

STRATEGA

B U S I N E S S M A G A Z I N E



29

SEPTIEMBRE 2017

POLÍTICA DIGITAL, LA GUERRA SUCIA ESTÁ EN LAS REDES



Gabriel Moreno

www.
strategamagazine
.com

PROPIEDAD INDUSTRIAL

PATENTES Y MODELOS DE UTILIDAD

Karen Ayala



LA PALABRA POPULISTA

Enrique Krauze



40

SER JUGADOR DE EQUIPO

Jorge A. Meléndez



620 85 251

BEBÉ Y BAÑERA

Denise Dresser



¿EL MEJOR PAÍS?

Sergio Sarmiento



\$40.00

PEGASUS: ESPIONAJE Y DERECHOS HUMANOS

Hugo Mendoza



615

108



f /StrategaBM

t @StrategaBM



RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

HEAD HUNTING
CURSOS DE CAPACITACIÓN
ASESORÍA LEGAL EN CONTRATACIÓN Y DESPIDO
COACHING EJECUTIVO

CONTÁCTANOS Y CRECE TU NEGOCIO

www.perfill.mx

informes@perfill.mx

(442) 483 43 16 / 483 43 18

Av. 5 de Febrero #1351 Torre Roble,
Despacho 303, Col. Industrial Benito Juárez.
C.P. 76120
Querétaro, Qro.

ÚNETE A NUESTRA
COMUNIDAD
DIGITAL

 /StrategaBM

 @StrategaBM

www.strategamagazine.com



STRATEGA 
BUSINESS MAGAZINE

DE VENTA EN


Sanborns

CONSEJO EDITORIAL

Editor Ejecutivo
MDF. Vladimir Antonio Infante

Dirección de Arte
Coordinación editorial
MDG. Erwin Salas López

Corrección de Estilo
Dra. Ed. Leticia Jonguitud Aguilar

Relaciones Públicas
LEM. Sonia Meade de Icaza
ventas@strategamagazine.com

www.strategamagazine.com

 /StrategaBM

 @StrategaBM

Columnistas

Andrés Carrillo
Carlos R. C. Tapia Alvarado
David Daniel Andrade
Denise Dresser
Édgar Josué García López
Edgardo Méndez Montero
Enrique Krauze
Esteban Cortés Sánchez
Gabriel Moreno Rodríguez
Gabriela Vargas
Hugo Enrique Mendoza Carbajal
Javier Rueda Castrillón
Jorge A. Meléndez
Jorge Aguillón Rodríguez
Juan Carlos Romero Hicks
Karen Lizbeth Ayala García
Laura Sánchez Flores
María Fernanda Haro Mejía
María Jocelyn Bravo Ruvalcaba
Mónica Lira Ávila
Ricardo Manuel Derreza Gutiérrez
Sergio Sarmiento

STRATEGA BUSINESS MAGAZINE, Año 6, No. 29, 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 World Printing Network + AD S.A. de C.V. en agosto de 2017, tiraje de 20,000 ejemplares. Publicada, editada y distribuida por Comercializadora GBN, S.A. DE CV.

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 publicreportajes sólo 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

STRATEGA 
BUSINESS MAGAZINE

	editorial	
	CAMBIO	04
	estrategias	
SER JUGADOR DE EQUIPO		06
En el mundo híper competitivo de hoy los esfuerzos solitarios del más talentoso no son suficientes. Se necesita la fuerza del equipo para ganar consistentemente.		
MUNDO DIGITAL ¿INVERSIÓN O GASTO?		08
Antes de iniciar cualquier proyecto, “digital” o no, el primer paso es generar una estrategia de negocios que garantice que habrá un retorno de inversión.		
COMUNICACIÓN PRODUCTIVA		10
En cualquier organización es necesaria la comunicación para la generación de ambientes flexibles que tiendan a la armonía y el mantenimiento de la productividad.		
METAS SMART PARA EL DESARROLLO PERSONAL		14
El criterio SMART define los cinco aspectos más importantes para delimitar objetivos, proyectos y actividades a mediano o largo plazo, conócelo.		
panorama político		
BEBÉ Y BAÑERA		18
Más violencia a lo largo del país a ocho años de implementar el nuevo sistema de justicia penal, pero el problema no es el sistema, sino las fallas en su aplicación.		
LA PALABRA POPULISTA		20
Conoce esta palabra que ha terminado por encontrar su significación definitiva, no tanto en las vagas ideologías que defiende sino en la perversa dominación que trae consigo.		
panorama internacional		
COLOMBIA: MÁS ALLÁ DE LA PAZ		22
Todo el catálogo de capos televisivos deja en evidencia el presente de un México que calca a la perfección el pasado de Colombia, como si de un clon se tratara.		
¿EL MEJOR PAÍS?		26
Ningún país está libre de faltas, pero quizá Pablo Milanes podría haber escrito de Canadá: No es perfecto, más se acerca a lo que yo simplemente soñé.		
bitácora legal		
PEGASUS: ESPIONAJE Y DERECHOS HUMANOS		28
A activistas, periodistas y defensores de derechos humanos, les están monitoreando en su vida diaria por medio de su celular... cual si fueran criminales o terroristas.		
bitácora fiscal		
ANALFABETISMO TRIBUTARIO		32
Infórmate, existe una relación entre el Estado y el contribuyente y sirve para definir el cómo, cuándo, cuánto y por qué vamos a pagar impuestos. ¡Y es obligatoria!		
TU PROVEEDOR FUE PUBLICADO EN LA LISTA NEGRA DEL SAT ¡AHORA ERES UNA EDOS!		34
Aunque tus operaciones no sean simuladas, la citada autoridad ya te ha etiquetado como una Empresa que Deduce Operaciones Simuladas (EDOS), y tendrás que demostrar lo contrario.		



38	cátendra	
	POLÍTICAS PÚBLICAS EN MATERIA DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN PARA MÉXICO	
	En México se han instaurado fondos, becas y estímulos económicos por medio de instituciones gubernamentales, principalmente el CONACYT... pero ¿cómo está México en materia de innovación?	
40		
	PROPIEDAD INDUSTRIAL: PATENTES Y MODELOS DE UTILIDAD	
	Comprende las diferencias entre estas denominaciones, para que cuando quieras patentar algo ¡no te sorprendan!	
	arte y cultura	
44		
	RECORDEMOS LA ILUSTRACIÓN	
	Un viaje por la filmografía dedicada al s. XVIII, nos recuerda que el “¡Atrévete a pensar!” de Kant no es sino la muestra palpable de lo que los filósofos de aquel siglo ya habían establecido.	
	ciencia y tecnología	
48		
	POLÍTICA DIGITAL, LA GUERRA SUCIA ESTÁ EN LAS REDES	
	En México, cuando hablamos de plataformas digitales, la ley tiene lagunas legales en muchos temas de corte electoral. Así los bots y otras herramientas están influyendo en nuestras decisiones de voto.	
	punto verde	
52		
	FOTOSÍNTESIS ARTIFICIAL	
	La fotosíntesis genera oxígeno y regula la temperatura en nuestro planeta. ¿La buena noticia? Ya podemos producirla artificialmente.	
	salud	
54		
	EL RUIDO: UN CONTAMINANTE COTIDIANO	
	¿Has imaginado qué pasaría si un día te levantas y de pronto te das cuenta de que has quedado sordo? Cuida tus oídos, aquí te decimos cómo.	
	deportes	
58		
	LOS TITANES DE LA DUELA, JUGADORES MILLONARIOS DE LA NBA	
	¿Cuál es el papel de los reflectores en el basquetbol mundial?... la NBA generó ganancias de más de 12 billones de dólares gracias a un lucrativo contrato de nueve años con las cadenas ESPN y Turner.	
	cine	
62		
	¿SEGUNDAS PARTES NUNCA FUERON BUENAS?	
	No siempre es cierto aquel dicho, sacado del mundo del cine, que afirma que “segundas partes nunca fueron buenas”. ¡Recorre los mejores ejemplos de segundas partes geniales!	
	gadgets	
66		
	SMART OFFICE	
	Te presentamos tecnología de punta (y otra no tan avanzada) para llevar al máximo la productividad y el bienestar de tu equipo de trabajo.	
	estilo y vida	
68		
	LA ADVERSIDAD SON LOS OTROS	
	“El infierno son los otros”, decía el filósofo Jean Paul Sartre. Si bien la frase es devastadora, bien vista no es tan descabellada... aprender a llevarse bien es todo un reto.	
70		
	CAMBIANDO PARADIGMAS PARA HACER RENDIR EL DINERO	
	¿Quieres aprender a ser millonario? El ahorro y la administración de los ingresos requieren de una actitud correcta y de las creencias adecuadas.	

SUMARIO



– ¿Cuál es la palabra para cuando las cosas no siempre son las mismas? tú sabes, estoy seguro de que hay una, ¿no es así? Tiene que haber una palabra para eso... la cosa que te deja saber que el tiempo está transcurriendo. ¿Sí hay una palabra?

– **Cambio**

The Sandman: Brief Lives, Chapter 3

(Neil Gaiman, 1992)

Cambio es la palabra para definir el último año de **Stratega Business Magazine**... el mundo se mueve día con día, no se mantiene estático, evoluciona. Hace 12 meses nuestra imagen cambió, nuestro contenido mejoró: decidimos evolucionar. Nos olvidamos de lo efímero para ser un medio perdurable.

Nuestra misión es informar, queremos ser el motor para que tú como lector puedas emitir un análisis y una crítica de los acontecimientos ocurridos alrededor del planeta y en nuestro país. Vivimos en un mundo limitado a 140 caracteres en el que la tecnología nos come cada segundo alejándonos de la realidad... *Stratega* busca hacer perdurable el medio impreso editorial y para ello contamos con un equipo de colaboradores que edición tras edición nos brindan información pertinente y veraz de la situación actual. Su experiencia y opinión son la



Por: MDG. Erwin Salas López

Maestro en Ciencias del Hábitat en Diseño Gráfico por la UASLP. Director de arte y editorial en *Stratega Business Magazine* / erwin.salas@strategaconsultores.com

base para que abras tu mente al panorama empresarial, político y financiero, dentro de una perspectiva nacional e internacional, pasando por temas tan diversos como cultura, salud, deportes y tecnología.

Pieza por pieza construimos la información, **STRATEGA SOMOS TODOS**
¡GRACIAS por ser parte del cambio! **S**

El equipo *Stratega* felicita a Erwin Salas por haber obtenido el tercer lugar del **Premio Estatal de Periodismo** en la categoría de "Caricatura o portada" por *Stratega Business Magazine* Edición 25. (Junio 2017, San Luis Potosí).



STRATEGA

B U S I N E S S M A G A Z I N E



Tiraje de...

20,000
ejemplares

Publicación
Bimestral

3 a 4
impactos por revista

80,000
impactos por tiraje

Stratega Business Magazine es leída por personas empresarias, visionarias de negocios, profesionales y universitarios que buscan mantenerse actualizadas en los temas de entorno.

ANÚNCIATE CON NOSOTROS

ventas@strategamagazine.com



“Deja que Ocon te rebase. Tiene más chance de meterse al pódium”.

“No, permítenos competir. Yo también puedo”.

“Sergio, si te rebasa y luego él no puede pasar a Ricciardo, le pedimos que se deje rebasar por ti.”

“Por favor, déjanos competir”.

Más o menos así se dio un mini drama en el equipo Force India en la carrera de Fórmula

1 de Montreal hace unas semanas. El equipo había manejado muy bien su estrategia y Esteban Ocon tenía llantas nuevas. Iba en el quinto lugar pegadito a su coequipero Checo Pérez, que a su vez le pisaba los talones al tercer lugar Daniel Ricciardo.

Ah, y atrás de Ocon venía el piloto que manejaba más rápido en ese momento en la carrera: el 4 veces campeón Sebastian Vettel. ¡Uffff!

SER JUGADOR DE EQUIPO



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 propuesta del equipo tenía sentido: el joven francés venía mucho más rápido que Pérez. Aparte le dijeron: si lo dejas pasar y no puede rebasar a Ricciardo, te regresamos tu lugar. O sea, cero riesgo.

Pero a Checo le salió el cobre. Se enteró y no dejó pasar a su compañero. ¿Resultado? Obvio, Vettel pasó a ambos (vea un video en la red). Desesperado, Ocon al final intenta rebasar a Pérez y casi chocan. Estuvieron a nada de arruinar una excelente carrera.

Y todo porque Checo se rehusó a ser jugador de equipo. ¿Cómo serlo? Primero, aclaro que en México eso de “ser jugador

de equipo” se usa muchas veces como excusa para cualquier cosa. Por eso, empecemos por definir lo que NO es:

- No es decir que sí ciegamente a cualquier idea del jefe. En la era de la disrupción, las ideas siempre deben de triunfar sobre el organigrama. Es la única forma de garantizar la supervivencia.
- No es escudarse en el equipo para evitar hacer el mejor esfuerzo individual posible.
- No es evitar el debate con compañeros para no incomodar. Como bien dijo el general Patton: “si todos piensan igual, entonces alguien no está pensando”.

En cambio, un buen jugador de equipo:

1. Conoce bien a la empresa y sus procesos. Por lo menos en lo que le compete (área funcional, departamento, etc.).
2. Entiende a la competencia y las tendencias del mercado. Ah, y mientras más arriba el puesto más enterado debe de estar.
3. Tiene punto de contacto con los clientes y sus necesidades. De ahí surgen oportunidades y amenazas.
4. Conoce los objetivos de la compañía, de su área o del proyecto en curso.
5. Se prepara, estudia y reflexiona. Se mantiene al día.

6. Tiene la mente abierta y escucha lo que otros dicen o sugieren. Aprende y por lo tanto flexibiliza y/o adapta sus posturas cuando la ocasión lo amerita.

7. Argumenta sus propuestas con datos y análisis.

8. Acompaña sus críticas con soluciones. Es propositivo.

9. Tiene una relación constructiva con su jefe. Entiende sus objetivos y busca complementarlo(a). Pero nunca es lambiscón ni “yes men”.

10. No grilla al compañero(a).

11. Puede poner los objetivos del equipo antes que los propios. Tal como NO lo hizo Checo Pérez en Montreal.

12. Una vez que el equipo decide, aún si es un curso distinto al preferido, pone todo su esfuerzo para lograr el objetivo grupal.

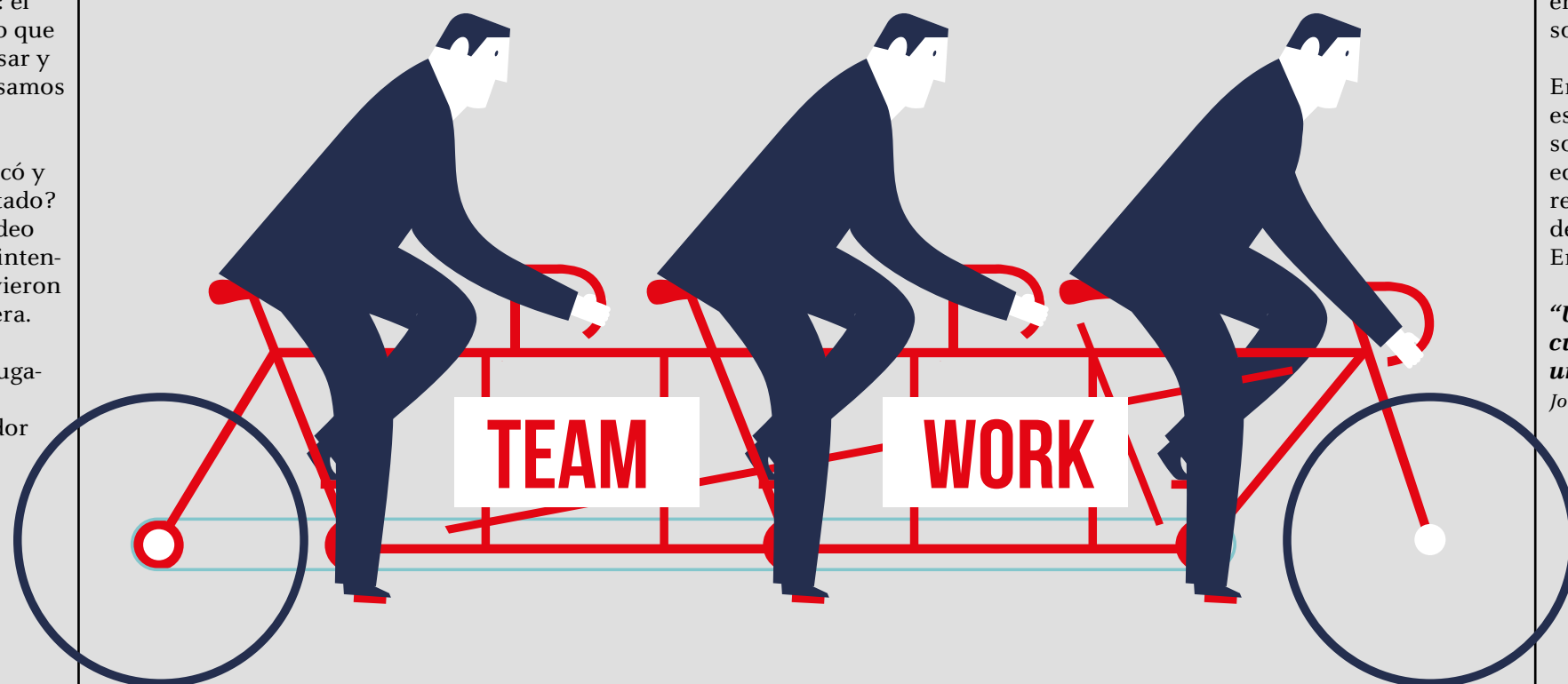
Existe una técnica que usan algunos entrenadores de fútbol americano para motivar la unión entre sus jugadores. Cortan una sogá en pedacitos y le dan uno a cada miembro del equipo.

Les piden que la guarden toda la temporada. Y les dicen algo así: “Imagina que estás a punto de caer en un acantilado. Lo único que te detiene de una muerte segura es esta sogá que detiene una persona. Esa persona es cualquiera de tus compañeros. ¿Confías en ellos? ¿Confiarían ellos en ti? Detén la sogá”.

