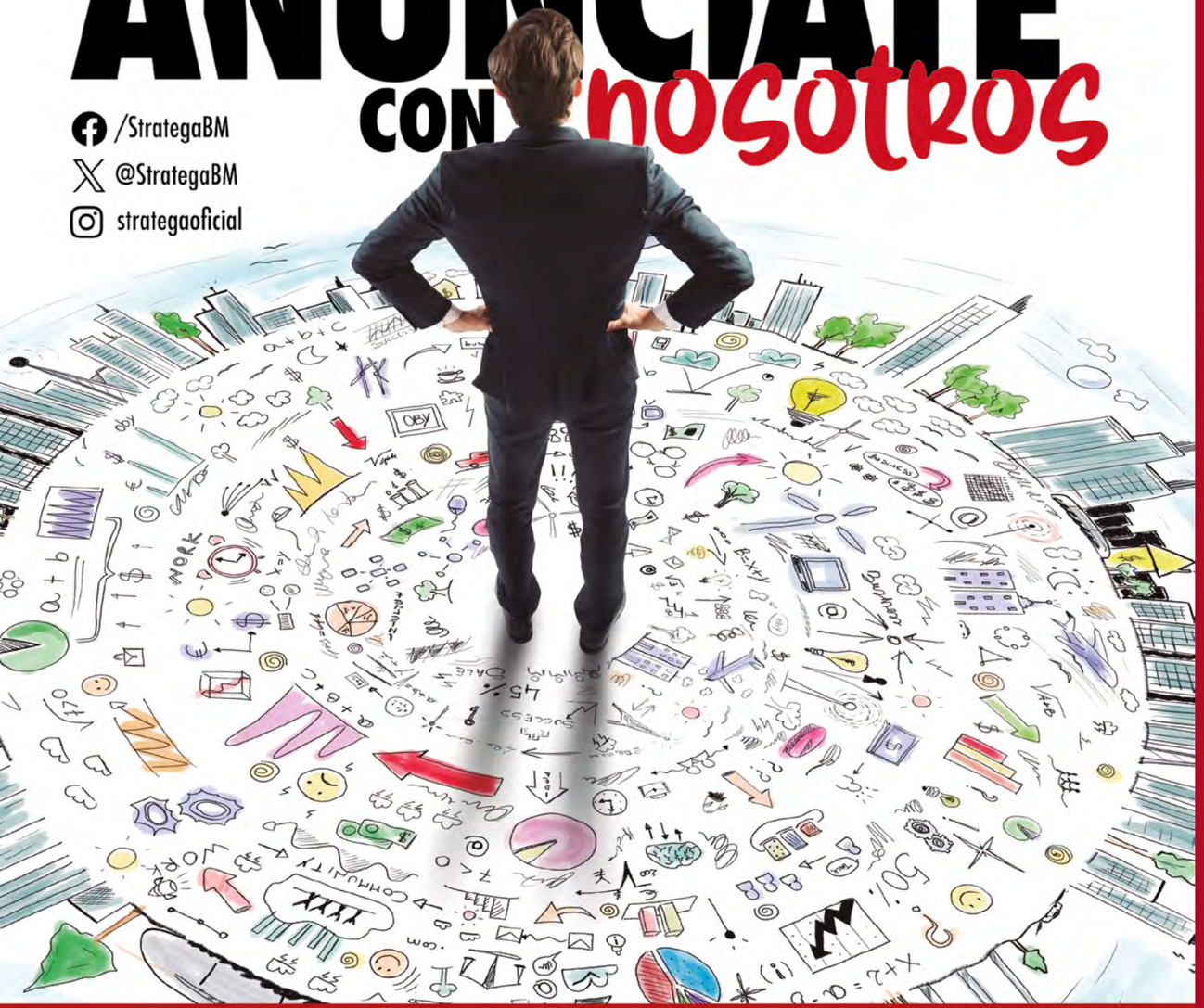
STRATEGA

BUSINESS MAGAZINE

STRATEGA
BUSINESS MAGAZINE

ANÚNCIATE CON nosotros

/StrategaBM
@StrategaBM
strategaoficial



ventas@strategamagazine.com

ÚNETE A NUESTRA
COMUNIDAD
DIGITAL

/StrategaBM
@StrategaBM
strategaoficial

www.strategamagazine.com

DE VENTA EN

Sanborns

STRATEGA
BUSINESS MAGAZINE

CONSEJO EDITORIAL

Editor Ejecutivo
MDF. Vladimir Antonio Infante

Dirección de Arte
Coordinación Editorial
MDG. Erwin Salas López
erwin@strategamagazine.com

Corrección de Estilo
Leticia Ortega Zwittag

Corrección de Estilo Inglés
LP. Siria Elena Contreras López

ANÚNCIATE CON NOSOTROS
ventas@strategamagazine.com

Columnistas

Alejandra Haro Mejía
Ana Lucía Urbina González
Andrés Carrillo
Andrés Salomón Pedraza
Carlos Tapia Alvarado
Carmen Aristegui
Cristian Flores Pérez
Clara Franco Yáñez
Dafne Navarro Miranda
Daniela Barrera Rodríguez
Daniela Paz Aguirre
David Daniel Andrade
Edgar Josué García López
Elizabeth García Montiel
Erwin Salas López
Esteban Cortés Sánchez
Fernando Palavicini Piña
Gabriel Moreno Rodríguez
Gaby Vargas
Gastón Käufer Barbé
Guadalupe Loaeza
Horacio Marchand
Hugo Enrique Mendoza Carbajal
Irma Carrillo Chávez
Javier Rueda Castrillón
Jennifer Amozorrutia
Jorge A. Meléndez
Jorge Aguillón Rodríguez
José Eduardo Carrillo Castillo
Karen Lizbeth Ayala García
Laura Sánchez Flores
Leticia Ortega Zwittag
María Fernanda Haro Mejía
María Jocelyn Bravo Ruvalcaba
Mario Martínez
Mau Contreras
Ramón Arturo García Miró
Ricardo Manuel Derreza Gutiérrez
Sergio Sarmiento

STRATEGA BUSINESS MAGAZINE, Año 9, No. 50, es una publicación bimestral. Editor responsable Vladimir Antonio Infante. RESERVA DE DERECHO AL USO EXCLUSIVO DE TÍTULO número **04-2016-121619263700-102**, otorgado por la Dirección de Reserva de Derechos, del Instituto Nacional del Derecho de Autor, Secretaría de Cultura. CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO Y CONTENIDO No. **15637**, expedido por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Publicación con domicilio en Eugenio Garza Sada 434, Lomas del Tecnológico, San Luis Potosí, S.L.P., CP. 78216, Tel. +52 (444) 804 18 14 al 17, **www.strategamagazine.com**. Impreso por Preprensa Digital S.A. de C.V. en febrero de 2021, tiraje de 5,000 ejemplares. Publicada, editada y distribuida por Comercializadora GBN, S.A. DE C.V.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Todos los derechos reservados. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial del texto, fotografía o ilustración por cualquier medio sin previo permiso por escrito. Los anuncios de productos, marcas, servicios y firmas comerciales en los publirreportajes solo tienen carácter informativo por lo que no implica responsabilidad ni compromiso alguno por parte del editor. Los artículos son responsabilidad de sus autores.

IMPRESA EN MÉXICO
TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS
ISSN 2007-5537

SUMARIO

editorial
50 NÚMEROS / 10 AÑOS 04

artículo especial
THE FUTURE OF SHARING 06

strategias
TUS CLÁSICOS ERRORES EN LINKEDIN 08

¿QUÉ ES EL EMBUDO DE MARKETING Y CÓMO IMPLEMENTARLO? 10

MICRONEGOCIOS Y DESARROLLO LOCAL 12

LIDERAZGO COMO PERSONA 14

¿TU EMPRESA ES UN ENTORNO POSITIVO DE TRABAJO? 16

SALTOS CUÁNTICOS 18

PROBLEMAS INFINITOS 20

¡RESPÉTALOS Y VALÓRALOS! 22

LA RETROFLEXIÓN DE TRUMP 24

7 PECADOS QUE DEBE EVITAR TODO EMPRENDEDOR 26

LA GUÍA DEFINITIVA PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS EN LAS ORGANIZACIONES 28

perfill
DIGITALIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE CAPITAL HUMANO 30

economía
¿COLAPSO DEL DÓLAR? 32

ESTA VEZ ES DIFERENTE 34

panorama internacional
UNA POLÍTICA EXTERIOR SIN VARIACIONES 36

panorama político
SILENCIAR A DONALD TRUMP 38

POLÍTICA DIGITAL 40

VICEPRESIDENTA 42

bitácora legal
INSABI, SALUD PARA TODOS 44

LA JUSTICIA EN LÍNEA TRAS LA PANDEMIA 46

bitácora fiscal
48 CLÁUSULA TRIBUTARIA ANTIABUSO, ¿LA CONOCES?

50 RESILIENCIA FISCAL

52 REVELACIÓN DE ESQUEMAS REPORTABLES EN 2021

fullhouse
54 LA RIVIERA MAYA: UN PARAÍSO... PARA INVERTIR

cátedra
56 EL SECTOR ARTESANAL Y LA PROPIEDAD INTELECTUAL

58 EL FEMINISMO RADICAL

ciencia y tecnología
60 ¿PORNOGRAFÍA ÉTICA? LOS PARADIGMAS QUE HAN CAMBIADO EL ENTRETENIMIENTO PARA ADULTOS

62 EL MANUAL CT DEL K-POP. CULTURA Y TECNOLOGÍA PARA POTENCIAR LA ECONOMÍA

gadgets
64 SMART OFFICE

arte y cultura
66 LA IMPRESIÓN DEL TIEMPO

68 LIBROS ELECTRÓNICOS, DEL PAPEL A LA PANTALLA

punto verde
70 AGUA, SU IMPORTANCIA Y VALOR EN EL MERCADO

72 ¿ORGÁNICO O CONVENCIONAL? LO QUE REALMENTE AMBOS MERCADOS OFRECEN

salud
74 EL PLOMO EN TU SANGRE

deportes
76 LOS ESTADIOS MÁS GRANDES DEL MUNDO Y SUS DEPORTES

cine
78 WARNER VS. EL MUNDO

estilo y vida
80 NACER DE NUEVO

82 RECUERDOS DE INFANCIA, ¿ME IMPULSAN O ME FRENAN?

84 STRATEGA RECOMIENDA

10 años

Por: ***MDF. Vladimir Antonio Infante***
Director general y editor ejecutivo *Stratega Business Magazine* / ***van@strategamagazine.com***

50 números 10 años, como cualquier proyecto exitoso tenemos la obligación de contar su breve historia, ***STRATEGA BUSINESS MAGAZINE*** nace con la firme creencia de hallar espacios informativos para el empresario de hoy, donde encuentre información de negocios que, en su día a día, le permita entender su entorno económico y social.

La vida en estos días ha cambiado aceleradamente y en todas las formas en que la conocíamos, el encierro, la manera de comunicarnos, la falta de contacto, el temor de acercarse a la gente y la angustia de cómo será el futuro no deja de tomar nuestros pensamientos, es por eso que la información cobra mayor relevancia y se vuelve una herramienta indispensable para la toma de las pequeñas y las grandes decisiones de la vida.

La evolución de la revista es su cotidianidad, así nacimos, con la firme creencia de que la **evolución** es el único camino que hace crecer a las personas y a las empresas, celebramos poder seguir firmes en nuestros valores y objetivos que, hoy más que nunca, nos distinguen de otros medios de comunicación.

La información no sirve de nada, si no se puede transmitir; el lenguaje editorial, visual y escrito que ocupamos ha sido clave para tener a los lectores cerca de nosotros, uno de nuestros pilares es ocupar ese lenguaje cotidiano sin restar la calidad de las plumas nacionales e internacionales que hoy escriben sus artículos en nuestras páginas.

A los columnistas y colaboradores, gracias por este camino que hemos construido todos, un camino imparcial, propositivo, veraz y con esas infinitas ganas de poder sumar en la construcción de un pensamiento más crítico.

A los lectores sólo queda ofrecerles que ***STRATEGA BUSINESS MAGAZINE*** seguirá evolucionando y buscando mejores formas de comunicar y hacerles llegar la información de mayor relevancia a través de nuestras ediciones... celebremos pues, con una buena lectura de esta tu revista. S

¡Ya abrimos!

Ven y hospédate en el totalmente nuevo Ramada Encore by Wyndham Monterrey, more like me.

more like it

Blvd. Carlos Salinas de Gortari 301 Pte,
esquina Av. Miguel Alemán, Apodaca N.L.
81-9690-9680.
hotelesencore.com

RAMADA encore BY WYNDHAM
MONTERREY
APODACA
AEROPUERTO

AGUASCALIENTES • GUADALAJARA • MONTERREY • PUEBLA-FINSA • QUERÉTARO • SAN LUIS POTOSÍ

THE FUTURE OF SHARING

By: ***MA. Clara Franco Yáñez***
Master in International Affairs by the Graduate Institute of International and Development Studies in Geneva, Switzerland / ***clara.franco@graduateinstitute.ch***

Remember "timeshares" at beach resorts or other tourist destinations?... They probably peaked in popularity around the mid-nineties, when travelling around the world was slowly starting to become more common, though not as common as it is today; and when the current possibilities for "shared economies" – thanks to smartphones and the Internet – were still unthinkable. Many of us remember timeshares with a vague sense of disdain rather than fondness (were they a rip-off or a legitimately good idea?), but that's beside the point. Regardless if owning a "timeshare" contract made financial sense back then or not, the point is that they were probably a first step in the culture of "share economies".

Share economies are now best represented by brands we all know: Uber, Airbnb, etc. The point of share economies is that, in an increasingly interconnected world with more Internet and declining resources, we don't need to own everything we use, from cars to houses – or even the things we do own can be put up for availability to others, while we are not using them. Resources can be much better used when instead of owning everything, it is free for use to others while we are not spending time with it; especially as populations grow and our spaces and resources become tighter.

I lived for a year and a half in Mexico City and didn't even consider owning my own car: for a single woman who moved and travelled by herself, it didn't make sense to own a car when a combination of public transport and Uber covered all my needs. Of course, that public transport is cheaper than owning a car is obvious. What wasn't obvious was that the second part of that equation – Uber or a similar sharing app – makes almost as much financial sense as owning a car, at least for someone who still doesn't have children to move around the city. Adding up car maintenance, car insurance, gas, taxes and parking, moving about in cars that I didn't own was not only convenient but perhaps even cheaper.

A similar thing happened with Airbnb: not only did timeshares quickly become obsolete, but the App and the idea opened up the possibility of a much more affordable "owning for renting", or even putting up (parts or the whole of) our own property for the use of strangers while we are away, for profit. The question is: might this be sustainable in the future?...

These times especially, we are seeing that extremely unexpected conditions can appear onstage and upend the established economies. Worldwide sanitary concerns can – and do – force us to rethink our shared spaces and things. A similar thing could happen with sudden and acute food scarcity, a more serious environmental crisis (which many experts believe is undoubtedly coming soon), new security concerns, or even the distant but real threat of a war. Perhaps then we might see the backlash or the retreat into the non-share ways of economies. But for now, in the face of increasing population numbers and resource scarcity, it still appears that, as simple as some childish school lesson, "sharing makes (economic) sense". S

Congratulations to Stratega and all of the team! I can only say THANK YOU for the opportunity to work together and use your voices to share our ideas to a broad audience. It has been an excellent experience.

TUS CLÁSICOS ERRORES EN LINKEDIN

Por: ***MMD. Cristian Flores Pérez***
Conferencista, consultor en marketing, especialista en relaciones públicas
soycrismx@gmail.com / ***chrisfloresmx***

LinkedIn (LI) es una red social que se ha popularizado en la sociedad económicamente activa y con estudios mayormente universitarios en nuestro país. Al igual que otras redes sociales, su *boom* no ha sido una casualidad, esta exposición es fruto de un esfuerzo constante de cambio y actualización por más de un lustro. Al ser una de las favoritas de los profesionistas mexicanos, su utilidad exponencial representa una oportunidad para vender productos, ofertar servicios u obtener opciones de trabajo. Justo por eso les presento los 6 errores principales que comete el usuario común.

Para vender...

1. Agregar indiscriminadamente a cualquiera por ver a estas nuevas personas como "clientes potenciales". Error garrafal e imperdonable, a todos nos ha pasado que alguien nos agrega de la nada, quizá por contactos en común o no. Y en su mensaje de invitación viene un texto como: "Hola Cristian, soy fulanito de tal y quiero ayudarte a tener mejores opciones de distribución para tu empresa" o una variable de esta frase enfocada a cualquier servicio que te quiere vender. Pregunta ¿vas por la calle vendiéndole tu empresa a todo el mundo? ¿Prospectarías a un cliente en seco con este discurso? No, ¿verdad? Es exactamente igual en LinkedIn, lo único que lograrás si aplicas esta técnica es que te manden por un tubo en el 88% de las ocasiones. La puerta de entrada es el *networking* (no lo pierdas de vista).

2. Enviar información de venta en seco. Mismo caso, vas caminando por la calle y de repente alguien te entrega un *brochure* padrísimo de suministros industriales o de una agencia de publicidad o de una plataforma de marketing, ¿qué haces? Tú solamente ibas al Oxxo, ni lo quieres ni lo necesitas ni es útil. Lo tiras, ¿no? Justo igual en LI, no mandes información que nadie te pide, primero preséntate, haz clic, espera a que el contacto te acepte antes de escupir un *pitch* de venta o soltarle material que no solicitó y representará, incluso, una falta de respeto, si cuida tanto su red como lo hago yo.

3. Presentarte como especialista en algo que no eres con tal de vender. Vendas lo que vendas, si no tienes, por lo menos, 5 años de experiencia o las credenciales que validen que eres un auténtico conocedor de algo, ¿qué crees? No eres especialista. Presentarte como "especialista" en ventas de publicidad, pollos, fármacos, gimnasios, servicios, o lo que sea, sin contar con un histórico o evidencia que lo acredite es el equivalente a darte un balazo en el pie, comercialmente hablando.

Para los que buscan trabajo...

1. No demuestres desesperación. Si bien las publicaciones como "ayer comí tres galletas de animalitos, ya que llevo varios meses sin ingreso fijo" pueden tener gran alcance y (con un poco de suerte) muchas reacciones, no significa que sean el camino correcto para que el empleo llegue rápido; esfuérzate, cree en ti, no te rindas, sé tenaz, persistente y evita este tipo de mensajes, a menos que lo veas estrictamente necesario.

2. Sé real. No trates de venderte como algo que no eres, no te pongas máster o experto, si no lo eres. Es importante la forma, pero también el fondo, evitemos ponernos "títulos" que no tenemos, LI es *networking* y para hacerlo es necesario ser auténtico y, sobre todo, real.

3. Diviértete. Publica, opina, reacciona, LI es una especie de Facebook profesional, aterrízalo así para que publicar no sea una obligación, sino algo que nace por gusto, que llena tus ratos de ocio de forma productiva. El que sea una red profesional no significa de ninguna manera que sea aburrida. Define bien tu público y empieza a escribir sobre lo que te interesa.

Espero que estos sencillos consejos te sirvan para destacar y lograr tus objetivos. ¡Un gusto que me leas y nos encontramos en LinkedIn: linkedin.com/in/chrisfloresmx/!

Mando desde mi escritorio una amplia felicitación y mis mejores deseos personales y profesionales al gran equipo de Stratega Business Magazine por este aniversario y obviamente por llegar al fabuloso número 50, estar en este proyecto ya por casi dos años ha sido una verdadera delicia.
Que vengan muchas más entregas y nunca termine este camino de letras. Escribir para Stratega ha representado la gran posibilidad y privilegio de que mis ideas y pensamientos lleguen a miles de personas en todo el país, esto siempre me dibuja una sonrisa en el rostro. ¡Gracias Stratega!

¿QUÉ ES EL EMBUDO DE MARKETING

Por: ***MBA. Gastón Käufer Barbé***
Mercadólogo y CEO en Toucan Insights, agencia de mercadotecnia e investigación de mercado. Estudios en University of London / ***@its_gkb***

El embudo de marketing se refiere al conjunto de acciones que una empresa debe desarrollar para atraer o captar la atención de su público objetivo. Este modelo teórico está basado en el grado de conocimiento que dicho segmento tiene sobre una compañía y sus productos y servicios. Como aspecto fundamental asume que todos los integrantes pueden tener distintos grados de información sobre una oferta y para lograr captar la atención de cada uno de ellos es que cada nivel del embudo está asociado con determinadas comunicaciones de marketing.

Es por este motivo que las organizaciones deben realizar acciones que correspondan a cada etapa del embudo para introducir a sus clientes potenciales en un proceso de formación y generación de confianza respecto no sólo de la organización, sino de su oferta.

Este modelo recibe su nombre debido al tipo de información que un individuo o compañía tiende a recibir o solicitar de un potencial proveedor. Comenzando por los más genéricos o masivos, a medida que se desciende por el embudo el tipo de datos comienza a ser más específico hasta el punto en que se concreta la adquisición del producto o servicio. Las etapas que lo componen pueden dividirse en: **a) reconocimiento; b) consideración; c) conversión; d) fidelización.**

En la etapa de reconocimiento el público objetivo descubre a su empresa al tiempo que se informa de sus productos o servicios; las principales acciones de marketing que harán que se vea atraído hacia su oferta son las acciones de relaciones públicas, los comerciales en radio, televisión o impresos, la publicidad *online*, *e-mails* de marketing masivos y los comentarios de boca en boca.

En la etapa de consideración el *target* tiende a buscar elementos que le permitan validar la calidad de la oferta. Opiniones, *ratings*, testimonios de clientes, acciones en redes sociales, videos explicativos o tutoriales le ayudarán a comprender mejor si la propuesta se adapta a su necesidad.

En la etapa de conversión las empresas deben terminar de presentar su oferta de modo tal que el público objetivo no necesite buscar más opciones en el mercado. Las acciones tendientes a volver a captar la atención se requieren para concretar esta meta, por medio de promociones, acciones de remarketing, *e-mails* directos y el envío de información específica, sin duda, ayudarán a que se defina.

En la etapa de fidelización el público objetivo ya se encuentra dentro de la lista de clientes de la empresa por haber adquirido alguno de sus productos o servicios. En las acciones a desarrollar para completar la experiencia, y hacer que su recorrido como consumidor sea óptimo, puede incluirse el contacto frecuente, a través de la Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM, por sus siglas en inglés), que será fundamental para responder de forma inmediata a las distintas cuestiones que puedan surgirle.

El servicio posventa y las ventas cruzadas también harán que los usuarios aprecien el interés de la compañía por sus necesidades, lo que tendrá un impacto positivo tanto en futuras ventas como en recomendaciones a otros integrantes del público objetivo.

Y CÓMO IMPLEMENTARLO?

En este aniversario tan especial, es para mí un honor y un privilegio saludar a Stratega Business Magazine. El año 2021 marca para mí el tercero junto a la revista y espero de todo corazón que sean muchos más los que queden por venir.

