

STRATEGA

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



MI EMPRESA ESTÁ EN **QUIEBRA**
EL CONCURSO MERCANTIL EN MÉXICO

Hugo Mendoza

¿A MARTILLAZOS?

Denise Dresser

10 MANDAMIENTOS DE LA ESTRATEGIA

Horacio Marchand

LA INVASIÓN DE LOS **ESTÚPIDOS**

Jorge Meléndez

 /StrategaBM

 @StrategaBM

ADOPCIÓN EN MÉXICO...

BARRERAS GUBERNAMENTALES

Karen Ayala

37 ENERO 2019

www.
strategamagazine
.com

\$40.00





ATLÉTICO DE SAN LUIS CAMPEÓN
APERTURA 2018

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
erwin.salas@strategaconsultores.com

Corrección de Estilo
Leticia Ortega Zwittag

Corrección de Estilo Inglés
Lic. Siria Elena Contreras López

ventas@strategamagazine.com

Columnistas

Alejandro Saracho
Andrés Carrillo
Christian Flores Pérez
Clara Franco Yáñez
Daniela Paz Aguirre
David Daniel Andrade
Denise Dresser
Edgar Josué García López
Erwin Salas López
Esteban Cortés Sánchez
Fernando Rivera Saucedo
Gabriel Moreno Rodríguez
Gabriela Vargas
Guadalupe Loaeza
Horacio Marchand
Hugo Enrique Mendoza Carbajal
Irma Carrillo Chávez
Javier Rueda Castrillón
Jorge A. Meléndez
Jorge Aguillón Rodríguez
Julen Robledo Garcés
Karen Lizbeth Ayala García
Laura Sánchez Flores
María Fernanda Haro Mejía
María Jocelyn Bravo Ruvalcaba
Ricardo Manuel Derreza Gutiérrez
Sergio Sarmiento

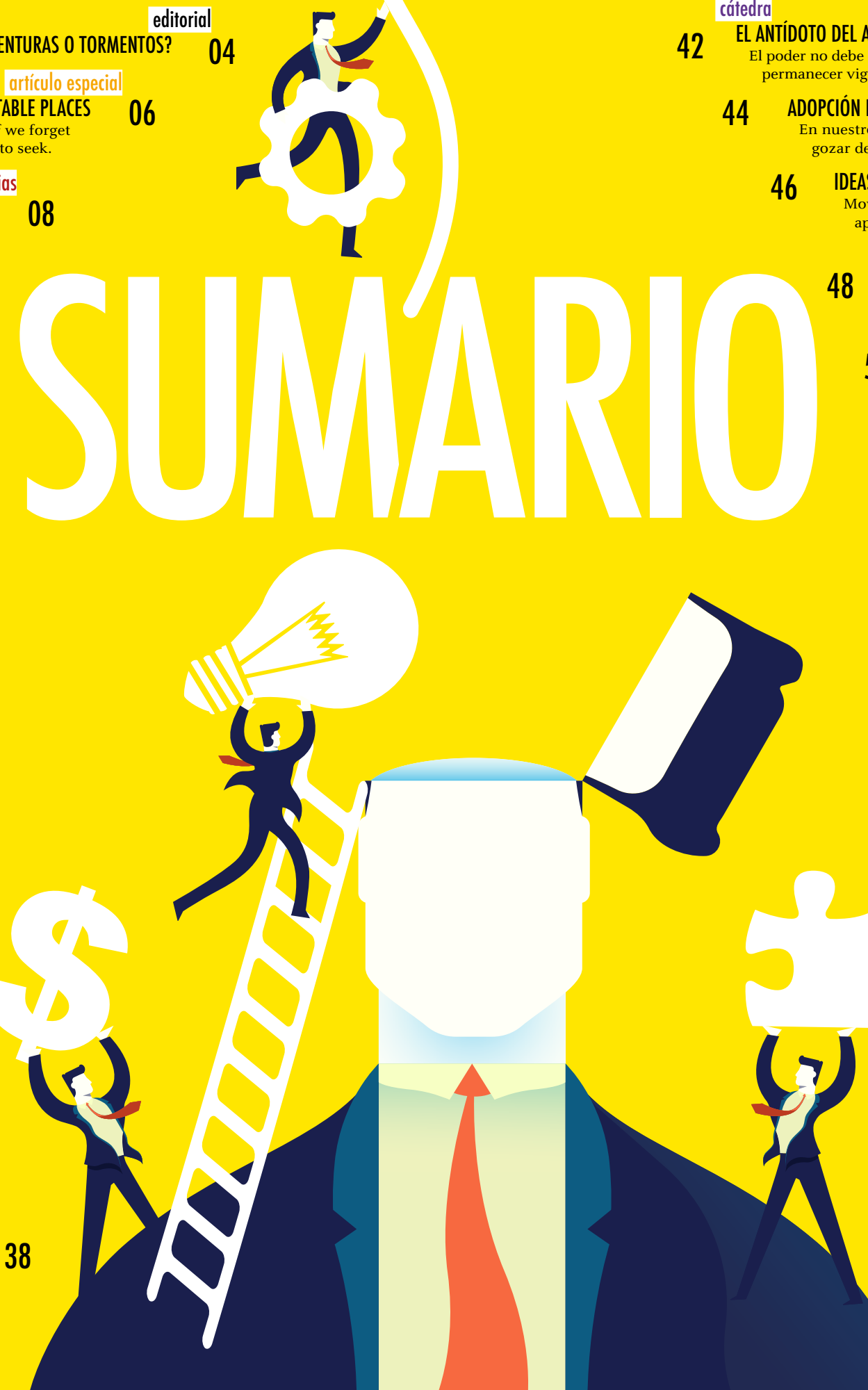
STRATEGA BUSINESS MAGAZINE, Año 7, No. 37, es una publicación bimestral. Editor responsable Vladimir Antonio Infante. RESERVA DE DERECHO AL USO EXCLUSIVO DE TÍTULO número 04-2016-121619263700-102, otorgado por la Dirección de Reserva de Derechos, del Instituto Nacional del Derecho de Autor, Secretaría 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 Prerensa Digital S.A. de C.V. en diciembre de 2018, tiraje de 20,000 ejemplares. Publicada, editada y distribuida por Comercializadora GBN, S.A. DE C.V.