En el mundo súper competitivo de hoy los esfuerzos solitarios del más talentoso no son suficientes. Se necesita la fuerza del equipo para ganar consistentemente. Se requieren buenos jugadores de equipo que detengan la sogá. ¿Cómo anda su brazo? En pocas palabras.

“Una visión se convierte en pesadilla cuando el líder tiene un gran sueño y un pésimo equipo”

John Maxwell, autor norteamericano.





MUNDO DIGITAL, ¿INVERSIÓN O GASTO?

La diferencia entre inversión y gasto está determinada por la generación de utilidades, en otras palabras una inversión es aquello que nos dará más dinero en el corto, mediano o largo plazo, mientras que un gasto no genera utilidades, por ejemplo, la satisfacción de una necesidad o un deseo.

Es por ello que antes de iniciar cualquier proyecto, "digital" o no, el primer paso es generar una estrategia de negocios que de algún modo garantice que habrá un retorno de inversión. Por ejemplo, si solo se invierte en el desarrollo de una página web sin antes hacer una estrategia de negocios, es posible que esto sea visto como un gasto.

Podemos dividir las inversiones de una empresa de forma simple en operación y comercialización. En el caso de la operación, las inversiones en digital tendrán como finalidad optimizar tiempos y recursos, en otras palabras, hacer más con menos, por ejemplo, las computadoras nos ayudan a reducir tiempos y costos, pues realizan funciones mucho más rápido que un humano.

En el caso de la comercialización, las inversiones son un poco más complejas o novedosas y es donde hay más dudas sobre si lo que se invierte tendrá un resultado en

el negocio. Para poder saber si es un gasto o una inversión, lo primero que hay que hacer es una estrategia comercial, lo cual incluye generar presupuestos y estimaciones de la utilidad o el beneficio esperado. De esta manera se tendrá claridad de que se está realizando una inversión.

Dentro del área comercial digital, los principales objetivos son mejorar la comunicación, generar prospectos y/o vender por internet.

• **Comunicación:** Si el objetivo de la empresa es solamente comunicarse con su audiencia y que entienda el mensaje que ésta transmite, entonces lo que se deberá medir como retorno de inversión, es cuántas personas visitaron el sitio, vieron un video, o sus publicaciones en redes sociales.

• **Generación de prospectos:** Si lo que la empresa busca es la captación de clientes, las mediciones deberán dirigirse al número de registros que se adquieren en una página de registro o información, así como a cuántos cierres se lograron con estos prospectos.

• **Ventas:** Si la empresa desea utilizar internet como un canal de ventas, es decir un e-commerce o tienda en línea, lo que

debemos medir es cuántas personas visitan el sitio, cuántas de ellas escogen un producto (lo ingresan al carrito) y cuántas de esas personas compran el producto.

En las tres estrategias hay que considerar tres inversiones importantes:

1. **El desarrollo de la plataforma.**
2. **La estrategia de atracción,** es decir, cómo se logrará que las personas visiten al sitio, lo cual normalmente es una inversión en publicidad.
3. **Mejora de resultados u optimización,** es decir, la inversión que se destinará a mejorar los resultados. En el caso de comunicación, cómo lograr que las personas visiten el sitio de forma recurrente, en el de generación de prospectos, cómo lograr que más personas dejen sus datos, y en el de ventas, cómo lograr que las personas compren más veces o productos de mayor precio.

Para que las empresas crezcan o subsistan en este nuevo entorno digital deben invertir tanto en el corto, como en el mediano y largo plazo. Lo más importante es empezar ahora para liderar el futuro de tu empresa, antes de que desaparezca. **S**



Por: **Edgardo Méndez Montero**

Director de DigitAllBusiness.com y coautor del libro Reevolución Digital
contacto@digitallbusiness.com



En las organizaciones los procesos de comunicación son de vital importancia, no obstante, es un error frecuente asumir que el ejercicio de la comunicación se limita a la difusión de información y al diseño y gestión de medios de comunicación; por lo que es común ver departamentos de comunicación organizacional orientados a la producción de revistas, memorandas, pizarrones de avisos o videos institucionales.

Una organización puede ser vista como un sistema,

es decir, como un conjunto de partes interrelacionadas e interdependientes que conforman un todo, pero con suficiente autonomía en su funcionamiento y finalidad para generar fricciones y contradicciones con su contexto; por ejemplo, aunque una empresa trabaja bajo una misma visión, misión, filosofía y objetivos, cada departamento sigue una estrategia para cumplir sus metas; para conseguirlo, asumen la personalidad de los integrantes del equipo, se plantean procesos específicos y establecen un perímetro de acción dentro del cual puedan tener control; y como lo mismo ocurre con

los otros departamentos, tan natural como inevitablemente, tarde o temprano, se generará algún conflicto en esas relaciones.

Es por esa razón que en cualquier tipo de organización es necesaria la comunicación para la generación de ambientes flexibles que tiendan a la armonía y el

mantenimiento de la productividad. Para Nosnik (2012) la comunicación es un recurso indispensable en la conformación de ambientes productivos; entendiéndose por productivo a un proceso que complementa dos fuerzas contradictorias en un sistema, para generar una riqueza hasta el momento inexistente. Dicho de otra forma, la comunicación es mucho más que un recurso para la difusión de información, es una estrategia para la prevención y resolución de problemas, cuya finalidad es la de mantener o elevar los estándares

de productividad dentro de una ecología armónica, con el menor estado de tensión negativa posible; de ahí el concepto de Comunicación Productiva.

Esta Comunicación se constituye de tres grandes dimensiones: a manera de escala se presenta en el primer nivel la comunicación lineal, enseguida la dinámica y por último la productiva. Una organización que pretenda implementar estrategias de Comunicación Productiva deberá asegurarse de desarrollar plenamente cada uno de estos tres niveles.

La Comunicación Lineal es para Nosnik (2012) el escalón básico, en el que desafortunadamente la mayoría de las empresas se mantiene. Esta dimensión consiste en desarrollar procesos mecánicos, es la transmisión de un mensaje desde un emisor hasta un receptor a través de un medio; la mayor preocupación en este nivel es que técnicamente el mensaje sea bien diseñado y transmitido, que se perciba correctamente; que sea atractivo, nítido y eficaz; estéticamente perfecto; su función se limita a la transmisión del mensaje.

Asegura el autor que una vez superado ese escalón se está listo para acceder a la Comunicación Dinámica, donde el objetivo principal es de tipo semántico, es decir, de generar sentido; la intención es que el mensaje no solo llegue al receptor, sino que además se le comprenda. Este proceso requiere de un conocimiento más profundo del receptor, de acercamiento a su persona y a su comportamiento cotidiano, antes, durante y después de la transmisión de un mensaje. Mientras más se conoce a un receptor, más se puede construir un mensaje adecuado, elegir el medio indicado y generar las condiciones necesarias para que en el proceso de comunicación se obtengan las respuestas esperadas. Se sabe que un actor *A* sabe cómo va a reaccionar un actor *B*, porque la cultura se lo adelanta.

En la Comunicación Productiva se comprende que los dos escalones anteriores se facilitan de forma automática cuando ya se vive

COMUNICACIÓN PRODUCTIVA



Por: Mtro. Édgar Josué García López

Candidato a doctor en Ciencias y Humanidades por la UNAM y la UAdeC;
Investigador de la UCEM y del GICOM / edgarjosuegl@hotmail.com

en esta tercera dimensión; es pertinente reconocer que en este nivel la responsabilidad de una comunicación efectiva no recae solamente sobre un departamento especializado, sino sobre todos los colaboradores; un departamento de comunicación organizacional será un guía, un asesor y un estratega, su función será la de gestionar ambientes ricos en información entre todos los miembros de la organización.

La Comunicación Productiva tiene como objetivo generar ambientes ricos en información que a su vez se han de consolidar en Ecologías Productivas; lo que significa que cada persona debe procurar la producción de la información que necesita para desarrollar su trabajo y asegurarse de que ésta se encuentre disponible para todo aquél que pueda llegar a necesitarla, incluso uno mismo en otro momento; se habla entonces de flujos efectivos y usos inteligentes de la información. Cuando esto no ocurre se suelen desperdiciar recursos en la generación de datos, procesos, experiencias y metodologías que antes ya se habían obtenido, pero que al no sistematizarse, no lograron transformarse en nuevos aprendizajes, ni en ahorro de energía.

En este modelo de comunicación los mensajes son

técnicamente bien elaborados y comprensibles, su prioridad se concentra en la promoción de acciones en el receptor. Cuando la Comunicación Productiva está en marcha, todos son emisores y receptores continua y alternadamente. Este es el nivel de mayor compromiso y responsabilidad entre todos los integrantes; el mayor ruido que puede haber en estos procesos es de tipo moral, es decir, actuar con reciprocidad; nada convence más a una persona que observar que se le exige con la misma intensidad con que se pone el ejemplo. Sintéticamente se debe comprender que en la comunicación Lineal lo importante es que el mensaje llegue a su destino, en la Dinámica es que se comprenda y en la Productiva es que convenza e inste a la acción.

En las empresas que se desempeñan en esta



dimensión cada miembro conoce lo que debe hacer, sabe a quién preguntar cuando hace falta y es capaz de brindar información cuando se requiere; además se está convencido de que toda acción realizada tendrá efecto sobre la organización, porque cada quien es, en sí, la organización; es por ello que el principio de la comunicación es transmitir, pero su finalidad es producir. En la Comunicación Productiva es posible la generación de Estructuras-Burbuja, del fortalecimiento de Culturas de Información, Investigación, Comunicación y Participación; y de la implementación de Ingeniería en Comunicación Social para el logro de objetivos,

aspectos de los que se habló en ediciones anteriores.

Así, en las organizaciones que desarrollan la Comunicación Productiva, el personal aspira a un trabajo de excelencia sin supervisiones extremas; Henry Ford, famoso visionario, conocido por revolucionar el campo del transporte, dijo: “Calidad significa hacer lo correcto cuando nadie está mirando”. El reto consiste en desarrollar la necesidad de consolidar este modelo de Comunicación, para inmediatamente trabajar por mantenerse ahí.

Cinco puntos clave a considerar en la consolidación de la Comunicación Productiva en una empresa

1. Este proceso constituye tres niveles: Comunicación Lineal, Dinámica y Productiva.
2. Una Ecología Productiva es un ambiente rico en conocimiento, fundado en el uso inteligente de la información.
3. La Comunicación Productiva no es responsabilidad de un solo departamento, sino de toda la organización.
4. El principio de la comunicación es transmitir y su finalidad es producir.
5. Este modelo de comunicación persigue la productividad mediante la cultura de participación.

El desarrollo de la Comunicación Productiva es un proceso en constante renovación, no hay garantía de éxito en procesos que se consideran terminados; a ninguna organización le es posible seguir adelante sin un estado ideal al cual aspirar. **S**

Referencias bibliográficas

García, E. (2015). Notas para comprender la relación entre participación y comunicación. O del por qué y cómo construir la cultura de participación en las organizaciones. En Galindo, J. e Islas, O. (Coords.). *Ingeniería en Comunicación Social y Comunicación Estratégica*. CAC/75. España: Sociedad Latina de Comunicación Social

Nosnik, A. (2012). *Teoría de la Comunicación Productiva. Exploraciones más allá de la retroalimentación*. Argentina: Ediciones HomoSapiens / UNR / UAP.



METAS SMART

PARA EL DESARROLLO PERSONAL



Por: LCC. Mónica Lira Ávila

Copywriter at Coolest Agency / Proyectos, Ananá Casa Creativa
monica@coolest.mx / liramonica17@gmail.com

Una de las estrategias para eliminar el mal hábito de postergar actividades importantes sin ninguna razón está relacionada con el trabajo enfocado a metas y objetivos alcanzables, específicos y establecidos en un tiempo determinado. Una herramienta útil y sencilla que define los cinco aspectos más importantes para delimitar objetivos, proyectos y actividades a mediano o largo plazo es el criterio SMART, acrónimo de las palabras en inglés de: Específico, Medible, Asignable, Realista y Medidor de Tiempo (Specific, Measurable, Achievable/Assignable, Realistic and Time-bound / Time related). En algunos casos, el término Achievable o Alcanzable es modificado por Asignable, más adelante se explicarán a detalle cada uno.

Estos criterios son comúnmente utilizados en el desarrollo de procesos y actividades específicas en las empresas, pero también son implementados en las universidades para que los alumnos tengan un amplio conocimiento de sus metas, les den seguimiento, las midan y puedan comparar sus resultados y avances, enfocados en su crecimiento profesional. La Universidad de Virginia en Estados Unidos es una de las muchas que utilizan este modelo.

El criterio SMART se define de la siguiente manera:

1. Specific / Específico: los objetivos a establecer deben ser detallados de la mejor manera posible para no dejar espacio a la duda ni a la imaginación de lo buscado. Es necesario tener clara la idea para visualizarla tal y como será en el futuro. El cuestionamiento que logra describir este primer parámetro es el común “¿qué?”

Ejemplo: El puesto que quiero ocupar requiere de un nivel avanzado del idioma Alemán. Necesito tener el conocimiento requerido para ser un candidato competitivo.

2. Measurable / Medible: los objetivos deben ser medibles de una manera cuantitativa, así se tiene certeza del progreso logrado y es posible obtener una evidencia tangible. Puedes establecer algún tipo de indicador que te muestre el avance.

Ejemplo: Me gustaría ver un incremento gradual de mi conocimiento del Alemán. Si el primer mes conozco los colores, los números, las cosas importantes, se puede decir que manejo un 10% de lo deseado. Lo ideal sería que el segundo mes aprenda un 25% más con relación a las frases importantes como saludos y despedidas. Los exámenes ayudarán a medir un avance.

3. Achievable / Asignable: se aplica principalmente en situaciones empresariales en donde los empleados son los responsables de la ejecución del proyecto o bien, por separado en cada una de las actividades específicas.

4. Realistic / Realista: es necesario preguntarte ¿alguna vez alguien más ha logrado el objetivo planteado? Si la respuesta es sí, las probabilidades de que completes la tarea se elevan. Metas irreales o imposibles pueden hacerte caer en una sensación de fracaso o incompetencia y por lo tanto no lograr el objetivo inicial.

Ejemplo: cualquier persona puede aprender el idioma que se proponga, pero será mucho más fácil si tengo un buen entendimiento de los idiomas básicos como el Español y el Inglés. Esta concepción se hace debido a que el cerebro se entrena para aprender y una vez que ha aprendido idiomas anteriormente, los siguientes se vuelven más sencillos. “Metas alcanzables, te motivan. Metas imposibles, te desmotivan”.

5. Time-bound / Delimitación del Tiempo: establecer un tiempo determinado es esencial porque te da un sentido de urgencia y ayuda a delimitar la actividad a una fecha

de finalización determinada. Una vez concluida, puedes continuar con las siguientes y darles el mismo enfoque o la misma importancia que a la anterior.

Ejemplo: Para lograr nivel competitivo son necesarios cuatro meses de estudio, y a partir de ahí aplicar. En seis meses podría aprender

lo necesario para continuar por mi propia cuenta (ser autodidacta).

A continuación se presenta un cuestionario que te ayudará a desarrollar el criterio con mayor facilidad:

1. **Específico:** ¿Cuál es la meta a alcanzar? ¿Cómo y por qué será alcanzada?
2. **Medible:** ¿cómo medirás si la meta será o no alcanzada? Haz una lista de al menos dos indicadores.
3. **Asignable:** ¿Quiénes serán los encargados de realizar las actividades? ¿Cómo las harán?
4. **Enfocado a resultados:** ¿Es posible? ¿Otros la han

logrado exitosamente? ¿Tienes los conocimientos, habilidades, y recursos necesarios para alcanzar la meta?

5. **Tiempo determinado:** ¿cuál es la fecha de finalización establecida? ¿Te crea un sentido práctico de urgencia?

El criterio SMART es una forma noble y sencilla de establecer metas, determinar objetivos, trabajar constantemente en ellos y concluirlos de manera exitosa. Puede ser aplicado en áreas que van desde la vida personal, hasta la profesional. Recuerda que conservar en mente la meta y los beneficios de la misma te mantendrá motivado. 

Referencias bibliográficas

Writing Smart Goals, UHR, Employee Development. Disponible en: http://www.hr.virginia.edu/uploads/documents/media/Writing_SMART_Goals.pdf

MÁS QUE UN BUSINESS CLASS

UN NUEVO CONCEPTO EN HOTELERÍA EN SAN LUIS

 **SMART SUITES**
EBH
BUSINESS HOTEL



WELCHOME
CALL US

+52 (444) 273 04 04
Llámanos



ENJOY WITH US

Av Benito Juárez #3105
Col La Libertad, CP:78394
San Luis Potosí, México.





Más delincuentes en la calle, acusa Miguel Manceira. Más homicidas sueltos, fustiga Renato Sales. Más violencia a lo largo del país y la culpa es del nuevo sistema de justicia penal, argumentan sus detractores. Los que después de tan solo ocho años de su instrumentación dicen que no funciona; que no produce resultados; que en lugar de castigar a criminales termina por soltarlos. Y entonces proponen tirar al bebé con todo y la bañera. Aumentar las penas, aumentar la prisión preventiva, recurrir a lo que Edna Jaime llama “populismo penal”, que en realidad equivale a un retroceso civilizatorio. A un ojo por ojo, diente por diente, pedrada tras pedrada. A un lugar antidemocrático donde se exige venganza en vez de justicia. Donde se argumenta tramposamente que la oralidad incrementa la criminalidad, cuando el problema no es el sistema adversarial sino las fallas en su instrumentación.

No es que sea imposible limpiar al bebé -nuestro maloliente sistema de justicia- pero para ello habría que reconocer la bañera defectuosa y el agua sucia con la cual intentan desinfectarlo. El andamiaje agrietado y la capacidad institucional débil. La falta de coordinación y evaluación. La ausencia de sistemas de registro, procesamiento y reporte de la información. La desigualdad de recursos a nivel estatal para la implementación de la reforma. La ausencia de transparencia, rendición de cuentas y participación ciudadana. La persistencia de la impunidad. La cifra negra que revela la desconfianza de ciudadanos que solo denuncian 13 de cada 100 delitos cometidos. Todo lo que detalla CIDAC meticulosamente en su reporte “Hallazgos 2016”.