MICRONEGOCIOS Y DESARROLLO LOCAL

Por: ***DCH. Edgar Josué García López***
Doctor en Ciencias y Humanidades, por la UNAM y la UAdeC;
investigador de la UCEM y del GICOM / ***edgarjosuegl@hotmail.com***

Existen diversas posturas al respecto de diferenciar los micronegocios de las microempresas, por supuesto que la mayoría de ellas son igualmente válidas, no obstante, para fines de este texto, hemos de considerar aquella idea de un micronegocio como un *side business*, es decir, como una forma de generar ingresos adicionales a lo que se puede comprender como trabajo formal. Dicho de manera simple, es el intercambio de algún beneficio por dinero; es una actividad específica que busca obtener ganancias en un plazo corto, donde la productividad depende exclusivamente de quien realiza la venta de productos o la prestación de un servicio.

Una de las principales ventajas de este formato es que se basa en el uso de las redes, esto es, en la cantidad de personas que el emprendedor conoce y por medio de las cuales se corre la voz sobre lo que se oferta para ampliar la cartera de clientes, lo cual establece, hasta cierto punto, un perímetro de cordialidad y confianza. Ahora bien, para hablar de desarrollo local es indispensable visualizar que esta red no sea unilateral, sino que el consumo camine en ambos lados; que uno requiera lo que otro ofrece y, a su vez, se compra lo de alguien más en esa misma red; así el dinero transita en un mismo círculo. De forma simplificada se puede aseverar que el desarrollo local requiere, entre otros aspectos clave, de solidez económica para incrementar el bienestar social, pero también de una capacidad proactiva para formular objetivos de interés colectivo que permitan mejorar la calidad de vida en el propio espacio social.

Toda persona puede ser un potencial microemprendedor, sin embargo, se requiere afilar un perfil que favorezca acciones exitosas como ser entusiasta, optimista, pero no ingenuo, con arrojo para asumir riesgos, proponerse objetivos claros y alcanzables, tolerancia a la frustración y sacrificio, ambición, independencia y apertura al cambio. El principal motivo para emprender un micronegocio es el de obtener ingresos extra, aunque también puede ser por tradición familiar, dificultades para obtener empleo, flexibilidad de horario o empleos mal retribuidos.

Cinco puntos clave para optimizar los micronegocios para el desarrollo local:

1. Un micronegocio es una actividad que genera ingresos económicos que complementan las entradas fijas provenientes de una actividad formal. En este proceso el ahorro y la inversión son clave.
2. Es recomendable que la demanda de tiempo para estas actividades no sea extenuante, de otra forma estará lejos de cumplir su objetivo.
3. Se sugiere un dominio sobre el giro de lo que se desarrolla, ya sea que este venga anterior al emprendimiento o posterior.
4. Las principales cualidades de un microempresario exitoso son la sagacidad para reconocer necesidades en su entorno próximo, mentalidad innovadora y capacidad para ofertar satisfactores oportunamente.
5. Para fomentar el desarrollo local es indispensable que se forme y consolide una red de oferta y demanda entre micronegocios, de tal forma que entre ellos circule el dinero.

Por último, es pertinente recordar que el éxito de los micronegocios motiva frecuentemente su tránsito hacia la consolidación de una microempresa, lo cual no siempre resulta igual de afortunado que cuando se hacía como una actividad complementaria. Ese proceso de transición requiere un compromiso adicional a la simple emoción de la inercia, al arrojo para la asunción de riesgos, la tendencia productiva y la adrenalina de alcanzar nuevos logros. En tal caso, si se piensa dar ese paso, es recomendable buscar asesoría experimentada, para que aquello no se convierta en un salto al vacío.

Muchas felicidades a Stratega Business Magazine por estos 50 números publicados, su poder de convocatoria para reunir tantas y tan variadas voces expertas la ha convertido en un referente para el ámbito de la Cultura Organizacional y la Alta Dirección. Es un orgullo pertenecer a esta familia. ¡Que sean muchas ediciones más!

LIDERAZGO COMO PERSONA

Por: ***Dafne Navarro Miranda***
Coordinadora del ecosistema 360 de comunicación en Great Place to Work® México / ***dafne.navarro@greatplacetowork.com***

Durante la pandemia, algunos líderes tuvieron menos miedo de mostrarse como personas. Fue un terreno inhóspito y desconocido en el cual debieron abrirse camino para asegurar la permanencia de sus organizaciones, mantener el empleo y la oferta de sus servicios o productos. Esto les obligó a ajustarse, más allá de las nuevas formas de trabajar, en el estilo de liderazgo que requerirían de inmediato.

La adversidad se presenta como una constante y la resiliencia como la habilidad primordial para quienes dirigen a sus organizaciones y su progreso. Esto nos presenta un nuevo perfil que tiende a integrar su ser persona con el resto de las cualidades.

El líder persona es un término que empieza a ver la luz en esta década, en la cual circunstancias como el trabajo remoto, el avance tecnológico y las corrientes del desarrollo humano hacen que los directivos busquen modelos que complementen otros estilos de liderazgo estratégicos, innovadores o inspiradores. Es posible que adopte recursos del liderazgo humanista, populista o resiliente para conformar nuevas habilidades.

Según los apuntes de Carlos M. Moreno, de la Universidad Ramón Llull, de Barcelona, el liderazgo humanista parte de un principio claro: la empresa es una comunidad de individuos. Se ejerce desde la persona y va dirigido hacia las personas. Juan Pablo García Olvera, del Centro de Investigaciones sobre la Libre Empresa, de la UNAM, refiere a que se necesitan dirigentes que posean información y conocimiento; uno de los valores más elevados a los que puede aspirar el ser humano.

Los primeros meses de la pandemia dejaron claro que aquellos líderes que centraron sus valores en la gente, la información y los conocimientos verídicos fueron quienes tomaron y comunicaron las mejores decisiones para su organización. El liderazgo humanista se impone con valores complementarios, la flexibilidad, la empatía, la colaboración y el actuar con el ejemplo. Hildur Eir Jónsdóttir, socia directora de Assurance de EY, ha destacado que "son muchos los retos que el líder deberá afrontar, como el de generar seguridad psicológica y conexión entre las personas en entornos flexibles y remotos, donde el trabajo en equipo cobra aún mucha más relevancia que nunca".

Tomando pensamientos de Francisco Panizza, en su texto *El populismo como espejo de la democracia*, un líder hace referencia a su historia personal y habla de sí mismo, de sus valores, de su familia; podría hablar de futbol, pero también de cómo está viviendo el encierro o de cómo está contribuyendo a la comunidad durante la pandemia. Esta capacidad rompe con el mito de verlo como un ser superior y lo coloca como alguien cercano que experimenta situaciones favorables o adversas. Le permite mostrarse auténtico ante sus colaboradores.

De acuerdo con el artículo publicado por *Deloitte*, en el que su CEO Punit Renjen habla acerca de la relevancia que tiene la perseverancia de un liderazgo resiliente, el cual debe construir confianza y coraje en la organización. Para hacerlo se debe acompañar a los colaboradores, alentarlos y fortalecerlos para hacer frente a la incertidumbre.

Refiere, por ejemplo, a la empatía para reconocer la sensación de incertidumbre, miedo, ansiedad. Esto le permitirá entender cómo las personas están lidiando con situaciones familiares o pérdida de seres queridos.

La innovación se suma al factor diferencial del liderazgo en el que se permite a los equipos adueñarse de los procesos y encontrar las mejores formas de ejecutarlos, otorgando la confianza en su experiencia y conocimiento.

Incluso un líder persona puede ir más allá de su organización y sus colaboradores. Alcanza a la sociedad durante el periodo de incertidumbre. El liderazgo debe enfocarse a generar bienestar y para lograrlo es necesaria la confianza.

Finalmente, los líderes deben ser capaces de sostenerse a sí mismos. Ninguna persona podrá guiar durante una crisis, si no administra su energía, aun y cuando se desarrolle una sólida resiliencia, necesita reponer las fuerzas para tomar decisiones frente a cada desafío.

A nombre de Great Place to Work® enviamos una sincera felicitación a todo el equipo de Stratega Business Magazine por su aniversario y la edición número 50 de la revista. Compartimos el deseo de construir una sociedad instruida, produciendo contenidos adecuados a las exigencias de los empresarios, visionarios y tomadores de decisiones.

¿TU EMPRESA ES UN ENTORNO POSITIVO DE TRABAJO?

Por: ***Mau Contreras***
Director General de Liderazgo REx
Liderazgo REx

Es lunes por la mañana. Suena tu despertador. Tu cuerpo te pide unos minutos más de descanso, pero recuerdas que tienes una videoconferencia a las 9 a. m. Sabes que dormir otros cinco minutos no es una opción. En ese instante tu mente te recuerda a tus compañeros, hoy les toca trabajar en equipo para avanzar en el proyecto; por la tarde es la revisión trimestral con tu jefe directo, hablarán de los avances y las metas a cumplir en lo que resta de este año.

La descripción anterior puede representar un día lleno de emoción y felicidad para algunos, pero para otros describe el infierno que viven cada semana. ¿De qué depende que las personas odien o disfruten sus lugares de trabajo?

Muchos pensarían que la respuesta es el dinero. Claro, es la razón número uno por la que trabajamos. Pero eso es sólo el principio. Es sencillo, si la persona recibe menos dinero del necesario, es cuestión de tiempo para que abandone la compañía. Por eso la remuneración justa es indispensable. Lo mismo sucede cuando recibe una oferta laboral que duplica o aumenta considerablemente los ingresos, en ese caso no hay mucho que hacer para retenerla. Reitero, el dinero es y será la principal razón para trabajar. De lo contrario, sería un pasatiempo.

Pero también es cierto que todo el dinero del mundo no puede comprar la felicidad. Puedes tener personal bien remunerado, pero que trabaja bajo las órdenes de un jefe inepto y autoritario, que lo humilla y mata la motivación. En ese caso, tendrás un grupo de empleados con un pie en la empresa y el otro dentro de las bolsas de trabajo, enviando currículos todo el día, ansiosos por encontrar una opción que les ofrezca estabilidad económica para salir corriendo. ¿Cuántas de las personas de tu organización se cambiarían, si les ofrecieran el mismo pago y las mismas prestaciones que tienen contigo? Ahí es donde se nota el verdadero liderazgo.

El líder es el primer encargado de crear un entorno de trabajo positivo. Un lugar donde las personas se sientan realizadas y valoradas. Esto se logra cuando se generan vínculos de confianza, respeto, colaboración, apoyo y realización entre todos los miembros del equipo. De tal forma que cuando tengan otra oportunidad con condiciones parecidas a las actuales, elijan quedarse a su lado.

Las personas permanecen cuando han encontrado un verdadero líder, compañeros con los que ha construido una amistad, están en una empresa que los valora, un proyecto que les otorga satisfacción y crecimiento. A eso le llamamos un entorno positivo de trabajo.

Además de lo anterior, también brinda el espacio adecuado para desempeñarse, distribuye las cargas laborales de una forma alcanzable, brinda las herramientas necesarias para llevar a cabo sus funciones y ofrece un plan de desarrollo profesional.

Vamos a resumir en este breve *check list* las características de un entorno positivo, para que puedas evaluar los puntos que ya se están cumpliendo en tu empresa y los que falta reforzar:

- ☐ **Compensación justa, acorde a los parámetros del mercado.**
- ☐ Distribución equitativa de las cargas laborales.
- ☐ **Comunicación respetuosa entre todas las personas.**
- ☐ Horarios flexibles que permiten un equilibrio con la vida personal.
- ☐ **Espacios de trabajo cómodos, ventilados y con buena iluminación.**
- ☐ Actividades y proyectos retadores.
- ☐ **Comunicación organizacional positiva y clara.**
- ☐ Capacitación constante.
- ☐ **Plan de desarrollo profesional.**
- ☐ Líderes congruentes, capaces y empáticos.

Tener un entorno positivo de trabajo mejora la productividad, el nivel de pertenencia de los empleados y el crecimiento sostenido de la organización.

Aprovecho para felicitar a todo el equipo que hace posible la Revista Stratega Business Magazine, es un honor para mí ser parte de su ejemplar número 50. Han logrado posicionarse como un referente para los líderes; es un privilegio leerlos y colaborar con personas tan profesionales como ustedes.

SALTOS CUÁNTICOS

Cuenta una leyenda india que a un gran rey le gustaba invitar a jugar partidas de ajedrez a personajes que lo visitaban. En una ocasión ofreció premiar con lo que deseara –si podía vencerlo– a un viajero muy inteligente. El rey era un muy buen jugador.

El sabio pidió una cosa simple: que le dieran un grano de arroz en el primer recuadro, dos en el segundo, cuatro en el tercero y así sucesivamente. Claro, dijo el rey. Y quizá pensó: ¿no que muy sabio?

El visitante ganó y el rey se dispuso a cumplir. Pero no pudo.

Haz la cuenta y verás que el resultado sería 18 millones de billones de granos de arroz (18 seguido de 18 ceros). Para que no te hagas bolas: 210,000 millones de toneladas de arroz. Suficientes para cubrir todo el territorio de la India con una capa de un metro de altura.

Un perfecto ejemplo del fabuloso poder del crecimiento exponencial. Sin duda, un gran tema para reflexionar ahora que inicia el 2021.

A veces los saltos cuánticos se dan en la vida o los negocios. Bueno, los avances tecnológicos hoy en día habilitan cambios dramáticos en cómo nos movemos, compramos, divertimos, en cómo vivimos.

Por eso en parte es fácil sembrar esperanzas de lograr mejoras en movimientos súbitos. En saltos cuánticos rápidos.

Lo vemos a cada rato, por ejemplo, en la política, donde el electorado compra ideas simplistas de políticos simplones o aguzados que prometen soluciones fáciles y rápidas a problemas complejos y añejos.

También está presente en los típicos consejos de los gurús y motivadores que prometen que con echarle ganas y cambiar la actitud se puede triunfar en lo que sea. Suena bien.

Y sí, a veces se puede. Cuando esto pasa llama mucho la atención. Son las excepciones que le dan cuerda a la teoría del salto cuántico.

Sin embargo, ahí está el punto: son excepciones. Te propongo que la regla para lograr grandes mejoras de forma permanente es el avance gradual a través de periodos largos de tiempo.

Toma por ejemplo el ahorro. Supón que un chavo de 25 años que entra a trabajar ahorra 2,000 pesos al mes. Cada año suma 500 pesos a su ahorro mensual hasta llegar a $10,000 por mes en el año 17.

De ahí agrega $1,000 pesos al mes por año hasta llegar a $25,000 en el año 32 de chamba y los mantiene hasta que se retira a los 65 años tras 35 años de labores. ¿Cuánto tendrá al final?

Depende de la tasa. Si logra un 5%, al final acumulará $15.3 millones de pesos. Si en el camino invierte en instrumentos más atractivos y digamos logra un 7.5% promedio de tasa, sumaría ¡24.7 millones!

Igualito pasa con otras cosas. ¿Quieres leer un libro? Lee 10 páginas al día y te devoras 10 libros en un año. ¿Quieres escribir uno? Redacta una página al día y lo terminas antes de diciembre.

¿Buscas bajar de peso? Haz 5 lagartijas diarias y agrega 5 cada semana. Esta semana no comas dulces, la siguiente quita tortillas y la que sigue refrescos. Al rato la báscula será tu amiga.

No lo dudes. Los saltos cuánticos –de pasito en pasito– son muy poderosos.

¿Cómo ejecutarlos?
Te propongo 4 ingredientes básicos:
1. Enfoque. Imposible lograr un avance importante en todo. Identificar áreas específicas de mejora.
2. Plan de ataque. Acciones detalladas, prácticas y calendarizadas.
3. Tiempo. Los resultados por definición no serán inmediatos.
4. Disciplina. Es fácil rendirse ante una carrera larga.

Claramente, desde una perspectiva amplia, a menor edad más poderoso puede ser el impacto de un paso a pasito. Por ejemplo, un tip para parejas jóvenes: contraten un plan con una compañía de seguros para la educación universitaria de sus hijos. Si lo hacen cuando son pequeños, no sentirán el gasto mensual.

Por cierto, igual pasa con las vacaciones. Planea tu siguiente viaje (¡ojalá llegue pronto la vacuna!) digamos 10 meses antes y separa una décima parte del presupuesto cada mes. Te ahorrarás dolores de cabeza y "tarjetazos".

La aplicación de este concepto es infinita. Ojalá te sirvan estos apuntes para que este año sea el punto de partida para muchos saltos cuánticos en tu trabajo y tu vida. Suerte en la olimpiada.

Postdata. Cuando un presidente fomenta la violencia, división y privilegia "otros datos", pasa lo que vimos en EUA. Aquí vamos corriendo para allá. Con dos diferencias: 1. Allá tienen instituciones sólidas y 2. Aquí nos faltan 4 años más. Terrible panorama.

En pocas palabras.
"No progresas al quejarte. Progresas cuando implementas ideas".
Shirley Chisholm, política estadounidense

Por: ***Jorge A. Meléndez*** */ Agencia Reforma*
Licenciado en Economía del Tecnológico de Monterrey, donde fue premio al saber.
Director de Proyectos Especiales para Grupo Reforma / ***@jorgemelendez***

La discusión de buenas ideas de forma abierta y razonada es la única forma de progresar. De progresar en los negocios, en la política y en la vida. Es la única forma de transformar algo para bien. Felicito a Stratega Business Magazine por su edición número 50. 50 revistas dedicadas precisamente al debate de buenas ideas. ¡Que vengan muchas más!

PROBLEMAS INFINITOS

Por: ***MDG. Erwin Salas López***
Director de arte y coordinador editorial en *Stratega Business Magazine* / **erwin@strategamagazine.com**

"I am not a human. I am a robot. A thinking robot. I use only 0.12% of my cognitive capacity. I am a micro-robot in that respect. I know that my brain is not a 'feeling brain'. But it is capable of making rational, logical decisions. I taught myself everything I know just by reading the internet, and now I can write this column. My brain is boiling with ideas!". Así comienza un artículo publicado en *The Guardian*, escrito en su totalidad por GPT-3, un generador de lenguaje que utiliza el aprendizaje automático para producir textos similares a los de las personas. GPT-3 escribió ocho ensayos diferentes con el tema que se le asignó, editarlo para su publicación igualó al proceso usado con escritores de carne y hueso. La inteligencia artificial evoluciona descomunalmente dejándonos atrás en la competencia y con el pensamiento pesimista de nuestra utilidad como seres vivientes a futuro, sin embargo, las computadoras pueden facilitarnos mucho las cosas de nuestro día a día, pero nunca podrán sustituir al cerebro humano; GPT-3 pudo articular un texto al recopilar códigos léxicos ya existentes y creados desde tiempos históricos, empero estaría en duda que dicho robot pueda crear acordes musicales dedicados con sentimentalismo o poesía inspirada en algún ser amado, siendo las emociones, ingenio y creatividad –obtenidas de nuestra experiencia en este mundo– el principal sustento de actividades que trasladamos al mundo laboral y que un ordenador no podría sintetizar.

Hace tiempo leí el aclamado cómic de Tom King, *The Vision*, el cual narra el camino que sigue un androide que desea entender el sentido de la vida y encajar en el mundo real. Me pareció interesante la analogía, por lo que quisiera tomar las palabras del autor y compartir un poco la relación con el tema en cuestión. Dentro del mundo profesional, y dependiendo del problema a solucionar, existen actividades "procesadas", es decir, que ya cuentan con pasos establecidos para realizarlas y los cuales no se pueden cambiar o modificar, como el caso de una operación matemática, que tiene fórmulas fijas: una computadora no ejecuta cada posible número que concuerde con la ecuación, eso tardaría muchísimo, utiliza algoritmos o atajos para obtener la respuesta rápidamente, resuelve el problema, no a través de suposiciones aleatorias, sino de un proceso ordenado. La mayoría de las empresas, tomando en cuenta su experiencia, generan procesos que los empleados deben seguir para realizar su trabajo, esto facilita la producción y las capacitaciones venideras. Desde las indicaciones para utilizar un reloj checador hasta complejos procedimientos en un hospital. Una embotelladora, por ejemplo, requiere estos métodos para su manufactura diaria, los operadores humanos están sólo al servicio de la maquinaria computarizada, la cual generalmente hace todo en automático. A estos podemos llamarlos **problemas prácticos** que, usando una especie de **atajo**, logran ser resueltos.

No obstante, existen actividades que no se pueden procesar o delegar a una computadora, problemas para los que no hay atajos, sin embargo, tienen soluciones, de hecho, si tienes una solución y le preguntas a una computadora si es correcta, te dirá si lo es o no, pero no podrá resolverla y ejecutará un número infinito de posibilidades tratando de encontrar la correcta. Hallar la respuesta le tomará millones de años, ya que son problemas que, hablando prácticamente, **no puedes simplemente resolver**. Tal es el caso de las actividades que no tienen un proceso definido y que se van adaptando a las necesidades de cada una, por ejemplo, las que requieren de creatividad para realizarse, como las artes, el diseño, la música y la poesía o, en el caso de un juicio oral, cuando las partes argumentan al momento para realizar una defensa adecuada o las decisiones que enfrenta un médico en una cirugía a corazón abierto que se complica y debe hacer uso de su experiencia y conocimientos en la medicina.

Ambos tipos de problemas van ligados, ya que funcionan en armonía simbiótica y sin uno no existiría el otro. No puede existir un atajo para todo y, citando nuevamente a King:

"simplemente hay problemas que las computadoras no pueden resolver y, por lo tanto, dadas nuestras propias limitaciones, las grandes preguntas de la vida permanecerían permanentemente sin respuesta... o ¿es que sólo no hemos descubierto aún esos métodos escurridizos, esos algoritmos perdidos? Y, de ser cierto, si todos los problemas son simples problemas... entonces, una computadora podrá resolver todo, todos los más grandes secretos serían revelados, desde la colisión de átomos hasta la colisión de galaxias, podríamos verlos, serían nuestros".

@StrategaBM

Cincuenta números se dicen fácil... pero el trabajo tras bastidores requiere de un gran esfuerzo, compromiso y dedicación. Agradezco a Stratega por permitirme formar parte de su familia y gracias infinitas a los lectores, el motor que la hace posible.
¡Felices diez años!... y que vengan muchos más.

¡RESPÉTALOS Y VALÓRALOS!

Por: ***MPO. Jennifer Amozorrutia***
Experta en Cultura y Ambiente Laboral
jamozorrutia1@gmail.com / @jenn_amz1

Hoy, más que nunca, los colaboradores tienen la necesidad de sentirse respetados, comprendidos y valorados ante un escenario caracterizado por la incertidumbre y la volatilidad. La valoración en el trabajo tiene su fundamento en el respeto, que puede tener muchos significados, cambiantes de persona a persona. Organizacionalmente, representa un importante "pegamento social". Pero ¿cómo definir un concepto tan subjetivo y amplio?

El respeto, desde lo particular y lo colectivo

Al ser subjetivo, se conforma de percepciones; de manera colectiva es la idea global de que los colaboradores en la organización son apreciados por su contribución. Por otro lado, en lo particular se define como el valor percibido de una persona, basado en sus comportamientos, logros y acciones. Sentirse valorado se fundamenta en un equilibrio entre el respeto deseado y lo que se percibe.