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

IMPRESA EN MÉXICO
TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS
ISSN 2007-5537

STRATEGA 
BUSINESS MAGAZINE

ENTRE TRÁMITES, MANDAMIENTOS Y LEYES... ¿AVENTURAS O TORMENTOS?	04
UNCOMFORTABLE PLACES	06
10 MANDAMIENTOS DE LA ESTRATEGIA	08
CINCO ACCIONES PARA LOGRAR LA LIBERTAD FINANCIERA	10
MICROEMPRESAS FAMILIARES: ¿QUÉ EVITAR?	12
PERFIL DE PUESTOS... ¿POR QUÉ?	16
LA INVASIÓN DE LOS ESTÚPIDOS	18
ESTRATEGIAS PRÁCTICAS PARA MEJORAR EL CLIMA ORGANIZACIONAL	20
PRENSA ENEMIGA	22
¿A MARTILLAZOS?	24
DESTINO: PARÍS	26
HOUSE OF CARDS: ENTRE LA FICCIÓN Y EL REALISMO POLÍTICO AMERICANO	28
MI EMPRESA ESTÁ EN QUIEBRA: EL CONCURSO MERCANTIL EN MÉXICO	32
BASES FISCALES PARA EMPRENDER UN NEGOCIO	36
TENDENCIAS 2019 EN MATERIA FISCAL	38



EL ANTÍDOTO DEL ABSOLUTISMO: LOS PESOS Y CONTRAPESOS MEXICANOS	42
ADOPCIÓN EN MÉXICO... BARRERAS GUBERNAMENTALES	44
IDEAS-FUERZA: IMPULSORAS DE LOS MERCADOS	46
JÓVENES INNOVADORES DISRUMPIENDO EN AMÉRICA LATINA	48
INNOVACIÓN EN PRODUCTOS BIODEGRADABLES	50
PIXAR: NACE UN IMPERIO	52
BLACKOUTS POR EXCESO DE INGESTA DE ALCOHOL	54
¿QUÉ PASA CON NUESTROS DESPERDICIOS TECNOLÓGICOS?	56
STREAM EVERYTHING!	60
LEGADO SUPERHERÓICO	62
LA AMISTAD EN TIEMPOS DE REDES	64
LAS FRANQUICIAS MÁS PODEROSAS DE LA NFL	66
¿FOBIA A SOCIALIZAR?	68
¿CUÁNDO DEJAR DE PREPARARSE?	70



ENTRE TRÁMITES, MANDAMIENTOS Y LEYES...