Muchos mexicanos no comprenden el sistema adversarial ni sus méritos y por ello lo descalifican, azuzados por políticos que prefieren ofrecer mano dura en lugar de mano eficaz. Critican al bebé en vez de componer la bañera; increpan al infante en vez de volver potable el agua que lo rodea. Se burlan del debido proceso, desdeñan la presunción de inocencia, niegan los derechos de los presuntos culpables. Culpan al recién nacido por no tener la piel reluciente al mismo

BEBÉ Y BAÑERA



Por: **Denise Dresser** / Agencia Reforma

Analista política en radio y autora de numerosos artículos sobre política mexicana y relaciones México-Estados Unidos / [@DeniseDresserG](#)

tiempo que ignoran lo que debería hacerse para mejorar su aspecto y garantizar su salud. Y ello transita por temas que muchos miembros de la clase política y el poder judicial preferirían no tocar. Lo incómodo. Lo urgente. Cómo entrenar, financiar y crear policías capaces de ser buenos primeros respondientes en la escena de un crimen. Cómo mejorar la calidad de la investigación de los ministerios públicos. Cómo asegurar que los inculcados reciban una defensa adecuada. Cómo profesionalizar peritos para recabar evidencia. Cómo educar jueces que sepan valorar pruebas y dictar sentencias justas basadas en ellas.

El nuevo sistema de justicia penal todavía está en pañales. El niño gatea, no camina. El pequeño no sabe limpiarse solo todavía. Su crecimiento está lleno de obstáculos como la corrupción del poder judicial, la pobreza de nuestros policías, la falta de preparación

de jueces que aún no comprenden el sistema adversarial. Sin embargo hay estados en donde ya comienza a dar sus primeros pasos tambaleantes, pero aplaudibles. Baja California, Chihuahua, Guanajuato son progenitores de un chico que empieza a caminar en la dirección correcta. De ahí habría que tomar lecciones; de esas latitudes deben provenir las pistas pedagógicas.

Y en este proceso de aprendizaje habrá que defender el nuevo sistema de justicia penal y no echarlo por la ventana ante las fallas que aún presenta. Habrá que resanar la bañera y no solo patearla. Ese es el reto, ese es el exhorto. La solución no se encuentra en más prisión preventiva, más arraigo, más cárcel, más ejecuciones justificadas. Esa es la tina tóxica de la cual venimos y lo que engendró monstruos: inocentes encarcelados,

inculcados entambados, penales atiborrados, justicia fársica e inalcanzable. México transitó a los juicios orales precisamente para eliminar la podredumbre vía la transparencia. Una coalición reformista fue progenitora del infante hoy insultado, y a ese habrá que cuidarlo, ducharlo, enjabonarlo. No caigamos en el error de tirar lo que será bueno porque todavía no lo es del todo; no rechacemos lo esencial -la vida del bebé- porque aún no logramos limpiar la mugre que lo rodea. La tarea que toca no es tirar al niño con el agua de la tina, sino asearla. **S**



En junio del año pasado, en una conferencia de prensa con sus contrapartes de México y Canadá, Barack Obama se asumió como populista en la definición anglosajona del término, la referida a “aquellas políticas que buscan apoyar al pueblo, y en particular a las personas de clase trabajadora”. En ese momento aún se veía remoto, por no decir imposible, el arribo de Trump al poder. No sé si ahora, tras el triunfo de Brexit y del fascista que habita (a veces) la Casa Blanca, y ante el ascenso mundial de los líderes que desde la izquierda o derecha representan y defienden feroces políticas antiliberales, Obama -tan sensible y preciso con las palabras- seguiría definiéndose como un populista. No lo ha hecho y es probable que ya nunca lo haga. Y es que la palabra ha terminado por encontrar (en la realidad, no en los diccionarios) su significación definitiva, no tanto por las vagas ideologías que defiende sino por la perversa dominación que trae consigo.

Obama -estadista admirable- era víctima de una ilusión óptica, muy típica por lo demás del mundo estadounidense: pensar que toda la historia es historia americana. Andrew Jackson, en efecto, fue “populista” porque abrió una era de intensa participación popular en la democracia estadounidense. Pero en la acepción moderna, la que opera en Europa o en América Latina, no era un populista, entre otras cosas porque nunca rompió el orden institucional.

LA PALABRA

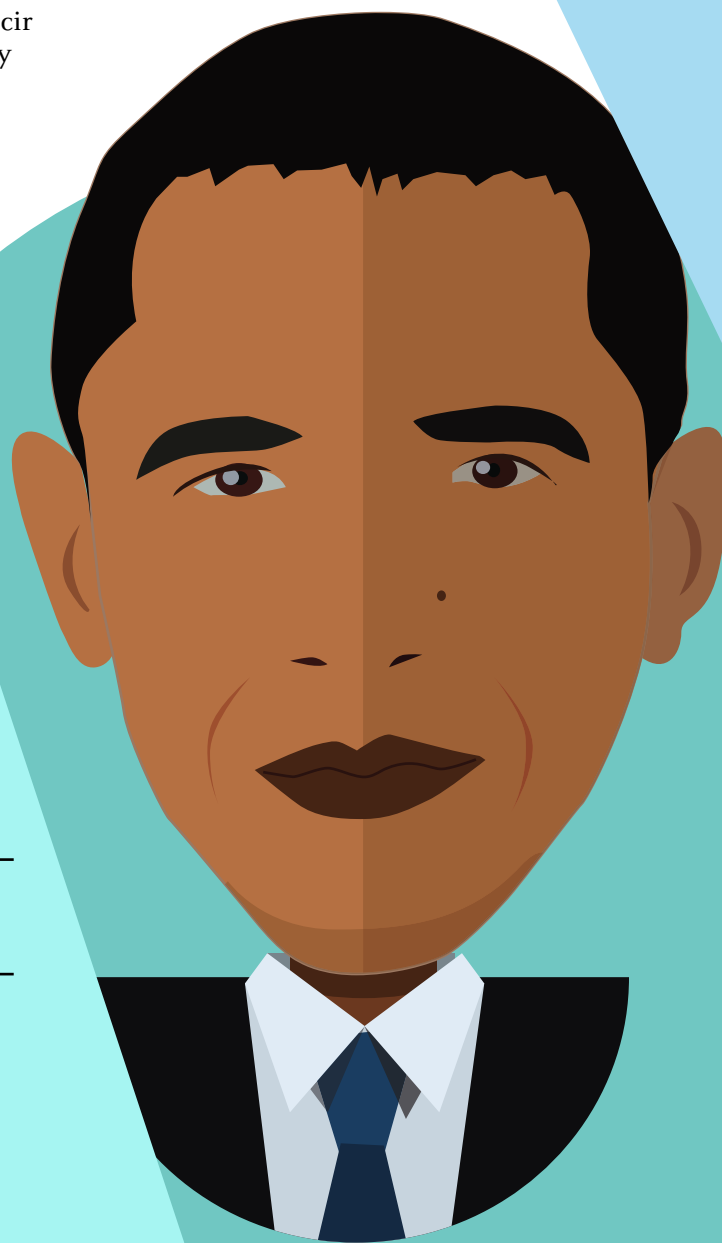


Por: **Enrique Krauze** / *Agencia Reforma*

Historiador, ensayista y editor mexicano, director de la Editorial Clío y de la revista cultural Letras Libres / www.enriquekrauze.com.mx

La palabra populismo ha tenido buena fama no solo en Estados Unidos. También en Rusia, donde el movimiento Narodniki tuvo una importancia enorme en la formación de la conciencia revolucionaria. Los populistas rusos (estudiados por Franco Venturi y referidos en varios ensayos de Isaiah Berlin) eran jóvenes de la burguesía o la aristocracia que abandonaban sus hogares para ir al pueblo, para integrarse a él, aprender de él, redimirlo y redimirse. Eslavófilos por lo general, hallaron una voz en León Tolstoi, que no solo vestía como Muzhik sino que creó la máxima idealización del alma pura en Platón Karataev, el santo campesino de La guerra y la paz. Curiosamente, fueron los propios campesinos rusos los que expulsaron a los jóvenes populistas de sus comunidades. No los reconocían como sus salvadores ni se reconocían en ellos.

Imagen: zainabsoly / Shutterstock.com



En América Latina no hemos dudado en llamar populista al populista, con el sentido real del término. Populista fue Eva Perón, que dijo: “Yo elegí ser ‘Evita’... para que por mi intermedio el pueblo y sobre todo los trabajadores encontrasen siempre el camino de su líder”. Populista fue Hugo Chávez, que en infinitas ocasiones alardeó de ser la encarnación del pueblo: “aquí no hay nada más que amor: amor de Chávez al pueblo, amor del pueblo a Chávez”. Su sucesor no ha podido ser populista porque el carisma no se hereda, porque ya no tiene “pueblo” con el que identificarse (la inmensa mayoría se le opone, hasta el martirio). Y porque es simplemente un asesino.

En el México de los setenta tuvimos dos gobiernos que llamamos populistas: los de Luis Echeverría y José López Portillo. Lo fueron por su estilo demagógico y su política económica (que sepultó la economía del país en un mar de inflación y endeudamiento) pero en estricto sentido ninguno de esos mandatarios fue propiamente populista porque no establecieron un vínculo personal de dominación con “el pueblo”. El poder no residía en sus personas sino en la Silla presidencial. Entre ellos y los sufridos acarreados a sus manifestaciones mediaba un entramado sólido: la institucionalidad del sistema. Era esencialmente corrupto pero tenía límites internos y reglas infranqueables, sobre todo una: la no reelección. Los líderes populistas buscan perpetuarse.

POPULISTA

“Si por ser honesto, por actuar con responsabilidad social y luchar por la vía pacífica, me acusan de populista, que me apunten en la lista”, declaró hace unos meses Andrés Manuel López Obrador. Nadie lo acusó de populista por esas razones. Pero su nombre está “apuntado en la lista” por motivos que lo alejan de Lázaro Cárdenas, el presidente más popular del siglo XX, a quien admira profundamente. Cárdenas no alentaba el culto de su personalidad, no utilizaba expresiones religiosas para definir su vocación, no amenazaba con actuar por encima de las instituciones, no promovía el odio de una parte de la nación contra otra.

En las librerías del mundo occidental proliferan ahora las obras sobre el populismo. Ya no hay equívocos. El populismo es el uso demagógico de la democracia para acabar con ella. A Obama la realidad le corrigió la plana: es popular, no populista. **S**



Colombia cuenta con personajes difíciles de olvidar, que endiosados en la nuevas narconovelas, pareciera que nunca han dejado su fama en relación con lo ilícito. Viajar con pasaporte colombiano resultaba un sinónimo de inspección aduanal obligatoria, por causas que van mucho más lejos que el famoso Juan Valdez, o los mediáticos Juanes, Falcao, Shakira y Sofía Vergara. La tierra del café representa un pasado lleno de violencia, pero con un futuro halagador que, para muchos países del continente latinoamericano, significa un ejemplo a seguir tras los intentos de acuerdo hacia la paz establecidos con las FARC, impensable y retador dentro de un gobierno encabezado por Juan Manuel Santos, convencido en dejar atrás el pasado.

Colombia vive una democracia donde Uribe y Santos, decidieron encontrarse en el Vaticano, escenario perfecto para conciliar políticas distintas que los han llevado a ser un ejemplo de diálogo y búsqueda de acciones en pro del país, que si bien están llenos de intención, siguen polarizados tras el atentado del pasado mes de junio en Bogotá.

Nuevas normas tributarias, incrementos en costos y salarios, alzas en los precios del petróleo y una dinámica y reforzada actividad turística, son titulares fijos en cada reporte económico colombiano; como si de un clon se tratara, es inevitable relacionar este marco con nuestro país, inmerso en reformas, aumentos y una larga lista de similitudes. Aurelio Casillas, el animal de Chacorta y todo el catálogo de capos televisivos, dejan en evidencia el presente de un México que calca a la perfección el pasado colombiano, siempre seducidos por Rutila y Matilde e impresionados por el omnipresente Escobar.

Paradojas del momento, hoy el pasaporte mexicano empieza a ser motivo de revisión, entendiendo una historia en la que el día a día mexicano vive un *déjà vu*, motivo para aprender y consolidar esquemas de

crecimiento, un reforzamiento a los pilares económicos de la nación y un juicio directo hacia necesidades de cambio.

Un control a la inflación como política prioritaria, tasas de interés favorables para la inversión, un recaudo de impuestos mayor auspiciado por una reforma tributaria, una subvención menor al petróleo, la inversión en infraestructura y comunicación dentro del país, el aumento en la producción agropecuaria y la reactivación turística, son puntos que nos harían pensar en la actual economía de México, pero que representan una realidad en la política colombiana, haciendo de esta comparación, un clon perfecto con opciones de futuro, ¡mucho futuro!

Dime con quién andas y te diré quién eres... México y Colombia estrechan distancia y emergen en busca de un adelanto significativo, inmersos en una situación de alta tensión en la geopolítica internacional, con una Venezuela con los días cada vez más contados y un Trump cada vez más perdido, afrontando una política de exportación dependiente

de un Dólar y con una fama cada vez más pareja.

Siendo un socio amigable para poder formalizar negocios en la región de América Latina, el acumulado de inversión de México en el país de las esmeraldas es de cinco mil millones de dólares entre 2000 y 2016, siendo el primer inversor en el país de América Latina y el onceavo del mundo. Colombia presume sus acuerdos comerciales vigentes que le permiten tener acceso preferencial a cerca de 1,500

millones de consumidores en importantes mercados, algo que desde la época del innombrable Salinas, México buscó con su larga lista de TLC.

Las condiciones están dadas para invertir; el esperado final en el conflicto con las FARC, abre la oportunidad de diseñar un plan de incentivos con beneficios tributarios especiales; informes de FDI Markets confirman cómo actualmente en Colombia operan directamente más de 55 firmas mexicanas, destacando empresas como Cementos Mexicanos, Grupo Bimbo, Mexichem,

COLOMBIA MÁS ALLÁ DE LA PAZ



Por: **MAF. Javier Rueda Castrillón**

Analista económico. Catedrático UNID

[@ruedac](#)

Grupo Salinas, Telmex e Interjet, entre otras, que muestran la confianza en el crecimiento económico sudamericano.

En esta Alianza del Pacífico, acompañados por dos economías “de moda” como son Chile y Perú, existe un mercado de más de 215 millones de personas, siendo de carácter vital una integración política, social y económica, que la convierta en el panorama más exitoso de América Latina.

Colombia trata de posicionarse en la economía mundial, sabiendo de su necesidad de poner fin al conflicto armado y consolidar el rumbo para reconciliarse y vivir en paz. De igual manera, México está obligado a mirar a detalle y trazar su propia ruta hacia el crecimiento y la estabilidad. Estampas de un ejército en la calle, retenes carreteros y el toque de queda, fueron rutina en un pasado colombiano que revive sus momentos en tierra azteca, al son de un narcocorrido y con el look del Cochiloco que pone de manifiesto de dónde viene la plata, un juego peligroso que puede complicar la estabilidad internacional en el bloque americano.

Sustentados los pilares económicos, el trabajo social hacia una mejora tangible obliga un cambio a favor de la educación, la igualdad y el esfuerzo, así como a una confianza en las instituciones y un monitoreo constante en cada actividad, siendo el paraíso de Botero el lugar óptimo para empezar a romper paradigmas; veremos la capacidad de éxito, algo que, por similitud, pasará en México.

El colombiano por excelencia, Gabriel García Márquez y sus *Cien años de Soledad*, dejaban entre líneas una frase épica: “Lo esencial es no perder la orientación. Siempre pendiente de la brújula...”, oración eterna para retomar el buen rumbo de las cosas... 

Sé diferente, sé encore.

free  Zone
 Breakfast
 Drink



Nuestras tarifas son de ocupación doble, para que te quedes con tu mejor compañía.

Puebla - Zona Finsa.
Guadalajara - Zona El Palomar.
Querétaro - Zona Antea LifeStyle.
San Luis Potosí - Zona Industrial.

 (33) 3898-6424.

reservaciones@hotelesencore.com
hotelesencore.com

RAMADA
encore
hoteles

Bangkok | Belfast | Ginebra | Londres | Viena | Chihuahua | Guadalajara | Querétaro | San Luis Potosí | Puebla



“Somos fuertes, no a pesar de nuestras diferencias, sino debido a ellas.”
Justin Trudeau

Canadá es diferente. Otros países celebran sus sangrientas guerras de independencia. Canadá festejó este 1ro de julio su cumpleaños 150, pero no recordaba el inicio de una guerra, ni siquiera de la independencia. Canada Day, o la Fête du Canada, conmemora el estatuto de 1867 por el cual tres colonias británicas se confederaron dentro de un dominio de la corona. Otras provincias se unirían después.

La independencia canadiense no fue un proceso rápido, pero tampoco violento. En 1931 se aprobó el estatuto de Westminster que declaraba una casi total independencia, aunque a petición de Canadá el parlamento británico retuvo la facultad de enmendar la constitución. El Estatuto Constitucional trasladó esta facultad al Parlamento canadiense

apenas en 1982, lo cual marcó la independencia plena. Hasta la fecha, sin embargo, el monarca británico es el jefe del Estado, quien delega su responsabilidad en un gobernador general. Canadá atesora su pasado en lugar de rechazarlo.

“Estamos celebrando un país que otros consideran un ejemplo”, dijo Carlos, el príncipe de Gales, en el festejo del Canada Day en la colina del Parlamento en Ottawa. Un emocionado Bono, el cantante del grupo irlandés U2, interpretó One acompañado del guitarrista Edge y dijo: “Cuando otros construyen muros, ustedes abren puertas; cuando otros dividen, sus brazos están abiertos; donde ustedes avanzan, otros siguen.” En un editorial, *The Globe and Mail*, el periódico más influyente de Canadá, se abrió a una expresión de orgullo nacionalista inusual en un país usualmente crítico de sí mismo: “Canadá tiene

una alta probabilidad de ser, si se consideran todos los aspectos, relativamente hablando y con todas las disculpas por una tal explosión de inmodestia, el país más exitoso del planeta.”

