconocidas adquieren mayor flexibilidad conceptual que les permite observar el mercado con ojos limpios. Esto ayuda a identificar oportunidades de negocio que permanecen invisibles para quienes operan bajo esquemas de pensamiento rígidos. Por lo que el interés genuino por lo desconocido revitaliza la capacidad de asombro y afina la intuición en entornos altamente competitivos. Entonces, la curiosidad diversificada impulsa la innovación dentro de las organizaciones tradicionales.



Click Market
Full services & Innovation

ORGANIZACIÓN DE
**EVENTOS Y
ACTIVACIONES**



BANQUETES MOBILIARIO TEMPORADAS

TE COTIZAMOS SIN COMPROMISO

<https://clickmarket.com.mx/>

5591980728

Por otro lado, la ciencia demuestra que el cerebro humano mantiene su capacidad de adaptación a lo largo de toda la vida adulta. El aprendizaje de una actividad física o teórica totalmente nueva estimula la plasticidad cerebral. De hecho, los neurocientíficos asocian este fenómeno con las funciones ejecutivas de la corteza prefrontal. Cuando procesamos datos visuales y espaciales diferentes, la mente entrena su capacidad para resolver problemas complejos con mayor velocidad. Dicho de otro modo, el esfuerzo por comprender un lenguaje técnico o dominar una técnica manual rejuvenece las capacidades de almacenamiento y procesamiento de información. Este dinamismo biológico ayuda a que el intelecto asimile conceptos más rápido.

Asimismo, otorgar un respiro a una mente analítica y orientar la atención hacia un espacio lúdico fomenta el pensamiento lateral en los negocios. Esta perspectiva permite conectar ideas que provienen de sectores comerciales distantes para diseñar soluciones innovadoras a problemas tradicionales. Los directivos encuentran analogías operativas mientras mezclan ingredientes en una cocina o estudian la composición de una pieza musical.

El pensamiento transversal enriquece el proceso de toma de decisiones al incorporar variables que escapan a la lógica financiera convencional. Es decir, la combinación de disciplinas aparentemente inconexas dota a un líder de herramientas creativas eficientes para enfrentar la volatilidad del mercado actual.

Actividades como la alfarería o la carpintería fina activa partes del cerebro que se conectan directamente con la toma de decisiones ejecutivas. Por ejemplo, moldear la arcilla en un torno requiere una coordinación precisa, paciencia y una aceptación inmediata de los imprevistos físicos. Un error en la presión de los dedos destruye la pieza en segundos, obligando al artesano a reiniciar el proceso sin frustración. Esta experiencia artesanal se transfiere al control de calidad, la gestión de los recursos y la tolerancia ante el fracaso operativo. El manejo de la madera enseña que cada material posee vetas particulares que demandan un tratamiento específico. Los líderes traducen este aprendizaje manual en una mayor sensibilidad para coordinar los procesos internos y los tiempos de maduración de sus proyectos corporativos.

Por último, los directivos que practican la improvisación, como ocurre en el teatro, desarrollan una mayor habilidad para gestionar crisis empresariales. La dinámica escénica agudiza la empatía y perfecciona la comunicación verbal dentro de equipos que operan con altos niveles de estrés. La integración de estos estímulos intelectuales y artísticos diversos otorga a los líderes un recurso metodológico sumamente valioso en los mercados actuales. Los directivos que logran articular de forma armónica un pasatiempo exigente con sus responsabilidades corporativas constituyen un binomio perfecto entre pasatiempo y visión estratégica.

Por: Ricardo Dávila Santamaría



CUANDO EL ESPACIO TAMBIÉN ENAMORA

Por: Roberto Martínez Sánchez

En la industria restaurantera suele hablarse mucho de la calidad de los alimentos, del sabor, de las recetas y del servicio. Todo eso es básico. Sin embargo, con el paso del tiempo he aprendido que hay un elemento que influye tanto como el platillo que llega a la mesa: el espacio donde ocurre la experiencia.

Un restaurante no empieza en la cocina. Empieza en la puerta. Desde ese primer contacto, el cliente ya está tomando decisiones inconscientes sobre cómo se sentirá en el lugar, cuánto tiempo quiere quedarse y qué impresión se llevará al salir. La distribución del mobiliario juega un papel decisivo en esa experiencia. No se trata solo de colocar mesas y sillas de manera funcional, sino de construir un flujo que permita comodidad tanto para el cliente como para el equipo de trabajo. Un espacio mal organizado puede generar sensación de saturación, retrasos en el servicio y hasta incomodidad en la conversación de los comensales.

En una taquería, por ejemplo, el ritmo es parte de la identidad. Hay rotación de mesas, hay momentos de alta demanda y hay una dinámica constante entre cocina, barra y salón. Cuando el mobiliario está bien dispuesto, ese movimiento se vuelve natural. El cliente percibe orden incluso en los momentos de mayor actividad.

También es importante considerar la circulación del personal. Un diseño eficiente permite que los meseros se desplacen con facilidad, reduzcan tiempos de entrega y mantengan la atención enfocada en el cliente. Cuando el recorrido es complicado o existen obstáculos innecesarios, el servicio pierde fluidez y eso se refleja en la experiencia general.

La comodidad no depende únicamente del tamaño del espacio. Depende de cómo se utiliza. Hay restaurantes pequeños que se sienten amplios porque están bien pensados. Y hay espacios grandes que resultan incómodos porque no existe una lógica clara en su distribución. La clave está en entender el comportamiento del cliente dentro del lugar.

Un espacio bien iluminado transmite limpieza, seguridad y confianza. La luz demasiado intensa puede resultar incómoda, mientras que una iluminación deficiente puede afectar la percepción del lugar. Cada decisión en este sentido influye en la forma en que el cliente percibe el producto, incluso antes de probarlo.

La música es otro elemento que trabaja de manera silenciosa. No solo acompaña, también regula el ritmo del consumo. Un ambiente sonoro adecuado puede hacer que la estancia sea más agradable, que la conversación fluya y que la experiencia se sienta más completa. Cuando la música no corresponde al concepto del restaurante, se genera una desconexión difícil de ignorar.

El mobiliario, por su parte, también comunica identidad. No es lo mismo sentarse en una mesa alta que en una mesa tradicional. No es lo mismo un banco que una silla. Cada elemento transmite una intención. El cliente interpreta esos detalles aunque no los analice de manera consciente.