Por: **Leticia Ortega Zwitter**

Cuentista, copywriter, periodista y fotógrafa independiente
zwittag@hotmail.com

Bienvenido al año 2019 y al número 37 de la revista **Stratega Business Magazine**, estimado lector. En nuestras páginas encontrarás diversos temas que van desde la quiebra de una empresa hasta la adopción, sin olvidar la tecnología, el cine o el deporte. ¿Estás listo para adentrarte en este ejemplar?

Seguramente en más de una ocasión habrás escuchado el término “bancarota” y habrás visto a enormes compañías cambiar de nombre o de dueño; para que un negocio alcance esta etapa, debe pasar por un complicado proceso, del cual habla nuestro colaborador **Hugo Mendoza**.

Por otra parte, **Karen Ayala** se adentra en el mundo de la adopción en nuestro país y ahonda en la necesidad de agilizar los trámites y reducir los obstáculos para que pueda llevarse a cabo; son millones los niños desprotegidos y a la espera de ser parte de una familia, esto, además, también se ve afectado por el tiempo, entre más edad tienen los pequeños, menor es su oportunidad de salir de sistema.

En cuanto a estrategias empresariales, **Horacio Marchand** se aventura a proponer diez interesantes mandamientos para guiar una empresa de forma efectiva. Es necesario elegir un rumbo centrado en la oportunidad, la cual mueve el negocio.

Referirse a alguien como “estúpido”, es meterse en un tema delicado, sin embargo, **Jorge Meléndez** lo aborda

¿AVENTURAS O TORMENTOS?

de una manera reflexiva y comparte cinco leyes básicas de la estupidez. Recuerda que, muchas veces, se subestima el poder dañino de este tipo de personas, y más si nos dirigimos al ámbito político...

No podía faltar en **Stratega Business Magazine** la opinión de **Denise Dresser**, quien en esta ocasión presenta un artículo sobre la regulación que el poder político debe hacer sobre el económico, poner límites, pero sin dejar golpeados a todos alrededor. La politóloga afirma que las izquierdas necesitan aprender a coexistir con el capitalismo y mitigarlo con suavidad.

Y esto no es todo, en este número también hallarás artículos sobre **las tendencias de este año en materia fiscal; el legado de Stan Lee; los tipos de amistad; el aporte creativo de una importante empresa de películas animadas; la millonaria magia de la NFL o datos sobres jóvenes innovadores que están revolucionando el mundo; también incluimos propuestas ecológicas para cuidar el planeta y olvidarte, por fin, de contaminar con plástico ¡y hasta gadgets perfectos para no salir de la cama en estos días de frío!**

¡Sumérgete en nuestras páginas y sé parte de **Stratega Business Magazine!** **S**



Phrases and slogans about “leaving our comfort zone” have become a cliché, and like clichés tend to do, they risk losing their meaning entirely. We should be placing more of focus on the other side of this equation: just how UNcomfortable it is outside the “comfort zone”. Outside of this zone, action can be risky, and painful, and it might not bring the exact results that we expected, or at the time we expected them.

A very fine personal coach once taught me “we only grow in uncomfortable places”. This is true even physically, in nature and in our bodies. Babies are often in pain when their teeth start to grow. Teenagers are often in physical and emotional pain due to the hormones to stimulate their growth. Growing is often painful and uncomfortable; but we do ourselves a disservice if we forget that this also applies to the kinds of growth that we often want to seek, or should be seeking such as: emotional, psychological, mental, and professional growth or even to the growth of a business, a project or a professional career.

And the truth is that; in a world of constant movement, where even the universe itself and the cells

and fluids of our bodies are in constant movement, we are always either growing or we are becoming smaller. There really is no such thing as stability, at least not as a very long-lasting state of affairs. Especially in a world where markets, technology and science move at an astoundingly quick pace, a fish who remains quiet for very long may soon be eaten by a bigger fish!... Seeking growth however, should also be done while keeping in mind the importance of balance and mindfulness in our lives. A desperate search to outgrow competitors, or an unhealthy and excessive amount of work without rest, may also bring so much stress into our lives that our health will bear the costs.