Yo no sé si Canadá es el mejor país del mundo, pero sin duda está en los primeros lugares. Su producto per cápita es el número 15 del mundo según el FMI. Tiene además el décimo puesto en el índice de desarrollo humano de las Naciones Unidas.

¿EL MEJOR PAÍS?



Por: **Sergio Sarmiento** / Agencia Reforma

Licenciado en filosofía por la Universidad York, de Toronto. Fue director editorial de las obras en español de Encyclopædia Britannica, Publishers Inc. / [@SergioSarmiento](#)

Es un país fundado sobre la rivalidad de sus comunidades de habla inglesa y francesa, que ha aceptado más inmigrantes de otras culturas que cualquier otro. No ha aspirado a ser un “crisol de culturas”, un melting pot, en contraste con Estados Unidos que ha tratado de diluir las culturas de sus inmigrantes. Es un mosaico: “Sabemos -dijo Trudeau el sábado- que la verdadera fortaleza y resiliencia fluye a través de la diversidad canadiense.” Esta diversidad, sin embargo, ha estado a punto de dividir al país, sobre todo por el deseo de muchos quebequenses de formar un país independiente de habla francesa.

Otros países festejan las guerras de independencia. Canadá celebra los acuerdos pacíficos con los que forjó su soberanía. No solo logró su independencia sin violencia, sino que expandió su geografía y ha mantenido su unidad de forma pacífica. Estados Unidos creció por conquista de territorios, como los que arrancó a México en la guerra de 1847-1848, y recurrió a una cruenta contienda civil para evitar la separación del sur en 1861. Todas las provincias de Canadá se incorporaron de manera voluntaria. Quebec ha organizado no uno sino dos referendos para buscar un divorcio que ha sido rechazado en las urnas. Canadá nunca cuestionó el derecho de los quebequenses de considerar la separación.

Ningún país está libre de faltas, pero quizá Pablo Milanés podría haber escrito de Canadá: No es perfecto, más se acerca a lo que yo simplemente soñé.

Agua y dinero

Ramón Aguirre Díaz del SACMEX aclara: “Una lluvia de 75 mm equivale a 75 litros por metro cuadrado. Las fugas en redes se estiman en 40 por ciento. Mancera nos ha incrementado el presupuesto todos los años; el recorte federal (72%) es totalmente incomprensible.” **S**

Imagen: Drop of Light / Shutterstock.com



En cada descansillo, frente a la puerta del ascensor, el cartelón del enorme rostro miraba desde el muro. Era uno de esos dibujos realizados de tal manera que los ojos le siguen a uno adondequiera que esté. EL GRAN HERMANO TE VIGILA, decían las palabras al pie. (George Orwell, 1984)

PEGASUS:

ESPIONAJE Y DERECHOS HUMANOS



Por: **Lic. Hugo Enrique Mendoza Carbajal**

Abogado fiscalista STRATEGA consultores

hugo.mendoza@strategaconsultores.com / [@hugoamadeus](https://twitter.com/hugoamadeus)

El pasado 19 de junio, el diario *New York Times* reveló que el gobierno federal ha gastado casi 80 millones de dólares en la adquisición del programa cibernético de espionaje denominado “Pegasus” (Ahmed & Nicole, 2017), con el principal objetivo de espiar no a criminales o terroristas, sino a activistas, periodistas y defensores de derechos humanos, para monitorear cualquier detalle de su vida diaria por medio de su celular.

Los blancos han sido, entre otros, los periodistas Carmen Aristegui, Rafael Cabrera, Sebastián Barragán y Carlos Loret de Mola; Salvador Camarena y Daniel Lizárraga de la asociación civil Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad (MCCI), así como los miembros del Instituto Mexicano de la Competitividad (IMCO), Juan Pardinas y Alexandra Zapata, y Mario Patrón del Centro Prodh.

Dichos personajes están involucrados en la defensa de los derechos humanos en casos

como la desaparición de los 43 estudiantes de la Escuela Normal Rural de Ayotzinapa y el abuso sexual a mujeres detenidas durante protestas en San Salvador Atenco, y guardan relación con acciones de combate a la corrupción, como la propuesta ciudadana de la Ley 3 de 3, o el traer a la luz pública temas como la casa blanca de Enrique Peña Nieto.

El antecedente inmediato de este tipo de prácticas por parte del gobierno federal y los estatales, salió a la luz pública a mediados de 2015, cuando la compañía italiana The Hacking Team fue hackeada, revelando que diversas dependencias gubernamentales pagaron más de 8 millones de euros a la misma, con la finalidad de espiar a ciudadanos (Igartúa, 2015), resaltando que éstas no tienen facultades constitucionales y legales para ello.

Así, nos encontramos ante otra práctica que vulnera los derechos fundamentales de todos los ciudadanos mexicanos por parte de los órganos del Estado. Por lo tanto, es necesario conocer los medios de defensa que tiene el gobernado en contra de estos actos de abuso de autoridad, con el fin de salvaguardar sus derechos constitucionales.

Los intentos de espionaje gubernamental a dispositivos electrónicos trasgreden flagrantemente lo dispuesto por el artículo 16 de la Constitución federal (2017), el cual indica que las comunicaciones privadas son inviolables y la ley sancionará penalmente cualquier acto que atente contra la libertad y privacidad de las mismas, excepto cuando sean aportadas de forma voluntaria por alguno de los particulares que participen en ellas.

El artículo 177 del Código Penal Federal (2017), comprendido en el apartado referente a los delitos de *violación de correspondencia*, estipula que a quien intervenga comunicaciones privadas sin mandato de autoridad judicial competente, se le aplicarán sanciones de seis a doce años de prisión y de trescientos a seiscientos días multa.

En el mismo tenor, el numeral 211 bis del Código en comento,

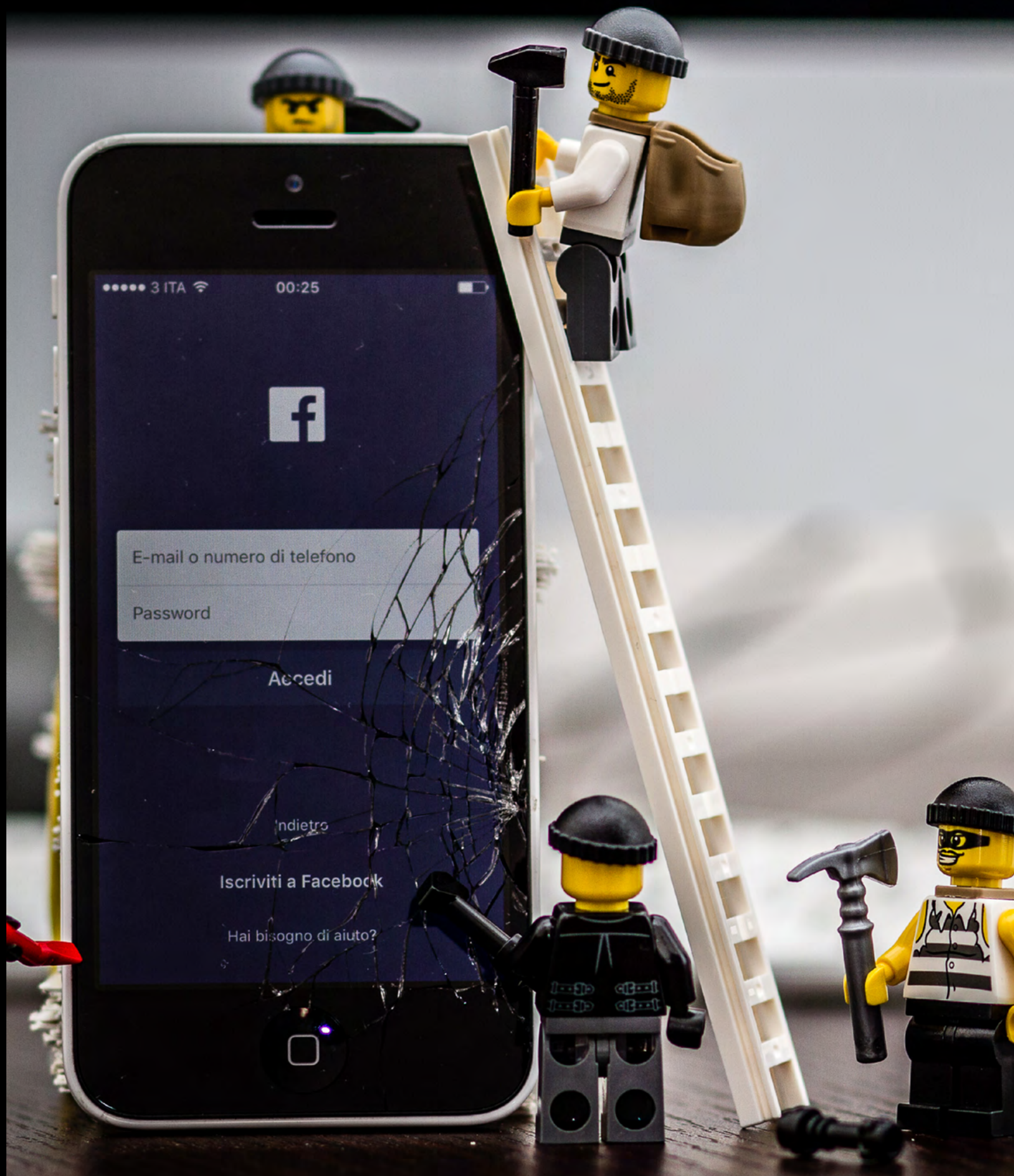
Imágenes: MeskPhotography / Shutterstock.com

relativo al delito de *acceso ilícito a sistemas y equipos de informática* indica que se le aplicarán sanciones de seis a doce años de prisión y de trescientos a seiscientos días multa a quien revele, a quien divulgue o utilice indebidamente o en perjuicio de otro, información o imágenes obtenidas en una intervención de comunicación privada.

Si bien es cierto que existe una excepción a la regla, es decir, permitir a la autoridad judicial la intervención de cualquier comunicación privada a petición de la autoridad federal que faculte la ley o del titular del Ministerio Público de la entidad federativa correspondiente, no lo es menos que tendrían que satisfacerse diversos requisitos para que la Procuraduría General de la República, las procuradurías o fiscalías estatales, la Policía Federal o el Centro de Investigación y Seguridad Nacional obtengan las autorizaciones de un juez para que se permita acceder a las comunicaciones privadas de una persona.

De acuerdo al Código Nacional de Procedimientos Penales (2016), todo acto de molestia deberá llevarse a cabo con respeto a la dignidad de la persona, por lo que –en el caso en concreto– el individuo que haya sido afectado por este tipo de violación a sus derechos puede manifestarse argumentando que no existe ninguna investigación criminal en curso en su contra o indicios suficientes de que haya cometido algún delito, aunado a que sus actividades conlleven a la configuración de una amenaza inminente a la seguridad nacional.

Así las cosas, al verse afectado por la comisión de los delitos descritos, perpetrados por entidades gubernamentales, lo correcto es presentar formalmente una denuncia ante la Agencia del Ministerio Público de la Federación adscrito a la Fiscalía Especial para la Atención de Delitos Cometidos contra la Libertad de Expresión, tal y como lo hicieron las figuras públicas



mencionadas al inicio de este artículo el mismo 19 de junio.

La postura de la Presidencia de la República en cuanto a estos actos es la de negarlo todo (Sánchez H., 2017), argumentando que no hay prueba alguna de que agencias del gobierno mexicano sean responsables del supuesto espionaje e invitando a todos los afectados a presentar su denuncia ante las autoridades competentes y así realizar las investigaciones pertinentes.

“Somos los nuevos enemigos del Estado”, reza el artículo mencionado del *New York Times*, exacerbando aún más la crisis de la libertad de expresión en México. A pesar de tener instituciones como la citada Fiscalía Especial para la Atención de Delitos Cometidos contra la Libertad de Expresión, en el país no se les tienen seguridad ni confianza en su eficacia. Los actos perpetrados por el gobierno federal en el caso Pegasus se traducen como un mecanismo de sometimiento y control sobre todos aquellos actores cuyo único “crimen” es exhibir los altos grados de corrupción e impunidad en México, que rayan en lo inverosímil y en el cinismo. No queda más que esperar la conclusión de este nuevo capítulo de espionaje a la ciudadanía, deseando que en esta ocasión sí haya culpables y castigos. **S**

Referencias bibliográficas

Ahmed, A., & Nicole, P. (19 de junio de 2017). *América Latina*. Disponible en: <https://www.nytimes.com/es/2017/06/19/mexico-pegasus-nso-group-espionaje/>

Cámara de Diputados. (2016 de junio de 2016). *Código Nacional de Procedimientos Penales*. Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CNPP_170616.pdf

Cámara de Diputados. (26 de junio de 2017). *Código Penal Federal*. Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/9_260617.pdf

Cámara de Diputados. (24 de febrero de 2017). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. Recuperado el 03 de julio de 2017, de Cámara de Diputados: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_240217.pdf

Igartúa, S. Espionaje viola los derechos humanos, hay que investigarlo: CNDH. *Proceso*, 17 de julio de 2015

Sánchez H., E. (19 de junio de 2017). Recuperado el 04 de julio de 2017, de Twitter: https://twitter.com/ESanchezHdz/status/87693900199618560/photo/1?ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.nytimes.com%2Fes%2F2017%2F06%2F21%2Ffeedle-investigacion-pegasus%2F



ANALFABETISMO TRIBUTARIO



Por: **C.P. Ricardo Manuel Derreza Gutiérrez**

Asesor y planeación fiscal STRATEGA Consultores
ricardo.derreza@strategaconsultores.com

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) define como analfabeta a la persona de 15 o más años de edad que no sabe leer ni escribir un recado, y menciona que en México, si bien el índice de analfabetismo ha disminuido de un 25.8% de la población en 1970 a un 5.5% para 2015, aun así no deja de ser considerado uno de los principales problemas a resolver para combatir la pobreza y así tener un país desarrollado.

Por otro lado, si bien el concepto de analfabeta se refiere a aquella persona mayor de 15 años que no sabe leer ni escribir, si a ello le agregamos el término “tributario” entramos en un ámbito mucho más particular al de solo leer y escribir.

Para saber lo que es el analfabetismo tributario, es fundamental comprender lo que es la relación jurídico-tributaria, la cual según Hernández Méndez es “el vínculo jurídico que se establece entre dos partes, una llamada sujeto activo, que es el que genera la obligación y otra llamada sujeto pasivo,

que es el que tiene que cumplir con las obligaciones que establece el sujeto activo”. En otras palabras, es la relación que existe entre el Estado y el contribuyente y sirve para definir el cómo, cuándo, cuánto y por qué vamos a pagar impuestos.

Ahora bien, la obligación de pagar contribuciones se plasma en nuestra constitución, y así mismo se señalan los principios que deben cumplir éstas. Sin embargo el hecho de pagar impuestos para la mayoría de los mexicanos, suele ser una tarea compleja tediosa y prácticamente imposible, al igual que resulta leer y escribir para cierto porcentaje de la población.

Aunque el porcentaje de analfabetismo en el país ha disminuido en gran medida en los últimos 45 años, al ser la educación una garantía individual y un derecho humano, no ocurre lo mismo con el conocimiento tributario. El Estado invierte poco en difundir el cómo cumplir con la obligación de pagar impuestos y bajo el tenor jurídico que en latín dice “*ignorantia legis*



neminem excusat” (‘la ignorancia no exime del cumplimiento de la ley’), gran parte de la población se encuentra en un estado de vulnerabilidad frente al pago de tributos.

A la fecha carecemos en nuestro sistema educativo de elementos orientados a conocer la relación jurídico-tributaria y en específico al pago de impuestos; si bien poco a poco se ha trabajado en que el pago de impuestos pueda realizarse de una forma más “sencilla”, aun así no deja de ser un proceso complejo que nos cuesta comprender y ejecutar, lo cual hace necesario que nos acerquemos a un especialista para poder cumplir con el pago de nuestros impuestos. Esto ha condicionado que, por muchos años, los mexicanos seamos analfabetas tributarios; y que, si no buscamos por nuestra cuenta la manera correcta de pagar los impuestos, nadie se hará responsable de nuestros errores u omisiones ni podremos salir de la ignorancia fiscal.

Un estudio del SAT reflejó que el 54.7% de la población económicamente activa no paga impuestos, cantidad mucho mayor al 5.5% de la población analfabeta. Sin afirmar que el total del porcentaje que no paga impuestos sea por falta de educación tributaria, sí podríamos estimar conservadoramente que el 50% de esta población carece de ella. Para que México llegue a ser un país desarrollado la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) pone como meta cierto porcentaje de recaudación, y para llegar este objetivo, la educación tributaria debería estar en nuestras escuelas como una materia más, no con el afán de que todos salgan siendo contadores, sino con el objetivo de que los mexicanos conozcan por qué y cómo deben de pagar sus impuestos. **S**

Referencias bibliográficas

Hernández, M., (2003). “La Obligación y las Relaciones Tributarias”. *Nuevo Consultorio Fiscal* (340), p. 45



Desde el punto de vista del Servicio de Administración Tributaria (SAT) es aplicable el famoso refrán que dice “Dime con quién andas y te diré quién eres”.

Lo anterior en virtud de que, si tú realizaste operaciones con algún contribuyente que fue publicado en la lista negra del SAT, y diste algún efecto fiscal a las facturas expedidas por este, aunque tus operaciones no sean simuladas, la citada autoridad ya te ha etiquetado como una Empresa que Deduce Operaciones Simuladas (EDOS), y tendrás que demostrar lo contrario.

Se entiende por una EDOS la empresa que sin recibir la mercancía o servicio facturado, adquiere tal comprobante fiscal en virtud de que con dicho gasto disminuye su base del Impuesto Sobre la Renta y a su vez genera saldos a favor de Impuesto al Valor Agregado.

Con la Reforma fiscal del año 2014, surgieron una serie de importantes modificaciones al Código Fiscal de la Federación (CFF). Una de esta fue la adición del artículo 69-B al Código Tributario, con el cual se incorpora un procedimiento para detectar y combatir a los contribuyentes que han emitido comprobantes fiscales sin contar con activos, personal, infraestructura o capacidad material, directa o indirectamente, para prestar los servicios o producir, comercializar o entregar los bienes que amparan tales comprobantes, y presumir la inexistencia de las operaciones contenidas en dichas facturas.