En un negocio gastronómico, la coherencia es clave. La decoración, el mobiliario y la distribución del espacio deben hablar el mismo lenguaje que el concepto del menú. Cuando existe armonía entre estos

elementos, la experiencia se vuelve más sólida y memorable. He visto cómo pequeños ajustes en la distribución pueden transformar completamente el funcionamiento de una sucursal. A veces basta mover una barra, ampliar un pasillo o reorganizar las mesas para mejorar el flujo del servicio y aumentar la satisfacción del cliente. Son cambios simples en apariencia, pero con un impacto directo en la operación diaria.

También es importante pensar en la experiencia del cliente más allá de la comida. Muchas personas no regresan únicamente por lo que comieron, sino por cómo se sintieron durante su estancia, si pudieron conversar sin que la música ambiental causara ruido o con los comensales de la mesa de al lado siguiendo la conversación. El ambiente tiene la capacidad de generar comodidad, cercanía y confianza, elementos que fortalecen la relación con el negocio.

Diseñar un restaurante no es un acto estético solamente. Es una decisión estratégica. Cada metro cuadrado tiene una función y cada elemento dentro del espacio influye en el resultado final. Cuando se entiende esto, el diseño deja de ser un gasto y se convierte en una inversión que impacta directamente en la rentabilidad.

Al pensar en crecimiento, muchas veces la atención se centra en abrir nuevas sucursales o en ampliar el menú. Sin embargo, optimizar el espacio existente puede generar resultados igual de importantes. Un restaurante bien distribuido puede atender a más clientes sin perder calidad en el servicio, reducir tiempos de espera y mejorar la eficiencia del equipo. Esto impacta directamente en la rentabilidad del negocio.

Por eso, diseñar y cuidar el ambiente de un restaurante no es una decisión secundaria. Es parte del modelo operativo. Cada ajuste en el mobiliario, cada decisión sobre la iluminación o la distribución del espacio, tiene un efecto acumulado en la experiencia del cliente y en el desempeño del equipo. Cuando el espacio trabaja a favor del negocio, todo lo demás fluye con mayor naturalidad. Al final del día el cliente no solo recuerda lo que comió. También recuerda dónde estuvo, cómo se sintió y si le gustaría volver. Que los comensales regresen es la mejor señal de que todo, incluso el espacio, está haciendo bien su trabajo.



Cuando se habla de finanzas personales, pocas palabras generan tanta preocupación como “deuda”. Para algunas personas representa una herramienta que les permitió comprar una vivienda, estudiar o iniciar un negocio. Para otras, es una fuente constante de estrés que parece no tener fin. La diferencia entre ambas experiencias no siempre está en la cantidad adeudada, sino en la forma en que se administra.

Existe una creencia muy extendida de que toda deuda es negativa y que la meta financiera ideal consiste en no deber absolutamente nada. Aunque vivir libre de obligaciones financieras puede brindar tranquilidad, la realidad es que el crédito forma parte del funcionamiento normal de la economía moderna. Empresas, gobiernos y familias recurren a él para financiar proyectos, adquirir bienes o enfrentar necesidades específicas.

La pregunta importante no es si una persona tiene deudas o no, sino si esas deudas contribuyen a mejorar su situación financiera o si, por el contrario, están comprometiendo su estabilidad económica.

Por ello, muchos especialistas distinguen entre deudas productivas y deudas de consumo. Una deuda productiva es aquella que ayuda a generar ingresos, aumentar el patrimonio o mejorar la capacidad económica futura. Un crédito para iniciar un negocio, adquirir herramientas de trabajo o financiar una formación profesional puede entrar en esta categoría, siempre que exista una estrategia clara para aprovecharlo.

En cambio, las deudas de consumo suelen destinarse a gastos que pierden valor rápidamente o que no generan un beneficio económico posterior. Esto no significa que estén prohibidas o que deban evitarse siempre, pero sí requieren una evaluación más cuidadosa para no comprometer los ingresos futuros.

Uno de los principales problemas financieros surge cuando los pagos mensuales comienzan a ocupar una parte cada vez mayor del presupuesto. Tarjetas de crédito, préstamos personales, financiamientos, suscripciones y compras a meses pueden parecer manejables de manera individual, pero cuando se acumulan pueden reducir considerablemente la capacidad de ahorro y limitar la libertad financiera.

RECUPERA EL CONTROL DE TUS DEUDAS

Por: Yessica María del Bosque Montes de Oca



Muchas personas experimentan una sensación de alivio inmediato al realizar una compra, pero esa satisfacción suele ser temporal. Lo que permanece durante meses o incluso años es el compromiso de pago. Por ello, antes de adquirir una nueva obligación financiera conviene hacerse algunas preguntas sencillas: ¿realmente lo necesito?, ¿puedo pagarlo sin afectar otras prioridades?, ¿qué ocurriría si mis ingresos disminuyeran durante algunos meses?

La buena noticia es que incluso cuando las deudas ya representan una carga importante, existen estrategias para recuperar el control.

El primer paso consiste en conocer con precisión la situación financiera actual. Esto implica elaborar una lista completa de todas las deudas, identificando el saldo pendiente, la tasa de interés, el pago mínimo requerido y el plazo estimado de liquidación.

Aunque este ejercicio puede resultar incómodo, proporciona claridad y permite tomar decisiones basadas en información real. Es difícil resolver un problema financiero cuando no se conoce exactamente su dimensión.

Una estrategia ampliamente utilizada es el método conocido como “bola de nieve”. Consiste en concentrar recursos adicionales en una deuda específica mientras se continúan realizando los pagos mínimos de las demás. Una vez liquidada la primera obligación, el dinero que se destinaba a ella se suma al pago de la siguiente. Con el tiempo, el proceso genera una sensación de avance que ayuda a mantener la motivación y acelera la reducción del endeudamiento.

Más allá de la estrategia elegida, el cambio más importante suele producirse en los hábitos cotidianos. La salud financiera no depende únicamente de cuánto dinero se gana, sino también de cómo se administra. Personas con ingresos elevados pueden enfrentar problemas económicos graves si gastan sistemáticamente más de lo que perciben, mientras que otras con ingresos moderados logran construir estabilidad gracias a una buena planeación.

Por esta razón, elaborar un presupuesto continúa siendo una de las herramientas más efectivas. Saber cuánto entra, cuánto sale y en qué se utiliza cada peso permite detectar fugas de dinero que muchas veces pasan desapercibidas. Pequeños gastos recurrentes pueden parecer insignificantes por separado, pero al sumarse representan cantidades importantes a lo largo del año.