Speaking of health, even breaking the small (and comfortable) routines can be healthy for our mind. Recent studies have shown that as people grow older, those who are used to very strict and monotonous routines stand higher chances of developing Alzheimer’s disease – a tragic opposite of mental and intellectual growth. Experts suggest that doing small mental or physical exercises daily (from solving a challenging puzzle, to trying to perform a simple task while blindfolded, in order to activate our senses in a different way) are great shields against Alzheimer’s.



All of this applies for the business world, too. Markets and technology move at a very fast pace, the comfort zone – if it exists at all – is constantly shrinking and shaking. By nature, it becomes necessary to stretch outside of it, to venture into trying a new market, a new process, a new product or a new client. This of course should be done mindfully and with some risk calculation: not just to try variety for the sake of variety, but rather by consciously doing and trying things that we know may bring better results, more profits or a healthier business.

Yet how to purposely reach out to something that can be painful?... Even our brains are wired to try to stop us, in an instinct to avoid pain or risk. Mel Robbins, a worldwide renowned personal

coach, talks about this extensively on TEDx talks and conferences which I strongly recommend and are easily found online. She says it bluntly: your brain WILL try to stop you from doing uncomfortable things which could make you grow. The human brain is designed and ready to grow and to tackle challenges, yes, but its bigger priorities are to seek survival and to avoid risks. Most of our brains have a hard time telling apart “deadly risks” from just “risks”; and that is why some people go into actual, physical anxiety attacks at the thought of speaking in public. It is uncomfortable, it is challenging, and the brain goes into “fight or flight” mode, desperately trying to avoid such a situation. Growing, thus, has to become a conscious effort. I personally prefer the motto “Do every day at least one thing that scares you”, rather than to

UNCOMFORTABLE PLACES



Por: **M.A. Clara Franco Yáñez**

Master en Asuntos Internacionales por el Instituto de Posgrados en Estudios Internacionales y del Desarrollo en Ginebra, Suiza / clara.franco@graduateinstitute.ch

just think about “leaving the comfort zone”. Doing every day at least one thing that scares us, or one thing which we know is good for us yet uncomfortable (and doing it mindfully and consciously, reflecting upon why this will make us grow), is a good way to start hacking our systems into small but constant, and cumulative daily improvements. **S**



Si hubiera una dimensión esotérica en la dirección de empresas, tendría que ser la estrategia. Entre los afanes de la consultoría, me ha impactado la frecuencia con la que se utiliza un concepto tan medular, con ángulos tan contradictorios y erráticos. Adicional e independiente de la definición, queda el reto pragmático de conocer la estrategia misma de la empresa en la que se está. ¿Saben los directivos, de común acuerdo, cuál es la estrategia de la empresa? Infelizmente, en la mayoría de los casos, no.

En un sencillo pero revelador ejercicio, les pido a los directivos que escriban, cada quién, una media carta definiendo la estrategia de su negocio. Regresan los papeliitos y salta a la vista que las 8 opiniones son divergentes. Si a ese nivel no hay un acuerdo, ¿cómo se puede guiar a la organización y permearlo?

Me aventuro a proponer unos “mandamientos”, estando seguro de que se pueden sumar o quitar algunos de ellos en el proceso de clarificación de este tema tan fascinante y total:

- 1 Aceptarás que la estrategia reside finalmente donde se invierte tiempo, dinero y atención; la estrategia espontánea es la trayectoria desplegada, la que ocurre por default, la que realmente se está ejecutando y que suele pasar desapercibida.
- 2 Te replantearás lo que se conoce como Planeación Estratégica. La estrategia es una

intención y radica en el hemisferio derecho; la planeación es una programación y radica en el hemisferio izquierdo.

- 3 No vivirás copiando ni buscando ocupar el mismo espacio que tu competidor: dos empresas no pueden coexistir, si ganan dinero de manera idéntica.
- 4 No utilizarás el FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) para definir una estrategia. Vale la pena señalar que ni Porter lo consideraba un modelo para crear estrategia, sino como una herramienta de análisis.