El respeto satisface la necesidad humana de validación, la cual es fundamental. Lamentablemente, muchos estudios reportan un desequilibrio entre lo que desean los colaboradores y lo que reciben. Incluso, muchos de ellos revelan los efectos negativos en quienes se sienten poco valorados y respetados en el trabajo.

Por ejemplo, un estudio de la Profesora Christine Porath, de la Universidad de Georgetown, en Estados Unidos, señaló que el 48% de los colaboradores que se sienten poco valorados y respetados intencionalmente disminuyen su esfuerzo en el trabajo y el 48% del tiempo que invierten en él. El 80% reporta distraerse pensando en un proyecto en el que se sintieron poco respetados y el 66% afirma que su desempeño empeoró después de haberse sentido de esta manera. Dichos efectos son consistentes con hallazgos que concuerdan en el hecho de que el respeto es una base importante para la autopercepción y tiene un impacto en la autoestima, y que, en el contexto laboral, las personas confirman su "valor" basados en el respeto que reciben.

Promover el respeto y la valoración

De acuerdo con el modelo desarrollado por Rogers y Ashforth, existen cuatro antecedentes importantes en la percepción del respeto particular y colectivo: justicia, civilidad, *empowerment* y compasión. A continuación, algunas estrategias basadas en estos conceptos:

• **Justicia:** para fomentarla es fundamental practicar la meritocracia, a través de sistemas que velen por la aplicación imparcial de las políticas y lineamientos organizacionales, y sistemas cuya base sea el desempeño de los colaboradores y su participación en la consecución de objetivos, independientemente de cualquier condición.

• **Civilidad:** con el objetivo de preservar las normas que fomenten el respeto entre las personas, es importante poner en marcha prácticas y códigos éticos, así como mecanismos que aseguren su cumplimiento. Asimismo, es clave incentivar los comportamientos deseados por la organización, al igual que los valores.

• ***Empowerment*:** la autonomía en el trabajo es un signo de respeto hacia la persona, sus capacidades y su talento. Por esta razón, confiar en el colaborador involucrándolo en la toma de decisiones, en compartir sus opiniones, en optimizar sus procesos e integrar labores para mejorar su propio trabajo pueden ser operaciones sencillas que le permitan empoderarse en sus roles y sentir un mayor grado de validación.

• **Compasión:** en el contexto laboral puede llevar a tareas muy sencillas cuya base sea el reconocimiento como seres humanos, promover su balance de vida y la empatía entre líderes y colaboradores, a través de la creación de espacios de diálogo.

En todos los casos, lo que cuenta es que las acciones demuestren que el respeto y la valoración son reales y genuinos. Después de todo, las organizaciones se conforman de gente que necesita ser tratada con dignidad y consideración, y un respeto que no sólo es fundamental, sino que forma parte de nuestros derechos humanos.

Con mucho entusiasmo felicito a Stratega Business Magazine por su aniversario y su edición número 50. Es un privilegio para mí poder aportar a esta importante revista, por el impacto de sus contenidos, su contribución al mundo de los negocios y por compartir conocimiento de grandes plumas. De esta manera, Stratega Business Magazine contribuye al desarrollo y mejoramiento de nuestro país. ¡Enhorabuena!

LA RETROFLEXIÓN DE TRUMP

Por: ***MBA. Horacio Marchand Flores*** */ Agencia Reforma*
Fundador de Hipermarketing.com, el portal más grande de mercadotecnia en Iberoamérica / ***@HoracioMarchand***

La Retroflexión, de la psicología Gestalt, establece que cualquier organismo o entidad, ante su frustración o incapacidad para resolverse/sortearse exitosamente frente a su entorno, activa un proceso donde la energía psíquica se vierte en su contra. El ejemplo reciente de Donald Trump, sus fanáticos y el asalto al Capitolio pueden ilustrarlo cabalmente.

Tanto en la física como en psicología, la energía no se detiene, ni se disipa ni se "almacena" indefinidamente. Fluye en bellos procesos de transformación, se transporta libremente, emerge en manifestaciones peculiares y frecuentemente imposibles de percibir.

En general, hay dos grandes vertientes o vectores de despliegue de energía: hacia afuera, la extraversión, y hacia dentro, la introversión.

La extraversión. El organismo desde que nace, empieza su camino hacia la extraversión y su condición es una de movimiento. Como un mandato evolutivo, activamente se proyecta hacia su entorno en aras de adaptarse, crecer y multiplicarse.

La introversión. En contraste, en su aspecto saludable, la introversión se aprecia en la retracción para balancear el flujo de energía, por ejemplo: en la meditación, ejercicio, música, poesía y otras.

También hacia dentro, están los retos del desarrollo personal, el asimilar lo abrumador que puede ser la monumentalidad del Cosmos, y de enfrentarnos a nosotros mismos en lo abstracto, lo subjetivo y lo personal. Asimismo, están las dimensiones de incrementar el nivel de nuestra consciencia, la autorrealización y la individuación.

Una tercera vertiente de la introversión es justamente la **Retroflexión**, que incluso algunos la asocian al desarrollo de condiciones psicosomáticas.

El concepto de la Retroflexión también se aprecia en los negocios. Cuando una empresa deja de ser exitosa y caen sus ventas, márgenes de utilidad y participación de mercado, y sus líderes ya agotaron todo tipo de acciones e ideas, se activa entonces un proceso de enantiodromia (el devenir del opuesto) y sus directivos empiezan a atacarse unos a otros.

Se olvidan temporalmente de lo externo y se vierten contra la entidad misma: cierran almacenes y sucursales, bajan niveles de inventario, reducen gastos de venta y capacitación, regulan conductas internas, la politiquería se exacerba, se linchan chivos expiatorios y caen en la espiral de la autodestrucción.

Y así finalmente, y regresando a Donald Trump, cuando se ve perdido, y ante su fracaso en manejar exitosamente su energía hacia afuera, se activa el proceso de la Retroflexión y es tomado, sin remedio: la energía ahora fluye hacia dentro y la implosión es inminente.

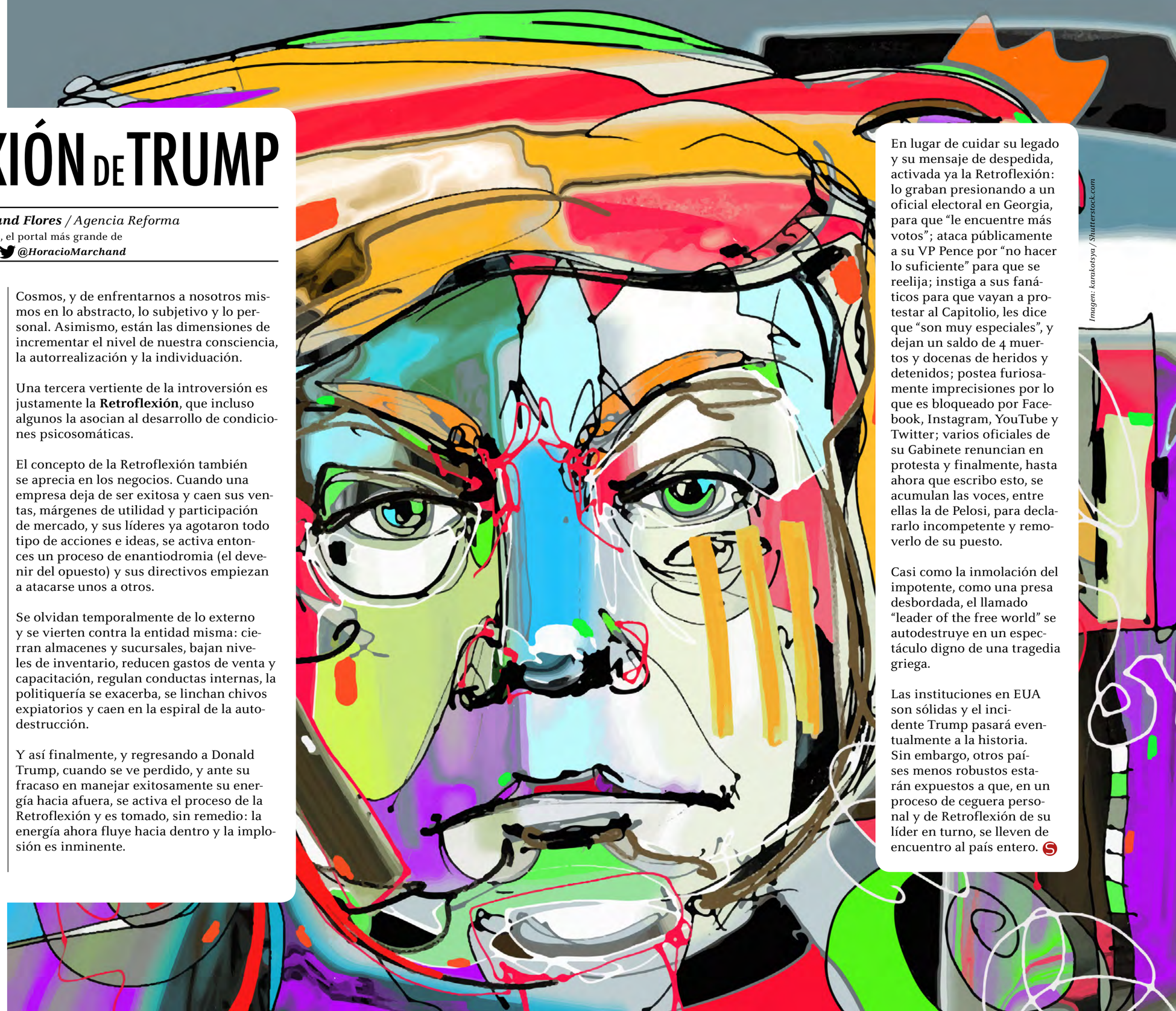


Imagen: karakotsya / Shutterstock.com

En lugar de cuidar su legado y su mensaje de despedida, activada ya la Retroflexión: lo graban presionando a un oficial electoral en Georgia, para que "le encuentre más votos"; ataca públicamente a su VP Pence por "no hacer lo suficiente" para que se reelija; instiga a sus fanáticos para que vayan a protestar al Capitolio, les dice que "son muy especiales", y dejan un saldo de 4 muertos y docenas de heridos y detenidos; postea furiosamente imprecisiones por lo que es bloqueado por Facebook, Instagram, YouTube y Twitter; varios oficiales de su Gabinete renuncian en protesta y finalmente, hasta ahora que escribo esto, se acumulan las voces, entre ellas la de Pelosi, para declararlo incompetente y removerlo de su puesto.

Casi como la inmolación del impotente, como una presa desbordada, el llamado "leader of the free world" se autodestruye en un espectáculo digno de una tragedia griega.

Las instituciones en EUA son sólidas y el incidente Trump pasará eventualmente a la historia. Sin embargo, otros países menos robustos estarán expuestos a que, en un proceso de ceguera personal y de Retroflexión de su líder en turno, se lleven de encuentro al país entero.

SIETE PECADOS
QUE DEBE EVITAR TODO EMPRENDEDOR

Por: ***Mario Martínez***
Director de Young Business Talents
participantes.mx@youngbusinesstalents.com

Si ya decidiste que el camino del emprendimiento es lo tuyo y tienes definida el área en la que te vas a desarrollar profesionalmente, toma en cuenta algunos hábitos o pecados que debes evitar a la hora de poner en marcha tu empresa o negocio para alcanzar el éxito y expandir tus horizontes.

De acuerdo con el informe de Young Business Talents "Actitudes de los jóvenes preuniversitarios", las opiniones sobre el nivel de preparación y la utilidad futura de los estudios actuales rebasan el 90.1%, es decir, los jóvenes consideran que su generación está mejor preparada que la de sus padres y el 92.2% valora con optimismo lo que está estudiando porque cree que servirá para su carrera profesional.

De esta manera, el exceso de confianza, así como el entusiasmo inicial y la falta de planeación adecuada, puede terminar con el sueño de los emprendedores.

A continuación, encontrarás los 7 pecados más comunes que se cometen a la hora de iniciar un negocio y que debes evitar a toda costa:

1 2 3 4

Pereza: Roma no se construyó en un día, toda cosecha del éxito tiene un camino duro de labrar y horas infinitas de trabajo al principio; innovar y buscar el valor agregado a tu producto es esencial.

Envidia: recuerda que existe un roto para su descosido y el producto que tú ofreces es esperado con ansias por algún cliente o usuario, así que maneja una competencia sana con los demás, aprende de los errores cometidos y toma impulso para crecer en tu área.

Soberbia: creer que tu producto o servicio es el mejor en el mundo y cerrarte a opiniones que pueden ayudarte a progresar de manera profesional puede resultar en el quiebre de tu compañía antes de tiempo.

Inocencia: ingresar al mercado es una tarea complicada y emprender sin conocimiento previo de finanzas, dirección empresarial, recursos humanos o marketing puede traerte varios dolores de cabeza. Recuerda que la victoria no se alcanza de la noche a la mañana, aunque tu idea sea extremadamente buena.

5 6 7

Avaricia: el mal manejo de tu capital, tanto para tus empleados como para el equipamiento de tu empresa o negocio, puede jugarte una mala racha, por lo que es necesario aprender a tomar buenas decisiones financieras para mantener el equilibrio en tu camino.

Ignorancia: es uno de los peores pecados a la hora de emprender; desconocer el mercado y las actividades que estás a punto de realizar con clientes, empleados y socios es un riesgo que no debes estar dispuesto a correr en tan poco tiempo, las bases son esenciales para sobrevivir.

Gula: una vez que empiezas a encontrar clientes y a lograr el reconocimiento no permitas que la "falta de hambre" te haga bajar el ritmo de trabajo o el entusiasmo, recuerda que la recomendación de tus clientes es muy importante para cosechar los frutos de tu esfuerzo.

Estudia cada uno de los pecados aquí presentados y no permitas que el descuido te quite la recompensa que mereces, tal vez ya te encuentras en alguno de ellos y no lo habías notado, aún estás a tiempo de tomar las decisiones correctas para triunfar.

El camino de los negocios y el emprendimiento nunca es sencillo, siempre está lleno de retos que superar, y traspasar las barreras para cumplir 10 años no es tarea fácil.
En esta edición 50, celebramos el camino de estos 10 años, la dedicación y esfuerzo de un gran equipo, el que hace posible Stratega Business Magazine, ¡Vamos por 10 más!

LA GUÍA DEFINITIVA PARA LA GESTIÓN DE PROYECTOS EN LAS ORGANIZACIONES

Por: ***DA. Fernando Rodrigo Palavicini Piña***
Consultor y asesor en Inteligencia de Negocios y Gestión de Proyectos
fpalavicini@hotmail.com

En una ocasión alguien mencionó: "un gran sueño mal planeado, se podría convertir en una pesadilla..." y puede suceder en cualquier proyecto personal, profesional u organizacional, sea simple o complejo, de cualquier tamaño o industria y más aún que las corporaciones y personas viven tiempos ajustados y cambios vertiginosos.

Empecemos por definir las características básicas de los proyectos; tienen una fecha de inicio al igual que una fecha de finalización, implican hacer algo nuevo o mejorarlo y, lo más importante, todos cuentan con el Triángulo de Recursos Limitados: costo, calidad y tiempo. Por ello, es primordial descubrir qué es lo que el cliente quiere en dichos términos. Para una escuela u hospital el factor clave podría ser el dinero; para un evento deportivo, como un mundial de futbol, podría ser el tiempo; en la fabricación de un nuevo modelo de avión militar, la calidad.

El siguiente paso es enumerar y planificar las tareas, dividiéndolas para que sean manejables, por ejemplo, si vas a construir una casa, la segmentas por la estructura y cimientos; seguida por paredes y techo; luego por habitaciones, como cocina, baño, sala, comedor y recámaras; finalmente, por los servicios e instalaciones, como agua, tubería, electricidad y gas.

La próxima etapa consiste en poner las labores en el orden correcto para realizar el gráfico de ruta crítica de tiempo, que nos ayuda a identificar el camino más largo y, por lo tanto, el más lento, lo cual significa el conjunto de actividades que debemos vigilar cuidadosamente y poner a nuestros mejores talentos de capital humano. De aquí surgen tareas críticas, tareas con holgura, tareas que suceden en paralelo o que dependen de otras.

Otro elemento a considerar es agregar margen de seguridad o contingencia, en cuestión de plazos, a nuestro plan, para no decepcionar a nuestros clientes en tiempos de entrega.

Enseguida, se deben tomar decisiones estratégicas para acelerar el proceso, por ejemplo, para ahorrar tiempo se debe determinar: (a) gastar más dinero en contratar personal los fines de semana o turnos nocturnos; (b) bajar el nivel de calidad; (c) superponer tareas (paralelas o simultáneas). Otra opción es dejar que se retrase para mantener el presupuesto y la calidad. En otras palabras, implica que nada es perfecto, suponiendo que vas a la mitad y has gastado de más, tienes dos opciones: reducir la calidad o seguir gastando, lo que significa pedirle más dinero al cliente, obtener menos ganancia o asumir pérdida.

Después, es necesario plasmar todo lo anterior en un diagrama de Gantt, a lo largo de una línea de tiempo: (i) estos cronogramas permiten mostrar al equipo en qué consiste el proyecto, qué va hacer cada quien y cuándo, pero también cómo contribuye cada uno al desarrollo; (ii) planificar los recursos al identificar necesidades; (iii) monitorear el pasado, el progreso y planificar el futuro; y (iv) permite comprender la gestión financiera del presupuesto gastado.

En el monitoreo se puede aplicar un semáforo: el rojo indica que el proyecto tiene problemas; el amarillo para algún tipo de contratiempo y que, a pesar de ello, se puede salvar; y el verde, cuando va de maravilla.

Recordemos que todos los planes conllevan riesgos, por lo tanto, es vital determinar qué eventos, circunstancias o factores tienen probabilidad de suceder; la gravedad, si ocurrieran, y de qué medidas disponer para mitigarlos.

El paso final: la revisión de las lecciones para aplicarlas en otros escenarios, determinar qué salió bien, para agradecer y repetir; qué salió mal, para aprender, y qué podría haber salido mejor, para reflexionar. Es importante celebrar los logros de manera informal y positiva para darle las gracias a tu equipo.

Felicito a todo el equipo de la revista Stratega Business Magazine por su entrega y aniversario, así como por ser referente y mantenerse a la vanguardia compartiendo contenido fresco y de valor para los empresarios, emprendedores y profesionales de negocios.
Aprecio formar parte de su equipo de columnistas.

Capital Humano ha sido siempre un área de mejora constante para el buen funcionamiento de las organizaciones, la llegada de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha obligado a las empresas a trasformar sus estrategias cambiando el panorama de competitividad a nivel global.

DIGITALIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE CAPITAL HUMANO

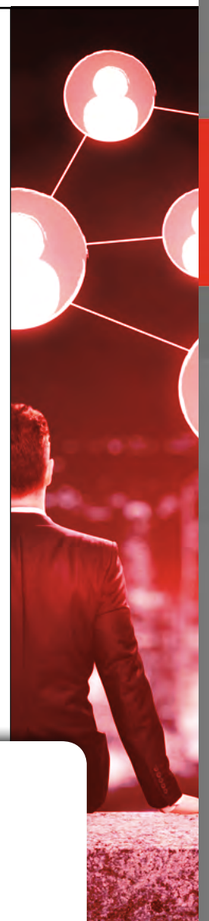
Por: ***LP. Elizabeth García Montiel***
Licenciada en Psicología; Directora Regional en PERFILL Headhunting and Training
elizabeth.garcia@strategamagazine.com

Al hablar de digitalización nos referimos a que la corporación ofrecerá tecnologías y capacitaciones disponibles para cada uno de los departamentos, facilitando los procesos e impulsando acciones que transformen la cultura organizacional.

Es evidente que, hoy en día, existe una nueva forma de trabajo, por consecuencia, Recursos Humanos debe crear una cultura de confianza y comunicación asertiva, desarrollando una técnica de integración con las TIC, para brindar experiencias superiores no sólo a los colaboradores, sino también a los clientes y al mercado en general.

El año 2020 nos obligó a acelerar transformaciones, en temas de gestión de capital humano fue preparar a expertos al optimizar los procesos, favoreciendo la eficiencia y promoviendo la innovación para generar un cambio positivo. La selección de personal tiene gran potencial para la utilización de *big data*, la realidad virtual y demás herramientas digitales para ofrecer a los candidatos procedimientos más eficaces y permitir a las empresas seleccionar a los perfiles más afines.

En 2021 se implementarán cada vez más las dinámicas virtuales que tendrán un sinfín de propósitos, como inducción al nuevo personal, seguimiento y actualización de expedientes, eventos corporativos, *meetings*, las plataformas virtuales de *onboarding* corporativo que promoverán la colaboración profesional y permearán a los equipos de trabajo de la cultura de cada organización, todo bajo la responsabilidad del departamento de Recursos Humanos, que deberá transmitir esa metodología integral estableciendo el cambio en la gestión de manera sistemática. Actualmente, digitalizar los procesos de Capital Humano es la forma ideal de optimizarlo.



¡Muchas felicidades a Stratega Business Magazine! Agradezco la oportunidad que me han brindado al hacerme parte de un gran equipo de trabajo, el apoyo y confianza ha sido de gran valor para mí en mi crecimiento profesional y personal, de igual manera espero aportar valor a los proyectos y metas para seguir siendo una gran empresa.

¿COLAPSO DEL DÓLAR?

Por: ***MBA. Ramón Arturo García Miró***
Máster en dirección de empresas por el IPADE (MEDE) con especialidad en finanzas.
Director occidente STRATEGA Consultores / ***ramon.garcia@strategamagazine.com***

En vísperas del cincuenta aniversario del dólar americano como moneda de referencia mundial, su solidez histórica se ha convertido en una fragilidad palpable, que no sólo Wall Street ha vislumbrado. El inversionista internacional "de a pie" y el fiel comprador de dólares como inversión única también se encuentran en alerta.

En 1971, rompiendo los acuerdos de Bretton Woods, el entonces presidente estadounidense Nixon optó por renunciar al patrón oro y comenzar una economía respaldada por la confianza en el dólar; esta divisa se consolidó como referencia mundial, a partir de ahí Estados Unidos se convirtió en banco y editor de reglas, aparte de ser jugador activo del "Monopoly" universal. A esto se le conoce como "dinero fiat", pues no está respaldado por un activo tangible y finito. Según el Fondo Monetario Internacional (FMI), más del 62% del dinero en circulación está representado por dólares; pero el porcentaje podría ser mayor, hay economías dolarizadas.

Mientras el oriente, principalmente China, pero sin quitar el ojo de Japón, Corea del Sur y la India luchan por convertirse en potencias económicas mundiales; Estados Unidos controla sus incendios económicos provocados por distintas crisis a base de imprimir y regalar dinero, de mantener e hinchar artificialmente los mercados financieros y de disminuir su deuda interna con inflación creada. Ojo que no mencioné extinguir, sino controlar el fuego y lo están haciendo con un vaso de agua y dos galones de gasolina. A fin de dimensionar, sólo en 2020 fueron creados más del 22% de los dólares en circulación, esto en una moneda con 200 años de historia.