Otro elemento fundamental es la creación de un fondo de emergencia. Contar con recursos disponibles para enfrentar imprevistos reduce la necesidad de recurrir constantemente al crédito cuando surge una reparación, un gasto médico o cualquier situación inesperada. Este colchón financiero puede marcar una gran diferencia entre una dificultad temporal y un problema de endeudamiento prolongado.

También es importante desarrollar una relación más consciente con el consumo. El objetivo no consiste en eliminar todos los gustos o privarse de aquello que produce satisfacción, sino en tomar decisiones alineadas con las posibilidades reales de cada persona. Las finanzas saludables no se construyen a partir de restricciones permanentes, sino mediante elecciones equilibradas y sostenibles.

En última instancia, la libertad financiera no significa necesariamente vivir sin deudas. Significa tener la capacidad de decidir, planificar y utilizar el dinero de forma que contribuya al bienestar personal en lugar de convertirse en una fuente constante de preocupación. Recuperar el control financiero es posible, y el primer paso consiste en comprender que cada peso tiene un propósito y que cada decisión económica de hoy influye en las oportunidades de mañana.

ANÚNCIATE AQUÍ
ESTE ESPACIO PUEDE SER TUYO
INTELIGENCIA EMPRESARIAL
REVISTA DE DIVULGACIÓN DE ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS

ASP
Agencia de Servicios Publicitarios

asp@asppublicidad.com.mx 446 120 7552 www.asppublicidad.com.mx

INTELIGENCIA EMPRESARIAL
REVISTA DE DIVULGACIÓN DE ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS

TETRIS
UN LEGADO COMPLICADO
Pag. 13

BRAND LOVE
DE MUBI
LA SENSACIÓN DE SUS CLIENTES
Pag. 17

HÁBITOS ATÓMICOS
(POR QUÉ LOS NECESITAMOS)
Pag. 44



EL SALARIO PROMEDIO Y EL EMPLEO INFORMAL EN MÉXICO

Por: Gerardo Peña Vera

A nivel nacional, el éxito se mide a través de un consumo aspiracional que desdibuja la realidad de los bolsillos. Muchos ciudadanos adquieren bienes tecnológicos o ropa de marca para proyectar una solvencia contradictoria. Esta fachada de prosperidad oculta las deficiencias estructurales de un mercado que ofrece sueldos insuficientes para la mayoría. La presión por aparentar un estatus elevado genera una distorsión sobre las verdaderas capacidades de ahorro de las familias mexicanas. El prestigio social se fundamenta en el gasto superfluo y no en una base financiera sólida y estable.

Las estadísticas de consumo encubren una precariedad que afecta a gran parte de la población trabajadora.

La narrativa mexicana nos cuenta la historia de que un mexicano gana conforme a su esfuerzo y sus ganas de superarse. Esta postura sugiere con una ironía cruel que la pobreza es una elección personal derivada de la falta de iniciativa o talento.

No obstante, la realidad desmiente estos discursos, existe una carencia sistémica de oportunidades reales para los sectores menos favorecidos. El sistema meritocrático ignora deliberadamente la conciencia de clase y la desigualdad en el acceso al capital inicial. Los emprendedores exitosos suelen contar con redes de apoyo y recursos que el trabajador promedio jamás ha tenido a su alcance. El esfuerzo individual choca frontalmente contra una estructura que limita el ascenso social a una minoría privilegiada.

Los datos oficiales más recientes revelan un ingreso promedio mensual en México que rompe cualquier ilusión. Una gran parte de los trabajadores formales recibe apenas lo necesario para cubrir los servicios más básicos de su hogar. Los números muestran que la mitad de la población obrera no supera los dos salarios mínimos.

Esta realidad monetaria obliga a las familias a realizar ajustes drásticos en su calidad de vida.

El ingreso promedio mensual en México se mantiene estancado mientras los costos de los servicios y la vivienda siguen aumentando. Las tablas de sueldos oficiales retratan un panorama de subsistencia que afecta la estabilidad del ciudadano.

Los rangos de salarios resultan engañosos ya que mezclan realidades de mundos que nunca se tocan entre sí. Los ingresos desproporcionados de una minoría elevan artificialmente la cifra de bienestar. Esta distorsión matemática oculta que millones de personas viven con montos muy por debajo de lo que dictan las gráficas nacionales. La media aritmética borra las carencias de quienes habitan en los estratos más bajos de la economía. Un solo sueldo millonario puede compensar estadísticamente a cientos de salarios precarios en una misma muestra. Las cifras globales suelen servir más para los informes gubernamentales que para describir la vida en los barrios populares.

La verdadera distribución del ingreso nacional ubica a la mayoría de la población mexicana en los peldaños inferiores de la estructura socioeconómica. La mayoría de los habitantes sobrevive en un contexto donde la movilidad ascendente, mejorando su estatus social, parece una promesa lejana y casi imposible. La brecha es abismal pues la riqueza se concentra en pocas manos. Esta distribución del ingreso nacional evidencia una polarización que fractura el tejido social y limita el desarrollo. El acceso a una vida digna depende más del código postal de nacimiento que del desempeño laboral. La pirámide social refleja un sistema diseñado para mantener los privilegios de la cima a costa de la base.

En este contexto, surge la economía informal como la principal estrategia para millones de familias que no encuentran cabida en el empleo formal. Este sector proporciona el sustento diario a quienes han sido excluidos de los beneficios de la seguridad social y las prestaciones. El comercio ambulante se contempla como una red de seguridad ante la falta de empleos dignos. Mientras la informalidad absorbe el talento de personas creativas que deben inventarse un sueldo para sobrevivir, el Estado observa esta dinámica sin ofrecer soluciones reales que integren a estos trabajadores a una estructura de protección efectiva. El trabajo en las calles sostiene el consumo interno mientras las oficinas mantienen sus puertas cerradas para muchos.

Un solo sueldo formal apenas alcanza para pagar la renta y el transporte. Los padres de familia extienden sus actividades productivas hasta altas horas de la noche para completar el gasto semanal. El tiempo de descanso se sacrifica en favor de un ingreso extra que garanticen la alimentación familiar. Esta necesidad sistemática de tener varios trabajos fragmenta la vida personal y agota la salud de los trabajadores. Por consiguiente, el empleo tradicional ha dejado de asegurar la estabilidad financiera familiar.

En conclusión, el trabajo informal complementa el presupuesto de las familias mexicanas.