Los contribuyentes que realizan tal práctica son conocidos como Empresas Facturadoras de Operaciones

Simuladas (EFOS), y una vez que los ha detectado el SAT, procederá a notificarles que se encuentran en un listado presunto publicado en el Diario Oficial de la Federación y que cuentan con 15 días para manifestar lo que a su derecho convenga y aportar pruebas.

Luego, la autoridad en un plazo que no exceda de cinco días valorará las pruebas y defensas hechas valer y notificará al contribuyente la resolución correspondiente vía buzón tributario. Si la empresa no logra desvirtuar la situación que se le imputa, después de los 30 días de haberle notificado la resolución, será publicado de manera definitiva en la lista negra del SAT.

Una de las consecuencias de dicha publicación definitiva

será que la autoridad no dará efecto fiscal alguno a las operaciones contenidas en los comprobantes fiscales analizados y expedidos por el contribuyente en cuestión.

Así las cosas, los contribuyentes que dieron cualquier efecto fiscal a las facturas expedidas por una EFOS, son consideradas EDOS y según lo estipulado por el quinto párrafo del artículo 69-B del CFF, a partir de que su proveedor fue publicado en la lista negra del SAT cuentan con 30 días para acreditar ante la propia autoridad, que efectivamente adquirieron los bienes o recibieron los servicios que amparan los citados comprobantes fiscales, o bien para en el mismo plazo corregir su situación fiscal, mediante la declaración o declaraciones complementarias que correspondan.



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

TU PROVEEDOR FUE PUBLICADO EN ¡AHORA ERES

LA LISTA NEGRA DEL SAT UNA EDOS!



Ahora bien, si ya transcurrieron más de 30 días después de la publicación en comentario y la supuesta EDOS no acudió ante la autoridad a desvirtuar la presunta simulación de operaciones, es importante señalar que según el criterio sustantivo 2/2016/CTN/CS-SASEN, emitido por la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, no precluye el derecho del receptor de los comprobantes fiscales para acreditar la realización de las mismas.

Igualmente, en el citado criterio sustantivo señala el Ombudsman del contribuyente que “el que un contribuyente quede incluido en forma definitiva en el listado previsto en el tercer párrafo del artículo 69-B del CFF como emisor de comprobantes fiscales por operaciones inexistentes, no debe ocasionar el efecto automático de que al tercero le sean desconocidas sus operaciones y, por ende, la deducción de las cantidades amparadas por los comprobantes respectivos; pues constituye un derecho fundamental de cualquier gobernado, el que los actos de autoridad destinados a privarle de algún derecho sigan el debido proceso, que comprende ser llamado al procedimiento respectivo a través de una notificación personal y directa.”

Por su parte, el procedimiento seguido a las EDOS no se encuentra contenido en el Código Tributario sino en la regla 1.5 de la Resolución Miscelánea, situación que pone en duda la constitucionalidad del procedimiento, ya que el numeral 69-B no contiene el plazo que tiene la autoridad de emitir resolución a la aclaración presentada por la EDOS, ni la consecuencia jurídica de no notificar en tiempo la citada resolución.

De conformidad con la Regla Miscelánea 1.5, las EDOS acreditarán que efectivamente adquirieron los bienes o recibieron los servicios que amparan los comprobantes emitidos por las EFOS conforme a la ficha de

trámite 157/CFF, contenida en el Anexo 1-A; la autoridad fiscal puede requerir información y documentación adicional, contando el contribuyente con un plazo de 10 días para proporcionarla y pudiendo ampliar dicho plazo por 10 días más.

Una vez transcurridos los plazos antes señalados, la autoridad valorará la información y resolverá en un término no mayor a 30 días si el contribuyente acreditó que efectivamente adquirió los bienes o recibió los servicios que amparan los comprobantes fiscales.

Se destaca que el SAT, mediante el procedimiento contenido en el artículo 69-B, únicamente determinará la existencia o inexistencia de las operaciones, debido a que, solo a través del ejercicio de facultades de comprobación la autoridad podrá determinar los créditos fiscales que correspondan y considerar que las operaciones amparadas en los comprobantes fiscales son actos o contratos simulados para efecto de los delitos previstos en el CFF.

En este contexto, en vía de no ser confundido con una EDOS y evitar las consecuencias legales previstas en el multicitado numeral 69-B, e incluso consecuencias penales, es importante que los contribuyentes sepan identificar a las EFOS, mismas que se caracterizan por ser empresas de reciente creación, ubicadas en domicilios fiscales que son casa habitación u oficinas virtuales, en los cuales se pueden localizar diversas empresas y no se observa actividad económica alguna, además estos contribuyentes facturan servicios intangibles como asesorías o capacitación y no cuentan con empleados, maquinaria, equipo e inventarios.

Aunado a lo anterior, igualmente se recomienda documentar todas las operaciones realizadas con los proveedores de bienes y servicios, y verificar a través del portal del



SAT o del Diario Oficial de la Federación que los mismos no se encuentren publicados en la lista negra.

Por su parte, al SAT cada vez le será más fácil detectar la simulación de operaciones a través de los nuevos mecanismos igualmente implementados con la reforma fiscal para 2014, esto es, la contabilidad electrónica, el buzón tributario, las revisiones electrónicas, cancelación de certificados de sellos digitales y las nuevas modalidades para la expedición de CFDI's, lográndose combatir la elusión y evasión fiscal a través de la compraventa de facturas, lo que traerá como consecuencia un incremento en la recaudación. 

Referencias Bibliográficas

Código Fiscal de la Federación. Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/8_160517.pdf.

RESOLUCIÓN Miscelánea Fiscal para 2017 y su anexo 19. Disponible en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5466834&fecha=23/12/2016.

Criterios Sustantivos emitidos por la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente. Disponible en: http://www.prodecon.gob.mx/Documentos/CriteriosNSAJ/compilacion_criterios_sustantivos_sasen_actualizada.pdf.

Por lo anterior, surge la siguiente pregunta: ¿cómo está México en materia de innovación? Desde el año 2007, el Índice Mundial de Innovación, creado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), la Universidad de Cornell y la escuela de negocios INSEAD, mide el desempeño de los gobiernos por medio de 81 indicadores, partiendo de la tesis de que la innovación es uno de los motores de crecimiento económico de los países. Según dicho informe, México ocupa el lugar 58 de 127 países, siendo el ranking encabezado por Suiza, Suecia, los Países Bajos, los EEUU y el Reino Unido. En América Latina, nuestro país ocupa el tercer lugar, después de Chile y Costa Rica. (Innovación, 2017). En consecuencia, ¿qué medidas puede tomar el gobierno ante este panorama?

La ciencia no debe ser vista como algo “exclusivo” o “selectivo” de unos cuantos.

Esta encuesta arrojó diez retos elegidos por la ciudadanía que son: Educación, Agua, Medio Ambiente, Seguridad Alimentaria; Energía, Salud Pública, Cambio Climático, Investigación Espacial, Migración, Salud Mental y Adicciones. En cada uno de ellos, se apuesta a que la innovación es el siguiente paso que permitirá resolver muchos problemas que encierra cada categoría, sentando la base para la agenda sobre políticas públicas en el futuro.

La innovación, la investigación y el desarrollo tecnológico son actividades que tienen un papel fundamental en el crecimiento económico de un país. Se ha hecho un gran esfuerzo por parte del CONACyT y otras instituciones para promoverlas, sin embargo, aún no se cuenta con las políticas públicas suficientes que las fomenten de manera plena a corto, mediano y largo plazo. En el futuro, éstas deben fortalecer la participación activa, el vínculo y la comunicación entre universidades, industria, gobierno y la sociedad civil, fomentando así tanto la competitividad como la productividad. Una cadena virtuosa entre educación, ciencia, tecnología e innovación podrá acercarnos a una sociedad en la que muchos problemas sociales, la desigualdad y el combate a la pobreza serán enfrentados de manera eficiente. En definitiva, debemos inspirar a los ciudadanos a que exploten su creatividad y capacidad de asombro a través de la ciencia y la tecnología, México los necesita ahora más que nunca para su desarrollo y fortalecimiento internacional. 

POLÍTICAS PÚBLICAS EN MATERIA DE
CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN PARA **MÉXICO**



Lic. en Relaciones Industriales, M. en C. Sociales y Admón. de Negocios; Ex Rector de la Universidad de Guanajuato y Ex Director del CONACyT / **@JCRomeroHicks**



Quino (2017). *AM Querétaro*. Disponible en: <http://amqueretaro.com/periodico-hoy/2017/06/20/mayor-gasto-en-investigacion-igual-a-crecimiento-economico>



En México desde que eres un niño, tus padres, maestros y alguno que otro compañero, con orgullo presumimos que fue un mexicano quien inventó la televisión a color: Guillermo González Camarena. También escuchamos mitos tales como que no se le reconoció o que fue robado su invento, y que otras personas se adjudicaron su creación.

Guillermo González Camarena inventó en 1940 un sistema para transmitir televisión a color: el Sistema Tricromático Secuencial de Campos. Más tarde creó un sistema más simple para generar color, el Sistema Bicolor Simplificado. (*Milenio Diario*, S.A. de C.V.)

Lo cierto es que a Camarena no se le adjudicó la patente de televisión a color, ya que se determinó por las autoridades correspondientes, que

el invento se trataba de una mejora sobre los aparatos de televisión en blanco y negro antes patentados. Sin embargo, para garantizar su creación y hacerla valer ante terceros registró la patente del sistema tricromático secuencial en territorio nacional y posteriormente en Estados Unidos de Norteamérica.

Es aquí donde destacan dos palabras clave, Patentes y Mejoras, pertenecientes a lo que conocemos como *Propiedad Industrial*; éstas a su vez forman parte de un cuerpo más amplio llamado *Propiedad Intelectual*, que se refiere a todas las creaciones del intelecto.

Pioneros, Inventores, Creadores, Científicos; estos y otros términos similares, se han utilizado a través del tiempo para referirse a un

sin fin de personajes que de una u otra forma lograron revolucionar el campo donde se especializaron, y aunque estas denominaciones se han explotado y en alguna que otra ocasión se ha abusado de ellas, no cabe la menor duda de que hay hombres que verdaderamente ganaron tan prestigioso título dentro de la propiedad intelectual.

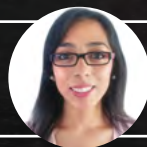
De acuerdo con la Ley de la Propiedad Industrial, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) tiene, entre otras atribuciones, fomentar y proteger la propiedad industrial, es decir, aquellos derechos exclusivos de explotación que otorga el Estado durante un tiempo determinado a las creaciones de aplicación industrial y comercial, tales como las patentes de invención, los

diseños industriales, las marcas, los modelos de utilidad, esquemas de trazados de circuitos, los secretos industriales, cuya importancia consiste en que son signos que transmiten información, especialmente al mercado consumidor, y tal protección tendrá por finalidad impedir toda utilización no autorizada de dichos signos, que pueda inducir a error a los consumidores, así como toda práctica que induzca a error en general.

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, la *patente de invención* es el instrumento legal que permite a un inventor, a su causahabiente o cesionario, explotar de modo exclusivo un invento, llamándose así al producto o proceso que constituye una nueva

PROPIEDAD INDUSTRIAL

PATENTES Y MODELOS DE UTILIDAD



Por: **L.D. Karen Lizbeth Ayala García**

Abogada Departamento Jurídico Corporativo STRATEGA Consultores
karen.ayala@strategaconsultores.com

manera de hacer algo, o proponga una nueva solución técnica a un problema, mientras que el *modelo de utilidad* es cualquier objeto, utensilio, aparato o herramienta que, como resultado de una modificación en su configuración, su forma o estructura, o de la disposición de sus elementos o partes, permita realizar una función diferente o presente ventajas en cuanto a su utilidad ("pequeñas patentes" o "patentes de innovación"), en palabras comunes implica alterar o modificar un elemento ya existente y agregar nuevos componentes o bien rediseñarlos para otros usos que no estaban contemplados.

El titular de cualquiera de éstas gozará durante un tiempo determinado, mediante el cumplimiento de ciertas obligaciones que establecen las leyes, para que su patente o modelo de utilidad no pueda ser fabricada, utilizada, distribuida ni vendida con fines comerciales sin su consentimiento, así mismo el titular puede obtener beneficios económicos sobre cualquiera que sea su propiedad industrial, ya que puede explotarla de manera comercial, ceder, distribuir, licenciar o incluso vender los derechos que el Estado le confiere.

Los requisitos para obtener un modelo de utilidad son menos estrictos que para

las patentes, incluso en la práctica, se llega a utilizar la protección mediante modelos de utilidad para innovaciones menores que quizás no satisfagan los criterios de patentabilidad. La vigencia de la titularidad para los modelos de utilidad es de 10 años sin posibilidad de renovación; mientras tanto las patentes se mantienen por 20 años. Al finalizar la protección pasan a formar parte del dominio público.

Es importante diferenciar estos dos términos, ya que coloquialmente los llegamos a confundir y creemos que cualquier invento, creación o modificación de algún objeto es denominado *patente*; sin embargo, para poder llamarse de esta forma es importante considerar ciertos requisitos como son la característica de novedad, es decir, una característica nueva que no forme parte del cuerpo de conocimientos existente en su ámbito técnico, que sea de *uso práctico* o también llamada aplicación industrial, que significa que puede ser usado en cualquier rama de la actividad económica; y por último, que tenga una *actividad inventiva*, lo que significa que no puede ser producto de deducción por una persona con conocimientos técnicos en el rubro en donde destaque dicha invención.

El modelo de utilidad en cambio solo necesita que sea novedoso y de aplicación industrial o uso práctico.

Algunos ejemplos de patentes orgullosamente mexicanas son el sistema tricromático de Guillermo González Camarena, la

píldora anticonceptiva de Luis Ernesto Miramontes, filtros solares para ahorro de energía de Rafael Almanza, la tinta indeleble de Filiberto Vázquez Dávila, y qué decir de la primera máquina tortilladora de Everardo Rodríguez Arce y Luis Romero.

Es importante que tengamos la cultura de registrar y saber aprovechar los derechos y beneficios que la ley nos otorga de protección a la propiedad industrial por varias razones, como es principalmente el progreso y el bienestar de la humanidad ya que dependemos de la capacidad de crear e inventar nuevas obras en las esferas de la tecnología y la cultura. La protección jurídica de las nuevas creaciones alienta a destinar recursos adicionales a la innovación y a la educación, y por último, la promoción y la protección de la propiedad intelectual estimula el crecimiento económico tanto del titular como del país completo, ya que genera nuevos empleos e industrias, enriquece y mejora la calidad de vida. **S**



¡*Sapere aude!* ¡Ten el valor de servirte de tu *propia* razón!: he ahí el lema de la ilustración (Kant, 1784)

Hemos de admitir que nuestro acercamiento al siglo XVIII se debe mucho al cine: notables películas nos han mostrado a través de la pantalla ese mundo lleno de aristócratas que se vestían de terciopelo, se empolvaban, se ponían llamativos lunares falsos en el rostro embadurnado de blanco y, sobre todo, se ponían pelucas. Filmes tales como *Relaciones peligrosas* del simpático Stephen Frears (1988), *El perfume* de Tom Tykwer (2006), la espectacular *María Antonieta* de Sofía Coppola, o la magistral *Barry Lyndon* de Stanley Kubrick (1973),

o esa infamia que es Amadeus de Milos Forman (1984), o la filigrana de *La noche de Varennes* de Ettore Scola (1982), o la encantadora *Ridicule* de Patrice Leconte (1996), todas éstas y otras, entre una pléyade que también incluye series de televisión, nos muestran y nos representan ese mundo tan extraño y fascinante. Sin embargo, se tiene que hacer notar que la mayor parte de las historias se basan en cuentos y fábulas sobre la muy depredadora aristocracia gobernante y sus distintos miembros. O también sobre sujetos raros. Son, en suma, variopintas representaciones del Antiguo Régimen. Y se olvida entonces, porque así es la memoria marcada por un sistema ideológico dominante, que el siglo XVIII fue también marco para el surgimiento

de esa fundamental forma de entender el mundo: la Ilustración.

La Ilustración, así llamada por los propios contemporáneos, fue sobre todo una actitud y una esperanza. La actitud comienza con la crítica que se hacía a los poderes establecidos: ¿de dónde proviene ese “derecho divino” de los reyes? ¿Por qué existen la desigualdad y la infelicidad? ¿Por qué los hombres viven idiotizados, en estado catatónico? Estas preguntas y muchas más se hicieron desde el ámbito del pensamiento, ámbito que fue preparado por los grandes filósofos que, a partir de la segunda mitad del siglo XVII establecieron magnos sistemas filosóficos, tales como Descartes, Malebranche, Leibniz, Newton o

RECORDAMOS LA ILUSTRACIÓN



Por: Mtro. Carlos R. C. Tapia Alvarado
Historiador egresado de la UNAM y Mtro. en Historia del Arte
egresado de la EESCIHA / [@tapiawho](#)

Locke. Pero nuestros pensadores del siglo XVIII no adoptaron semejantes aparatos intelectuales, sino que utilizaron al pensamiento para criticar al mundo, utilizaron el saber para educar, hicieron de la filosofía un arma de combate. Pero ¿contra quién o quiénes luchaban? Contra todos los poderosos que creían que el mundo les pertenecía y que todos debían de pensar según una lógica marcada por cierta predestinación fundamentada en el origen social: contra el estamento de la alta aristocracia, que regía las formas políticas y religiosas de la cotidianidad humana.

Para darse cuenta de lo que uno es en un sistema así (y no nos podemos resistir ante la metáfora de la película *Matrix*, que bien puede ejemplificar lo que decimos) debemos darnos cuenta, en primerísimo lugar, del papel que nosotros ejercemos en ese mismo sistema, como sujetos ciegos ante la injusticia, la intolerancia, la prepotencia y el dominio infernal de los mercaderes de creencias. Ese “¡Atrévete a pensar!” de Kant no es sino la muestra palpable de lo que los filósofos del siglo XVIII habían establecido como punto de apoyo fundamental para destruir a las periclitadas y anacrónicas estructuras de dominio, fundamentadas a su vez en la ignorancia y la estupidez.