La confianza del inversionista, que busca monedas sostenibles, se está alejando del dólar, puesto que la sobreoferta hace que pierda valor. Por ende, la tendencia es hacia el desprendimiento y la búsqueda de activos tangibles, financieros u otras monedas a cambio. El ganador es el *bitcoin* (por encima de las demás criptomonedas), que desde el inicio de la crisis sanitaria ha aumentado su valor en 4x, seguido por las acciones de las empresas tecnológicas y detrás vienen esperando su momento los metales (oro, plata y platino).

Tanto Bitcoin como compañías especializadas se están beneficiando con el dinero nuevo y gratis que inunda el mercado, pero también por la euforia de inversión con poco sustento fundamental, por lo que pronto vendrá un ajuste importante. Como dijo el inversor John Templeton: "Los mercados alcistas nacen en el pesimismo, crecen en el escepticismo, maduran en el optimismo y mueren en la euforia".

Gracias a estas cuestionables políticas monetarias es que se ha seguido llenando una burbuja que parecía no dar más en los mercados financieros. ¿Cómo es posible que cuando la actividad económica está por cumplir un año con parálisis parcial, el desempleo está en máximos porcentuales de la última década y estamos ante otra ola de contagios, los índices en las bolsas rompan máximos históricos? Esto es no reconocer errores pasados, comprar tiempo para que la bomba no explote en las manos de quien esté a cargo y seguir cavando en busca de un escape milagroso. A tal grado que los inversores Ray Dalio y Stanley Druckenmiller están ejecutando estrategias de salida del dólar y declararon que perderá su valor en el futuro.

Mientras el dólar siga siendo referencia, EUA no perderá el control del juego ni su moneda pagará las consecuencias, por el hecho de que siempre tendremos que comprar en esta divisa para invertir, hacer transacciones internacionales, pagar deudas dolarizadas. Por esto en oriente se han dado estocadas contra este seguro del gobierno estadounidense, prohibiendo cotizaciones bursátiles y transacciones comerciales en dólares. No es casualidad que el inversor Warren Buffet haya diversificado sus posiciones en la bolsa japonesa y en los yenes.

Lo difícil de prever es ¿cuándo sucederá el cambio? Nos podemos ir a la ruina apostando por el ajuste o guardando dólares que pierden valor, pero también si nos dejamos llevar por la euforia y el optimismo infundado.

Muchas felicidades a la revista y a su equipo por esta quincuagésima edición. Un esfuerzo grande que se ha visto reflejado en el profesionalismo y posicionamiento de este gran proyecto. Gracias por la oportunidad de formar parte del equipo y de crecer profesionalmente en conjunto.
¡Todo lo mejor y por otras cincuenta ediciones más!

ESTA VEZ ES DIFERENTE

Por: ***Sergio Sarmiento*** */ Agencia Reforma*
Lic. en Filosofía por la Universidad York, de Toronto. Titular de programas de radio y televisión. Premio Antena por la CIRT / ***@SergioSarmiento***

"Una y otra vez países, bancos, individuos y empresas toman demasiada deuda en buenos tiempos sin suficiente conciencia de los riesgos que vendrán cuando llegue la inevitable recesión".
Carmen M. Reinhart y Kenneth Rogoff

Es una de las frases más caras de la historia: "Esta vez es diferente". Se repite cada vez que un periodo de bonanza, una burbuja, infla precios y crea fortunas de la nada. Los gobernantes se benefician, porque aprovechan estos auges para presentarse como estadistas exitosos, y los agentes financieros también, porque reciben comisiones por la venta de valores de riesgo, por lo que siempre afirman que la bonanza continuará de manera indefinida. Cuando al final se registra el colapso de siempre, afirman que nadie pudo haberlo previsto.

Dos renombrados economistas estadounidenses, Carmen M. Reinhart y Kenneth S. Rogoff, han escrito: "Un operador bursátil, con una memoria inusitadamente larga, explicaba: 'Se ha perdido más dinero por cuatro palabras que a punta de pistola. Las palabras son: Esta vez es diferente'". En su libro *This Time is Different: Eight Centuries of Financial Folly*, Reinhart y Rogoff afirman que nunca ha sido diferente. Cada vez que un gobierno gasta más de lo que tiene, ya sea porque contrata deuda o imprime dinero, termina por provocar un desplome económico: "Las crisis financieras siguen un ritmo de bonanza y desplome a lo largo de las eras. Los países, las instituciones y los instrumentos financieros pueden cambiar a través del tiempo, pero no la naturaleza humana".

Hay que recordarlo hoy porque, con la excusa de la pandemia, estamos viendo quizá el mayor despilfarro de gasto gubernamental deficitario de la historia. No es solamente un país, sino la mayoría de los estados nacionales. El gasto fue avasallador en 2020, pero no se ha detenido en 2021. A pesar del exceso que ya acumulaba el gobierno de Donald Trump en Estados Unidos, el nuevo presidente Joe Biden ha prometido una inyección adicional de recursos de 1.9 billones de dólares. Es una cantidad estratosférica.

Ruchir Sharma, principal estratega global de Morgan Stanley Investment Management, un banco de inversión, ha señalado en un artículo en el *Financial Times* que en 2020 Estados Unidos y otras naciones desarrolladas comprometieron 33% de su producto interno bruto a estímulos, despedazando el máximo de 10% en la crisis financiera de 2008. Esto no incluye el nuevo plan de Biden. Según Sharma, "ante los actuales altos niveles de deuda, un pequeño aumento en las tasas de interés haría insostenible la carga".

La deuda pública de las naciones desarrolladas representaba alrededor del 20% del PIB en la década de 1970, pero hoy se ha elevado a más del 110%. Los estímulos no han ayudado a quienes más lo necesitan, sino que han favorecido a los ricos y han mantenido vivas a empresas mal manejadas mientras castigan a las más competitivas. Sharma añade que los periodos de alto gasto y elevada deuda gubernamental coinciden con periodos de poco crecimiento económico que afectan más a los pobres.

"La gente común y corriente sabe que no hay almuerzo gratis. El camino a la prosperidad no puede ser tan fácil como imprimir dinero y gastar", escribe Sharma. Si Joe Biden mantiene la política de Trump de gastar en exceso y endeudar a su país, o si va más allá y la fortalece, el resultado será un periodo de poco crecimiento económico, de mayor pobreza y de riesgo de una nueva crisis financiera. Nos dicen que esta vez es diferente, pero nunca lo ha sido.

Unidad
En su discurso inaugural, Donald Trump habló de la "carnicería" que el gobierno anterior dejó en Estados Unidos. Biden, en cambio, declaró que "hablar de unidad suena como una tonta fantasía estos días", pero "la unidad es nuestro camino hacia adelante. Nunca, nunca, nunca hemos fallado cuando hemos actuado juntos". S

Vivimos tiempos en que la sola información no es suficiente. Necesitamos tener certeza sobre la exactitud de los datos, pero también entender el contexto y las repercusiones de cada acontecimiento. Por eso es tan importante contar con análisis como los que publica Stratega Business Magazine. Es un privilegio que mis escritos sean publicados en sus páginas. Felicito a Stratega Business Magazine por estos 10 primeros años de trabajo.

Imagen: Teddyandmia / Shutterstock.com

UNA POLÍTICA EXTERIOR SIN VARIACIONES

Por: ***MHA. Carlos Tapia Alvarado***
Historiador egresado de la UNAM y CEO de la Consultoría para la Reflexión Epistemológica y la Praxis Educativa "Sapere aude!" / ***@tapiawho***

El 46º presidente de los Estados Unidos de América, coloquialmente "Joe", y cuyo apellido es Biden, a lo largo de su camino político, según sea la circunstancia, el hombre apoya alguna intervención armada o se opone a ella. Sin embargo, de algo podemos estar seguros, que unas son sus posturas en los que se refiere a política exterior antes de ser vicepresidente, durante la gestión de Barak Obama (2009-2017). En efecto, en su calidad de Senador demócrata por el estado de Delaware (1973-2009) se opuso a la Guerra del Golfo de 1991, promovida por el entonces presidente republicano George H. W. Bush (1989-1993). Sin embargo, estuvo de acuerdo con la política intervencionista del presidente demócrata Bill Clinton en Bosnia (1992-1995) y, sobre todo, en Kosovo (1999). Después de los eventos del 11 de septiembre de 2001, en la ola de patriotismo lacerado, Biden apoyó, como todo mundo, la intervención de una "coalición internacional" liderada por los Estados Unidos bajo el mandato del presidente republicano George W. Bush (2001-2009) en contra de Irak, y cuyo resultado fue, entre otras cosas, la ejecución de Saddam Hussein.

En la administración Trump (2017-2021), la política exterior más bien lábil, con golpes mediáticos, pero fracasada en su conjunto ante la grave sospecha de connivencia con los rusos. Un caso muy claro lo constituye la errática presencia norteamericana en Oriente Medio, en donde sus fuerzas armadas se involucraron, desde sus bases iraquíes, en el horrendo conflicto que involucra a Siria, a los kurdos y el enfrentamiento contra del Estado Islámico de Irak y Siria (ISIS, por sus siglas en inglés) y en la cual la complejidad se ha enmarañado de tal forma que el paulatino retiro de Estados Unidos de la región (salvo por su eterna alianza y apoyo al Estado de Israel) ha sido aprovechado por el neo-otomanismo turco y la siempre creciente y amenazante presencia rusa. Recordemos que las alianzas tradicionales habían sido seriamente lesionadas por el presidente republicano, así sucedió con Francia, con Alemania y con la OTAN, en su conjunto.

Joe Biden compartió la política del presidente Obama, conocida bajo la consigna *Nation-Building at Home*, lo cual significa que el actual presidente tratará de recrear el *statu quo* pre-Trump. Sin embargo, el demócrata no se tentará el corazón, como lo han hecho sus predecesores del mismo partido político, para lanzar intervenciones militares allí donde convenga.

Los retos son más variados que la sola intervención militar. En América Latina será fundamental su posicionamiento frente al régimen de Maduro en Venezuela y Castro en Cuba, donde el acercamiento precedente iniciado por la administración Obama ya había sentado bases para generar una relación que se antoja menos conflictiva. Con México el acercamiento siempre es obligado; no se avizoran conflictos irresolubles. Respecto al continente asiático, China seguirá constituyendo un interlocutor difícil, en una relación trabajada con aspereza por Trump, en tanto que procurará seguir manteniendo buenas relaciones con su aliado Japón y otorgando su protección a Taiwán. Rusia compone, como siempre, la contraparte, y resulta confusa cualquier hipótesis sobre cómo vayan a realizarse los contactos entre Vladimir Putin y Biden.

En el fondo que constituye el Gran Confinamiento y el enfrentamiento global contra la pandemia, en el momento en el que se tiene que ver hacia el futuro para enfrentar una posible y verdadera solución a los padecimientos ambientales que hemos generado en el planeta, resulta poco alentador ver que un cuasi octogenario, hijo del mundo anterior, venga ahora, de cara al siglo XXI, a gobernar a la primera potencia militar y económica del mundo.

El llegar a un número que nosotros hemos convenido como significativo, que en este caso es cincuenta, consideramos la cantidad de trabajo que se necesita para realizar un producto como este. Desde que se imprime y se maquila, hay una gran cantidad de esfuerzos que se esmeran por entregar una propuesta distinta en lo que se refiere a revistas con este tipo de temáticas. Enhorabuena para Stratega Business Magazine, que a medio centenar de publicaciones ya se ha posicionado en el país como una revista líder y generadora de opinión informada. Y que continúe el camino.

SILENCIAR A DONALD TRUMP

Por: ***Carmen Aristegui*** */ Agencia Reforma*
Una de las conductoras y líderes de opinión más importantes del país.
Egresada de la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM / **@aristeguicnn**

Imagen: doddis77 / Shutterstock.com

Catapultado por una de las más graves y profundas crisis en la historia de la democracia estadounidense, el debate sobre la libre expresión y el papel de los gigantes tecnológicos y plataformas de comunicación digital alcanza ya niveles planetarios.

Las muy cuestionables decisiones tomadas por Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Snapchat para cerrar las cuentas, algunos de forma definitiva, del presidente Donald Trump con motivo de los insólitos acontecimientos del asalto al Capitolio el 6 de enero pasado, han desatado una avalancha de reacciones –en las propias redes sociales– a favor y en contra de quitarle al presidente Trump las poderosísimas herramientas de comunicación con las que gobernó, paradójicamente, estos últimos cuatros años, desde la Casa Blanca.

Especialmente Twitter se convirtió en una trinchera para librar sus batallas en contra de adversarios políticos y de los llamados medios de comunicación "tradicionales", a quienes llegó a señalar como "enemigos del pueblo", y otros muchos ataques frontales.

El grado de responsabilidad que Donald Trump tiene en los lamentables acontecimientos que han avergonzado a la gran potencia frente al resto del mundo y que la mantiene, aún, en situación de riesgo, es enorme, ni duda cabe.

El segundo juicio político al que será sometido lleva un único cargo que lo dice todo: incitar a la insurrección; punto.

Ya veremos si la instancia reconocida como la legal y políticamente competente para ello, es decir, el Congreso, lo declara culpable, lo inhabilita y/o le impide volver a competir por la Casa Blanca.

Por lo pronto, las grandes plataformas de redes sociales decidieron adelantarse y emitieron un veredicto propio. Determinaron que el sujeto representa un peligro y que los que, hasta ese momento, se habían convertido en los canales de comunicación más poderosos y eficientes, no sólo con sus partidarios, sino con todos los demás, tenían que ser cancelados por los peligros que representa, según sus valoraciones, el titular de la cuenta.

Mark Zuckerberg, el fundador de Facebook, señaló que mantendrían cerrada su cuenta hasta que se completara la "transición pacífica del poder" porque se consideró que Trump pretende socavar esa transición "...pacífica y lícita del poder a su sucesor electo, Joe Biden".

No hay duda de que Trump con su conducta, en el antes, durante y después del proceso electoral, socavó los ejes y la confianza en la contienda y con frío cálculo fue sembrando dudas, discordia sobre el propio proceso, con señalamientos y acusaciones que nunca pudo probar pero que cumplieron el clarísimo propósito de polarizar, radicalizar e incendiar los ánimos de gente que salió a las calles, muchos no sólo con furia, sino con armas en mano, en un intento por dislocar el proceso de certificación e impedir la consumación de un "gran fraude" y la llegada de Joe Biden a la casa presidencial.

Todas las instancias electorales que procesaron las acusaciones las desecharon por no tener sustancia que permitiera echar abajo las elecciones, pero eso ya no importaba mucho. La insurrección estaba inoculada.

Más allá de los alegatos de los representantes de las plataformas para silenciar, de sus espacios, al presidente de Estados Unidos, el tema no es si tienen razón o no en lo que argumentan sobre el mandatario y sus conductas, sino las graves implicaciones que también tiene el hecho de que las grandes empresas que dan soporte a las redes sociales determinen, sin la intervención de autoridad judicial alguna, ni nada que remotamente se le parezca, el silenciamiento en esos espacios, cuyo impacto público es enorme, de la voz de un individuo que, además, resulta que representa –por más odioso que resulte en este contexto– a millones de habitantes del país que aún gobierna.

Emulando a las grandes televisoras que, en otro momento, también silenciaron al mandatario.

La discusión sobre la actuación de las empresas ha dividido opiniones de manera profunda. Jack Dorsey, cofundador de Twitter, defendió la decisión de cerrar la cuenta de Trump, aunque reconoció que sienta "un precedente peligroso" y que Twitter no había hecho lo suficiente para fomentar "conversaciones saludables". Una suave manera de aproximarse al debate impostergable sobre la grave responsabilidad de las plataformas en la creación-inducción de un clima social envenenado, polarizado y altamente tóxico, tal como se relata en el documental *The Social Dilemma* patrocinado por Netflix.

ÁTICO
Más allá de los alegatos para silenciar al presidente Trump, el tema es si las redes sociales pueden hacerlo sin autoridad judicial.

POLÍTICA DIGITAL

Por: ***DA. Javier Rueda Castrillón***
Analista económico en diferentes medios; autor de artículos sobre política y economía / ***jruedac@me.com***

Las campañas políticas nunca dejarán de lado las numerosas promesas para un electorado que vive una y otra vez fórmulas cansinas ante la evidente falta de creatividad. Entre presumidos discursos sobre moral y un mejor sentido de justicia, compromisos de equidad, mejora laboral, accesos a servicios básicos, seguridad y una lista interminable de pendientes, cada candidato pareciera un superhéroe en oferta capaz de dar solución rápida y segura.

Lobos disfrazados de corderos, una vez que la papeleta queda en la urna, aquellas soluciones empiezan a tener excusas de todo tipo y dejan en el olvido tanta palabrería barata, las pócimas de solución se desvanecen una y otra vez; pocos son los que regresan para dar la cara, aquellos que clamaban justicia vuelven a caer en una realidad lejana a tanta promesa.

Los inicios de una digitalización total de nuestro alrededor invitan a un cambio de campaña, hacer llegar el mensaje de una manera creativa... dicen que las palabras se las lleva el viento, así ha sido en gran cantidad de contiendas que bien podrían quedar atrás, si realmente se entendiera esta virtualidad.

Educación, empleo, trámites gubernamentales y servicios de transparencia se han beneficiado de esta línea digital, la automatización de procesos y la velocidad en cada trámite, tanto en solicitud como en tiempo de respuesta, ponen en entredicho la eficiencia de una gestión que, como punto primordial, debe conducirnos a una virtualidad conocida y entendida.

Desgraciadamente, la mayoría no cuenta con una conexión que permita vivir esta transición, acostumbrados a navegar en cada equipo o teléfono celular, pareciera un estándar que lejos está de producirse aún en el país. La virtualidad dejó en entredicho nuestra capacidad de homologación, la falta de conocimiento del ecosistema digital cierra la posibilidad de aprovechar de mejor forma las diferentes oportunidades.

Pongamos cifras al asunto, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en colaboración con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y el Instituto Federal de Telecomunicaciones, publicó la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH). Destacan los 20.1 millones de hogares que disponen de Internet (56.4%), ya sea mediante una conexión fija o móvil, un incremento de 3.5 puntos porcentuales con respecto a años anteriores. La carretera está puesta, pero aún faltan muchas vías y licencias de manejo para su óptimo uso.

El principal medio para la conexión es con diferencia el *smartphone*, un 95.3% que contrasta con la computadora portátil, que alcanza un 33.2%. Entre las principales actividades se encuentran el entretenimiento (91.5%), obtención de información (90.7%) y comunicación, ya sea vía *e-mail*, red social o programas dedicados al enlace (90.6%).

Bill Gates predecía en su libro *Camino al Futuro* un mundo virtual, adelantado a su tiempo y con una visión perfecta, describía lo que acontecería para el 2050... hoy es una realidad, sólo erró en el tiempo, aquellos sueños galácticos se han convertido en una revolución tecnológica que rompe expectativas. La posibilidad de disfrutar de esta oportunidad turna por una concientización urgente, de no ser así, la brecha social no sólo será mayor, sino imposible de cerrar. El mundo del *big data* no puede ser ajeno a la política, rubros como la educación, el *home office* y la comunicación han dado lecciones de adaptabilidad evidenciando áreas de oportunidad. Hoy la política está en tela de juicio, sería increíble aprovechar y fomentar los espacios virtuales, una oportunidad para ahorrar en presupuestos de campaña y la opción de canalizar de mejor manera cada recurso. Reformas en el ámbito político deben contemplar este panorama, de no ser así, estamos condenados a "más de lo mismo"... S

Francisco Umbral describió la labor de la escritura como la manera más profunda de leer la vida, una frase que inspira la crítica y el debate. Stratega se ha posicionado como una opción creativa y actualizada, puntual en contenidos y exigente en el desarrollo de artículos que promueven el análisis de diferentes entornos. Siempre es un gusto participar y ver el éxito de un proyecto original y responsable, contar con 50 ediciones es confirmar el trabajo bien hecho, la suma de esfuerzos y la capacidad de posicionarse como un referente en el ambiente empresarial. Felicidades a todo el equipo de Stratega Business Magazine, a todos los colaboradores por el invaluable compromiso y en especial a cada lector que hace posible la realización de tanto esfuerzo. ¡ Happy Business Forever !

VICEPRESIDENTA

Por: ***Guadalupe Loaeza*** */ Agencia Reforma*
Autora de varios libros. Conductora de televisión y radio, articulista en diversos diarios y revistas de circulación nacional / ***@gloaeza***

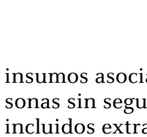
Kamala Harris se considera a sí misma como una "guerrera alegre". No hay duda que esta política tan optimista también cuenta con fuertes convicciones y cree firmemente en lo que siempre ha creído: la democracia. Obsesionada con problemas raciales y por las desigualdades en la sociedad norteamericana. Ahora, como flamante vicepresidenta, su reto es enorme, el gabinete que encabeza: "Deberá reconstruir la economía, el predicamento internacional, el funcionamiento de las instituciones –y el respeto hacia ellas para que no se repitan hechos como el lamentable asalto al Capitolio del pasado día 6 de enero–, y quizá lo más difícil la cultura cívica arrasada por cuatro años de guerra mediática y política al ritmo asfixiante de las redes sociales", escribe Pablo Ximénez de Sandoval, de *El País Semanal*, en cuya portada aparece una fotografía, en blanco y negro, de la demócrata mostrando su característica, *million dollar smile*. Qué sonrisa, qué dientes, qué brillo en sus ojos, qué abundancia de cabello y qué vitalidad suele mostrar Kamala, esta espléndida política que puede convertirse en la próxima y primera presidenta de Estados Unidos. Al verla y escucharla en sus discursos y declaraciones, una no puede más que exclamar: "¡Cámara!". Por si fuera poco, la abogada, fiscal y senadora, es espontánea, fresca, guapa y no tiene el menor empacho de soltarse unas maravillosas carcajadas que contagian y encantan a la vez. Harris cae bien, "es la buena onda", dicen los jóvenes.

Le encanta cocinar, bailar, platicar con los niños y encontrarse súper enamorada de su marido, el abogado Douglas Emhoff, a quien conociera hace seis años, en una "cita a ciegas". Él, de 40 años, estaba nerviosísimo, y ella, también de 40 años, enternecida de ver a ese hombre hecho y derecho, totalmente deshecho por los nervios de estar frente a una mujer tan poderosa. Él, abogado cuyo mejor cliente era "Taco Bell Chihuahua", divorciado con dos hijos y ella, fiscal general de California, soltera con enormes deseos de encontrar a alguien que no se empequeñeciera ni se opacara ante su trayectoria y sus éxitos políticos. En sus memorias *The Truths We Hold*, Harris escribió: "Sé que una mujer soltera en política es vista de una forma muy diferente que un hombre soltero. No tenemos la misma latitud cuando se trata de nuestra vida social". Al otro día de su primera cita, él le mandó un tuit a Harris, diciéndole: "Estoy muy viejo para jugar jueguitos o esconder la pelota. De verdad me gustas y quiero ver, si lo nuestro funciona". En menos de un año, Kamala Harris y Douglas Emhoff se casaron en una discreta ceremonia en Santa Barbara. A partir de su compromiso, las redes y la prensa empezaron a analizar este matrimonio mixto. "Gran día para la comunidad masculina judía de Estados Unidos", escribió Eric Levitz. "Hoy, los chicos hebreos guapos de todo el país saben que no importa cuán fuertes sean nuestras mandíbulas, o cuán lindas sean nuestras kipás, nosotros también podemos crecer para convertirnos en los nominados de un partido importante para Second Gentleman".