Las actividades secundarias más comunes incluyen la venta por catálogo, los servicios de transporte por aplicación o el comercio los fines de semana. La idea de que la falta de ingresos se debe a una supuesta holgazanería es una falacia. El trabajador mexicano promedio labora más horas al año que sus contrapartes en las economías más desarrolladas del mundo. La pobreza en este país se enfrenta trabajando de sol a sol sin garantías de una vejez tranquila. Las dificultades financieras que el mexicano enfrenta a diario no obedecen a un fracaso individual ni a una falta de talento personal. Estos problemas son el resultado de un problema sistémico en la distribución del ingreso nacional y la precariedad salarial.



Casi nunca podremos hacer algo para cambiar nuestra vida, pero sí podemos hacer algo para cambiar nuestra forma de verla. Así nada cambiará, pero todo será diferente. En relación con el estrés, la realidad es que lo único que podemos hacer para vivir sin estrés es dejar de existir.

El estrés es más útil de lo que creemos, pero deja de serlo cuando sólo podemos concentrarnos en eso, en lugar de tomarlo como una herramienta más y un indicador de lo que necesitamos modificar en nuestra rutina.

Por lo menos durante el último siglo se ha vendido una imagen de meritocracia corporativa: “Hay que esforzarse por alcanzar una imagen de bienestar zen”.

Quien lo está haciendo todo bien es aquella persona que se levanta a las 5 de la mañana para meditar, que responde 200 correos con una sonrisa estoica y no mancha con una gota de sudor su camisa cuando está haciendo una presentación en una junta.

Este ideal, además de ser un producto de la fantasía, también es peligroso, ya que convierte una respuesta biológica en una señal de fracaso personal.

Esperar una falta de reacción implica que busquemos ser menos humanos. El estrés es un sistema de alarma biológico. Cuando se manifiesta por una fecha límite, un trato complicado o un imprevisto, entonces está funcionando bien. No es un obstáculo, es un recurso que indica estar alerta, atento y, sobre todo, que habrá que resolver la situación para salir de ahí. La verdadera cuestión está en la duración de esta respuesta, lo que puede soportar el cuerpo en una situación estresante.

Robert Sapolsky, un neuroendocrinólogo de Stanford, ha señalado que el sistema de estrés está diseñado para episodios agudos, pero no para un estado crónico. En tiempos prehistóricos estaba ahí cuando, por ejemplo, un león te perseguía; llegaba el estrés para indicarte que debías huir y entonces se terminaba. Pero cuando el león pasa a tener un significado más abstracto y cotidiano, es difícil reconocer lo que se debe hacer para que desaparezca esa reacción. Entonces sabemos que no está mal sentir estrés, sino vivir sumido en ese estrés.

VIVIR SIN ESTRÉS

Por: Rodrigo Muñoz Castillo



En primera, hay que identificar el estrés que está acabando con nuestro bienestar. Una cosa es el eustrés, un tipo de estrés de activación moderada, en donde todavía se tiene sensación de control y propósito. Gracias a este estrés podemos concentrarnos, acelera nuestros reflejos cognitivos y genera una respuesta satisfactoria al terminar con la tarea. Por otra parte, el distrés es una activación intensa, sin control ni claridad en la recompensa que se obtendrá por esta sensación corporal. Aquí es cuando aparece la fatiga, el insomnio, la rumiación y la irritabilidad crónica. Sin embargo, la principal distinción entre ambos es la falta de claridad. Mientras en el primero tenemos un objetivo y tiempos claros, en el otro parece haber sólo ambigüedad.

Esta es una consecuencia más de la procrastinación y de los excesos de “dopamina barata” que estamos cargando en nuestros neurotransmisores. Cuando recibimos la recompensa con poco o ningún esfuerzo de por medio, no sólo se vuelve más difícil lo que percibimos como deber, sino que ni siquiera le vemos un motivo, no cuando podemos obtener respuestas placenteras sin tener que terminar una tarea estresante. Sólo que el estrés no se va, sólo se está postergando, lo que lleva a esa ambigüedad que hace que nos cuestionemos por qué siquiera estamos haciendo algo que nos causa tanto dolor.

En el peor de los casos, el pico de estrés sólo puede intensificarse cuando, después de tanta postergación llena de culpa, se busca cumplir de una forma u otra, lo que lleva sólo a intensificar la amenaza. No hay descansos, sólo estrés silencioso y agudo. En este sentido, se puede observar que la recuperación no es un lujo, es parte del ciclo fisiológico que tenemos de forma natural. El problema está en no poder desconectarse de ahí, ya sea por no dar fin a la actividad que causa estrés, porque preferimos “distraernos”, sin realmente hacerlo o porque no existe una desconexión real del contexto que causa esta respuesta.

No se puede aspirar a vivir sin estrés, pero sí a vivir con menos estrés. Para ello se necesitan márgenes y para ello hay que considerar que el estrés es una pequeña herramienta, no nuestro hábitat natural. Contempla tener un margen económico, un patrimonio que te permita negarte a proyectos que no te apasionen y no tener que hacerlos por necesidad. Mantén un margen de tiempo, durante el día aléjate de pantallas y productos con dopamina barata, pero también de trabajo. Por último, un margen psicológico, uno que te haga aceptar que algunos días serán caóticos y otros aburridos y ambas experiencias son válidas.

No hay una sola persona en este mundo que no sienta estrés. Incluso el bebé que acaba de nacer y llora es porque siente estrés de llegar a un mundo totalmente diferente a lo que conoció por nueve meses. Una falta de estrés no sólo es anómala, también es preocupante, porque el estrés es el motor de nuestra vida. Todos los días enfrentamos entre 33 mil y 35 mil decisiones diarias, pero eso no debe implicar que sintamos que cada una de ellas con un león que nos persigue.



El valor de trabajar juntos para erigir restaurantes más fuertes

Por: Giovanna Martínez Del Castillo

En un restaurante las decisiones que se toman jornada a jornada son múltiples y diversas. Implica resolver situaciones con el personal, los proveedores, los costos, la calidad, las regulaciones y las expectativas de los clientes. No solo involucra saber cocinar platillos deliciosos, sino que hay que afrontar diversos desafíos que van cambiando constantemente.

Por otro lado, aunque aún ahora existen negocios que continúan resolviendo sus problemas de manera aislada concentrando todos sus esfuerzos en su establecimiento sin mirar lo que ocurre alrededor, también una gran parte del ramo restaurantero trabaja de manera coordinada compartiendo conocimientos y participando activamente en organismos que representan a su sector y que atestiguan que los beneficios que resultan de ello alcanzan a todos.