Nos referimos a esa maravillosa hipóstasis, ese poder que los hombres tienen para ser felices y productivos: la RAZÓN.

La razón fue la espada flamígera que nuestros empelucados filósofos esgrimieron, (con mucho éxito, habrá que admitir), para tratar de derrumbar al Antiguo Régimen. En nombre de la razón los hombres y mujeres del dieciocho comenzaron a generar espacios para conversar, para platicar, para discutir y para debatir, porque esas son las formas en las cuales la razón se reproduce. La razón no se puede mover donde no hay diálogo y sí hay intolerancia, soberbia y estupidez, características todas de los prepotentes. Si la razón se topa con obstáculos así, los corroe y los destruye, porque los critica desde sus cimientos. Y esta es otra característica de la Ilustración: la crítica. Criticar significa poner en crisis los fundamentos de algo preestablecido. Y crearon su instrumento de combate, la muy notable *Enciclopedia o Diccionario razonado de ciencias, artes y oficios*, que se publicó entre 1751 y 1772, gracias a la terca insistencia de Denis Diderot, quien



Adolph von Menzel: Bild "Die Tafelrunde" (1750)

tuvo que enfrentarse a los poderes establecidos (la corona y la iglesia) que desde un principio prohibieron la lectura de la obra. Este solo hecho, en el cual las instituciones del poder luchan contra el contenido de unos *libros*, ilustra de manera elocuente lo que fue la lucha de estos hombres. Y todos se destacaron: un Voltaire, por ejemplo, luchador incansable contra la estupidez y contra la crueldad de instituciones que queman el cuerpo para salvar almas. El barón d'Holbach, La Mettrie o Helvetius, así como Condillac o Condorcet pugnaban por el reconocimiento de las bases materiales que explican la vida. Rousseau estableció que todo motivo de infelicidad entre los hombres es la posesión.

Y como eran maestros de la palabra, estos señores escribían muy bien, y de hecho, entre las mejores páginas de prosa filosófica se encuentran Voltaire, de quien entre todas las obras que dio al mundo, destaca su precioso cuento filosófico *Cándido o el optimismo*, obra que critica la idea de la existencia

del mejor de los mundos posibles cuando hay tanta maldad. Otra obra maravillosa, de un contenido profundísimo, y tesoro descubierto por unos cuantos (tales como Goethe, Hegel o Marx) es *El sobrino de Rameau*, del gran Diderot, obra maestra absoluta. Obra que critica a la propia razón como eje de la vida social e individual, y que a su vez no ve con malos ojos a los sujetos amorales, que son los que finalmente ponen bajo la lupa todos los supuestos filosóficos habidos y por haber. *Las Cartas persas* de Montesquieu contienen momentos espléndidos. Y fue tal la irradiación de la Ilustración, la irradiación de la razón, que en buena parte del mundo occidental se extendió su poderosa luz. En México, en plena época virreinal, tuvimos a nuestros propios ilustrados: Juan José de Eguiara y Eguren sería algo así como un pionero, seguido de los jesuitas Alegre, Clavijero o Cavo. José Antonio de Alzate y Ramírez, José Ignacio Bartolache, Joaquín Velázquez de León, Juan Benito Díaz de Gamarra, son algunos de los hombres que en México trataron de poner a la razón como la guía de nuestras almas.

¿Por qué es importante apelar al espíritu de la Ilustración? Porque los hombres de la época fueron optimistas con respecto a las potencias que la inteligencia puede otorgar cuando se utilizan en beneficio de la sociedad en su conjunto. Si nosotros nos convencemos igualmente de que si esto puede generarse es a partir de la inteligencia, del ejercer la razón con sabiduría, entonces reabriríamos un camino hacia la vida y el respeto a la misma, una vía a la justicia, a la libertad y a la tolerancia, cosas todas muy necesarias para buscar vivir en armonía. ¡Atrevámonos a pensar! ¡Démosle frente a la incuria y a la estulticia promovidas por los medios masivos de comunicación! Seamos ilustrados. ¡Sapere aude! Es decir... ¡Atrévete a pensar! **S**



POLÍTICA DIGITAL, LA GUERRA SUCIA ESTÁ EN LAS REDES



Por: **LCC. Gabriel Moreno Rodríguez**

Productor, académico en el ITESM, Director de Noticias en One Click Medios.

Analista en temas de tecnología y Ceo / [@gabofanfare](#)

Qué conveniente se ha vuelto la integración de las redes sociales en nuestras vidas, desde la forma en que nos comunicamos hasta la velocidad con que nos enteramos de las cosas que ocurren en el mundo. Pero lo cierto es que pocos son los mercados donde se han aprovechado tanto las redes sociales como es en la política.

No hace mucho, durante una manifestación en México, una mujer sostenía un cartel donde se leía “nosotros somos el quinto poder” en referencia al papel que tiene la sociedad en las redes sociales. Sabíamos que los gobiernos y los medios de comunicación eran los primeros cuatro poderes, pero no suena nada descabellado considerar que las redes digitales han venido a traer un contrapeso importante en esta enorme balanza.

Y es que nunca habíamos estado en una época donde la opinión pública tuviera tanto eco de una forma tan directa e inmediata con los políticos. Ahora es bastante sencillo grabar un video, escribir un comentario y participar en un hashtag de los que

en muchas ocasiones alimentan los estudios de mercado de un equipo de campaña o una oficina gubernamental.

Pero ¿Y si en lugar de analizar lo que hacen los usuarios pensamos en lo que pueden hacer los directores de campaña y las oficinas de gobierno con este quinto poder? Comencemos imaginando una casa que por sí sola albergara el tráfico de internet que varias colonias concentran con todas sus casas combinadas. Donde si pudiéramos entrar a inspeccionar el domicilio nos encontraríamos con que no hay muebles, ni cocina y mucho menos una cama ¿En su lugar? Nos encontramos con una torre de celulares y computadoras de escritorio, todas acomodadas de forma estratégica, sin que exista una persona que opere dichos equipos.

¿Quién operaría un edificio lleno de computadoras y celulares? La respuesta es un conjunto de programadores que por medio de procesos de automatización pueden generar cientos de reacciones y tráfico hacia una página en redes sociales o un sitio web específico. Haciendo que, de un momento a otro, cientos de cuentas falsas administradas por estos celulares y computadoras hagan que la publicación de una persona tenga miles de “likes” en Facebook, o cientos de comentarios en una noticia, por mencionar solo algunos ejemplos.

Es difícil mencionar todas las aplicaciones que puede tener un lugar como el que describo en el párrafo anterior, desde impulsar un producto como un refresco o un nuevo modelo de auto, hasta aumentar el número de vistas en el video de un líder de opinión como los apodados tubers. Eso sí, la cosa se torna turbia si pensamos en un candidato en tiempos de campaña o en un actor político que busca sabotear la imagen de su rival.

En México ocurre algo curioso, cuando hablamos de plataformas digitales la ley tiene lagunas legales en muchos temas de corte electoral. Por mencionar un ejemplo está la campaña de Enrique Peña Nieto para la presidencia en 2012. Desde su inicio, las autoridades electorales fueron muy estrictas en la regulación de mensajes de campaña en radio, televisión y medios impresos, pero también, fueron muy claras al decir que no se regularían de la misma forma los llamados “medios digitales”.



La postura liberal por parte de la autoridad en torno a las redes en internet propició la contratación de un ejército de personas encargadas del manejo de imagen de los candidatos presidenciales en esa contienda. Muchos de ellos con la encomienda de administrar páginas oficiales o afines al movimiento político del candidato. Otros tantos con actividades menos "honorables".

Y es que en tiempos de campaña la guerra sucia que conocemos y con la que estamos familiarizados incluye declaraciones inflamatorias en noticieros, discursos en mítines donde se critica con mano dura al rival, espectaculares con denuncias y hasta spots en radio y televisión donde se satiriza la postura del contrincante. Muchos de estos recursos están extintos con las nuevas políticas electorales. ¿Pero y las redes? Esa es una historia muy distinta.

En el 2012 México vio los primeros ataques masivos de trolls, cuentas falsas que tenían como único fin atacar con comentarios, denuncias y bromas las publicaciones y presencia en redes de un actor político definido. De pronto no era tan raro ver una publicación en Facebook de Josefina Vázquez Mota siendo bombardeada por cientos de usuarios que la calificaban de mentirosa, ratera o hasta estúpida en palabras de estos individuos.

Y aunque es cierto que para muchos fue fácil detectar que todos esos señalamientos eran arrojados por nombres que no tenían un rostro real, también es cierto que dichos mensajes impactaban en la percepción del ciudadano promedio. Y es que como todo ejercicio de mercadotecnia la percepción de una persona no cambia de inmediato, es un ejercicio de desgaste y exposición que un troll incansable puede mantener durante el tiempo que sea necesario.



Y las cosas en campaña no se limitan a estos llamados trolls, existe también la manipulación de datos y su interpretación, que en el 2012 fue aprovechada por los estrategas de campaña para mostrar con mayor frecuencia los anuncios de Enrique Peña Nieto sobre los que Andrés Manuel López Obrador buscaba posicionar en servicios de búsqueda como Google o Bing.

Y de nuevo volvemos a la percepción, cuando el votante vea una boleta electoral y mire un nombre que le resulta mucho más familiar que otro ¿por quién terminará votando?

Y quizá el poder más contundente de las redes, no solamente en aquel lejano 2012, sino también en los comicios actuales y venideros, es ese fuego arrasador que tienen las redes para difundir una noticia. Donde antes el medio dependía de ratings ahora fueron los botones de compartir y retuitear quienes hicieron el trabajo mucho más fácil para aquellas noticias que manchan la reputación de un candidato. ¿O quién olvidará aquella entrevista donde Enrique Peña Nieto no supo nombrar tres libros que marcaron su vida?

Es cierto que las redes tienen una fuerza real y que han cambiado la forma en que se hace política en el mundo, pero también es cierto que es muy pronto para saber si son realmente efectivas, al menos a un nivel que se traduzca en un número considerable de votos. Para los profesionales en la mercadotecnia política aún existen pocos ejemplos que comprueben sus teorías, quizá siendo uno de los pocos casos contundentes de éxito el de Barack Obama en Estados Unidos en 2008.

Mientras tanto en México es aún más nublado el panorama político en redes, mismo que quizá reciba una luz mucho más clara en los comicios del próximo año, cuando de nuevo inicie la carrera presidencial en todo el país. Mientras tanto, no nos queda más que ver lo que ocurrió en el Estado de México, una de las entidades con mayor concentración poblacional en el país y donde poco importó la guerra sucia en redes.

Para el PRI en el Estado de México fue más sencillo mover miles de votos a su favor con las viejas prácticas de entregas de dádivas a miles de simpatizantes en un trabajo meramente de estructura en piso. ¿Pero que ocurrirá cuando las elecciones lleguen a ciudades con mayor acceso e inclusión a internet como Monterrey y la Ciudad de México?

Eso sí, la apuesta más común será la saturación de contenidos. Donde el mejor positor en las pujas de anuncios en Facebook y Twitter será del que veremos una mayor cantidad de publicidad en nuestras redes, así lo queramos o no. Atrás quedarán esos días donde los postes de luz desaparecían en un mar de carteles de campaña y se daría paso a un mar de videos con autoplay donde aparece el candidato en cuestión repitiendo su discurso una y otra vez.

El costo y la efectividad de esta estrategia aún es difícil de predecir, pero definitivamente será caro. ¿Exitoso? Falta aún tiempo para saber.

Como audiencia la única opción que nos queda es el escepticismo. Escepticismo por lo que leemos, lo que vemos y lo que escuchamos. Donde antes Molotov nos advertía "Que no te haga bobo Jacobo" en una de sus canciones, deberá ahora decirse: "Que no te haga bobo Facebook". **S**



Posiblemente recuerdan cuando en primaria nos enseñaron el método por el cual las plantas inician una conversión de clorofila en energía química por medio de rayos solares. Efectivamente, nos referimos a la Fotosíntesis.

Si hacemos memoria, podemos recordar que dicho proceso aporta beneficios para el resto de los seres vivos, generando el único recurso que necesitamos más que el agua: el oxígeno. Esta fabulosa capacidad vegetal también regula la temperatura en la atmósfera, función que hoy en día se ha vuelto extremadamente necesaria debido a la problemática del calentamiento global.

Ahora, imaginemos que esta habilidad pudiera ser replicada no solamente por

FOTOSÍNTESIS ARTIFICIAL



Por: IQ. David Daniel Andrade

Ing. Químico, líder de área de Investigación y Desarrollo de producto en Industria Automotriz / daviddaniel.andrade@outlook.com

plantas, sino, también por nosotros. Esto actualmente ya es posible gracias a los investigadores del Instituto de Tecnología de Massachusetts (MIT), quienes han trabajado en una opción llamada fotosíntesis artificial.

El equipo para lograrlo consiste en una célula solar avanzada del tamaño de una hoja promedio, la cual puede estar hecha de un chip de silicio, que al utilizarla junto con níquel y cobalto, simula la separación de moléculas de agua para obtener hidrógeno y oxígeno, esto por medio de la producción de electrones y cationes dentro de la misma célula, iniciando así la división de elementos. Al ocurrir esto, la combustión de dichos gases produce una energía mayor que la de la gasolina, diésel, o gas natural, teniendo como aportación adicional que no contamina, ya que esta reacción química solamente genera emisiones de vapor de agua.

Una de las principales ventajas de este método sintético con respecto a la fotosíntesis natural es que aunque se pueden utilizar las plantas en gran escala para la generación de O₂, la fotosíntesis natural es un método no rentable, ya que cuenta con un rendimiento de hasta 2%, mientras que la fotosíntesis artificial puede alcanzar una producción de 10 a 15 veces mayor.

Otra ventaja es que la energía convertida por este medio puede ser almacenada, contando también con la opción de ajuste de reacciones entre la luz, el dióxido de carbono y el agua, para producir más de un tipo de combustible; entre ellos hidrógeno líquido (combustible de uso aero/espacial) o también como célula de hidrógeno, en el cual se revierte la electrólisis, generando electricidad de uso doméstico.

En nuestro país, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) lanzó en 2012 un programa de fotosíntesis artificial, como iniciativa para desarrollar líneas de

investigación que permitan incrementar los alcances de este proyecto, incluyendo a distintas universidades de México, como lo son el Instituto Politécnico Nacional, la UANL y el Centro de Investigación y Estudios Avanzados, entre otros.

Con todos los desarrollos en fuentes de energía del medio ambiente, y la necesidad de reforestación a gran escala por el exceso de emisiones en la atmósfera, la fotosíntesis sintética suena como una opción bastante viable y útil para combatir fenómenos como el calentamiento global y la contaminación. Es necesario que se generen más recursos para su desarrollo y estar atentos al avance de esta creativa propuesta. 

Referencias bibliográficas

<http://www.elorigendelhombre.com/fotosintesis%20artificial.html>
Moncada, A., (2013) *Revista Vértigo*. Disponible en: <http://www.vertigopolitico.com/articulo/22060/Fotosntesis-artificial-energia-alternativa-y-ecologica>

Sanz, E. *Muy Interesante*. Disponible en: <http://www.muyinteresante.es/ciencia/articulo/llega-la-fotosintesis-artificial>



En nuestra vida diaria estamos expuestos a todo tipo de sonidos, desde que nos levantamos con la alarma del despertador, el sonido de los pájaros, el televisor, radio, el sonido de los automóviles, etc, pero ¿podrías acaso alguna vez imaginado que pasaría si, un día te levantas y de pronto te das cuenta de que has quedado sordo, y más aún pensar qué algunos de los sonidos de nuestro medio ambiente pudieran dañar nuestro oído condicionando una pérdida de la audición?

Esta idea de la pérdida de audición inducida por el ruido es actualmente conocida como *contaminación acústica* o *contaminación por ruido*, se define como la presencia en el ambiente de niveles sonoros no deseados que provoca en

el ser humano desde una leve molestia, hasta dolor y estrés, entre otros daños a la salud en general. Fue reconocida como un problema de salud pública en 1972 por la Organización Mundial de la Salud (OMS), a partir de lo cual múltiples sectores públicos y privados alrededor del mundo, han diseñado campañas para atender este problema, no obstante la contaminación por ruido sigue en aumento, tanto que según cifras de la OMS, hoy día 1100 millones de jóvenes (entre 12 y 35 años de edad) están en riesgo de padecer pérdida de audición por su exposición al ruido en contextos recreativos, además de que este riesgo se incrementa aún más en las áreas laborales en donde predominan ruidos muy intensos y constantes.

EL RUIDO

UN CONTAMINANTE COTIDIANO



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](#)

Como ya lo he mencionado en un inicio, los sonidos forman parte de nuestra vida diaria, pues incluso estimulan nuestro cerebro aun estando en el vientre materno, la diferencia radica en que el ruido es un tipo de sonido inarticulado, no deseado y en su mayoría de alta intensidad, es de mencionar que el ruido incluso puede llegar a ser producido por fenómenos naturales,

lo cierto es que, el problema de los daños a la salud del ruido como contaminante se incrementaron a partir de la revolución industrial, al estar este presente en los medios en donde se desarrollan la mayoría de las actividades humanas.

El oído humano tiene en promedio 15,000 células ciliadas, las cuales son las encargadas de detectar el sonido, el cual posteriormente será decodificado en la corteza cerebral auditiva. Para analizarse, los sonidos pueden medirse según

su frecuencia (tono), que se mide en Hertz (Hz); o la intensidad (volumen), la cual se mide en decibeles (dB). Con un oído sano, el ser humano es capaz de percibir frecuencias desde 20 Hz (Hertz) hasta 20,000 Hz, e intensidades de 10 dB a 90 dB. Arriba de 110 dB hay dolor, y una pérdida superior a 40 dB es considerada discapacitante.