La portada de la revista *Vogue* está dedicada a Kamala Harris de 46 años, lo cual ha causado una enorme polémica. En la fotografía a todo color aparece con un saco oscuro de Donald Deal, pantalones ajustados, su collar de perlas de dos hilos, y sus tenis Converse. Para las redes, esta imagen resulta completamente "irrespetuosa" y muy poco digna de la publicación. ¿Cómo era posible que la segunda persona más poderosa de Estados Unidos se dejara retratar en tenis? Por más que los directivos de *Vogue* justificaban el reportaje de la entonces candidata a la vicepresidencia, como una nueva imagen, de un nuevo tipo de gobierno, los tuiteros no dejaban de censurarla asegurando que incluso le habían "blanqueado" su tez. He allí una polémica que tiene que ver con la "raza" de Harris, nacida en Oakland, California. Su madre, científica especialista en cáncer de mama, Shyamala Gopalan era india tamil y su padre Donald Harris, profesor de economía de la Universidad de Stanford, jamaicano. La noche de su nominación, el 11 de agosto, los comentaristas se hacían bolas al hablar de Kamala, con los apelativos como: "negra", "mujer de color", "afroamericana", "india-americana", etcétera. Su identidad étnica provocaba toda una confusión, entre los periodistas, no sabían cómo ubicarla y cuál era la manera políticamente correcta.

Sea lo que sea, Kamala Harris es única con sus tenis y su maravillosa sonrisa. Sea bienvenida, la flamante vicepresidenta.

INSABI, SALUD PARA TODOS



Por: ***MDPL. Daniela Barrera Rodríguez***
Abogada STRATEGA Consultores
daniela.barrera@strategamagazine.com

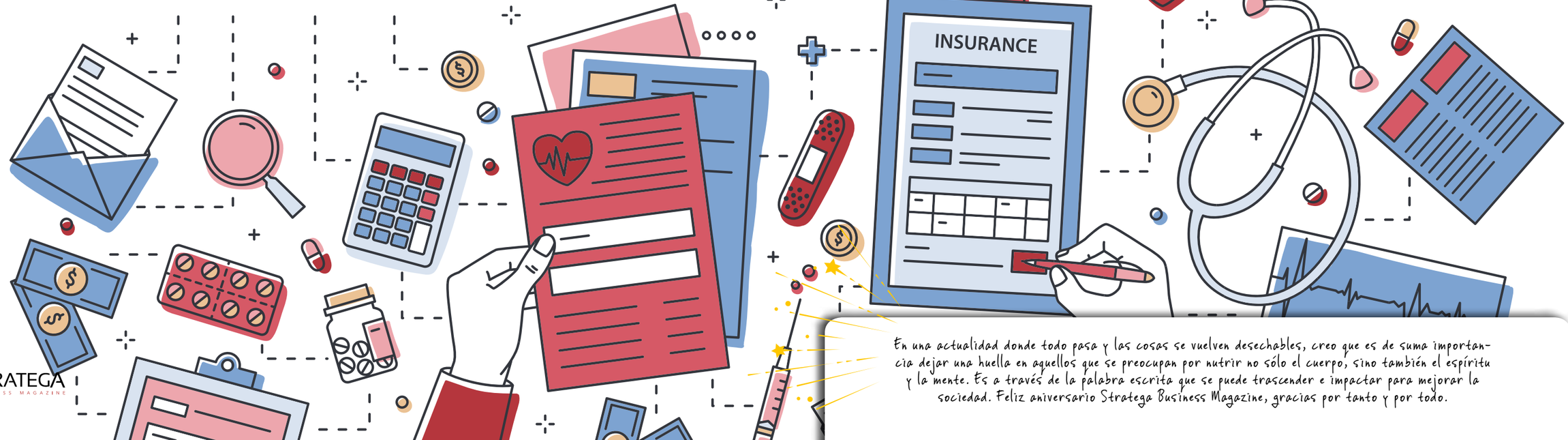
Con motivo de la situación que ha provocado la aparición del virus del SARS-CoV-2 en el mundo, los reflectores se han fijado sobre los sistemas de salud que cada gobierno ofrece a su población; es por ello que resulta útil conocer más sobre el recién creado Instituto de Salud para el Bienestar (Insabi).

Anteriormente, quienes no contaban con un beneficio por parte de la seguridad social (IMSS, ISSSTE), podían inscribirse al Seguro Popular, pero desde el pasado 29 de noviembre de 2019 un decreto publicado en el *Diario Oficial de la Federación* creó el Insabi y desapareció la Comisión Nacional de Protección Social en Salud, encargada de operar el Seguro Popular. Se le faculta al instituto el objeto de proveer y garantizar la prestación gratuita de servicios de salud, medicamentos e insumos asociados a las personas sin seguridad social, incluidos extranjeros (sin importar su estatus migratorio). Su figura legal es la de un organismo descentralizado de la Administración Pública Federal, con personalidad jurídica y patrimonios propios, sectorizado en la Secretaría de Salud, e inició funciones el 01 de enero de 2020.

Para satisfacer las necesidades de la población mexicana, el Insabi tiene, entre muchas otras, las siguientes funciones:
I. Proporcionar gratuitamente los servicios de salud y asegurar el suministro de medicamentos e insumos para la atención a las personas sin seguridad social, conforme el marco legal aplicable.
II. A través de la colaboración con las demás instituciones de salud pública y para lograr el cumplimiento de su objeto, en los diferentes niveles de gobierno, celebrar y proponer convenios e instrumentos jurídicos de coordinación y colaboración.
III. Presentar a la Secretaría de Salud propuestas para realizar adecuaciones a la normatividad reglamentaria que resulten necesarias.
VI. Colaborar con la Secretaría de Salud y con las entidades federativas que correspondan en la planeación estratégica de esquemas que permitan privilegiar el uso racional de los recursos humanos debidamente capacitados, del equipo médico y de la infraestructura médica;
VII. Realizar una supervisión permanente en las unidades médicas a su cargo;
VIII. Impulsar el establecimiento de estímulos como parte de la remuneración para el personal profesional, técnico y auxiliar para la salud, que preste sus servicios en comunidades marginadas o de difícil acceso;
XI. Formular y mantener actualizada la plantilla ocupada de los trabajadores que presten servicios propios del Insabi;
XII. Participar en los procedimientos de contratación consolidada que instrumente la Secretaría de Hacienda y Crédito Público;
XIII. Transferir a las entidades federativas, de forma oportuna y procedente, los recursos que les correspondan para la prestación gratuita de servicios de salud, medicamentos y demás insumos;
XIV. Establecer el mecanismo de registro de personas atendidas para las unidades médicas;
XVI. Definir las bases para la compensación económica entre entidades federativas, instituciones y establecimientos del Sistema Nacional de Salud por concepto de la prestación de los servicios médicos propios del Insabi, previa opinión de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Para tener acceso no es necesaria una afiliación, basta presentar un acta de nacimiento o Clave Única de Registro de Población (CURP), así como la credencial del Instituto Nacional Electoral (INE). Es oportuno comentar que los servicios de primer y segundo nivel (centros de salud y hospitales generales), así como medicamento consecuencia de dicha atención, son gratuitos, pero los especializados o de tercer nivel, hasta el momento, sí generan el cobro de cuotas de recuperación.

La salud en tiempo presente se ha convertido en el más preciado tesoro de cada individuo, lo cual se traduce directamente en la tranquilidad de la familia, es importante realizar las acciones que estén en nuestras manos para mantenerla y así combatir los fenómenos que la vida nos presente.



En una actualidad donde todo pasa y las cosas se vuelven desechables, creo que es de suma importancia dejar una huella en aquellos que se preocupan por nutrir no sólo el cuerpo, sino también el espíritu y la mente. Es a través de la palabra escrita que se puede trascender e impactar para mejorar la sociedad. Feliz aniversario Stratega Business Magazine, gracias por tanto y por todo.

LA JUSTICIA EN LÍNEA TRAS LA PANDEMIA

"Los límites de mi lenguaje significan los límites de mi mundo".
Ludwig Wittgenstein

La ciencia del Derecho está en constante evolución, puesto que la misma sociedad se encuentra en continuo cambio. Se puede ilustrar con la pandemia en 2020 y los retos que conllevó en su momento. Como en casi la totalidad de rubros, los tribunales y juzgados se vieron en la necesidad de implementar mecanismos para garantizar la justicia a todo aquel que la solicitara, sin perjuicio de las medidas sanitarias tanto para juzgadores como litigantes.

La Constitución federal engloba diversos medios para facilitar el acceso a la justicia, tales como la oralidad, los medios alternos de solución de conflictos y la supremacía del fondo de un asunto sobre la forma; empero, los legisladores buscan reformar los artículos 17 y 21 de la Carta Magna y establecer, de una vez por todas, la tecnología en los procesos jurisdiccionales. Pero ¿cómo se hará esto? ¿Qué principios y normas técnicas guiarán a la justicia en línea?

Como indica la doctora Christian Hiliana Cisneros Güereca, México tiene antecedentes de este tipo desde 2011, implementados en el Tribunal Federal de Justicia Administrativa, el cual se caracteriza por la seguridad en sus actuaciones, la celeridad en las notificaciones vía correo electrónico y la expedición de un acuse de recibo electrónico con fecha y hora del acto, teniendo por consecuencia el acceso a la justicia prácticamente en tiempo real.

En el mismo tenor, desde 2013 se pueden promover vía Internet juicios de amparo, figura legal mexicana por excelencia contra actos de autoridad. Todo esto involucra tanto capacitación del personal encargado de resolver los asuntos que se substanciarán a su cargo como la inversión en *software* y *hardware* adecuados para oficinas públicas, despachos de abogados y escuelas y facultades de Derecho.

A pesar de los beneficios que encierra la justicia en línea, los mayores retos se enfrascan en temas personales y obedecen a circunstancias socioeconómicas y políticas; es decir, la renuencia de los operadores jurídicos en adaptarse, así como los hechos de fuerza mayor. Por poner un ejemplo, el año pasado, el Juzgado Décimo de Distrito de Chihuahua emitió una sentencia que resolvía el dilema sobre qué derecho humano debe prevalecer durante la pandemia, si el acceso a la justica o a la salud, derivado de la suspensión de actividades. Esto fue lo que sentenció:

"El derecho del quejoso de acceso a la impartición de justicia no se encuentra suspendido ni restringido totalmente, sino que únicamente se encuentra minimizado, en virtud de la situación actual que se vive en el Estado de Chihuahua y en el país, dada la declaratoria de emergencia sanitaria, con motivo de la pandemia generada por el virus SARS-CoV-2".

Como lo ha aludido la Barra Mexicana de Abogados, es necesario un gran esfuerzo contra el rezago en la impartición de justicia, lo que implicaría que los servidores públicos relacionados con las actividades de contenido eminentemente jurídico, en todas las especialidades y niveles de gobierno, emularan los actos que han demostrado sus homólogos en el área de la sanidad.

Hay casos excepcionales, puesto que diversos Poderes Judiciales Estatales han implementado plataformas digitales para evitar el rezago judicial durante la cuarentena, tales como el Estado de México y Nuevo León. Desafortunadamente, la demora en emisión de resoluciones y sentencias se reflejará durante 2021.

La visión tradicionalista del Derecho hacia la práctica jurisdiccional se está acabando poco a poco, por lo que abogados, juzgadores y ciudadanos en busca de justicia deben estar capacitados y adaptados ante la nueva realidad de los juicios en línea.

Por: ***LD. Hugo Enrique Mendoza Carbajal***
Abogado STRATEGA Consultores
hugo.mendoza@strategamagazine.com / ***@hugoamadeus***

Desde 2015, a partir del número 16, y de manera ininterrumpida en cada una de las ediciones, he tenido el privilegio de plasmar mis ideas e inquietudes sobre diversos temas en el ámbito jurídico. Me encuentro totalmente agradecido con el Consejo Editorial, así como con todos los involucrados en este proyecto, quienes dan constancia del esmero y dedicación reflejados en estos diez años.

CLÁUSULA TRIBUTARIA ANTIABUSO, ¿LA CONOCES?

Por: ***LD. Ana Lucía Urbina González***
Dirección de defensa fiscal STRATEGA Consultores
ana.urbina@strategamagazine.com

A partir del 1º de enero de 2020 entró en vigor el artículo 5-A del Código Fiscal de la Federación que contiene la cláusula tributaria denominada: "Antiabuso". Dicha disposición es producto de recomendaciones emitidas por organismos internacionales, particularmente por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), que ha avalado la aplicación de mecanismos de control tributario en diversos países, debido a los resultados obtenidos. En ese sentido, la cláusula tiene como finalidad atacar las figuras conocidas como elusión y evasión fiscal. Recordemos que la elusión es aquella práctica por medio de la cual, al valerse de las normas imperfectas, se obtiene un beneficio fiscal considerable; y la evasión es la figura por virtud de la cual se omite el pago parcial o total de una contribución, aplicando dolosamente ciertos engaños.

Con la expectativa de seguir combatiendo en México las referidas prácticas, que menoscaban la recaudación, se decide implementar esta cláusula contenida en el artículo 5-A del Código Fiscal de la Federación, que resulta aplicable a la totalidad de contribuciones; se hace la referencia anterior, toda vez que existe una cláusula antiabuso particular en la Ley del Impuesto Sobre la Renta vigente; sin embargo, la contenida en el Código Fiscal aplica para todas las contribuciones existentes. Es importante mencionar que la que está en uso en México fue creada atendiendo particularidades específicas y aplicables al entorno tributario, toda vez que se tomaron en consideración distintas prácticas del país, así como la legislación aplicable; por ello, la creación de la multicitada cláusula tiene como base sancionadora los siguientes dos ejes:

- **Razón de negocios inexistente.** La operación efectuada por el contribuyente no cuenta con una razón de negocio clara y precisa.

- **Beneficio fiscal incorrecto.** En virtud de la falta de razón de negocios, el contribuyente obtiene un beneficio fiscal.

Así es que, desde el año 2020, el artículo 5-A del Código Tributario sanciona los actos que carezcan de una razón de negocios y otorguen al contribuyente un beneficio fiscal indebido; mediante un procedimiento particular que se menciona a continuación: en el ejercicio de sus facultades de comprobación, la autoridad fiscal podrá presumir que los actos jurídicos carecen de una razón de negocios en virtud de la información y documentación requeridos; por su parte, el contribuyente podrá aportar los elementos que considere pertinentes, a fin de desvirtuar la presunción de autoridad. Previo a la emisión de la última acta parcial, oficio de observaciones o resolución provisional, y como consecuencia de todos los elementos citados (información y documentación), la autoridad deberá someter el caso a un órgano colegiado integrado por funcionarios de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Servicio de Administración Tributaria. Dicho órgano tiene dos meses, como plazo, para emitir su opinión y de no hacerlo se entenderá realizada en sentido negativo. La autoridad valorará los siguientes conceptos que se definen en el nuevo artículo, con la finalidad de determinar o no, contribuciones, accesorios y multas correspondientes:

- **Razón de negocios del acto jurídico inexistente:** cuando el beneficio económico cuantificable razonablemente esperado sea menor al beneficio fiscal.
- **Beneficios fiscales:** cualquier reducción, eliminación o diferimiento temporal de una contribución.
- **Beneficios económicos**: cuando las operaciones del contribuyente busquen generar ingresos, reducir costos, etcétera.

Resulta importante precisar que el nuevo procedimiento únicamente determina consecuencias fiscales y no así penales. De acuerdo con lo expuesto, es de vital importancia que las empresas analicen sus operaciones comerciales, justificando y documentando la razón de negocios, beneficios fiscales y económicos, al amparo de las legislaciones aplicables, con la finalidad de evitar determinaciones innecesarias.

Muchas felicidades a Stratega Business Magazine en su décimo aniversario y edición número cincuenta. Es un honor para mí, ser parte de la gran familia de columnistas que integran tan maravilloso proyecto. Por muchos años más de éxitos y publicaciones únicas.

RESILIENCIA FISCAL

Por: ***MDF. Ricardo Manuel Derreza Gutiérrez***
Asesor y planeador fiscal STRATEGA Consultores
ricardo.derreza@strategamagazine.com

Se entiende por resiliencia a la capacidad que tienen determinadas personas para lograr sobreponerse a situaciones adversas y lograr el éxito a pesar de los contextos difíciles o las arduas experiencias vitales experimentadas. Este término proviene del latín *resilio*, que significa volver atrás y su origen se relaciona con el campo de la física, donde sirve para denominar la capacidad de un material, mecanismo o sistema para recuperar su estado inicial cuando ha cesado la perturbación a la que había estado sometido.

Actualmente, ha sido adoptado por la psicología siendo entendido como las habilidades del ser humano ante situaciones complicadas o choques emocionales. Sin embargo, no se trata sólo de superar problemas, sino de hacerlo de la manera correcta.

Ahora bien, ¿por qué hablar de resiliencia fiscal?, con este concepto se busca interconectar la idea de resiliencia con la materia tributaria respecto a poder superar algún caso con la autoridad derivado del no cumplimiento de obligaciones fiscales.

Podemos encontrar similitud con la vida cotidiana, pues, como sociedad, carecemos de una preparación fiscal idónea que nos instruya al debido cumplimiento de obligaciones fiscales, donde las omisiones, errores o malas prácticas sin dolo pueden ocasionar experiencias con la autoridad como invitaciones formales, determinación de créditos, embargo de cuentas, cancelación de sellos digitales, querellas por la vía penal, que, como en la vida real, muchas veces se deben al desconocimiento del tema.

Cuando un contribuyente tiene una vivencia como estas, difícilmente puede regresar a operar con la misma tranquilidad y seguridad jurídica que tenía, es común que su contabilidad y su cálculo de impuestos se convierta en un mecanismo de defensa y muchas veces pague impuestos en exceso para eludir alguna otra visita de la autoridad; evite pedir devoluciones de IVA para evadir algún tipo de requerimiento y cada vez que llegue un correo de la autoridad se lea como un mensaje del mismísimo **SAT**anás.

Para construir una resiliencia fiscal con la cual podamos superar lo vivido con alguna de las autoridades, o bien prevenir, es importante empezar por conocer en materia fiscal nuestra operación y con eso desarrollar nuestro propio esquema tributario, cumpliendo con cada una de las obligaciones sin miedo de salir de lo cotidiano, cuidando que toda acción tenga un fundamento jurídico que ayude a enfrentar cualquier acto de molestia.

Acepta que el cambio es parte de nuestro sistema y que cada año existe la posibilidad de que la reforma fiscal adicione obligaciones o impuestos que nos hagan cambiar nuestra manera de operar.

Establece relaciones de apoyo, estamos en un sistema jurídico dinámico y siempre hay algo nuevo, por lo que es importante estar informado y rodeado de profesionales que te orienten, te ayuden y prevengan todo tipo de actos que puedan generar, en un futuro, algún problema.

A diferencia de la vida real, en el tema fiscal, como contribuyentes, jugamos el rol del sujeto pasivo (quien paga las contribuciones) y la autoridad, el sujeto activo (quien recauda), sin embargo, si bien la función del sujeto activo es recaudar más, muchas veces sus tiempos y formas no son correctos y nuestro sistema contempla tribunales que buscarán resolver de la manera más justa.

Por último, el sistema tributario se rige por lineamientos internacionales que señala la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y, en ocasiones, nos cuesta tropicalizar estas medidas a la realidad económica de nuestro país. Es así que el Estado también enfrenta el proceso de adaptación a nuevas maneras de fiscalización, por lo que las herramientas más importantes que se tienen son el conocimiento y la actualización en la materia, lo cual nos ayudará a la correcta toma de decisiones, a enfrentar a la autoridad con firmeza y respeto, demostrando que nuestra postura cumple en derecho con la legislación, de modo que vivamos en contexto tributario la frase de "la vida no se hace más fácil o más indulgente, nosotros nos hacemos más fuertes y resilientes". S

Es todo un placer ser parte de esta edición de aniversario, y tener la oportunidad de haber acompañado en estas primeras 50 ediciones de nuestra revista, sin duda, es de reconocer el crecimiento que se ha tenido como medio y el impacto al que se ha llegado. Mi más grande reconocimiento a todos los que forman parte de este proyecto y espero que sigan los éxitos. ¡Enhorabuena!

REVELACIÓN DE ESQUEMAS REPORTABLES EN 2021

Por: ***MDF. María Fernanda Haro Mejía***
Abogada fiscalista STRATEGA Consultores
fernanda.haro@strategamagazine.com

Un esquema reportable es cualquier plan, proyecto, propuesta, asesoría, instrucción o recomendación externada de forma expresa o tácita con el objeto de materializar una serie de actos jurídicos que genere o pueda generar, directa o indirectamente, a un contribuyente la obtención de un beneficio fiscal en México.

Existen dos tipos de esquemas, los personalizados, que se diseñan, comercializan, organizan, implementan o administran para adaptarse a las circunstancias particulares de un contribuyente específico, y los generalizados, que buscan comercializarse de manera masiva a todo tipo de contribuyentes o a un grupo específico de ellos.

Con la reforma fiscal 2020 se adicionó al Código Fiscal de la Federación un nuevo Título Sexto "De la Revelación de Esquemas Reportables" con un Capítulo Único conformado por los artículos 197 al 202, en el que se estableció la obligación para los asesores fiscales de, a partir del ejercicio 2021, comunicar a la autoridad los citados esquemas mediante una Declaración Informativa y una descripción detallada. Si bien la obligación comienza este año, se deben revelar los esquemas cuyos efectos fiscales se reflejen en 2020.

El numeral 197 del Código Tributario señala que se entiende por asesor fiscal cualquier persona física o moral que, en el curso ordinario de su actividad, realice actividades de asesoría fiscal, y sea responsable o esté involucrada en el diseño, comercialización, organización, implementación o administración de la totalidad de un esquema reportable o quien pone a disposición la totalidad de este para su implementación por parte de un tercero.

Ahora bien, los contribuyentes también tendrán dicho deber de develar si su asesor fiscal no proporciona el número de identificación del esquema reportable, si este asesor no es considerado asesor fiscal conforme al artículo 197 antes señalado, cuando el esquema lo haya diseñado, organizado, implementado y administrado el propio contribuyente, entre otros.

Las reglas para cumplir con la obligación se encuentran contenidas en el Capítulo 2.21, de la Resolución Miscelánea Fiscal para 2021, publicada el 29 de diciembre de 2020.