En la industria gastronómica existe una organización que busca fortalecer al gremio, impulsar su crecimiento y representar sus intereses: la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados. Más allá de ser una agrupación empresarial, es un espacio donde convergen experiencias, necesidades, propuestas y proyectos que suman al desarrollo de los negocios dedicados a la preparación y venta de alimentos.

Pertenecer a una cámara empresarial permite que los miembros se mantengan informados. Las regulaciones sanitarias, fiscales, laborales y administrativas evolucionan constantemente y para muchos empresarios resulta complicado estar atentos a esos cambios mientras atienden las exigencias diarias de su negocio.



De manera que al participar en organismos especializados tienen la oportunidad de acceder a información confiable, orientación oportuna y herramientas que facilitan la adaptación a nuevas disposiciones.

Otro aspecto valioso que se ve favorecido con esta adhesión es la capacitación. La profesionalización es una necesidad para cualquier empresa que aspire a mantenerse competitiva. Los hábitos de consumo cambian, las tecnologías avanzan y los clientes, al tener un sinnúmero de posibilidades al alcance, son cada vez más exigentes. Por ello, la actualización constante deja de ser una opción para convertirse en una inversión estratégica.

Cursos, talleres, conferencias y espacios de aprendizaje permiten fortalecer habilidades que impactan directamente en la operación y el crecimiento de los establecimientos.

Importante es también la posibilidad de generar redes de colaboración. Muchas veces, los mejores aprendizajes surgen de la experiencia compartida entre empresarios que enfrentan situaciones similares. El poder intercambiar puntos de vista, experiencias y soluciones con otros restauranteros permite conocer soluciones y obtener información probada, identificar oportunidades de mejora y descubrir nuevas perspectivas para abordar problemas comunes.



La unión del sector también cobra relevancia cuando surgen desafíos que afectan a todos como crisis económicas, contingencias sanitarias, cambios regulatorios o dificultades relacionadas con la actividad turística que impactan directamente en los restaurantes. En estos escenarios el poder contar con una representación organizada fortalece la capacidad de diálogo con las autoridades y permite construir propuestas que benefician al conjunto de la industria.

Pertenecer al mismo gremio y colaborar entre pares no es contraproducente, muchas veces satanizamos la competencia y tenemos la idea de que compartir información con ella es perjudicial, sin embargo, aunque cada establecimiento tiene su propuesta, todos comparten el objetivo de fortalecer la actividad económica, atraer clientes,

mejorar la experiencia gastronómica y posicionar a su ciudad o región como un destino atractivo para visitar. Si el sector crece, las oportunidades aumentan para todos.

Especialmente si se trata de pequeños y medianos negocios, la filiación es importante, ya que las grandes cadenas suelen contar con áreas especializadas para atender aspectos legales, administrativos o de capacitación a diferencia de los establecimientos familiares o de menor tamaño que la mayoría de las veces no disponen de estos recursos. Por ello, tener al alcance de la mano espacios donde sea posible recibir acompañamiento, información y representación se vuelve fundamental para equilibrar oportunidades.

Al final del día, los restaurantes no solo venden alimentos, sino que también preservan tradiciones, impulsan productos locales, generan empleo y forman parte de la experiencia cultural de quienes visitan una comunidad. Al existir una colaboración entre empresarios, es posible establecer iniciativas que promuevan la cocina local, impulsen eventos gastronómicos y generen beneficios económicos para un mayor número de personas.

La participación activa en organismos empresariales también fomenta una cultura de responsabilidad y mejora continua.

Compartir buenas prácticas relacionadas con la calidad, la atención al cliente, la sostenibilidad o la seguridad alimentaria permite elevar los estándares de toda la industria.

Los negocios exitosos rara vez crecen completamente solos. Detrás de ellos suele existir una red de colaboradores, proveedores, clientes, aliados y organizaciones que contribuyen a su desarrollo. Entender esta realidad permite abandonar la idea de que cada empresario debe recorrer el camino por su cuenta.

La competencia seguirá existiendo, y eso es positivo porque impulsa la innovación y la mejora constante. Pero también es cierto que hay retos que solo pueden enfrentarse de manera colectiva. Participar, colaborar y construir alianzas fortalece a las empresas y contribuye al crecimiento de toda la industria.

Volvo es el ejemplo perfecto de cómo una empresa automotriz puede evolucionar sin perder su esencia. Desde el 14 de abril de 1927, su primer vehículo que salió de la línea de producción en Gotemburgo, Suecia, Volvo comenzó con una evolución que ya va para un siglo de trayectoria.

Todo comenzó como una subsidiaria del fabricante SKF, bajo la visión del economista Assar Gabrielsson y el ingeniero Gustaf Larsson, y a día de hoy es un gigante global que opera hasta en 190 mercados.

Para su tercer año, la compañía ya generaba beneficios. Su estrategia de crecimiento se enfocó en hacer una selección cuidadosa de proveedores junto con adquisiciones tácticas.

Se buscó expandirse más allá de los automóviles, de modo que se integraron camiones, autobuses, motores marinos y motores industriales. Durante los sesenta y setenta, la compañía pasó de mantener una identidad sueca y orientarse a la exportación a convertirse en una potencia internacional con plantas en Bélgica, Brasil, Malasia y Australia.

Un desafío importante en la historia de Volvo tuvo lugar en 1993, cuando se rompieron las negociaciones con Renault. Esto provocó la renuncia inmediata de la junta directiva e hizo que la marca diera un giro de 180 grados. Para 1994, la nueva directiva dejó las inversiones de todo lo que no fuera el núcleo del negocio. Se enfocaron en vehículos y transporte.

De esta manera, en 1999 se vendió la división Volvo Cars a Ford Motor Company por cinco millones de dólares.

Esto le permitió a Volvo centrarse en el sector logístico y comercial. También pudo adquirir competidores como Renault Trucks y Mack Trucks para dominar el mercado de la carga. La prioridad mayúscula de Volvo ha sido su liderazgo indiscutible en el sector de seguridad. La compañía mantiene la vanguardia en cuestión al desarrollo de cinturones de seguridad. Por ejemplo, continúa constante en el cinturón de seguridad de tres puntos que se creó desde 1959.