La pérdida de la audición puede ser progresiva o súbita, y con base en la disminución de la frecuencia, ésta puede ser leve, pasando por moderada, hasta llegar a profunda, lo que conocemos comúnmente como sordera. Por ejemplo, para una persona que trabaja en la industria del vidrio y que tiene una exposición constante, sin las medidas adecuadas, la pérdida de la audición será progresiva; caso contrario en una explosión, la pérdida puede ser súbita. No obstante, la velocidad con que se desarrolle la pérdida, dependerá de la susceptibilidad de cada persona, es decir, de su predisposición genética y hábitos. Es importante señalar que, de manera natural el ser humano a edad avanzada va perdiendo capacidad en algunas de sus funciones, y en este caso al deterioro progresivo de la audición relacionada con la edad se le denomina presbiacusia.

Los problemas que ocasiona el ruido a la salud como ya lo mencionábamos pueden provenir de diversas fuentes, desde la música en un bar, el uso frecuente de audífonos, etc., pero en esta ocasión nos centraremos en los efectos del ruido en el trabajo, al cual le dedicamos cerca, sino es que más, de una tercera parte de nuestro tiempo diario. La pérdida de la audición por enfermedad de trabajo es común, y hoy día se encuentra dentro de los diagnósticos de jubilación temprana por discapacidad.

La evolución de la pérdida de la audición, puede ser diferente según el tipo de exposición, pero lo frecuente es que se inicie con la incapacidad para percibir tonos altos, hasta llegar a la incapacidad de escuchar los tonos bajos, además de presentar otros síntomas como *tinnitus* o *acúfenos*, los cuales son sensaciones como de silbido o zumbido en el oído; por lo general la pérdida se produce en ambos oídos, y casi siempre es irreversible.

Es importante señalar que además de los efectos sociales por la incapacidad de percibir los sonidos, la pérdida de la audición además incrementa los riesgos para los accidentes; en el caso de las mujeres embarazadas, el ruido además produce estrés en la madre, y también en el bebé en gestación. Otra consideración importante es el doble riesgo que pueden tener los trabajadores que están expuestos a ruidos muy intensos y que además utilizan algunos disolventes orgánicos como el tolueno, xileno y etilbenzeno, ya que estos compuestos al ser muy volátiles y de fácil inhalación, producen serios daños a la salud, entre ellos afectan al oído, y por ello se les conoce como ototóxicos.

La pérdida de la audición por ruido es prevenible si se toman las medidas necesarias, como el identificar que un sonido por arriba de 85 dB es dañino, utilizar tapones en los oídos u otro dispositivo como orejeras especializadas en ruidos fuertes, realizarse pruebas de valoración de manera frecuente, la más común es la audiometría. Existen algunas

preguntas básicas que usted puede hacerse para saber que necesita una valoración por personal de salud calificado, como: Cuando conoce a alguien por primera vez, ¿a veces se avergüenza porque le cuesta trabajo oír bien?, ¿se siente frustrado cuando habla con sus familiares porque no oye bien lo que dicen? o ¿se le hace difícil oír o comprender a sus compañeros de trabajo o clientes?

Dentro de la industria el llevar a cabo las medidas de protección y prevención son sumamente importantes y para ello en México, desde 2001, existe la NORMA Oficial Mexicana NOM-011-STPS-2001, "Condiciones de seguridad e higiene en centro de trabajo donde se genere ruido", la cual tiene como objetivo establecer las condiciones de seguridad e higiene en los centros donde se genere ruido, que por las características, niveles y tiempo de acción, sea capaz de alterar la salud de los trabajadores; los niveles máximos y los tiempos máximos permisibles de exposición por jornada de trabajo, su correlación y la implementación de un programa de conservación de la audición. De tal forma que además de los planes de prevención a la salud que establezca cada industria es importante que todo el personal conozca las medidas básicas no solo de prevención de accidentes, sino de algunos otros riesgos laborales, como lo es la pérdida de la audición por ruido. **S**

Referencias Bibliográficas

Organización Mundial de la Salud, *Sordera y pérdida de la audición*. Nota descriptiva. Febrero, 2017. Disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs300/es/>

Pérdida de audición inducida por el ruido. Departamento de Salud y Servicios Humanos de los EE. UU. Institutos Nacionales de la Salud. Instituto Nacional de la Sordera y Otros Trastornos de la Comunicación. Disponible en: <https://www.noisyplanet.nidcd.nih.gov/sites/noisyplanet>

Orozco Medina M G, González A E, *La importancia del control de la contaminación por ruido en las ciudades*. Ingeniería 2015 19129-136. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46750925006>.

NORMA Oficial Mexicana NOM-011-STPS-2001, *Condiciones de seguridad e higiene en centro de trabajo donde se genere ruido*.

Durante la etapa final de la campaña de la NBA se vivió un auténtico choque de trenes. LeBron James y Stephen Curry, dos de los jugadores más emblemáticos de la historia reciente, se encontraron cara a cara en los duelos entre los Cleveland Cavaliers y los Golden State Warriors.

Esta fue una final llena de sorpresas que terminó con los Warriors levantando el trofeo del campeón. Con esto como un simple preámbulo, se puede generar una pregunta que cuestione acerca del valor monetario que estas emociones representan en el nivel de los negocios.

En el basquetbol actual, uno de los factores más importantes para el desarrollo de la carrera de los atletas son sin lugar a dudas los reflectores. Esto resulta más que obvio si se toma en cuenta que la NBA generó

ganancias de más de 12 billones de dólares por derechos televisivos. Esto gracias a un lucrativo contrato de nueve años con las cadenas ESPN y Turner.

Las grandes figuras de las duelas reciben la parte más importante de sus ganancias anuales gracias a contratos comerciales, sponsors y convenios de imagen. De la misma forma, los diferentes equipos de la NBA mantienen vínculos comerciales importantes con marcas como Nike, Under Armour, Tissot, KIA, y otras más.

EQUIPO	VALOR FRANQUICIA
1. New York Knicks	3.3 BDD
2. Los Ángeles Lakers	3 BDD
3. Golden State Warriors	2.6 BDD
4. Chicago Bulls	2.5 BDD
5. Boston Celtics	2.2 BDD
11. Cleveland Cavaliers	1.2 BDD

Si se toma en cuenta que esto se debe sumar a una proporción de los acuerdos comerciales que la liga sostiene por derechos televisivos, no resulta tan sorprendente saber que los equipos tienen un valor tan alto como el cielo.

LOS TITANES DE LA DUELA

JUGADORES MILLONARIOS EN LA NBA



Por: **LCC. Jorge Aguillón Rodríguez**
Periodista independiente. Escritor de columnas en
Overdrive y Grupo Plano Informativo / [@JorgeAR_RJ](#)

En la lista de los equipos más poderosos de la NBA destacan 18 franquicias que acumulan cifras billonarias. Las 12 restantes, mantienen un valor que varía entre los 900 MDD y los 700 MDD.

Cifras envidiables para cualquier clase de negocio. Con esto como principal equilibrio, queda claro que los jugadores que hacen que esta fuerte maquinaria económica funcione, acumulan ganancias impresionantes año con año.

Patrocinios + Salarios, una poderosa mezcla de ingresos

El universo de la NBA cuenta hoy por hoy con las figuras más mediáticas de su historia. Impulsadas por el imponente mundo de la publicidad y la mercadotecnia, las grandes figuras logran generar ingresos impresionantes año con año.

Al igual que la NBA, los jugadores reciben sus respectivas ofertas comerciales. Todas ellas atractivas y bien retribuidas. Lo que convierte al deporte ráfaga en un negocio redondo en el que tanto la organización como sus principales exponentes logran generar ingresos exorbitantes.

Cabe destacar que los grandes nombres en la liga reciben jugosos cheques no solo por brillar en la duela; los impresionantes salarios significan apenas un porcentaje de las enormes cifras que estos

atletas logran acumular en sus cuentas bancarias.

Jugadores de la talla de LeBron James, Stephen Curry, Kevin Durant y James Harden se han dedicado a acaparar todas las miradas en los últimos tiempos. Estos jugadores no solo disputan títulos año con año, sino que también viven una constante e interesante competencia comercial y económica.

Las listas de los jugadores más ricos de la NBA están llenas de figuras que literalmente se echan a sus equipos al hombro.

Stephen Curry es una de las figuras que en los últimos tres años ha mostrado un crecimiento titánico. Pasó de ser una figura emergente a ser considerado uno de los estandartes de la liga. Recientemente y según reportes de ESPN y Forbes, en la temporada 2018 de la NBA, Curry llegaría a generar ingresos de casi 500 mil dólares por partido.

Cabe destacar que apenas a finales de junio y en los primeros días de julio, se firmó un contrato colectivo que permitirá que muchos jugadores puedan negociar nuevos y mucho más jugosos contratos con sus respectivos equipos. Esto gracias a que los topes salariales fueron renegociados. Dicho esto no resulta

una idea descabellada que figuras como Curry puedan obtener estas impresionantes fortunas.

JUGADOR	EQUIPO	SALARIOS	INGRESOS POR PATROCINIOS	TOTAL	
1. LeBron James	Cavaliers	31 MDD	55 MDD	86 MDD	
2. Kevin Durant	Warriors	26.5 MDD	36 MDD	62.5 MDD	
3. Stephen Curry	Warriors	12.1 MDD	35 MDD	47.1 MDD	
4. James Harden	Rockets	26.5 MDD	20 MDD	46.5 MDD	
5. Russell Westbrook	Warriors	26.5 MDD	15 MDD	41.5 MDD	

Al terminar la campaña 2016-2017 de la NBA, los jugadores mejor pagados registraron ganancias entre los 80 y los 30 MDD. Tomando en cuenta que una temporada consta de 82 duelos en los que participan las 30 franquicias de la liga, los basquetbolistas son los atletas que ingresan más dinero por una campaña que no es tan extensa como en otras disciplinas.

De acuerdo con la revista Forbes, el Top 5 de los jugadores que más ingresos obtuvieron en la última temporada de la NBA, generó el porcentaje más grande de sus ganancias a través de los patrocinios. Todos ellos con contratos poderosos provenientes de las marcas de calzado deportivo.

En esta línea destaca LeBron James, quien mantiene una hegemonía importante en la venta de calzado deportivo. Cabe destacar que según diversos medios especializados Nike se aventuró a ofrecer un contrato vitalicio a James en recompensa por este largo reinado. De acuerdo con declaraciones de Maverick Carter, agente de James, este contrato podría rozar el BDD, lo que convertiría al oriundo de Akron, Ohio en uno de los atletas mejor pagado a nivel mundial.

Otro de los datos que resulta muy difícil de ignorar es que en los rankings de los atletas que más dinero obtuvieron durante el 2017, el Top 5 esta conformado por 2 futbolistas, 1 tenista y 2 basquetbolistas.

LeBron James es el segundo de la lista de los Atletas mejor pagado del mundo que Forbes publica año con año. Con 86 MDD acumulados en el 2017 fue apenas rebasado por Cristiano Ronaldo, quién acumuló la impresionante cantidad de 93 MDD.

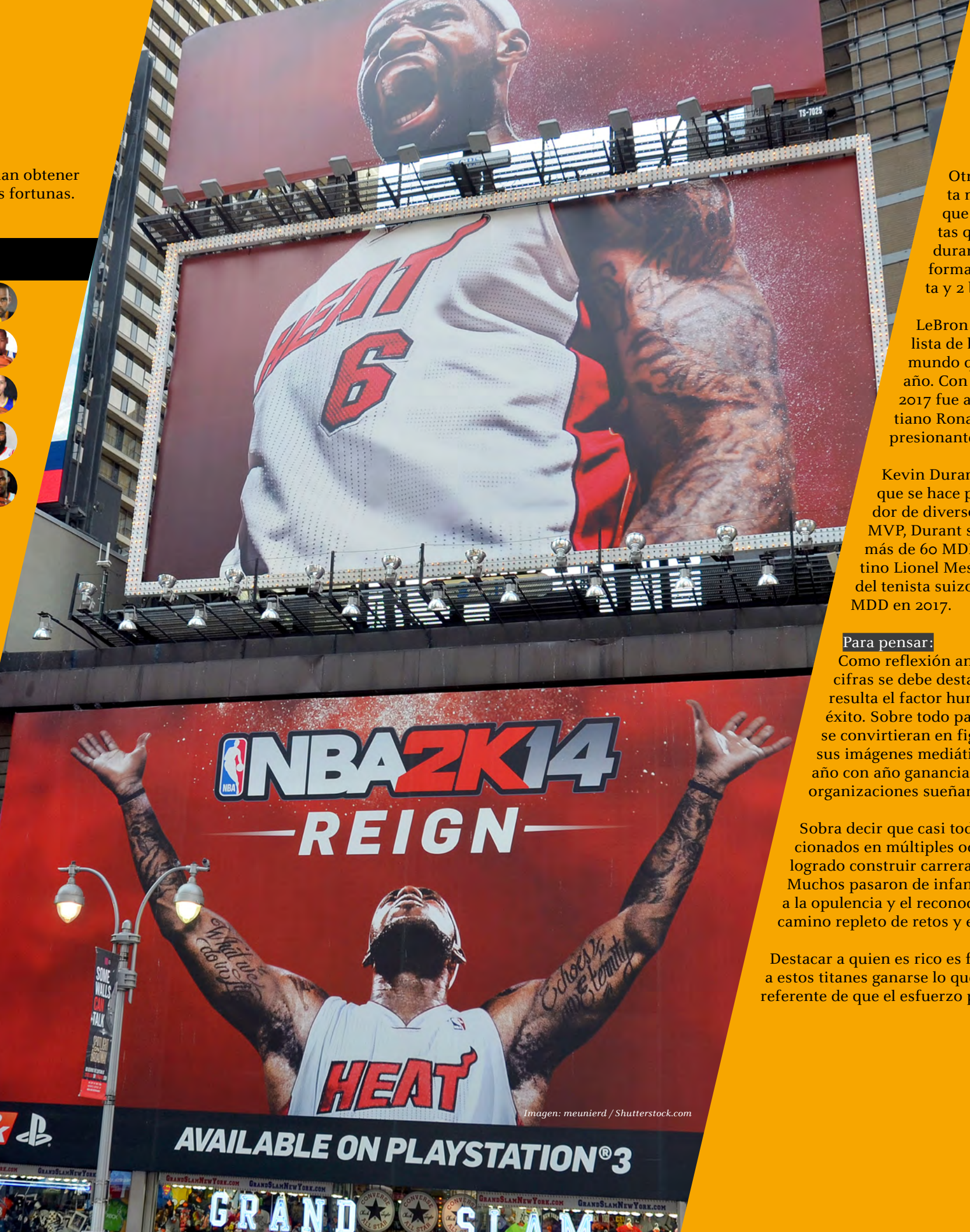
Kevin Durant es el otro basquetbolista que se hace presente en la lista. Ganador de diversos reconocimientos como MVP, Durant se ubica en el 5to puesto con más de 60 MDD, apenas debajo del argentino Lionel Messi quien obtuvo 80 MDD y del tenista suizo Roger Federer, que ganó 64 MDD en 2017.

Para pensar:

Como reflexión ante estas impresionantes cifras se debe destacar lo importante que resulta el factor humano en estas historias de éxito. Sobre todo para que este tipo de atletas se convirtieran en figuras capaces de explotar sus imágenes mediáticas al punto de producir año con año ganancias que muchas compañías u organizaciones sueñan con tener.

Sobra decir que casi todos los basquetbolistas mencionados en múltiples ocasiones en este texto han logrado construir carreras prácticamente de la nada. Muchos pasaron de infancias duras y complicadas a la opulencia y el reconocimiento. Pero todo en un camino repleto de retos y esfuerzo.

Destacar a quien es rico es fácil, pero el poder observar a estos titanes ganarse lo que ganan, se convierte en un referente de que el esfuerzo paga. Y paga muy bien. **S**





A todos nos lo dijeron alguna vez –o nos lo dirán- cuando las cosas se comenzaron a arreglar con nuestr@s ex novi@s: segundas partes nunca fueron buenas; un dicho sacado obviamente del mundo del cine.

De dónde salió esto me quedó clarísimo hace poco, cuando tuve la oportunidad de ver *Alien: Covenant* de Ridley Scott, una película carente en su mayoría del elemento sorpresa que debería estar presente en cada historia, repitiendo un montón de clichés que muchos llamaron “Fan service”. Pero, ¿Es siempre así?, ¿Estamos condenados a que las continuaciones de nuestras historias favoritas nunca sean tan buenas como su inicio? La respuesta es no.

Aunque no es la regla de ninguna manera, hay, de hecho, muchas películas que no solo fueron buenas, sino que superaron a sus originales, quedando a veces immortalizadas con escenas o frases famosas, algo que sus predecesoras por muy buenas que hayan sido, no pudieron lograr. Esta es una lista basada en las páginas de internet Empire, Screen Rant, IMDB y Rotten Tomatoes, y solo toma en cuenta secuelas directas, no terceras, cuartas o quintas partes.

Así pues, como dijo Khan Noonien Singh en *Star Trek Into Darkness*, ¿Comenzamos?

10. **Star Trek: The Wrath of Khan**

(Nicholas Meyer, 1982)

La segunda parte de la saga espacial que vio la luz por primera vez en la pantalla chica. Esta cinta es al día de hoy un referente en el cine de ciencia ficción y más aun dentro de la misma franquicia. Una de las primeras veces que vimos como un personaje principal moría en escena.

9. **Captain America: The Winter Soldier**

(Anthony Russo, Joe Russo, 2014)

Captain America: The First Avenger nos dejó a todos esperando por una película que nunca llegó. Esta segunda parte logra posicionar a este superhéroe “de segunda” –como muchos lo llamaban– en el radar de varios fans a través de la excelente construcción de su personaje principal. Las escenas de acción son geniales y hasta antes de *Civil War* era considerada la mejor película de Marvel.

8. **Spider-Man 2**

(Sam Raimi, 2004)

Si bien la primer película del “vecino amigable” logró buenas críticas y una entrada en taquilla más que aceptable, es esta secuela la que quedó marcada en la memoria de los fans. Los personajes cierran varios círculos solo para abrir otros de una manera muy orgánica, y lo hicieron con base en buenas actuaciones –como la de Alfred Molina– y una muy buena narrativa.