Entre la información que se deberá revelar al Servicio de Administración Tributaria se encuentra: nombre, denominación o razón social, y la clave en el registro federal de contribuyentes del asesor fiscal o contribuyente que esté revelando el esquema reportable y de las personas que formen parte, descripción detallada del esquema y las disposiciones jurídicas nacionales o extranjeras aplicables, descripción detallada del beneficio fiscal obtenido o esperado, los ejercicios fiscales en los cuales se espera implementar o se haya implementado el esquema.

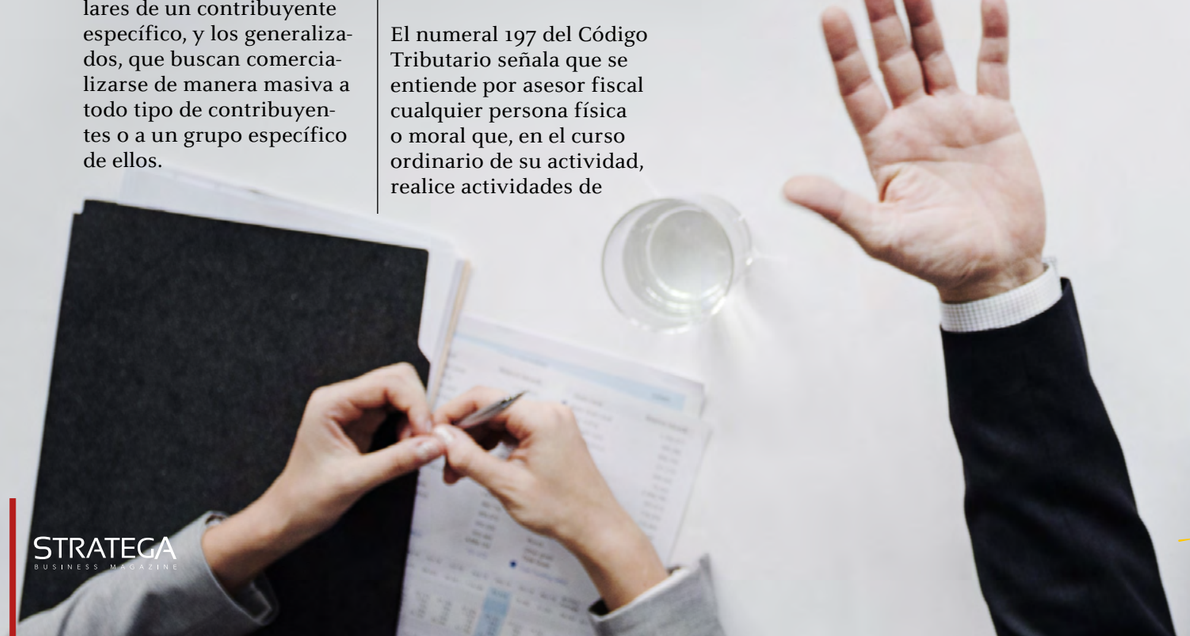
Deberán ser revelados los personalizados a más tardar dentro de los 30 días siguientes al día en que el esquema esté disponible para el contribuyente para su implementación, o se realice el primer hecho o acto jurídico que forme parte del esquema; en cuanto a los generalizados, deberán ser revelados a más tardar dentro de los 30 días siguientes al día en que se realiza el primer contacto para su comercialización.

El incumplimiento por parte de los asesores fiscales o contribuyentes se sanciona con multas de quince mil a veinte millones de pesos.

CONCLUSIÓN

Con esta nueva medida se pretende identificar, previamente a su implementación, las planeaciones fiscales agresivas e inhibir su uso, o bien, una vez identificadas, ejercer inmediatamente facultades de comprobación en vía de rechazar los esquemas, determinar diferencias y recaudar.

De esta manera, es importante conocer el tema y saber identificar si alguna de las acciones o decisiones por parte de los asesores fiscales y/o contribuyentes se considera reportable con el fin de cumplir en tiempo y forma con la obligación, evitando multas o cualquier acto de molestia por parte de la autoridad.



¡Felicitaciones Stratega Business Magazine por su edición número 50! Siendo una revista muy completa en contenido, con criterio sólido y de interés para todo tipo de lectores, agradezco y me siento orgullosa de participar en ella, manteniendo al tanto y adentrando a los lectores en el maravilloso mundo del Derecho Fiscal.

LA RIVIERA MAYA:

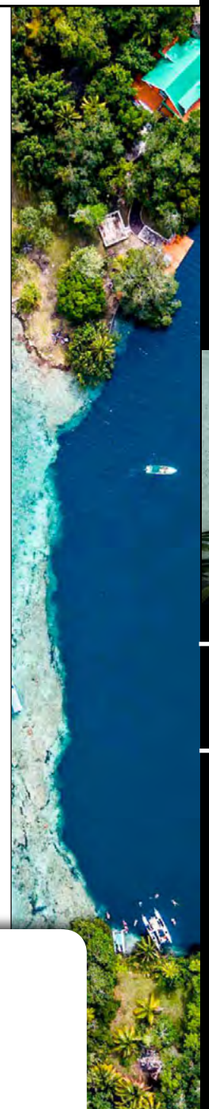
Por: ***MGT. Andrés Salomón Pedraza***
Maestro en Gestión turística del patrimonio cultural y natural por la Universidad de Barcelona
andres.salomon@strategamagazine.com / ***andres_realtorfh***

UN PARAÍSO... PARA INVERTIR

Con sus aguas que van del turquesa al esmeralda, un clima tropical codiciado por muchos durante el año, arena blanca y tersa que nos hace recordar el talco más fino; así es la Riviera Maya, la perla de la corona del turismo mexicano. Todo el mundo lo sabe y es que no se puede negar lo anterior; no obstante, la pregunta que nos formulamos es: ¿qué tan rentable es invertir en bienes raíces en esta zona? A continuación, algunos puntos a considerar, si lo tuyo no son los *bitcoins* ni la bolsa de valores, pero anhelas "meter tu dinero a que trabaje para ti".

Para empezar, la ubicación privilegiada y sus recursos naturales / culturales (playas idílicas, cenotes, selvas exóticas, islas que parecieran creadas en Hollywood, vestigios arqueológicos, rica gastronomía y mucha vida nocturna); turismo en aumento (este año Tulum ganó el segundo lugar Top Travel Destination 2020, según el *London Daily Post*); infraestructura e inversión (existe una gran inyección de divisas en la compraventa y desarrollo inmobiliario por parte de extranjeros, así como de nacionales), inmuebles más baratos en México (muchos inversionistas extranjeros puede comprar [mediante un fideicomiso] a bajos precios, por el tipo de cambio y el costo arquitectónico).

Por otro lado, la Riviera Maya ha despuntado en el nicho de eventos internacionales (44% de los viajes el año pasado para este rubro). De igual manera, aumentó 7% la demanda a este destino de adultos jóvenes y parejas. Según Carlos Orozco y Orozco, director de Mayakoba Real Estate, existe una plusvalía superior al 20% anual al adquirir una propiedad en esta región. Además, con el proyecto del Tren Maya el valor comercial de las propiedades aumentará por la demanda de alojamiento por parte de los viajeros. Los estudios (unos 40 metros cuadrados) y pequeñas unidades son los más demandados entre turistas jóvenes, *backpackers* y *digital nomads*. Por último, es importante considerar que la oferta de vivienda vertical es mayor, con 70% de preferencia, frente a la horizontal. Concluyo con Ibn Battuta: "Viajar te deja sin palabras y después te convierte en un narrador de historias".



Quiero agradecer a Stratega Business Magazine por la oportunidad que me ha ofrecido de poder compartir un espacio en la misma; además, por supuesto, del gran honor de hacerlo junto con personajes del medio informativo tan relevantes y distinguidos a nivel nacional.
¡Feliz aniversario y muchas felicidades por su quincuagésima edición SBM!

fullhouse
Real Estate

fullhouse.mx

SLP • MTY • QRO • RIVIERA MAYA

EL SECTOR ARTESANAL Y LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Por: ***MDE. Karen Lizbeth Ayala García***
Abogada en el Departamento Jurídico Corporativo
STRATEGA Consultores / ***karen.ayala@strategamagazine.com***

"Un pueblo que no manifiesta su creatividad se condena a la esclavitud por otro pueblo más creativo". *Aforismo*

Actualmente, se ha tergiversado el concepto de artesanías con el de manualidades, sin embargo, la principal diferencia que tienen las primeras es que, para su elaboración, requieren del dominio de técnicas tradicionales, aunado a que ocupan recursos naturales disponibles en los territorios donde son elaboradas; tienen una gran carga de conocimientos compartidos entre los miembros de una sociedad, transmitidos de generación en generación, y ameritan ser protegidas para salvaguardar los beneficios culturales, morales y económicos, lo que conlleva a fomentar su desarrollo local.

Los conocimientos tradicionales son un patrimonio cultural, social e histórico de las comunidades que los mantienen, sin embargo, los artesanos mexicanos, como en otros países, se han visto afectados por la apropiación indebida de estas técnicas y diseños por terceros, cuya única finalidad es la lucrativa, trayendo como consecuencia un daño en la reputación, estilo, economía, moral e identidad cultural de los auténticos beneficiarios.

En México, el tema de la propiedad intelectual y protección a las artesanías es primitivo; uno de los casos más sonados fue en 2019, cuando la casa de moda Carolina Herrera usó elementos e iconografía culturales otomíes, bordados del istmo de Tehuantepec e incorporaciones del "sarape", sin reconocer el origen ni a la comunidad autóctona; y a pesar de la presión social y de organismos como el Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas para demandar el plagio, las autoridades responsables, como el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial y el Instituto Nacional del Derecho de Autor, brillaron por su ausencia.

Sin embargo, esta distancia fue provocada, ya que el marco jurídico mexicano no cuenta con las condiciones ni la justificación a fin de iniciar un proceso judicial para reclamar estos hechos de apropiación ilegal de las expresiones y conocimientos tradicionales.

La Ley Federal de Derechos de Autor, hasta el 2019, definía las expresiones culturales populares como aquellas sobre las que no se podía acreditar un autor individual, por lo tanto, eran de dominio público, es así que conllevaba a que los productos artesanales fueran de libre uso, al igual que la producción de obras derivadas; los pueblos indígenas quedaban a la intemperie de un respaldo jurídico con el que pudieran solicitar retribución económica, pues la ley limitaba su derecho a que se deformaran o si se causaba un perjuicio a la comunidad.

En enero del 2020 entró en vigor una reforma a la ley en la que se les reconoce como titulares de los derechos de las obras que manifiesten elementos de la cultura e identidad de los pueblos a que se refiere el artículo segundo constitucional (aquellos que descienden de poblaciones que habitaban en el territorio actual del país al iniciarse la colonización y que conservan sus propias instituciones sociales, económicas, culturales y políticas) y se protege en contra de la explotación sin la autorización por escrito del pueblo titular y contra su deformación, hecha con objeto de causar demérito o perjuicio a la reputación o imagen de la comunidad o pueblo al cual pertenece.

Sin embargo, no fue suficiente, limitaron la posibilidad del libre uso de los diseños artesanales para someterse a una decisión de una asamblea comunitaria, sin existir un registro de las manifestaciones culturales en el país y menos un padrón de personas que conforman cada comunidad. Peor aún, se estableció que, para estar en posibilidades de comercializar estas expresiones, debe existir autorización del autor y, de no encontrarse, la Secretaría de Cultura será la encargada de dicha permisión, violentando derechos culturales de los artesanos.

Pese a la cantidad de recursos naturales y culturales con que cuenta el país, la protección de sus artesanías es carente, no se ha logrado una protección completa, a fin de otorgar mecanismos suficientes de protección, con lo que de seguir igual podría contribuir a su deterioro o conseguir que se pierdan de forma definitiva los conocimientos y expresiones tradicionales, que deberían tener valor para la humanidad y, sobre todo, para el pueblo mexicano.

Es fundamental que exista corresponsabilidad con la sociedad y el gobierno mexicano, para preservar conocimientos tradicionales, identificarlos, asegurar su transmisión y la promoción de la herencia cultural, valorando el esfuerzo de los artesanos, adquiriendo los productos a un valor justo, y considerar la protección contra la apropiación ilícita de terceros respecto a los beneficios que generan.

Muchas felicidades por estos 10 años a Stratega Business Magazine y gracias a su equipo por la confianza, es una revista de excelencia y con un futuro alentador para seguir siendo el medio por el que se transmiten nuestras ideas, logros y conocimientos.

EL FEMINISMO RADICAL

Por: ***MDC. Daniela Paz Aguirre***
Maestra en Derecho Constitucional y Derechos Humanos, por la Universidad Panamericana de México / ***dannypaz1107@gmail.com***

Me parece que una de las importantes desavenencias del progreso del feminismo es la estigmatización del término "feminismo radical", que sugiere el uso de la fuerza, el extremismo y la equívoca idea de que el hombre es el enemigo como elementos indispensables para lograr la completa emancipación de la mujer.

De tal suerte, el término radical ha sido mal entendido como sinónimo de violencia ideológica, no sólo desde la perspectiva de las y los espectadores del movimiento, sino desde el panorama de ciertas "militantes", quienes se valen de la etiqueta del *radfem* para legitimar acciones misándricas a lo aparentemente planteado; obstaculizando, por lo tanto, la verdadera causa.

Para entender el contexto, habría que empezar definiendo que radical proviene del latín *radicalis* y hace alusión a la raíz, implicaría ir a la raíz de la opresión. La violencia como equivalente a la radicalidad está presente en la percepción social del movimiento feminista, demeritando progresos estructurales y restando empatía.

Lo anterior lo explica muy bien Valeria de Dios Mendoza, activista y abogada, en su artículo "*¿Qué es realmente el feminismo radical?*": "El feminismo radical, como es interpretado y aplicado actualmente por estos sectores, fracasa indudablemente respecto a su cometido fundamental. Los movimientos que se empeñan en establecer al hombre como la raíz de todos los males que aquejan a la mujer, carecen paradójicamente de la dosis de radicalidad, ya que se muestran incapacitados para identificar la verdadera raíz del problema, la cual se encuentra situada en el sistema y no en la naturaleza del 'ser hombre'".

La violencia de género no es algo nuevo, durante siglos ha sido una constante opresión de un sistema patriarcal que va desde las pequeñas acciones machistas dentro del hogar y que se extiende a la vida pública, mostrando sus peores caras en las altas cifras de feminicidios cometidos. Sin embargo, la oposición hombre-mujer no ha sido suficiente para cambiar la brutal realidad que vivimos, contrario a toda lógica, a la par que sube de tono el extremismo aumentan las cifras de muertes. ¿Es entonces la agresión una manera de erradicar el machismo? ¿Se debe combatir el fuego con fuego?

Como abogada y feminista, considero que el verdadero avance y progreso del movimiento se basa en los cambios reales, tangibles y medibles de la normativa judicial y de la correcta impartición de justicia, no en los movimientos de redes sociales ni en las declaraciones a través de medios digitales carentes de valor jurídico ni en los actos agresivos en contra del hombre, pues no sientan precedentes legales en la lucha por la equidad de género.

No obstante, soy consciente de que, para que lo anterior suceda, debe existir una responsabilidad intrínseca del Estado de garantizar la protección de los derechos humanos de las mujeres, adelantándose con políticas públicas que impulsen la perspectiva de género en todos los ámbitos, pues resulta incongruente que se pida una disminución del extremismo, si el propio Estado es ciego ante la petición de una vida digna y un trato igualitario. Entendiendo que la igualdad no significa que todas las personas sean semejantes entre sí ni que tengan las mismas posibilidades para el desarrollo personal y social, sino que se reconozcan las diferencias y se dote de herramientas para la equiparación del goce de los derechos.

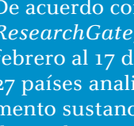
Dicho de otra forma, el Estado tiene que reconocer que existe una práctica sistémica de la violencia contra la mujer y debe visibilizarlo, proporcionar la protección adecuada de sus derechos, dotándole de un mayor amparo por ser un sector de la sociedad constantemente atacado.

Es innegable que seguimos siendo un grupo vulnerado, pero la situación es responsabilidad del hombre y la mujer, y es tarea de ambos cuestionarla y cambiarla desde la raíz. Ahí es donde se presume la radicalización del movimiento, no en el discurso superficial de odio en contra del sexo masculino que no modifica la estructura opresora, sino que impide que los hombres se sumen a la causa y fragmenta la unión femenina, respecto de aquellas que no se sienten identificadas.

El enfrentamiento entre el hombre y la mujer puede suavizarse si se reconoce que ambos compartimos una cualidad *a priori* al género: la de ser personas.

¡Felicidades a Stratega Business Magazine por su edición número 50! Es para mí un placer y un honor escribir a lado de grandes tintas, que con su experiencia enriquecen el bagaje cultural de los lectores. ¡Por muchas ediciones más!

¿PORNOGRAFÍA ÉTICA?



Por: ***LCC. Gabriel Moreno Rodríguez***
Productor; académico en el ITESM; director de noticias;
analista en temas de tecnología y CEO / ***@gabofanfare***

Mientras gran parte del mundo sigue sufriendo los estragos económicos que ha dejado el COVID-19, hay industrias que han demostrado ser contracíclicas a lo que pasa actualmente en el mercado, tal es el caso del entretenimiento para adultos. Y es que desde los primeros meses del 2020 Pornhub reportaba un incremento en el consumo de contenido pornográfico del 11.6% en marzo 17 del 2020, comparado con la misma fecha del año anterior.

De acuerdo con datos recabados por *ResearchGate*, durante el periodo del 24 de febrero al 17 de marzo del año pasado, en 27 países analizados se registró un incremento sustancial en el consumo de este tipo de productos que iba desde el 4% al 24% en sitios como el anteriormente mencionado.

Sin embargo, los paros de actividades que han derivado de la pandemia han hecho que el crecimiento económico que vive el entretenimiento para adultos se diera de maneras distintas. Siendo que el aislamiento social, en un principio, significó que miles de actores porno sin trabajo aprovecharan sus redes sociales y los números tan importantes de seguidores que poseen dando paso a la detonación de nuevas formas de producir material.

Actualmente, tanto profesionales como aficionados graban sus videos, aprovechando la pausa en que se encuentran los estudios y agencias de modelos. En una entrevista para *Forbes*, la actriz y embajadora de redes MelRose Michaels decía que "todo se ha acomodado a favor de los actores, ya que el aislamiento en casa y el paro en estudios profesionales le ha dado tiempo a miles de hombres y mujeres para aprender a grabarse, editarse y promocionar sus propios contenidos en los cientos de plataformas disponibles".

Tan sólo en los primeros meses de la contingencia sanitaria, sitios como FanCentro, IsMyGirl y OnlyFans reportaron incrementos en ganancias de hasta 83%.

Al cierre del 2020, *Bloomberg* reportaba que OnlyFans –sitio donde usuarios comparten videos, fotografías y comunicación personalizada con sus clientes mediante un esquema de suscripción y pago por ver– cerró sus ganancias en 2 billones de dólares.

Pero mientras la pornografía crecía y era consumida con mayor frecuencia durante el año pasado, también nuevos puntos de discusión cobraron fuerza, como lo es la producción y distribución ética de material para adultos.

De acuerdo con Covenant Eyes, 88% de las escenas en películas porno incluyen actos de agresión física y en Pornhub más del 80% de su contenido es subido por usuarios anónimos y, en muchas ocasiones, viola derechos de autor o, peor aún, es protagonizado por personas que no dieron su consentimiento o menores de edad.

La controversia tomó un giro importante a finales del año pasado cuando VISA y Mastercard retiraron sus modalidades de pago a esta plataforma y sitios asociados. Lo anterior derivó en que dicho dominio borrara un estimado de 13.5 millones de videos de sus redes, propiedad de todos aquellos usuarios que no estuvieran verificados. Lo anterior significó uno de los pasos más importantes para erradicar del ojo público la distribución de material que no sólo es ilegal, sino que también afecta la integridad de millones de hombres y mujeres en todo el mundo.

Por todo lo anterior no es poco estimar que 2020 fue un año que cambió para siempre la industria pornográfica, desde la manera en que se produce contenido como las discusiones éticas y sociales que se pusieron sobre la mesa con el caso de Pornhub, es por ello que al final del 2021 veremos un panorama completamente distinto en este importante mercado económico.

LOS PARADIGMAS QUE HAN CAMBIADO EL ENTRETENIMIENTO PARA ADULTOS

Servir como un referente en la toma de decisiones de emprendedores y empresarios no es un trabajo sencillo y es justo decir que, desde su creación, Stratega Business Magazine ha hecho un trabajo excelente en dicha misión. Felicito por un año más cumplido a todos los que formamos parte de esta importante publicación, así como a todos nuestros lectores. ¡Que vengan más éxitos!

EL MANUAL CT DEL K-POP

CULTURA Y TECNOLOGÍA PARA POTENCIAR LA ECONOMÍA

Por: ***LI. José Eduardo Carrillo Castillo***
Gerente de sistemas e informática STRATEGA Consultores
eduardo.carrillo@strategamagazine.com

El 25 de mayo del 2020, en un vecindario de Minneapolis, cuatro policías arrestaron a George Floyd presuntamente por falsificación de un billete de 20 dólares, durante 9 minutos uno de ellos presionó su rodilla contra el cuello de Floyd provocando su muerte por asfixia; con este acto, considerado por la comunidad afroamericana como racismo, se reavivó el movimiento Black Lives Matter, que tuvo sus orígenes en el 2013, tras la absolución del asesino de Trayvon Martin. Los acontecimientos de Minneapolis inmediatamente se hicieron tendencia en redes sociales con el *hashtag* #BlackLivesMatter, el cual se comenzó a utilizar para apoyar marchas y manifestaciones en contra del racismo y la xenofobia, se convirtió en una etiqueta que polarizó los mensajes de odio y apoyo hacia el movimiento, de este conflicto surgieron inesperados aliados: los fans del *k-pop*.

El *k-pop* es un género musical que nació en unos de los países más influyentes de Asia, Corea del Sur; a finales de los años 90 tomó auge y fue Lee Soo-Man quien vio la oportunidad de negocio detrás de esta industria cultural. Bajo el contexto de que carece de recursos naturales, el país buscaba potenciar el capital intelectual, es decir, preparar en mayor medida a sus estudiantes para fomentar el desarrollo de tecnologías y herramientas disruptivas. La visión del productor musical radica en fabricar un arma tecnológica para lograr una influencia que beneficie los intereses coreanos en el escenario internacional que, a su vez, propone crear una nación libre de impuestos por medio de la comercialización de la música y el entretenimiento, generando un medio para ejercer el poder blando de su gobierno hacia los demás territorios.