Por fortuna, Volvo liberó la patente para que toda la industria automotriz pudiera usarla, con ello salvando millones de vidas a lo largo de la historia. Asimismo, han creado el sistema SIPS contra impactos laterales y el City Safety, en caso de frenado automático. Por otra parte, la cultura corporativa ha sido fundamental para Volvo. Desde sus comienzos, los fundadores promovieron una cultura de “oficina abierta”. Esto se basa en una

VOLVO UN SIGLO DE SEGURIDAD

Por: Manuel Bernard



VO RESILIENCIA, D Y VISIÓN

o Aguirre González



comunicación transparente y honesta, bajo el lema “Lo que no se puede decir frente a todos, mejor que no se diga”. Asimismo, su foco se mantiene en cuidar a sus proveedores. Con el paso de los años, las colaboraciones comerciales han mantenido relaciones sólidas. De ahí el golpe tan importante que Volvo tuvo con Renault. Su expansión para principios de siglo se basó en Asia, hasta llegar a comprender una amplia gama de marcas diferentes.

Volvo ha sido una compañía enfocada cuando tiene que serlo. Cuando comenzaron las complicaciones, no dudó en vender, aun cuando parecía que estaba soltando perdiendo con la venta de Volvo Cars.

Además, su idea de colaboración como estrategia de liderazgo es lo que lo ha posicionado en el mercado, ya que la firma es consciente de que la transformación tecnológica no para y, ante ello, se necesita de otras manos para innovar dentro de su proyecto. Esto se refleja en sus alianzas con otros competidores, de modo que puedan desarrollar la infraestructura necesaria para ir al siguiente nivel, como lo hicieron con la recarga y las pilas de combustible de hidrógeno.

Como empresa con gran trayectoria histórica reconoce que el mercado se dirige hacia la adaptabilidad y el futuro sostenible. Volvo ha sabido girar hacia la movilidad eléctrica y autónoma, para poder crear divisiones específicas, como Volvo Autonomous Solutions, que apuesta por un futuro climático neutral con modelos 100% eléctricos y otras tecnologías híbridas que ya está solicitando el primer mundo en su infraestructura de transportes, una que en un futuro muy cercano espera expandirse al resto del planeta.

Volvo está por cumplir un siglo de existencia y su trayectoria comprueba que no han sido años desperdiciados en vano. A lo largo de sus casi 100 años ha demostrado gran robustez y fiabilidad, tanto en sus modelos como en su modelo de negocio.

La marca sueca siempre se ha mantenido a la vanguardia, en cuanto a desarrollos tecnológicos refiere, pero con una especial atención en la seguridad de cada uno de sus vehículos, al grado de poder compartir estos mecanismos con el resto del mercado, en búsqueda del bien común. Además, el enfoque en el futuro, le hace innovar en cuanto es posible, como lo ha hecho con las baterías y la modalidad tecnológica de lo semi-híbrido, como se espera mantener en un futuro en el área de los transportes.



Cuando nuestra reacción automática es la disculpa, entonces dejamos de disculparnos de manera genuina, sino más como parte de un mal hábito. No es precisamente mentira o falsedad, sino un escudo ante una mala reacción. Es un hábito nervioso. Por ejemplo, cuando se dice “disculpa la molestia”, cuando se está pidiendo la intervención para un trabajo y necesitas una respuesta. Todas las palabras pesan y en este sentido, incluir una intención más asertiva no implica ser grosero o agresivo, sino eficaz. Esto no tendría que relacionarse con ser buena o mala persona, aunque de repente así se crea.

¿Por qué pedimos perdón aun cuando no hicimos nada malo? Desde la neurociencia social se puede dar una hipótesis. Cuando el cerebro interpreta que existe una situación de conflicto potencial, se activa una respuesta a una amenaza. Pedir de antemano disculpas es un comportamiento para apaciguar la respuesta amenazante que ni siquiera ha llegado. Se trata de hacer ver también que uno mismo no es peligroso y no es necesario el confrontamiento.

Cuando el mecanismo se vuelve automático se pueden escuchar disculpas cuando se hace una pregunta legítima, al establecer un límite razonable o por el hecho de siquiera tener una opinión distinta. Esto ya no habla de querer mantener las cosas en paz cuando se ve a lo lejos un conflicto,

APRENDE A NO DISCULP TO

sino que de plano se desea huir a la más mínima disyuntiva. El costo no sólo es personal, con sentimientos de ansiedad y minusvaloración, sino que también se puede tener la imagen errónea de menos competencia, claramente menos seguridad y fácil evasión. Son a las personas que más interrumpen y de las que menos consideran su opinión.

En cambio, quienes usan un lenguaje asertivo, sin disculpas superficiales, sin muletillas, y con un lenguaje claro, son promovidos en ambientes profesionales, con un promedio de 18 meses antes, sobre todo en ambientes de alta presión; como finanzas, negocios, tecnología y derecho. No se trata de percibirse como más agresivos, sino porque gastan menos energía en evitar ansiedades imaginarias, se concentran en los problemas reales y, a la hora de un conflicto real, tienen las herramientas para superarlos. En raros casos se les escucha disculparse y cuando sucede es porque de verdad tenían que hacerlo.

¿Cuál es la diferencia entre asertividad, agresividad y pasividad? Pongamos de ejemplo cuando un compañero interrumpe. Una respuesta pasiva sería acercarse al final de la reunión y disculparse (cuando el agravio



DISCULPARTE POR LO QUE HICISTE

fue de su parte), con algo como “Perdón, no quiero molestar, pero yo estaba hablando... aunque tal vez no sea tan importante...”. Esto refleja inseguridad por todos lados y no lleva a señalar el error ajeno, sino a echarse la culpa y a desplegar una respuesta nerviosa. Por otra parte, una reacción agresiva podría ser levantar la voz al momento y decir “Oye, yo estoy hablando, ¿estás sordo o qué?”, lo que tampoco sería útil y traería un verdadero problema o por lo menos un ambiente hostil.

Una respuesta asertiva y propia para el escenario podría ser encontrar un silencio oportuno para retomar la palabra y expresar “Antes de seguir, quiero retomar mi punto original. Después de eso, podemos seguir con tu aporte, compañero”. De ese modo se mantiene el foco, señalas lo que era necesario y, sobre todo, no hay disculpas innecesarias, pero tampoco humillaciones que no tendrían que ver con el contexto. Tal vez la otra persona interrumpió sin una mala intención de por medio y puede devolver sin problemas la palabra. Entonces, se puede observar que una respuesta asertiva está acompañada de un hecho, una necesidad y una solicitud clara. No hay valoraciones emocionales de por medio, ni disculpas ni una disminución de lo que tú requieres en el momento.