10

MANDAMIENTOS DE LA ESTRATEGIA



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

- 5 Tendrás cuidado de que la “estrategia” no sea estratégica. La estrategia no es la misión ni la visión y se confunde con meta, objetivo, táctica, anhelo. Además, se puede cumplir una gran meta hacia el rumbo incorrecto. ¿Para qué ser eficiente en un vector erróneo?
- 6 Le darás la coherencia y el debido tiempo de maduración para que la estrategia pueda ser consolidada. Es inocente pensar que el cambio estratégico no va a generar problemas nuevos.
- 7 Reconocerás que la estrategia está subordinada a la cultura: la intención se topa con el hecho. No es lo mismo dar una orden a un subordinado que dar una orden a un sistema complejo (la empresa) que tiene vida propia y una inercia apabullante.
- 8 Buscarás la relevancia ante todas las cosas. Hay estrategias irrelevantes para el mercado meta. No es lo que ofreces, sino la percepción de lo recibido.
- 9 Habrás de renunciar y renunciar, para hacer estrategia. Se renuncia para abocarse a algo, se sacrifican rumbos alternativos para centrarse en alguno. Es decir: se puede obtener casi cualquier cosa que uno quiera, pero lo que no se puede es obtener TODO lo que uno quiera.
- 10 Balancearás el pensamiento concreto y el abstracto. El pensamiento concreto suele ser reactivo y automático, se enfoca a lo visible, es inmatista y fraccionado. Por otro lado, el pensamiento abstracto suele ser creativo y reflexivo, se enfoca en las conexiones sistémicas, es de más largo plazo e integrador.

Finalmente, aquí una de mis propuestas para fomentar la discusión sobre estrategia:

La estrategia es un ejercicio existencial y dinámico, en el cual se elige un rumbo centrado en la oportunidad; por diseño, se clarifican prioridades, la estructura, se despliega la ejecución y se alinea e inspira a la organización. Con el tiempo, el rumbo tiene que replantearse, o no, como si se volviera a empezar, y en ocasiones son caminos que poco tienen que ver con el rumbo original.

Los negocios se mueven con las oportunidades y las oportunidades son el corazón de la estrategia. S



CINCO ACCIONES PARA LOGRAR LA



Por: **Alejandro Saracho**

Fundador de Abundantia Training, experto en finanzas personales y empresariales y autor del libro *Reconfiguración Financiera* / contacto@reconfiguracionfinanciera.com

¿Te gustaría dejar de preocuparte por dinero?

La mayoría de las personas carecen de una historia amigable con su capital y cada vez más son las que están endeudadas con tarjetas de crédito, préstamos bancarios o hasta con amigos y familiares.

Esto sucede porque, desde niños, nadie nos enseñó cómo manejar las finanzas y, conforme fuimos creciendo, seguimos tomando las mismas decisiones a prueba y error, las cuales nos llevaron a la situación en la que estamos.

Lo más preocupante es que casi ninguna de las personas con algún problema económico logra reconocerlo y mucho menos hacer algo para solucionarlo. A lo largo de mi experiencia dando seminarios, he podido determinar que 7 de cada 10 asistentes no tienen idea de qué pasa con su dinero cada quincena, solo se acaba.

Esta situación también ha generado que crean que lograr la libertad financiera

es real, y con este término me refiero a la opción de dejar de trabajar, pero poder seguir pagando los gastos del estilo de vida.

Por dicho motivo, es importante saber: sí es posible alcanzar el máximo potencial en este ámbito y, por ello, creé la metodología de Reconfiguración Financiera, una guía para lograr la libertad que todos desean, pero pocos logran.

Los cinco pasos son los siguientes:

I. PIENSA: cambia tus creencias limitantes, las cuales te impiden tomar mejores decisiones. En este punto se debe implantar la manera en la que piensa la gente rica en torno al dinero.

II. GANA: conoce múltiples fuentes de ingresos para lograr hasta quintuplicar tus ganancias.

III. ADMINISTRA: implementa el sistema de administración “7+1”; propongo tener siete cuentas más una (7+1), para separar el capital en áreas específicas y destinarlo con propósitos determinados.

LIBERTAD FINANCIERA

Compartiré cuáles son:

1. Impuestos
2. Educación
3. Inversiones
4. Compromisos mensuales
5. Diversión
6. Donaciones
7. Proyectos especiales
8. Respaldo

Tú decides el porcentaje destinado a cada área, con esta acción se busca evitar fugas de dinero y optimizar las finanzas, así lo canalizas a tu expansión personal y económica.

IV. INVIERTE: el objetivo es poner a trabajar tu capital, conociendo los vehículos de inversión que cuentan con rendimientos atractivos, para generar múltiples fuentes de ingresos.

V. POTENCIA: crea recursos con apalancamiento financiero; esto es hacer dinero con el de alguien más, como lo realizan las instituciones bancarias.