¿SEGUNDAS PARTES NUNCA FUERON BUENAS?



Por: **Esteban Cortés Sánchez**

Compositor de música para cine y director de ensambles. Imparte cursos de composición y producción musical en la UASLP / lecscorp@yahoo.com.mx



7. Mad Max 2: The Road Warrior

(George Miller, 1981)

Esta cinta nos sumerge totalmente en el ambiente post apocalíptico que habrá de caracterizar no solo a esta saga, sino a mucho del cine que veríamos posteriormente. Su antecesora estuvo bastante cerca, pero esta segunda parte terminó ese trabajo sin lugar a dudas.



6. Superman II

(Richard Lester, 1980)

Escrita al mismo tiempo que la primera parte, *Superman II* dio a los fans de los cómics lo que siempre quisieron ver: un Superman midiéndose con alguien igual a él, y todas las escenas de acción que eso conlleva, escenas que, a diferencia de *Man of Steel* de Zack Snyder, sí fueron bien logradas.



5. The Dark Knight

(Christopher Nolan, 2008)

Batman Begins fue una buena película, sí, pero uno no podía sino sentir que algo había faltado, algo que llegaría sin duda de la mano de su secuela. Esta es una historia contada de una manera que lleva al espectador en una montaña rusa de emociones; que el personaje principal sea Batman es un plus de este excelente filme noir. No podemos dejar de mencionar la increíble actuación de Heath Ledger, quien redefinió al personaje del Joker para siempre; una actuación que sin duda años más tarde le hizo la vida difícilísima a Jared Leto.



4. Aliens

(James Cameron, 1986)

Tal vez Ridley Scott dio vida al Xenomorfo –nombre que se da a los “Aliens”– pero sin duda fue Cameron quien los elevó a estatus de culto. Una película que evidentemente se hizo sin mayor pretensión que la de ser una cinta de acción, pero que, con una historia sólida y la gran actuación de Sigourney Weaver, ha logrado por mucho superar la prueba del tiempo. Es ejemplo de cómo un trabajo bien hecho, en cualquier ámbito, es un trabajo bien hecho.



3. Terminator 2: Judgment Day

(James Cameron, 1991)

No es casualidad que el director aparezca dos veces en este conteo. James Cameron es de esos directores que pueden no gustar, pero nadie puede poner en duda su capacidad de innovación. *Terminator 2* fue un hit en su momento y aún hoy es la mejor película de esta franquicia, con un éxito que sus secuelas solo sueñan con repetir.



2. The Godfather Part II

(Francis Ford Coppola, 1974)

La segunda entrega de la historia de la familia Corleone es para muchos la mejor de la trilogía. Las actuaciones de Al Pacino y Robert De Niro en esta cinta son legendarias por decir lo menos. Una historia increíblemente bien narrada que es sin lugar a dudas el ejemplo perfecto de un guion muy bien escrito y ejecutado. Un hito en la historia de la cinematografía mundial, ni más ni menos.

1. Star Wars: Episode V - The Empire Strikes Back

(Irvin Kershner, 1980)

Star Wars es a todas luces un fenómeno cultural. Cuando se estrenó *Star Wars: Episode IV - A New Hope*, mucha de la gente que salía de las salas de cine se formaba en las taquillas para volver a entrar, y no era para menos: frente a los ojos de los espectadores se desarrollaba una historia clásica, con los personajes arquetípicos que todos adoramos pero desde un enfoque fresco, innovador. Siendo honestos eso ya es bastante difícil de igualar, no digamos superar. Y sin embargo se superó.

The Empire Strikes Back es por mucho la mejor cinta de la trilogía original. Si uno se pone a analizarlo, todos los personajes tienen su espacio, crecen dentro de la historia, tienen sus propios conflictos y al final del día, todos pierden algo: Darth Vader pierde la tan anhelada alianza con su hijo; Luke, conoce la verdad acerca de su padre y tiene que enfrentar la oscuridad que hay dentro de sí mismo, solo para darse cuenta de que aún no es lo suficientemente poderoso como para lograr su objetivo. Leia pierde a Han y Han pierde su libertad, así como Chewbacca pierde a su amigo. Todos los personajes se ven forzados a enfrentar su momento más bajo, y aunque por supuesto se dejan huecos argumentales que serán cerrados en *Star Wars: Episode VI - Return of the Jedi*, esta película logra sobrevivir a eso y hacerse un lugar dentro de la ciencia ficción por sí misma, y como prueba, nos entrega la que podría ser la línea más famosa en la historia del cine: “Yo soy tu padre”.

Esta lista es solo un pequeño ejemplo de cómo alguien, en algún punto, mintió. Como podemos ver, segundas partes pueden no solo ser buenas, sino incluso, mejores. El cine no deja de sorprendernos para bien y algunas veces –también hay que decirlo– para mal, aunque hoy por hoy ese no sea el caso. Si tú, que estás leyendo esto, tenías la certeza acerca de las “segundas partes”, espero de todo corazón haber sembrado una pequeña duda en ti.

Hasta la vista, baby. **S**



SMART OFFICE



Por: **Lic. Andrés Carrillo**

Mercadólogo especializado en marketing digital
[linkedin.com/in/andrescarrillop](https://www.linkedin.com/in/andrescarrillop)

Estamos a punto de cerrar el año y es un excelente momento para aprovechar la tecnología de punta (y otra no tan avanzada) para llevar al máximo la productividad y el bienestar de tu equipo de trabajo.

Jamboard

Si quieres captar el interés de todo tu equipo en el tema y material de esa junta el lunes a las 8 de la mañana, una increíble (y cara) forma de hacerlo es con el Jamboard de Google. Jamboard es una pantalla táctil de 55 pulgadas y resolución 4K que permite a todo un equipo trabajar tomando en cuenta el input de cada persona, ya sea escribiendo directamente en la pantalla o desde una tablet o smartphone en otro país, bajando información desde

Internet o dibujando con los stylus incluidos. Para lograr todo esto Jamboard cuenta con una cámara de ángulo amplio, NFC, Google Cast, 16 puntos de presión simultáneos, reconocimiento de escritura y formas; todo alrededor de ofrecer una experiencia similar de trabajo colaborativo con un enfoque ultra moderno.

Precio: desde 5000 USD

URL: gsuite.google.com



Pong table

No solo las cámaras de 360° y los sistemas de audio más recientes pueden ayudar a mejorar la interacción y motivación de los equipos modernos; una idea con gran adopción en oficinas menos tradicionales son los espacios relajados con actividades de ocio. Una gran opción para este espacio es la mesa de juego Pong, que replica con una combinación de tecnología clásica y moderna uno de los primeros videojuegos de la historia "Pong". Esta pequeña mesa cuenta con un sistema mecánico a base de imanes que logra capturar la esencia simple y de competencia del juego original, ofreciendo a los equipos reunidos beneficios añadidos como pantallas LED para mostrar la puntuación, audio vía bluetooth, carga de dispositivos vía USB y un reloj digital para cuando no esté en uso; el viernes casual tendrá todo un nuevo significado con Pong.

Precio: 1290 USD

URL: tablepongproject.com

Owl camera

Ya sea para una startup o un equipo en un alto edificio corporativo, las interacciones remotas siempre parecen salir mal; la calidad de video es mala, no se puede ver al equipo de trabajo completo en una videollamada y el lograr que tu opinión sea escuchada es otro gran reto. Para solucionar esto Owl Labs desarrolló su cámara llamada simplemente Owl, que cuenta con un lente de 360° que muestra remotamente toda una sala de juntas, enfocándose únicamente en la persona hablando y 8 micrófonos omnidireccionales que pueden detectar todo tipo de audio y transmitirlo en vivo a todos los participantes evitando sonidos secundarios y eco. Además Owl es una bocina que llenará de sonido el lugar en el que esté sin ningún problema de compatibilidad ya que soporta todas las grandes plataformas de videoconferencia actuales.

Precio: 799 USD

URL: owllabs.com





LA ADVERSIDAD SON LOS OTROS

“Me gusta mucho mi trabajo y la verdad soy muy bueno en lo que hago. Tengo ya diez años dedicándome a esto, pero hace tres meses me cambiaron de jefa y es un hecho que no nos caemos bien. Las decisiones que toma no me parecen acertadas y se reflejan en la productividad. He intentado hablar con ella, pero es imposible que escuche. No sé qué hacer, necesito el trabajo, pero el ambiente se vuelve cada día más difícil de soportar”, me comentó un señor en un seminario.

La adversidad es parte de la vida. No cabe duda de que nos llega en distintas formas, tamaños y colores. Puede mostrarse en la pérdida de un ser querido, un huracán, un desastre natural o hasta en lo más cotidiano, que es tener que lidiar con personas con las que llevarse bien es todo un reto.

“El infierno son los otros”, decía el filósofo Jean Paul Sartre. Si bien la frase es devastadora, bien vista no es tan descabellada. ¿Qué es lo que más afecta nuestro bienestar? Nuestras relaciones con la familia, en el trabajo, con amigos o en la calle. Observa que encontrar la adversidad en este aspecto es mucho más probable que enfrentar un temblor o un huracán.

Desde el amanecer, la vida está hecha de convivencia con los demás, y si bien es cierto que llegado un punto podemos alejarnos de quienes no nos convienen, no nos agradan o limitan nuestro crecimiento, nada nos salva de volver a encontrar otras personas con las que se presente el mismo conflicto. Es interesante observar que hay quienes suelen llevarse siempre bien con todos, mientras otros parecen traer los guantes de box adheridos a la piel, listos para soltar el primer *jab* a la menor provocación.

¿Con cuántas personas tengo conflictos en mi vida?

Esta pregunta podría ser una buena forma de medir nuestro nivel de conciencia y desarrollo. Es fácil engañarnos a nosotros mismos y encontrar los argumentos para



Por: **Gabriela Vargas** / Agencia Reforma

Primera asesora de imagen en México; especializada en superación en el trabajo, comunicación, imagen, autoestima y mujer / [@gaby_vargas](https://twitter.com/gaby_vargas)

siempre tener la razón, ¿cierto? Otra forma de medir nuestro crecimiento interior es observar cómo reaccionamos a la adversidad. ¿Cuál es nuestro grado de reactividad? Ésa es nuestra prueba de fuego.

Y no me refiero a la reacción que podamos tener ante un tsunami, sino a la que nos define en la vida diaria, es decir, la reacción ante los otros, en especial cuando no hacen lo que ordenamos, cuando tienen otra visión de las cosas y una manera distinta de desenvolverse.

Por un simple principio de equivalencia es posible decir que entre más conflictos tengamos con otros, menos conciencia tenemos de nosotros mismos.

En el momento en que nos abrimos a la posibilidad de que el otro tenga un punto de vista diferente, con sus razones, y lo escuchemos

sin aferrarnos al nuestro, experimentaremos una apertura de conciencia.

Una de las causas de conflicto suele ser que al ego no le gusta perder -ante nada ni nadie. Emitir un punto de vista cargado de resistencia, ira o superioridad es señal de que nuestra opinión o ego, nos tiene prisioneros. Y eso es un estado de inconsciencia; pero inmersos en él somos incapaces de darnos cuenta.

Si bien la vida nos ofrece varios caminos para abrir el corazón y la conciencia, como pueden ser el arte, la música, el silencio, la meditación y demás, un gran atajo es la Adversidad -así, con mayúscula. Irónicamente una armadura de hierro puede empezar a abrirse para dejar que la luz penetre. Al principio es muy doloroso, pero es una gran oportunidad cuyos frutos veremos con el tiempo.

¿Si nuestro deseo es crecer y ser cada día mejores personas, por qué no tomar a aquellos que en la vida diaria son nuestro infierno y considerarlos desde ahora nuestros maestros? 



CAMBIANDO PARADIGMAS PARA HACER RENDIR EL DINERO

Hoy en día el tema de las finanzas es uno de los que ocupan la mayor parte del pensamiento de las personas, ya sea porque no se tiene un sueldo o porque ese sueldo no alcanza.

Cuantas veces se ha sabido de personas que gozaban de buena fortuna y por “mala suerte” pierden todo el dinero, esto obedece a leyes internas inconscientes, son programas y creencias que se tienen instalados en el cerebro y que fueron escritos en la infancia.

Realmente no importa el monto del sueldo; si la información cerebral es de abundancia, se hará rendir y multiplicar. El ahorro y la administración de los ingresos requieren de una actitud correcta y de las creencias adecuadas.

Se debe cambiar la manera de pensar acerca del dinero, de la abundancia, hasta lograr tener una “mente millonaria”. Harv Eker (2005) en su libro *Los Secretos de la Mente Millonaria*, propone un cambio de paradigmas mentales para lograr crear esas bases en el inconsciente que harán crecer y rendir el dinero.



Por: **Lic. Laura Sánchez Flores**

Terapeuta especialista en cognición, lenguaje y biodescodificación / sanlauris@hotmail.com



A través de afirmaciones y decretos, Eker da una guía para manejar las finanzas de manera adecuada; en su libro deja clara la idea que el Universo es totalmente abundante y que da a cada individuo lo que es capaz de manejar, así que, si la persona le muestra al Universo un buen manejo de sus finanzas, éstas irán creciendo poco a poco.

El gran problema es cuando no se manejan adecuadamente los ingresos y se hacen malgastos o despilfarros, ya que estas conductas se traducen en poca capacidad de manejo del dinero y así el Universo responde, restando dinero.

La manera de medir la capacidad de manejo de la economía personal se refleja en la idea de cuánto se es capaz de administrar, lo ideal es que se piense en millones, algunos cuantos en miles, pero la mayoría piensan en pesos.

Hay que analizar los patrones mentales que se han formado en el inconsciente y estos se conocen al responder a las preguntas de ¿Qué se vio, escuchó, y experimentó cuando era un niño con respecto al dinero? Todas esas experiencias formaron las creencias que de adulto se expresan en la economía.

Todas las ideas de “el dinero es malo, los ricos son gente soberbia, para juntar dinero hay que matarte trabajando, no puedes ser rico y espiritual, el dinero no crece en los árboles, la felicidad no se compra” y muchas más, son dichos que se instalan en el inconsciente y dictan las conductas.

Todas las conductas se van heredando y se transmiten de generación en generación, tal como lo plantea Anne Anceline Shützenberger (2006) en su libro *¡Ay mis Ancestros!*; si no hay una toma de consciencia de estas conductas y creencias, se está condenado a repetirlas. Así, se tendrá la misma fortuna de los padres, abuelos, etc.

Aquí se proponen unos consejos para hacer rendir el dinero y poco a poco transmitir la idea al Universo de que la capacidad de administración de los recursos financieros es adecuada para manejar cada vez una mayor cantidad de ellos.

Primero hay que hacer un balance de las finanzas, ingresos y egresos, cuánto se gana y cuánto y en qué se gasta. Este será el arranque para el cambio de paradigmas económicos. Se habrán de buscar más fuentes de ingresos, como lo hacen los millonarios.

El tener un “bote alcancía” para los cambios es una manera mas sencilla de iniciar un ahorro, se deberá depositar en él mínimo una o dos monedas al día, y al llenarse se podrá cambiar a una cuenta bancaria.

Dividir el dinero en sobres para cada rubro de gasto, por ejemplo, colegiaturas, gastos del hogar (renta, luz, agua, teléfono, etc.) diversión, preparación personal, donativos, ahorro, etc.

No es importante la cantidad de dinero que se administre, lo importante es que sea constante, si la meta es administrar inteligentemente 1000 pesos por quincena, que no baje de esa cantidad lo que se reparta en los sobres cada quincena.

Una cuenta que es básica es la del retiro, en la que se aconseja depositar el 10 % de los ingresos, que en el ejemplo propuesto serían 100 pesos por quincena. Este dinero no se gastará, será una cuenta intocable para que realmente cumpla su propósito.

Una vía adecuada para convertirse en millonario es evitar los gastos innecesarios, el comprometerse a gastar dinero que aún no se tiene a la larga puede ser contraproducente. Las deudas pueden mermar las finanzas si no se administran adecuadamente; el

adquirir una casa a plazos es una inversión pero gastar en exceso en la tarjeta de crédito no lo es.

Evitar los gastos “hormiga” como son comprar dulces o chocolates, cuando ni hambre se tiene, pagar el gym y no asistir, siempre preguntarse si eso que se va a comprar se necesita, y de vez en cuando sí comprarse un “caprichito” pero que no sea un hábito.

Estos son solo algunos consejos para hacer rendir más el dinero, pero debe recordarse que la base son las creencias y los programas, así que vale la pena revisar el sistema de creencias para transformar el estado financiero en un estado millonario. 

Referencias bibliográficas

Eker, H., (2008), *Los Secretos de la Mente Millonaria*, Editorial Sirio, S.A., España.

Schützenberger, A., (2006); *¡Ay, Mis Ancestros!*, Ed. Omega, Buenos Aires

Newlands, M., (2017), *10 Tips para volverte millonario este año*. Disponible en: <https://www.entrepreneur.com/article/295926>



Expo Capital Humano

by: GFI

10 Años

08 - 10
Noviembre
2017



Expo Capital Humano es el **principal encuentro anual** que **genera conexión** entre los profesionales en capital humano y las soluciones que ofrecen los proveedores del sector, **para generar relaciones de negocio.**

Regístrate y obtén tu **gafete** de entrada sin costo en **www.expo-capitalhumano.com**

Nuevo Horario 11:00 a 19:00 hrs.

Asiste y disfruta de las nuevas áreas creadas para ti:

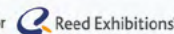
- Pabellones especializados
- Zona Interactive Experience
- Summit enfocado a tendencias de la industria
- Workshops
- Foros especializados en salud laboral, movilidad internacional, seguridad y protección civil
- Eventos especiales de gobierno y sectores invitados (retail, automotriz, eCommerce, energético)



info@expo-capitalhumano.com

[ExpoCapitalHumano](#)

[@ExpoCapitalHumano](#)

Organizado por 

Expo Capital Humano by GFI es una marca de RELX Intellectual Properties SA, objeto de uso bajo licencia.



LA LOMA
weddings & events

Hemos creado el mejor salón de San Luis Potosí



[lalomaweddingsandevents](#)



[lalomaweddingsandevents](#)



[salonlaloma.golf](#)