¿En qué casos no es necesario disculparse? Cuando preguntas algo que necesitas saber, cuando se pide cumplir un acuerdo previo, al momento de expresar una opinión diferente, aunque no necesariamente controversial; en caso de negarse a algo y tener una razón válida, e incluso si sólo no quieres hacerlo; cuando se ocupa espacio en una conversación. Como verás, ninguna de estas situaciones agravia a los demás, por el contrario, te dan un lugar a ti. Claro que en el caso de pisarle el pie a alguien, ahí debe existir una disculpa de por medio.

¿Se reconoce la diferencia?

La asertividad no es sinónimo de arrogancia, sino de claridad y eficacia en el lenguaje. Cuando en medio de tu participación hay disculpas, eso sólo da la impresión de que eres una persona nerviosa y que tiende a disminuirse frente al otro. En consecuencia, es más difícil que te traten en serio. Las disculpas como muletilla sólo son un hábito y pueden modificarse, con conciencia de que se está usando en exceso ese recurso y que, con suficiente voluntad, se puede modificar. Las primeras veces se sentirán como estar haciendo algo prohibido, pero no lo es, sólo es hablar como alguien que sabe lo que vale y que necesita ser escuchado.

Por: Clara Edith Alcántara Aranda



Lo peor de cortar con un vínculo según Maurice Halbwachs

Por: Hans Alfonso Frei Nieto

La ruptura de cualquier vínculo trasciende la esfera de lo privado para manifestarse como el colapso repentino de una estructura social que sostenía el sentido de pertenencia colectiva. En ese momento aparece el sufrimiento. El individuo experimenta la demolición de un ecosistema que otorga coherencia a su rutina diaria. El sufrimiento más que la ausencia del otro también es un desgaste del afecto acumulado a través de los años. Los marcos sociales de la experiencia humana se fracturan y dejan los eventos del pasado sin un anclaje. La identidad del sujeto se tambalea ante la pérdida de quien validaba su existencia en el mundo.

Los vínculos humanos funcionan como marcos sociales de la experiencia humana. Ya sea en una amistad de décadas o en una sociedad laboral, las personas construyen un lenguaje de referencias que solo tiene validez dentro de ese círculo. Las fechas adquieren peso y los lugares se dotan de una carga simbólica que no existe para el resto. Estos marcos impiden que la percepción individual se disperse en lo cotidiano. Cuando el vínculo termina, el sujeto queda a la deriva.



Maurice Halbwachs sostiene que el acto de recordar es un fenómeno social y colectivo. Los individuos recuerdan solo porque pertenecen a grupos que les ofrecen los medios intelectuales y espaciales para reconstruir el pasado. Sin el grupo, la memoria carece de los puntos de apoyo para fijar las imágenes del pasado con claridad. El pensamiento individual siempre se apoya en los recuerdos de los demás para confirmar la veracidad de lo que se cree haber vivido. La ausencia de un interlocutor priva al sujeto del ejercicio de la rememoración. La soledad es vista como una incapacidad para sostener la propia historia.

La desaparición del lazo obliga a una revisión forzada de los atributos personales que se daban por sentados. Muchos rasgos del carácter se diluyen al no tener ya un escenario donde desplegarse con naturalidad. Durante el proceso de duelo, el individuo debe aprender a reconocerse sin los adjetivos que el otro le confería a través de la convivencia. El duelo exige la renuncia a una versión de sí mismo que ha quedado huérfana. El individuo se siente un impostor de su propia vida al no tener a quién recurrir para verificar un dato.

Ahora si hablamos del olvido, no como un acto voluntario, sino como la consecuencia natural de la desaparición del marco social. Los recuerdos se desvanecen cuando ya no hay una estructura grupal que los convoque o los haga necesarios para el presente. La mente desecha aquello que ya no tiene utilidad ni soporte en la conversación con los semejantes. Lo que no se nombra con otros termina por perder su nitidez y se hunde en el olvido biológico. Las imágenes del pasado se borran porque el andamiaje que las mantenía a flote ya no está. El tiempo no cura por sí solo, sino que el entorno social se reconfigura para omitir lo que ya no existe.

La reconfiguración de la identidad personal aparece para rescatar fragmentos del yo que no dependan del testimonio ajeno.

Esto se convierte en una búsqueda por encontrar aquello que posee un valor intrínseco y autónomo para el futuro. El sujeto debe distanciarse del relato compartido para reconstruir una narrativa que le pertenezca. Esta reconfiguración de la identidad personal implica un trabajo de selección y descarte; solo aquello que se ancla en nuevos marcos sociales podrá sobrevivir al paso del tiempo y de la ruptura.

Halbwachs afirma que cada que se rompe un vínculo surge una oportunidad para diversificar las redes de apoyo que sostienen la memoria individual. El crecimiento personal ocurre cuando el individuo deja de depender de un solo testigo para validar su realidad. Es necesario habitar otros grupos que ofrezcan nuevas perspectivas y experiencias. La ruptura nos enseña que la fuerza de una identidad se encuentra en la pluralidad de sus anclajes sociales.

La reconfiguración de la identidad personal requiere aceptar que ciertos fragmentos del pasado se perderán inevitablemente al borrarse el soporte grupal. La pérdida de memoria es el precio para la liberación del sujeto de sus viejas ataduras. Y encontrar en sí mismo su valía. Aceptar este vacío es un acto de honestidad que permite avanzar. En general, la gestión de los duelos de la memoria permite habitar nuestra propia historia. El individuo recupera su soberanía cuando entiende que el pasado se puede resignificar sin perder su autonomía.

En conclusión, la memoria deja de doler cuando encuentra un espacio para la reflexión individual y el diálogo presente. Consolidar una filosofía del desarrollo humano implica reconocer que los vínculos terminan, pero la capacidad de crear sentido permanece. La verdadera inversión de vida consiste en aprender a caminar entre las ruinas sin temor a que el pasado se desmorone; por el contrario, resignificarlo para que deje de doler. El fin de un vínculo es el inicio de una nueva forma de recordar y de existir.



Una tarde pasé cuarenta minutos dentro de un banco solo para realizar un trámite de cinco minutos. Mi desesperación crecía con el tictac del reloj, observaba una hilera interminable de personas resignadas a perder igual que yo su valioso tiempo. Esa experiencia me hizo comprender el enorme vacío operativo que todavía arrastran los modelos de atención al cliente. Estas salas de espera evidencian una desconexión total entre las estructuras corporativas viejas y nuestras necesidades cotidianas actuales.