Estos cinco pasos pueden ser implementados por dueños de negocios, empresarios, profesionistas independientes o personas cansadas de no ver los resultados que desean en su economía. Hoy en día, existen varias metodologías capaces de ayudar a mejorar tus finanzas personales, pero lo más importante es asesorarte con especialistas y fuentes confiables. **S**



La relación entre microempresa y familia resulta ser de las más complejas en todos los sentidos de la palabra; su análisis y operación requieren de un trato especial y por separado, ya que, a diferencia de otros tipos de corporaciones, en estos casos se debe fomentar simultáneamente la salud organizacional en el campo de los negocios y en el de las relaciones afectivas. Sin embargo, cuando no se está preparado para hacerlo adecuadamente, el proceso resulta en toma de decisiones limitadas y restringidas para evitar conflictos entre los miembros de la organización, donde se privilegia el orden del hogar sobre el empresarial o, en el peor de los escenarios, se elige entre mantener la compañía o rescatar a la familia.

Para la Secretaría de Economía, una microempresa es la que cuenta con hasta 10 personas laborando en ella; según datos de la misma

secretaría, este tipo de negocios representa más del 50% del Producto Interno Bruto (PIB) y contribuye con 70% de los empleos formales en el país, posicionándolo en un lugar destacado del desarrollo económico nacional.

El que las micro, pequeñas y medianas empresas sean el futuro social y económico de los países no debe ser motivo de duda, pues resultan evidentes sus beneficios dentro de distintos sectores y mercados locales, regionales, nacionales e internacionales. En este rubro, los negocios familiares son los más comunes, ya que es dentro de este núcleo básico donde nace la idea o la necesidad de crear una compañía para solventar los gastos generados por su dinámica cotidiana; desafortunadamente este ímpetu conlleva problemas para la gestión, es común que inicialmente no cumplan con sistemas de organización, recursos suficientes ni conocimientos vastos en materia de legislación, comercialización, mercadotecnia o finanzas, por mencionar algunos tópicos indispensables. Por su parte, Anzola considera que, si se busca mantenerse productivo a

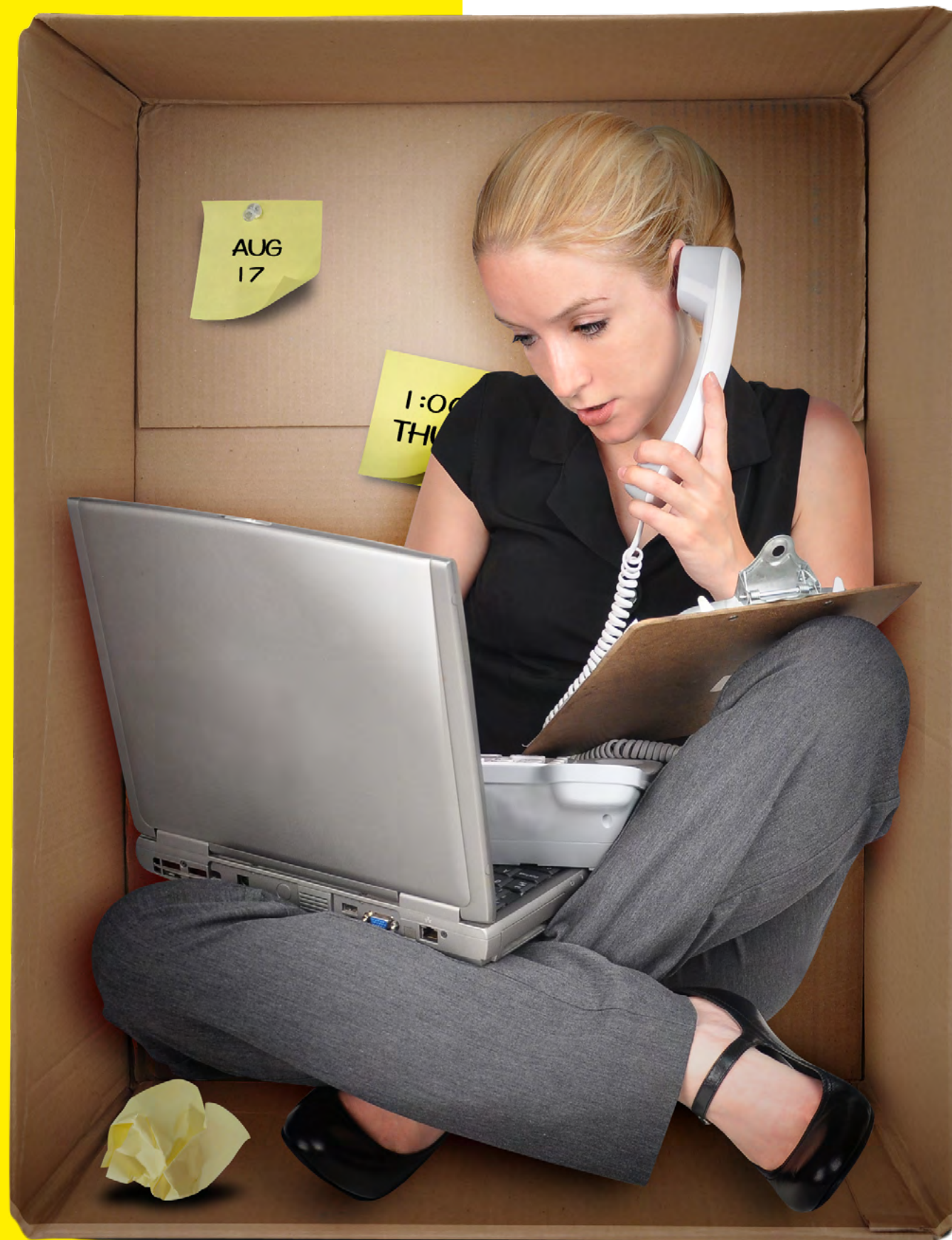
MICROEMPRESAS FAMILIARES:

¿QUÉ EVITAR?



Por: **Dr. Edgar Josué García López**

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



largo plazo y con la mira en el desarrollo sostenible, los retos a superar se sintetizan mínimamente en vencer el temor al fracaso, hacerse de un plan de negocios y reinvertir las utilidades en mejoras.

Por decirlo de otra forma, uno de los principales problemas que estas organizaciones deben resolver es el límite de la informalidad en que suelen desenvolverse, peculiaridad reflejada en débiles prácticas administrativas que derivan de diversos factores, como no profesionalizarse en el manejo de negocios, poca o nula capacitación, escasez de capital económico, carencia de conocimientos para explotar su posición comercial, financiera y operativa o la falta de información sobre posibles fuentes de financiamiento y crédito, entre otros; las principales consecuencias son una deficiente posición comercial y reducidas oportunidades de crecimiento en el mercado, esto se traduce en problemas financieros y eventual extinción.

Es común encontrar casos en los cuales la dimensión emocional influye en las acciones organizacionales debido al gran peso de la familia en culturas como la mexicana, esto puede ser un arma de doble filo, pues si, bien, es cierto que, por un lado, esta condición

afianza el fortalecimiento de valores para promover el crecimiento y la productividad profesional en beneficio de todos; por el otro, resulta ser nociva la tendencia en que el trabajo se convierte en una extensión del hogar donde se mantienen acuerdos, funciones, compromisos o procesos laxos que terminan en un descontrol reflejado, tarde o temprano, en el incumplimiento de las metas organizacionales.

En el campo de las compañías familiares existe una parábola, la cual advierte que al menor descuido ocurre que la primera generación la creará, la segunda la mantendrá y la tercera la ha de perder; en el caso de las microempresas, el panorama es menos alentador cuando su promedio de vida apenas alcanza un lustro. Luisa Dueñas asegura que ser propietario y colaborador de una sociedad de este tipo ya involucra compromisos y consecuencias para su operación que no todos están dispuestos a asumir y, peor aún, algunos ni siquiera lo alcanzan a percibir así. En ese sentido, se puede tener la propiedad de la organización, pero no se asegura contar con el conocimiento y las habilidades para manejarla, conceptualizar su desarrollo y orientarla a entornos más competitivos; ello requiere de mayores capacidades directivas, estratégicas y organizativas, con especialidad técnica para el ejercicio a corto, mediano y largo plazo. Una microempresa familiar resulta ser un gran reto, pero también representa una oportunidad de crecimiento en todos los sentidos, en el balance de aspectos a favor y



en contra siempre reflejará superávit apostar por abrirla y mantenerla, no solo en materia económica, sino también en la emocional y la intelectual.