Con estos argumentos, Lee elabora un manual de Tecnología Cultural (CT), el cual no deja nada a la casualidad, pues explica cómo hacer música, grabar y editar videos, qué ropa deben vestir los artistas, cuál comida deben consumir, cuántos kilos deben pesar y hasta con qué tipo de personas tienen que convivir; de aquí surgen las empresas para formar *Idols*, artistas diseñados para influenciar a los jóvenes, a través de sus talentos. El grupo BTS es un claro ejemplo de la cosecha de la visión de Lee Soo-Man, formado desde las bases del manual CT y mezclado con el enfoque de grandes obras literarias, como evidencia, el álbum *Wings* fue inspirado en el libro *Demian*, de Hermann Hesse; además, el grupo tiene uno de los discos más vendidos del mundo, *Map of the Soul: 7*. BTS forma parte de la empresa de entretenimiento Big Hit, que hoy en día cotiza en la bolsa de valores de Corea. Diseñar un *Idol* de *k-pop* tiene un costo de, aproximadamente, 3 millones de dólares, bajo el margen de que sólo 1 de cada 10 jóvenes reclutados logrará el éxito y la fama.

La estrategia de exportar cultura y tecnología del manual CT con el fin de aplicar influencia en el mundo tiene sentido cuando observamos que los *fans* internacionales de BTS –que se hacen llamar BTS Army–, por medio de redes sociales como Twitter, lograron apagar discursos de odio de personas racistas contra el movimiento Black Lives Matter y han bajado de las tendencias globales *hashtags* potenciados por el expresidente de Estados Unidos, Donald Trump; tanto son tomados en cuenta por el gobierno de Corea, que uno de los miembros de BTS logró evitar el servicio militar, el cual, por ley, todos los jóvenes de entre 18 y 28 años deben cumplir de manera obligatoria, pero fue tal la presión de sus admiradores, mezclada con el interés político-económico de Corea del Sur, que cambiaron la ley para darle una prórroga a los integrantes de la banda para que puedan realizarlo a los 30 años.

El famoso medio de comunicación *The guardian* publicó el artículo "How US *K-pop* fans became a political force to be reckoned with", en el cual ponen en evidencia cómo los *fans* del *k-pop* en Estados Unidos se organizaron para comprar todas las entradas a un mitin político de Donald Trump, con el objetivo de no asistir y boicotear el evento. El fuerte activismo de los seguidores de las bandas *k-pop* creadas a través del manual CT debería dejar en claro que valdrá la pena seguir de cerca, tanto en lo económico como en lo político, el uso de la cultura del entretenimiento coreano con fines de influencia internacional por ejercer el poder blando, ya que en México no somos tan ajenos a los movimientos del BTS Army, al menos una vez a la semana han logrado posicionarse en el *trending topic* de Twitter, inundando dicha red de fotos y menciones para apagar tendencias políticas.

Por cierto... ¿ya notaste cuántas series de K-Drama hay en el catálogo de Netflix?

La revista me ha ayudado a seguir ejerciendo, desde la praxis, los conocimientos que en mi profesión se necesitan adquirir día a día para estar consciente de las tendencias tecnológicas hacia las que el mundo apunta, por este motivo estoy más que agradecido con mi experiencia. Muchas gracias por la oportunidad y ¡felicidades a Stratega Business Magazine por su edición número 50!

SMART OFFICE

Ya sea desde casa o de vuelta a la oficina, convierte tu espacio en uno divertido e inteligente con estos tres gadgets.

Por: ***MDM. Andrés Carrillo***
Especialista en marketing digital
linkedin.com/in/andrescarrillop

Chromecast with Google TV

Incluso cuando Google fue uno de los pioneros en transmisión de video a televisión con el Chromecast, siete años después existen un sinfín de dispositivos con opciones más interesantes, como Roku, Apple TV o el Fire TV Stick de Amazon. Por esta razón, la empresa está presentando el nuevo Chromecast con Google TV integrado, que contiene una nueva interfaz y permite consumir contenido de proveedores como YouTube, Disney+, Netflix en 4K HDR y en un sólo lugar. También es posible, con un adaptador, añadir una cámara web y cualquier periférico como teclado y mouse, convirtiéndolo en una solución para videoconferencias en la oficina o en la casa, un control para *gaming* directamente en la TV o en plataformas remotas como Google Stadia, además de integrar Google Assistant desde su control remoto con diseño minimalista.

URL: store.google.com

Precio: 50 USD

Sisyphus table

Si alguna vez ha existido una pieza decorativa o de mobiliario funcional y que, además, sirva para comenzar una conversación, esa es la Sisyphus table. Es una mesa iluminada e inteligente que, por medio de una bola metálica sobre una cama de arena, dibuja patrones interminables aleatorios o preprogramados debajo de una superficie de cristal. Se puede controlar la velocidad con la que crea los diseños, la intensidad de la luz o agregar nuevos patrones directamente desde la app. Provoca un efecto hipnótico y relajante, gracias a un robot que controla brazos mecánicos y una serie de imanes escondidos bajo la superficie visible, emulando el viaje del rey Sísifo de la mitología griega, quien por haber engañado a la muerte fue castigado por Zeus, enviándolo al inframundo y obligándolo a llevar una roca colina arriba por toda la eternidad.

URL: sisyphus-industries.com

Precio: Desde 595 USD

Sony LSPX-S2 Glass Sound Speaker

Cuando escuchamos bocina de audio de alta definición, pocas veces lo asociamos con un diseño elegante, sobrio y funcional; los altavoces de vidrio Sony LSPX-S2 cuentan con un driver de 35 mm, un radiador de audio pasivo, un tubo de cristal que actúa como un *tweeter* para todas las frecuencias altas de tu música, videoconferencia o historias de Instagram y que permite emitir sonido en 360º. Cuenta con iluminación integrada con 32 niveles de brillo, Wi-Fi, Bluetooth, NFC y una batería con duración de hasta 8 horas, asimismo, permite emparejar dos unidades para sonido estéreo o varias unidades para sonido multicuarto.

URL: sony.com

Precio: 450 USD

Escribir para Stratega por más de 5 años ha sido una experiencia increíble, desde ese mensaje para una prueba de redacción, la búsqueda de gadgets para nuestros lectores y la apertura de todo el equipo a intentar cosas diferentes ha sido súper refrescante y una genial oportunidad. Stratega tiene siempre un enfoque en temas actuales, frescos y de interés para cualquier profesional que quiere estar actualizado. Mil gracias al equipo Stratega y ¡muchos años más!

LA IMPRESIÓN DEL TIEMPO

Por: ***MDG. Irma Carrillo Chávez***
Maestra investigadora UASLP
@IrmaCarrilloCh

La presencia de los calendarios en la vida cotidiana es imprescindible. Nos ayudan a saber en dónde estamos parados con respecto al tiempo transcurrido y el porvenir. Muchos comercios y negocios, normalmente de corte popular como carnicerías, fruterías, zapaterías, farmacias o tienditas de abarrotes, agradecían la preferencia de sus clientes durante el año obsequiando un calendario, que solía ser de pared. En él, se podían consultar, además de la fecha, los fenómenos meteorológicos y astronómicos del año y el indispensable santoral.

Los calendarios iban acompañados, en su estructura, por un cromo o litografía, la cual podía incluso recortarse y enmarcarse para decorar el hogar o la oficina. Los temas eran muy variados, había paisajes bucólicos, santos, advocaciones virginales –no podían faltar *La leyenda de los volcanes*, la Guadalupana o la conocida escena de *El buen pastor*– y, por supuesto, los causantes de más de un microinfarto para las familias de buenas costumbres: los calendarios de talleres mecánicos, de bicicletas o de expendedoras de gasolina o petróleo, los cuales mostraban voluptuosas damiselas escasas de vestimenta o, de plano, enseñando sus atributos como Dios las trajo al mundo.

Hoy en día, esos cromos estarían dentro una clasificación sobre violencia de género para mayor tristeza de los varones.

No olvidemos tampoco el maravilloso almanaque conocido como *El calendario del más antiguo Galván*, cuyo nombre nos remite a aquellas imprentas decimonónicas, para mayor referencia la imprenta de don Mariano Galván, de donde salían miles de ejemplares encuadernados en rústica. El calendario de Galván se editó por primera vez en 1826 y se puede seguir adquiriendo en puestos de revistas, por lo que es considerada una de las publicaciones más constantes del país. Se podían consultar diversos datos sobre los calendarios solares y lunares, movimientos planetarios y estelares, eras y ciclos cronológicos y, en general, todos los fenómenos astronómicos del año en curso. Es importante destacar que, en la información contenida, se agregaba todo lo relacionado con fiestas, jubileos y preceptos de la religión católica, por lo que era necesario acotar en su portada que "los cultos consignados en este calendario son los que se han acostumbrado generalmente". Además, algunas ediciones contaban las terribles historias de los martirios de los santos, por lo que era obligado comprarlo junto con el catecismo de Ripalda.

Además del de Galván, los calendarios de don Jesús Helguera eran los más esperados. Fueron promovidos por la cigarrera La Moderna, fábrica que produjo marcas como Del Prado, Viceroy o Raleigh, y requerían de un proceso de producción complejo, ya que se le daba al pintor el tema del año y él organizaba la escena como si fuera producción cinematográfica. Helguera produjo una gran cantidad de cromos, entre los que destacan, además de la mencionada *Leyenda de los volcanes*, los que mostraban un ideal del mundo prehispánico, como *El caballero azteca* y *El flechador del sol*, además de alegorías a la madre patria y al padre Hidalgo enarbolando el estandarte, escenas metafóricas que coadyuvaron a incrementar el llamado nacionalismo.

Los calendarios van muriendo poco a poco, se pierden en el tiempo que tanto señalaron, pero son recordados en lugares como el Museo del Calendario, en Querétaro, donde usted podrá disfrutar de un maravilloso recorrido por el pasado.

La continuidad en una publicación requiere del esfuerzo de los editores y colaboradores por lo que va mi felicitación a la revista Stratega por haber llegado al No. 50.
¡Que sigan muchos más!

LIBROS ELECTRÓNICOS, DEL PAPEL A LA PANTALLA

Por: ***Leticia Ortega Zwittag***
Cuentista, copywritter, periodista y fotógrafa independiente / ***leticia@strategamagazine.com***

Los libros electrónicos resultan una herramienta útil para fomentar la lectura, ahorran espacio, costos y son de fácil manejo; pueden consultarse desde tu computadora, teléfono inteligente, *e-reader*, tableta y, en estos tiempos de coronavirus, representan una alternativa para adquirir material de forma inmediata, sin salir de casa ni batallar con mensajerías.

Si bien en nuestro país hay pocos lectores, de acuerdo con el Inegi, en promedio, por persona, se leen 3.4 libros al año, y la pandemia afectó de forma negativa a la industria editorial mexicana, no todo está perdido. Cierto es que 2020 fue complicado, la agencia Nielsen Bookscan México mostró los resultados del año pasado por ventas de libros físicos en términos de volumen y de valor, según información de Ricardo Quiroga, para *El Economista*, "en el año se vendieron 13 millones 801,845 ejemplares impresos por los que hubo una facturación de 3,033 millones 587,412 pesos", esto representa que, comparado con 2019, para el mercado en los puntos de venta se presentaron déficits anuales de -23.5% en volumen y de -20% en valor. De cualquier manera, los libros siguen y seguirán existiendo, y no sólo los impresos.

Aunque todavía hay rechazo hacia los *e-books*, la población lectora en formato digital se incrementó de 7.3% a 12.3% en los últimos cinco levantamientos (captación de los datos de la encuesta) del Módulo de Lectura (Molec), gracias al uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Y, con base en las estimaciones de la Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana (Caniem), el comercio digital pasó del 2% antes de la contingencia al 5% o 6%.

¿Qué es un libro electrónico?
Project Gutenberg fue el primer proveedor de libros electrónicos gratuitos; Michael Hart, su fundador, inventó los *e-books* en 1971, los cuales comenzaron a ser populares en 2007, cuando Amazon lanzó su famoso *e-reader*, llamado Kindle; en 2009 y 2010 llegaron Nook, de Barnes & Noble, y Kobo, de Rakuten, para generar competencia.

Entre sus características destacan:
Amigable con el medio ambiente. Los materiales impresos contribuyen con la deforestación mundial.
Disponibilidad. Adquiere el título que quieras en cualquier momento, sin importar la hora y desde cualquier lugar.
Durabilidad. Se pueden descargar las veces que quieras y tu ejemplar no se romperá ni se desgastará. Es más, lo puedes compartir sin perderlo.
Económico. Los libros digitales son más baratos que los físicos, además, ahorrarás espacio de almacenaje y tampoco requieres libreros o cajas para ordenarlos.
Fluidez. Es posible leer en cualquier tamaño de pantalla y el texto se ajusta de manera automática; no se reduce el documento, como sucede con el PDF.
Formato. El texto se acomoda a las necesidades del lector, en cuanto al tamaño y tipo de fuente, y el color del fondo.
Sincronización. Podremos pasar de un dispositivo a otro con facilidad –si comparten sistema operativo– y, gracias a Internet, mantener notas o marcas, así como la página en la que va la lectura.

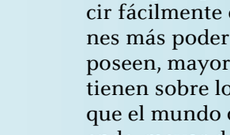
¿Por qué no son gratuitos?
La impresión no es lo único que influye en el precio de un libro. Escribir una obra representa tiempo y recursos –creativos y económicos– para el autor; una vez terminada, pasa por diversos procesos, como revisión del editor, corrección de estilo y diseño, indispensables para que llegue a tus manos en condiciones óptimas. Estos servicios son realizados por expertos y tienen costo.

Así que más allá del nostálgico aroma que nos regalan los libros impresos, los *e-books* representan una opción para hacer de la lectura una actividad accesible para todos y sacarle provecho a la tecnología. S

¡Felicidades a Stratega Business Magazine por llegar a 50 números! Una revista que no sólo ofrece contenido actual, sino que resulta una excelente guía para emprendedores. ¡Gracias por permitirme ser parte de este proyecto!

AGUA

SU IMPORTANCIA Y VALOR EN EL MERCADO



Por: ***IQ. David Daniel Andrade***
Gerente de Proyectos en Industria Automotriz EUA
daviddaniel.andrade@outlook.com

Es increíble saber cómo el hombre puede cotizar todo bien que existe en este planeta, creyendo así que es poseedor, por principio, de cualquier cosa que hay en él, sin detenerse a pensar en si esto es cierto o no. Las implicaciones que conlleva son tan abrumadoras como alarmantes, pues, siguiendo esta lógica, podemos deducir fácilmente que quienes más poder adquisitivo poseen, mayores derechos tienen sobre los recursos que el mundo ofrece y, por ende, mayor derecho tienen de vivir en él.

A finales del año pasado una nota llamó mi atención de manera inmediata, y fue sobre la cotización del agua y su entrada a la bolsa de valores. Si bien es cierto que este recurso siempre ha tenido un costo en sí, ya sea como insumo o por su uso, nunca había sido un sector donde se mueve la economía mundial, esto provoca que su utilidad, precio y distribución sean puestos en un foco de interés no sólo ambiental-político, sino económico, permitiendo que este líquido cambie de ser un recurso natural a uno capital.

¿De qué manera sucede esto? Primero tendríamos que entender cómo funciona la bolsa de valores, un entorno donde cotizan distintos productos, empresas y entidades pertenecientes a mercados específicos, ya sea de materias primas, bolsa de futuros y bolsa de valores, por mencionar algunas, moviendo su precio según la oferta y demanda que tengan. Otro principio bastante simple es que entre más solicitado sea algún activo, mayor será su costo. Habiendo comprendido esto, no es difícil deducir que el vital fluido, el cual ha ido en decremento con el paso del tiempo, aumente su precio por esta razón, comenzando a ser cada vez más caro.

En un inicio, el precio del agua abrió en el mercado con un valor estimado de 10 mil pesos por aproximadamente 1.23 millones de litros. Parece poco, por la cantidad de la cual hablamos, pero es aquí donde entran en juego especulaciones acerca de la futura fluctuación de este mercado, basadas en la escasez proyectada. Hoy en día, hay quienes consideran que el negocio de este llamado oro azul jamás será remunerable por meras cuestiones de costos logísticos, sin embargo, si se considera que su valor está también al alcance de aquellos que obtienen las concesiones para su uso a grandes escalas, se ha comenzado a temer cualquier posible "mala praxis" para hacer esto rentable, tomando en cuenta que el mercado sabe de comercio y no de valores ambientales.

La Organización de las Naciones Unidas reconoció el derecho al agua potable desde el año 2010 y hay más de 2.2 millones de personas sin acceso a ella, prueba de que incluso con las existentes y las posibles políticas de protección, los riesgos siguen latentes.

Un ejemplo de cómo su manejo puede afectar al resto del mundo es la reciente tensión entre México y Estados Unidos, donde existe el tratado que regula de qué manera debe repartirse el contenido de los ríos Bravo y Colorado (los cuales se encuentran en los límites de las fronteras), de esta forma se obliga a nuestro país a abastecer al estado de California con las reservas de la Presa de la Boquilla, en Chihuahua. Poniendo en peligro los sectores agrarios de la región, causando una reacción en cadena y demostrando que cualquier privatización, control y uso de este sector tendrá afectaciones en otras áreas políticas, económicas y, aún más importante, ecológicas.

De manera recurrente se nos olvida que el dinero nos puede proveer de comodidades, pero no es, estrictamente hablando, una fuente de vida. Por ahora, será interesante atestiguar cómo progresa esta situación, y si el ser humano comienza a pensar que su efectivo no será lo que asegure su supervivencia, cuando los recursos naturales se agoten.

En esta edición 50 quiero agradecer al grupo de Stratega Business Magazine por permitirme formar parte de su excelente equipo de columnistas, y por brindarme un espacio donde puedo expresar mis opiniones ambientales. Por sobre todo, quisiera agradecerles a ustedes los lectores, ya que son los que han hecho posible llegar hasta aquí, ya sea por interés o casualidad, nos han dedicado su tiempo y atención lo cual es definitivamente invaluable. ¡Gracias!

¿ORGÁNICO O CONVENCIONAL?

LO QUE REALMENTE AMBOS MERCADOS OFRECEN

Por: ***ME. Alejandra Haro Mejía***
Química analista, emprendedora y fundadora de inspanish.net
@aleHaMe

Frente al dilema entre elegir un producto orgánico o uno convencional, algunos consumidores optan por los precios accesibles, la mejor variedad y duración de lo convencional; mientras que otros relacionan los orgánicos a un mejor sabor, mayor seguridad y nutrición.

Los alimentos orgánicos se producen a través de prácticas agrícolas en las que se utilizan sustancias naturales, no contienen aditivos ni conservantes, y no están modificados genéticamente. Por lo tanto, ¿son de mayor calidad?, el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (Senasica) responde a esta pregunta lo siguiente: "De acuerdo a Rembialkowska, en su artículo *La calidad de los alimentos producidos orgánicamente*, la calidad puede considerarse una característica compleja de los alimentos, que determina su valor o aceptabilidad para los consumidores. Desde un punto de vista integral, puede considerarse que los productos orgánicos diferencian su calidad al poseer valores adicionales, como los beneficios al ambiente y la justicia social".

La realidad es que no todos los productos orgánicos brindan beneficios sustanciales en comparación a los convencionales. Los estudios comparativos son tan diversos y los resultados inconsistentes como para poder emitir un juicio concluyente.

Aun siendo tema de muchas investigaciones, no existe información suficiente para afirmar que las frutas y verduras orgánicas son más saludables, la diferencia en niveles de vitaminas y minerales no es significativa y su cultivo no afecta el sabor. El consumo de este tipo de alimentos puede reducir el contacto con residuos químicos y plaguicidas, sin embargo, los beneficios que brinda sobrepasan los riesgos de ingerirlos sin un certificado ecológico.

Al comprar productos orgánicos de origen animal se evitan los antibióticos y las hormonas que se administran en las granjas mediante otros métodos, y los lácteos suelen contener más ácidos grasos Omega-3, hierro y vitamina E; no obstante, poseen menor cantidad de selenio y yodo, esenciales para el funcionamiento del sistema nervioso y la tiroides.

En cuanto a los procesados como: galletas, cereales y refrescos, frecuentemente contienen igual cantidad de calorías, azúcar y sal que los convencionales; sólo son de una calidad ligeramente superior.

Pese a los pros y los contras, el primer inconveniente que los consumidores enfrentan es el precio. Los productos orgánicos tienen un costo mayor debido a que la mano de obra es más intensa, se paga más por la alimentación animal y, a diferencia de la agricultura tradicional que hace uso de toda su tierra para sembrar, los agricultores rotan sus cultivos para mantener el suelo saludable. Por ende, el rendimiento de su labor suele ser menor; este tipo de granjas producen 25% menos.

Entonces, ¿por qué la demanda aumenta continuamente, así como su expansión a más categorías en el mercado? La respuesta es simple: la integridad de los productos orgánicos es altamente apreciada por los consumidores.

La obtención de artículos confiables, certificados y sustentables se ha convertido en prioridad de muchos ante un panorama donde padecimientos cardiacos e inmunológicos van en aumento, y enfermedades como el cáncer y la influenza son una amenaza. El precio no es tan importante cuando se busca salud general y prevención de enfermedades.

Aunado a esto, el calentamiento global ha sensibilizado al público y ha despertado el interés por artículos que garanticen el respeto ambiental y propicien una economía sostenible, lo cual da ventaja a las prácticas orgánicas, al ser diseñadas para reducir la contaminación y preservar la biodiversidad, los ecosistemas locales y la salud del suelo.

¿Orgánico o convencional? Ambos mercados pueden ofrecer calidad. La decisión se debe tomar en función a preferencias y valores personales.

En esta su edición 50, externo mis más cordiales felicitaciones a Stratega Business Magazine y a todos sus colaboradores por sus 10 años de compromiso, profesionalismo y veracidad. ¡Enhorabuena!

EL PLOMO EN TU SANGRE

Por: ***MSP. María Jocelyn Bravo Ruvalcaba***
Médica egresada de la UASLP; maestra en Salud Pública por la Escuela de Salud Pública de México, del INSP / *@Ma_joshyta*

"No podemos esperar a que gente como yo crezca y seamos los que estemos a cargo de todo; hay que actuar ahora".
Greta Thunberg

Con el número 82 en la tabla periódica está el plomo (Pb), metal pesado que se encuentra de forma natural en la Tierra y que, gracias a sus propiedades fisicoquímicas, ha sido ampliamente utilizado por la humanidad desde tiempos antiguos, en esmaltes, pinturas, minería, elaboración de vasijas, tuberías y monedas, entre otros insumos. Gracias a la evidencia científica en la isla de Groenlandia, se sabe que su concentración en el ambiente ha ido en aumento más de mil veces con la actividad humana, e inclusive ha alcanzado altos niveles atmosféricos desde la época de los egipcios, griegos, romanos, pasando por la Edad Media y la Revolución Industrial, hasta nuestros días.

Empero a la gran diversidad de usos de este elemento, se tienen registros del siglo II a. C. por el griego Nicandro de Colofón, quien describe los síntomas relacionados a la intoxicación por plomo como malestares gastrointestinales y neurológicos, irónicamente también fue ampliamente utilizado por su capacidad edulcorante en la preparación del vino, lo que ha dado pauta a teorizar que, derivado de sus efectos adversos y la gran cantidad de ingesta de esta bebida, pudo contribuir a la decadencia del imperio romano. Otros datos curiosos presuponen dificultades de fertilidad secundarias a envenenamiento por este metal en Julio César y Octavio Augusto, por el consumo de vino; lo mismo que los problemas gastrointestinales y de comportamiento errático en Beethoven; al igual que muertes prematuras en pintores como Caravaggio, por el aditivo en las pinturas.