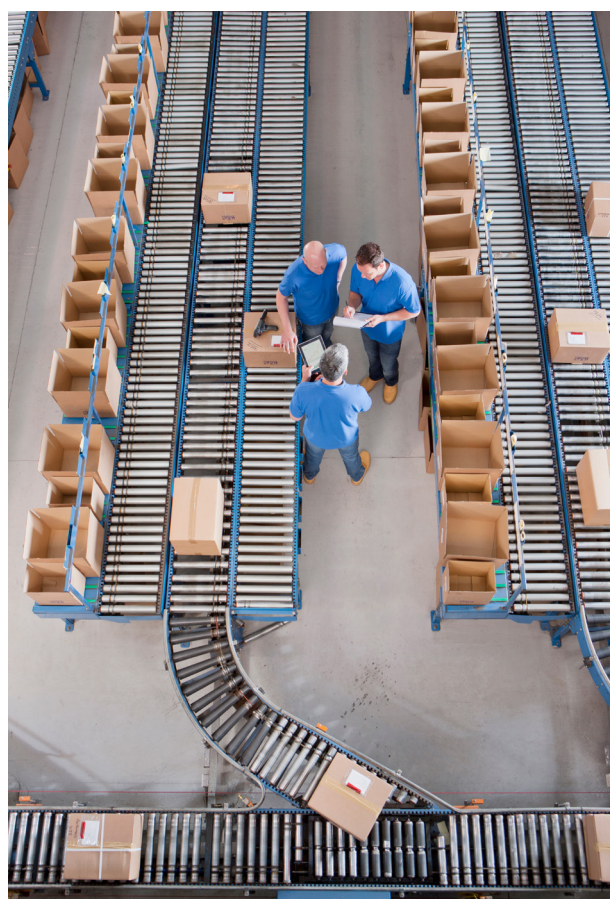
Todos los usuarios experimentamos alguna vez esa molesta sensación de parálisis frente a ventanillas burocráticas que ignoran el valor del tiempo ajeno. Esta ineficiencia es el conflicto central que las organizaciones modernas deben erradicar de forma urgente para retener a sus usuarios.

El escritor Alex Banayan analizó esta problemática existencial a través de una brillante analogía sobre las dinámicas de acceso en los clubes nocturnos de moda. En su obra “La tercera puerta” explica que la entrada principal concentra siempre al noventa y nueve por ciento de la gente en espera; y la segunda entrada recibe exclusivamente al sector selecto de las celebridades, los herederos y los multimillonarios del planeta. Sin embargo, el autor estadounidense revela la existencia de una tercera puerta, un acceso alternativo secreto que requiere audacia, astucia y un pensamiento completamente fuera de la caja. Esta opción implica colarse por la cocina, abrir una ventana trasera o estructurar alianzas ingeniosas con el personal operativo. Esta tercera puerta enseña que los métodos convencionales resultan obsoletos cuando el objetivo es alcanzar un crecimiento rápido y diferenciado.

El entorno corporativo contemporáneo adopta este principio conceptual para decretar la obsolescencia de los esquemas de atención basados en turnos físicos. Las empresas asimilan la tercera puerta como la habilitación de canales fluidos que esquivan las barreras de la burocracia tradicional. El mercado actual exige la eliminación total de los cuellos de botella que ralentizan el intercambio de bienes y servicios. Los líderes de la nueva era digital diseñan alternativas ingeniosas para que los usuarios eviten las salas de espera virtuales.

LA TERCERA PUERTA Y EL DISEÑO DEL ÉXITO COMERCIAL

Por: Ricardo Dávila del Bosque



Esta visión transforma los modelos operativos tradicionales en plataformas de acceso inmediato para cualquier tipo de consumidor. El éxito comercial moderno pertenece exclusivamente a las marcas que logran derribar los obstáculos físicos entre la oferta y la demanda.

Las empresas líderes implementan la logística de la inmediatez como el núcleo de sus operaciones comerciales. Esta disciplina operativa unifica la velocidad tecnológica con la precisión de los inventarios para entregar soluciones en tiempo real. Los compradores modernos exigen respuestas instantáneas al momento de interactuar con cualquier interfaz de venta en internet.

El procesamiento acelerado de datos permite que los productos viajen desde los almacenes hasta los hogares en un corto tiempo. Las marcas eliminan los pasos innecesarios en la cadena de suministro para garantizar entregas en cuestión de pocas horas. La adopción de la logística de la inmediatez determina la supervivencia de las corporaciones en un entorno de alta competencia.

Ahora, el ritmo de vida actual acelera las expectativas de consumo global a niveles nunca antes registrados en la historia de los negocios. Las marcas ajustan sus inventarios en tiempo real para asegurar la satisfacción del consumidor durante cada transacción. Este usuario contemporáneo premia la agilidad operativa y abandona las plataformas que presentan demoras en sus métodos de pago. Las pantallas táctiles y las aplicaciones móviles acostumbra al público a recibir gratificación con un solo clic. La fidelidad de los compradores depende directamente de la capacidad empresarial para anticipar los deseos de la población urbana.

Por ejemplo, la plataforma de Uber elimina la fricción del usuario en el transporte urbano. Los pasajeros solicitan un traslado seguro mediante su celular sin necesidad de levantar la mano en la calle. El algoritmo de la empresa localiza el automóvil más cercano de forma automática para reducir los minutos de recogida. El sistema procesa el pago de manera invisible al finalizar el trayecto, evitando el uso de dinero en efectivo. Esta facilidad de uso transforma por completo la experiencia del cliente hipermoderno. La empresa diseña interfaces intuitivas que resuelven una necesidad humana básica con una velocidad de respuesta rápida.

La industria del entretenimiento masivo experimenta una revolución similar gracias al auge de las transmisiones de audio por internet. Los fanáticos de Bad Bunny reproducen un álbum musical completo en Spotify al segundo exacto de su lanzamiento mundial. Y las listas de reproducción personalizadas se actualizan instantáneamente en los dispositivos móviles para retener la atención de los suscriptores. Este acceso directo a los contenidos culturales define la relación que las audiencias modernas construyen con las marcas líderes.

Las empresas emergentes ejecutan estrategias de negocio disruptivas para desafiar el dominio histórico de los grandes conglomerados internacionales. El uso de la nube digital permite que los emprendedores escalen sus servicios sin realizar inversiones millonarias en infraestructura física. Los nuevos competidores ganan terreno al ofrecer soluciones personalizadas que las corporaciones rígidas tardan meses en desarrollar. La adopción consciente de metodologías operativas ágiles genera múltiples beneficios internos para la estructura organizativa de las corporaciones. El éxito en los negocios actuales premia la audacia operativa y consolida la inmediatez como el estándar comercial definitivo.