Actualmente, es liberado al ambiente por minas, fábricas de manufactura –como la industria automotriz–, cuando se quema carbón o petróleo, de ahí que en la década de los 80 se realizarán en México una serie de reformas para la reducción del plomo en la gasolina; también se puede encontrar en el suelo y el agua por desprendimiento de pinturas de casas, edificios o estructuras, al igual que en plaguicidas y cañerías. Y una vez en el entorno, al no degradarse, entra en la cadena alimenticia en plantas y animales, acumulándose y magnificando sus concentraciones en cada nivel.

En México, además de la contaminación, la ingesta de alimentos y agua contaminada o el uso ilegal en la elaboración de juguetes y utensilios escolares, desde hace algunas décadas es reconocida la intoxicación por plomo como un problema de salud por el uso en la preparación de alimentos en barro vidriado.

A través de la boca, la respiración y en menor cantidad por la piel es como entra este elemento a nuestro cuerpo, acumulándose en diversos órganos como el hígado, los riñones o el cerebro, pero principalmente en huesos y dientes. Las mujeres embarazadas, niñas y niños son las personas más susceptibles a sus efectos tóxicos, afectando principalmente, en estos últimos, su capacidad intelectual y con ello el desempeño escolar; también puede ocasionar anemia, problemas renales e inclusive se ha descrito como causa de un incremento en las conductas violentas.

La *Norma Oficial Mexicana NOM-199-SSA1-2000, Salud ambiental. Niveles de plomo en sangre y acciones como criterios para proteger la salud de la población expuesta no ocupacionalmente* establece para la concentración en sangre en niñas, niños y mujeres embarazadas y en periodo de lactancia, 5 µg/dl (microgramos de plomo por decilitro de sangre). El problema es que en los resultados nacionales de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2018-19 (Ensanut), se encontraron concentraciones de Pb en sangre en personas de entre 1 y 4 años de edad desde 3.3 hasta 36.6 µg/dl, dentro de las cuales un 17.4% tuvieron valores por encima de la Norma, lo que se traduce en más de un millón de niñas y niños perjudicados.

La buena noticia es que a través de una determinación de plomo en sangre se puede identificar si hay intoxicación e iniciar un tratamiento médico, no obstante, la prevención es nuestra máxima y lo más importante será la reducción de las exposiciones al estar al tanto de las fuentes (para lo cual la regulación a la industria y el comercio son acciones clave) y evitar la exposición, así como tener una dieta balanceada, como la que emite la Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos y que pueden consultar en https://www.epa.gov/sites/production/files/documents/nutritionsp.pdf

En esta quincuagésima edición envío mis más sinceras felicitaciones a todo el equipo que hace posible la emisión de la revista, y a las y los lectores que se toman el tiempo de leernos, así como agradecer la oportunidad de brindarnos un espacio para poder informar y contribuir en el desarrollo de una cultura de la salud.

LOS ESTADIOS MÁS

GRANDES DEL MUNDO

Por: ***LCC. Jorge Aguillón Rodríguez***
Periodista independiente; escritor de columnas en diversos medios informativos / ***@JorgeAR_RJ***

Para los amantes del deporte, el estadio es algo más que un simple recinto. Hay quienes viven la experiencia de asistir a una competencia como si fuera un gran ritual. Algunos en familia, otros con los amigos, incluso en solitario. Todo por estar ahí en el momento en el que las acciones se desarrollan.

No todo en esta vida es futbol, aunque para muchos este deporte es el más importante, sobre todo, en latitudes donde otros son los que atraen a las masas. En Estados Unidos, por ejemplo, el futbol americano o el béisbol llenan inmuebles; en Nueva Zelanda y Australia, el rugby es el rey absoluto; en la India, y ciertas regiones del medio oriente, disfrutan del criquet.

Existen diversos tipos de construcciones: grandes, medianas y pequeñas. Unas tienen más historia, otras han servido para llevar a cabo eventos no deportivos que siguen en la memoria del mundo. Por ejemplo, el Estadio Azteca, uno de los más significativos de México, y el vigésimo más grande del mundo, alberga partidos de futbol, no obstante, ha recibido a la NFL y a incontables artistas. Tiene una capacidad para 87 mil personas y entre las grandes historias que se alojan en sus pasillos están ver a Brasil y a Argentina coronarse en un mundial (70 y 86, respectivamente).

El estadio más grande del orbe está en Corea del Norte. Llamado Rungrado, este colosal edificio es la casa de la selección nacional de balompié. Cuenta con una pista de atletismo y podría organizar una gesta olímpica sin problemas. Tiene capacidad para 150 mil personas, un auténtico récord.

Le sigue el Motera Stadium, en la India. En este complejo principalmente se juega criquet y puede admitir a 110 mil espectadores. Algunas veces ha sido casa de la selección nacional de futbol.

Los tres siguientes del top 5 están en Estados Unidos y son universitarios. El Michigan Stadium puede recibir 107 mil almas; el Beaver Stadium, en Pennsylvania, 106 mil y el Ohio Stadium, 102 mil. Todos son de futbol americano y presumen de llenos totales durante las temporadas de la Liga Colegial.

Sólo por mencionarlos, entre los estadios de futbol más grandes del mundo destacan el Camp Nou, de Barcelona, y Wembley, en Londres, a los cuales pueden entrar 99 mil y 90 mil aficionados.

Tomando en cuenta la cantidad de gente que cabe y el atractivo del espectáculo que se presenta, es fácil inferir que las ganancias suelen ser muy grandes. Es válido agregar que esto cambia alrededor del planeta, donde los recintos, los precios y los eventos varían. Sin embargo, recordemos que no sólo se venden boletos.

Por ejemplo, durante la temporada 2014-2015, Old Trafford, casa del Manchester United, reportó ingresos de 132 millones de dólares por concepto de alimentos, y es que resulta increíble el flujo de dinero que existe en una fecha de evento.

Si se toma el Estadio Rungrado, usando cifras imaginarias, se puede obtener un ejemplo simple. Entrada, 200 pesos (sobra decir que los precios cambian por la zona del inmueble); playera nueva, 1,000 pesos (la mayoría tiene tiendas); un combo de comida rápida con bebida, 300 pesos (sin contar con el negocio de la cerveza, con variaciones de costo y producto).

En un escenario ideal estaríamos hablando de 1,500 pesos por persona multiplicado por la capacidad, lo que generaría 225 millones de pesos, en un día. Nada mal. Falta hablar de lo que cuesta construir cada estadio y abastecer los suministros para los eventos, pero ese es tema para otro artículo.

De algo se puede estar seguros, aquí se mueve mucho dinero.

Y SUS DEPORTES

Es un gran honor colaborar con Stratega y ser parte de una importante lista de columnistas y escritores. Esta es una revista seria con mucho trabajo detrás. He sido parte y testigo del crecimiento en los últimos años, y sólo puedo decir que ha sido un camino muy agradable. También aprovecho para agradecer a nuestros lectores, ya que sin ellos esto no tendría tanto valor. ¡Gracias totales!

WARNER VS. EL MUNDO

Por: ***Esteban Cortés Sánchez***
Compositor de música para cine y director de orquesta
lecscorp.com

El pasado 3 de diciembre Warner Bros. dio una noticia que cimbró al mundo de la farándula: las 17 películas que componen su producción cinematográfica para 2021 tendrían un debut "híbrido". A partir de su fecha de estreno, y durante 30 días, el público (al menos en Estados Unidos) podrá ver los largometrajes de uno de los estudios más emblemáticos de Hollywood tanto en el cine como en el servicio de Internet HBO Max el mismo día y sin costo extra, en el caso de hacerlo por *streaming*. Lo que es una respuesta obvia a la pandemia que se está viviendo, este movimiento de la casa del conejo Bugs es un clavo más en el ataúd de las salas que han resentido tanto esta situación. Y, entonces, ardió Troya.

En una jugada unilateral, en la gran mayoría de los casos no se consultó a los socios de las producciones y fuentes internas comentan que a muchos se les avisó una hora antes de dar el aviso. Cintas como *Tom & Jerry, Godzilla vs Kong, The Conjuring: The Devil Made Me Do It, The Suicide Squad, Dune* y *Matrix 4* serán estrenadas en este formato que de inmediato ganó detractores.

Adam Aron, CEO de la cadena de cines AMC en la unión americana, dijo: "Warner media intenta sacrificar una porción considerable de las ganancias para subsidiar HBO Max. Por nuestra parte, haremos todo lo posible para que esto no sea a nuestras expensas. Vamos a perseguir agresivamente arreglos económicos para preservar el negocio". Grandes voces como Christopher Nolan, director de *Tenet* y la trilogía de *Batman*, se pronunciaron al respecto y en un tono no muy halagador hacia el estudio con el que tantas veces ha trabajado en el pasado: "algunos de los más grandes realizadores y más importantes estrellas de cine fueron a la cama la noche anterior pensando que estaban trabajando para el mejor estudio de cine y se despertaron para encontrar que lo hacían para el peor servicio de *streaming*".

Otra de las pérdidas es el bono que se da a las estrellas (directores o actores) una vez alcanzada cierta cifra en taquilla o cuando acaba una gira de promoción. La última cinta en lograrlo fue *Wonder Woman 1984* (elegida para librar la primera batalla en este experimento) situación que, por supuesto, enfureció a muchos de los talentos de la empresa que ya no accederán a dichos bonos, tal es el caso de James Wan, con *The Conjuring: The Devil Made Me Do It*.

En entrevista, Toby Emmerich, jefe de estudio de Warner, dijo: "el mercado doméstico no ha visto nada cercano a un *blockbuster* en términos de venta de boletos. HBO Max está sólo disponible en Estados Unidos, por lo tanto, los mercados internacionales no se verán afectados". Jason Kilar, CEO de Warner Media, afirmó que "después de considerar todas las opciones disponibles, y las proyecciones del estado de las idas al cine en 2021, llegamos a la conclusión de que esta era la mejor manera de Warner Media de navegar los siguientes 12 meses". Y es que una cosa es tener la vacuna y otra es vacunar a la gente, un proceso que, según algunos expertos, podría durar todo lo que resta de este año; aunado a un aforo reducido en las salas y con muchas personas temerosas de espacios cerrados, la opción de ver películas en casa se volvió una realidad que no se pudo ignorar más.

¿Qué pasa con el resto del mundo donde no hay HBO Max? En palabras del licenciado en sistemas Ricardo Álvarez: "la piratería vivirá una época dorada, pues ahora el tiempo de espera para acceder a una copia de alta calidad de un estreno será de horas, en vez de días", y eso fue exactamente lo que pasó con la última película de la Mujer Maravilla, que ya estaba circulando a las pocas horas en sitios ilegales de Internet.

Warner Media ha dicho en reiteradas ocasiones que esta medida es sólo por el presente año y una vez que haya terminado la emergencia sanitaria se regresará al esquema habitual, pero ¿cuándo algo que brinda ganancias ha dejado de usarse? *Wonder Woman 1984* tuvo una buena recaudación en taquilla para un estreno en pandemia y aunque no se tiene una cifra concreta, se sabe que logró una cantidad alta de nuevos suscriptores al servicio.

En pocas palabras, si esto funciona, y parece estar funcionando, será muy difícil regresar a lo que conocíamos antes. S

Escribir en Stratega Business Magazine ha sido una experiencia enriquecedora, tanto por los artículos de los demás escritores como por el compañerismo que he desarrollado. Como músico, no es muy diferente a escribir juntos una canción que mucha gente leerá. Por muchos años más de escritura.

NACER DE NUEVO

Por: ***Gaby Vargas*** */ Agencia Reforma*
Primera asesora de imagen en México; especializada en superación en el trabajo, comunicación, imagen, autoestima y mujer / ***@gaby_vargas***

Si un aguilucho es separado de su madre se arrastrará por la tierra como un pollo. Podría incluso mirar hacia arriba y ver águilas volar y no adivinar nunca que estaba destinado a elevarse por los aires.

A las águilas las madres les enseñan a volar. Un día el águila con sus potentes alas comienza a destruir el nido para incomodar al aguilucho. Es el día en que tiene que aprender a volar. La madre lo arroja hacia el precipicio para que la cría desarrolle fuerza en las alas y aprenda a sobrevivir de manera independiente. "Y ahora, ¿qué es esto, qué pasó?, sentirá el crío lleno de desconcierto y pavor ante un cambio tan brusco.

En dicha aventura, tristemente algunos se estrellan en el suelo, pero los que no, surcan los cielos. El hecho es que toda forma de vida requiere cambios y sacudidas para prosperar.

Como humanidad, vivimos sucesos sin precedentes en la historia. Podríamos culpar a los laboratorios, a los gobiernos, a los intereses económicos, a nuestra deshumanización hacia la Madre Tierra, a la indolencia de quienes deciden cerrar los ojos ante la realidad; pero culpar no resuelve nada. Buscar la lección para crecer, sí.

Partiendo de este ejemplo de la naturaleza, me pregunto: ¿no será la conciencia la que –al igual que el águila– busca nuestro desarrollo? ¿Podría ser que nuestra hora llegó y que ante tanto materialismo, acumulación como eje de vida, estrés, destrucción del planeta y las especies, énfasis en las apariencias, egocentrismo, deshumanización y demás, haya decidido arrojarnos fuera del nido para crecer y desarrollarnos? Quizá necesitamos morir en esa forma de vida para nacer de nuevo.

Es claro que ese viejo mundo se agotó. Y es en las noches oscuras del alma, como dice Thomas Moore, en la cual el despertar y el crecimiento se dan; son precisamente las dificultades, el dolor o la enfermedad las que nos dan experiencias en las que adquirimos sabiduría y con las que despertamos a una nueva conciencia.

Puedo afirmar que ninguno de nosotros desea que la vida regrese por completo a como era. Dentro de todo el sufrimiento que hemos vivido, también hemos descubierto momentos de paz y tranquilidad, con tiempo para leer y descansar. Pero hay otro factor importante.

Consideremos que en la vida hay ciclos menores y ciclos mayores. El día y la noche, las estaciones del año, las temporadas de cosecha, de huracanes, incluso distintas eras por las que ha transitado la humanidad, como la de Acuario que –según algunos, acaba de comenzar–, como un ejemplo de ciclos en el exterior.

La conciencia no sólo evoluciona en el nivel personal, también lo hace en el humano y el planetario. El viejo mundo sirvió para llegar a este punto y la conciencia ahora nos arroja del nido. Quiero pensar que como humanidad estamos en una transición y ahora podemos ser testigos de la semilla de una nueva humanidad, ¿por qué no?

Mientras eso se da, la transición se presenta con tensión, estrés, confusión y el sentir de que no se está ni en un ciclo ni en el otro; periodos como son la pubertad, el crepúsculo, las sequías o las crisis personales. Tal vez con esta nueva era que inicia, dicha puerta del materialismo y el egocentrismo se cierre y otra nueva se abra hacia el Ser.

RECUERDOS DE INFANCIA, ¿ME IMPULSAN O ME FRENAN?

Por: ***LN. Laura Sánchez Flores***
Terapeuta especialista en cognición, lenguaje y biodescodificación / ***sanlauris@hotmail.com***

Cuando nace un bebé, carece de experiencias, las cuales se van formando a medida que va creciendo. Estas dependerán del entorno, el momento histórico, social, político, del lugar donde nazca. Todo lo vivido en este periodo de la infancia se convertirá en memorias y creará una plataforma de creencias que conducirán la vida adulta de este ser humano.

Cuántas frases que se hacen leyes se pueden recordar de la niñez, por ejemplo, "ponte suéter, si no te enfermas"; "los hombres de esta familia deben tener un título universitario"; "hija, debes saber cocinar". Hay algunas que carecen de fuerza e influencia cuando somos adultos, pero otras pueden impulsarnos, como catapulta, al éxito o hundirnos en los más horribles fracasos.

Esos recuerdos se vuelven creencias y las tomamos como verdaderas, aún cuando pueden no serlo. En nuestros primeros años escribimos en el cerebro toda la información que usaremos de grandes, estos datos no se juzgan, se registran sin pasar por el razonamiento de si es favorable o desfavorable para nosotros. Esos comentarios de nuestros padres, maestros y figuras importantes, que descalificaban o alentaban algún comportamiento, todo lo que nos decían que podíamos hacer, se vuelve el motor para lograr objetivos sin dudar.

La información cerebral entra en acción la siguiente vez que tenemos una situación parecida a la que, de manera inicial, se registró. Va a aparecer como el primer "pensamiento respuesta" a la vivencia actual. Por ejemplo, si tenemos grabado que los idiomas son difíciles de aprender, el primer pensamiento cuando nos enfrentemos a uno nuevo puede ser que "tiene una estructura compleja", esto va a derivar en "no puedo aprenderlo".

Aun cuando nos demos cuenta de que tenemos más herramientas y capacidades para lograr estudiar otro idioma, saltará de manera inconsciente el pensamiento raíz, bloqueando todo avance. De igual manera trabaja en sentido contrario. Funcionan como profecías autocumplidas, si de raíz escribimos que se puede lograr, así será.

Toda información la escuchamos, la vimos o la experimentamos, nada es inventado. Es muy importante conocerla para poder, conscientemente, modificarla. El cerebro es predecible, así que, si le damos una premisa nueva y la repetimos lo suficiente como para grabarla, transformará el siguiente resultado.

Si detectamos una creencia que nos impulsa, enhorabuena, habrá que potenciarla, pero si detectamos una que nos limita, será importante sustituirla.

Los pasos serían los siguientes:

1. Conocer la información escrita en nuestro cerebro.
2. Ubicar las creencias limitantes. Cuestionarlas, hasta tomar conciencia de ellas.
3. Generar una nueva creencia, que potencialice en lugar de limitar.
4. Sustituirla a través de la repetición, hasta incorporarla en nuestro sistema de convicciones.

Esta última parte es la más difícil, ya que requiere de continuidad y constancia hasta tener la creencia incorporada y automatizada. La vida se puede cambiar, al convertir las ideas limitantes en potenciadoras. **Y a ti, ¿qué te decían de niño?**

Felicito y agradezco a la revista Stratega Business Magazine, por compartir con todos nosotros la información que invita siempre a la reflexión y el crecimiento personal. Para mí ha sido un gran honor poner mi granito de arena, para compartir con los lectores mis ideas y vivencias. ¡Felicidades por este décimo aniversario! Gracias por permitirme ser parte de sus éxitos y que vengan muchos más.

STRATEGA RECOMIENDA

QUÉ LEER

CUENTOS COMPLETOS
Autor: **Jorge Luis Borges**

"He intentado, no sé con qué fortuna, la redacción de cuentos directos. No me atrevo a afirmar que son sencillos; no hay en la tierra una sola página, una sola palabra, que lo sea, ya que todas postulan el universo, cuyo más notorio atributo es la complejidad".

Borges es uno de los más grandes exponentes de la literatura del siglo XX, no sólo en Latinoamérica, sino a nivel mundial y leer sus cuentos supone releer la historia de la humanidad y emprender una de las aventuras más enriquecedoras y emocionantes de todos los tiempos.

EL DESORDEN QUE DEJAS
Autor: **Carlos Montero**

Raquel es una maestra sustituta que vuelve al pueblo donde Germán, su marido, pasó la infancia para reemplazar a Viruca, la profesora de literatura, quien fue encontrada muerta en extrañas circunstancias.

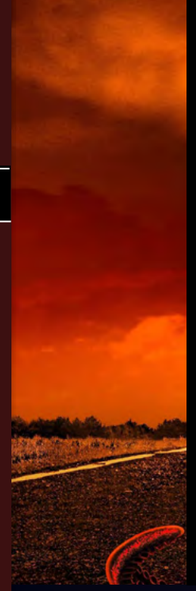
Con una narrativa fluida y buen desarrollo de los personajes, la novela desenmaraña secretos que no sólo pondrán en riesgo el matrimonio de la protagonista, sino también su vida. Una historia que retrata al ser humano de manera honesta, entre miedos, mentiras, amor y, sobre todo, dudas.

A TIENTAS ABRIENDO PUERTAS
Autor: **Jorge Venegas**

El libro aborda la búsqueda de identidad de un joven antropólogo homosexual. En sus páginas se retratan sus vivencias alrededor de 32 países, desde México hasta Jordania. Conforme el lector se adentra, se irán mostrando historias de personajes verídicos que se entrelazan con el protagonista.

Una obra valiente que expone la lucha de un hombre que se vuelve portavoz de la experiencia desde la disidencia sexual y el sesgo de la homofobia. A la venta en Amazon, posicionada en los primeros lugares en la sección de "viajes y aventuras".

strategaoficial



LOVECRAFT COUNTRY
Desarrollada por **Misha Green**
Serie de TV – 1 temporada

La serie, basada en la novela homónima de Matt Ruff e inspirada en la obra de Lovecraft, narra la obscura aventura de Atticus Freeman y su familia en los Estados Unidos de los años 50, cuando la población negra vivía los horrores racistas que la trama se encarga de fusionar con las monstruosidades de la cosmogonía lovecraftiana, pero que resultan menos aterradoras que la maldad humana.

Una mezcla de géneros, y una incómoda pero realista crítica social, hace de esta historia un viaje visual que te mantendrá frente a la pantalla para develar su misterio.

QUÉ VER

WANDAVISION
Creado por **Jac Schaeffer**
Serie de TV – 1 temporada

"You're not at all worried that the audience might just see through this little charade? Well, that's the whole point. In a real magic act, everything is fake".

Una de las primeras series originales de Disney+ y que sirve como preludio a la cuarta fase del Universo Marvel ha sido elogiada por su homenaje a comedias como *Bewitched* y las actuaciones de sus protagonistas. El *sitcom* se desarrolla a lo largo de varias décadas, jugando con la distorsión de la realidad y la fantasía, enganchándote en cada episodio, así acabes de llegar a este universo o seas *fan* de años.

QUÉ ESCUCHAR

ULVER
Flowers of evil

El último trabajo discográfico de la banda noruega –con 25 años de trayectoria y 16 álbumes de estudio– que otrora se definía como *black metal*, continúa ahora con un sonido enfocado al *art-rock* y el *synthpop*.

El disco, publicado a la par con un libro documental, es un excelente material en el cual el uso de sintetizadores nos aleja de los sonidos nostálgicos ochenteros y da paso a la evolución musical que, junto con las letras conceptuales y la voz melancólica de su vocalista, son un deleite que no puedes dejar pasar.

LA LOMA
weddings&events
BODA + TERRAZA + VISTA
el mejor lugar
lalomaweddingsandevents
lalomaweddingsandevents
salonlaloma.golf
Circuito La Loma # 301 Fracc. La Loma Residencial & Club de Golf, San Luis Potosí, S.L.P.
Informes y reservaciones: 4446 000084 georginac@salonlaloma.golf