Uno de los principales mitos que fomenta el miedo a aventurarse a la apertura es la creencia de que no se podrá ganar mucho con tan poca gente, al respecto Larry Page, cofundador de Google, asegura que no se necesita tener 100 personas para desarrollar una idea. El otro gran mito, el cual se llega a convertir en un tremendo monstruo, es suponer que a todos los miembros de la familia les interesará ser parte de la organización u obligándoles a serlo terminarán algún día por sentirla propia, craso error, una persona sin voluntad puede convertirse en una bomba de tiempo y puede destruir la inversión; Warren Buffet, presidente y CEO del corporativo estadounidense Berkshire Hathaway, lo resume perfectamente: “Toma 20 años crear una reputación y cinco minutos arruinarla. Si piensas de esa manera, harás las cosas diferente”.

Cinco puntos clave a considerar para mantener una microempresa familiar:

1. Evitar operar sin un plan de negocios.

La informalidad e improvisación son el principal verdugo de las microempresas familiares.

2. Evitar el exceso de confianza sobre el conocimiento de las necesidades del mercado.

Recordar que las necesidades, gustos y preferencias no son estáticas.

3. Evitar el ahorro en capacitación.

Es importante aspirar al dominio de conocimientos en áreas clave como comercialización, finanzas, legislación o mercadotecnia, siempre con el objetivo de la profesionalización del servicio.

4. Evitar el agotamiento de los recursos.

El plan financiero debe incluir la reinversión de las utilidades; así como nunca gastar más de los ingresos.

5. Evitar dinámicas de funcionalidad familiar dentro de la empresa.

Si no se

mantienen límites entre lo afectivo y los negocios, alguno de los campos –o los dos– terminará por colapsarse.

El buen funcionamiento de las empresas familiares no está peleado con la unidad, no obstante ambos procesos requieren de inversión constante; esfuerzos que implican apearse a los valores, procurar buena comunicación, respetar derechos y obligaciones para todos de igual forma, implementar sistemas de evaluación y retribución justas, considerar la sucesión del negocio como un hecho realista y necesario, prepararse para el crecimiento sin dejar de tener una visión clara de la familia y del futuro de la compañía. Por último, no olvidar la importancia de priorizar necesidades; este tipo de microempresas suelen comenzar con poca inversión y mucho entusiasmo, por lo que intentar cubrirlo todo en poco tiempo puede llegar a ser el primer paso firme, pero hacia el fracaso. **S**

Referencias bibliográficas

Anzola, S. (2012). *Administración de pequeñas empresas*. México: Mc Graw Hill Editorial.

DENUE. (2014). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. “Micro, Pequeña, Mediana y Gran Empresa. Estratificación de los establecimientos, Censos Económicos 2009”. México: INEGI. Disponible en <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>

Dueñas. (2018). *Sociogénesis de las microempresas familiares potosinas desde la Ingeniería en Comunicación Social*. Ingeniería en Comunicación Social de empresas y organizaciones. [En prensa]



PERFIL DE PUESTOS... ¿POR QUÉ?



Por: **MMMD. Christian Flores Pérez**

Profesional en marketing y comunicación, Commercial Leader en Rappi SLP.

Director en Playmedia.mx / [@_cristianflores](#)

¿Los conceptos básicos de RH aún se usan en una modernidad desbordada y a veces aberrante dentro de las industrias? Te platico el porqué de mi pregunta. En el trajín diario de los que nos dedicamos a la función administrativa, se pueden vibrar, por así decirlo, determinadas “tendencias” que, a pesar de ser muy novedosas, no necesariamente son las más útiles, las más redituables o las más correctas. Hoy en día, ante la creciente necesidad de tener en la empresa perfiles “multifuncionales” o “diversos”, se pierden prácticas que parecen “tradicionalistas” o “clásicas” en el contexto administrativo, sin embargo, estas establecen las bases para evitar problemas de rotación a futuro en nuestra compañía. Uno de los errores más grandes con los cuales me he encontrado, y lo he detectado en repetidas ocasiones, tanto en organizaciones públicas como privadas, es no dar el valor necesario al perfil de puesto.

Este vicio, por así llamarlo, no respeta giro, tamaño, número de empleados o región geográfica, es generalizado; se puede creer que, si el perfil no existe, es más fácil contar con profesionales dispuestos a desempeñar diversas funciones en un mismo rol, sin salir del área funcional a la que corresponden. Pero la realidad es que, en una panorámica de competencia y en un mercado cada día más global, por usar esta “estrategia” las cosas se pueden salir de control, recuerda el refrán que tus abuelos te compartieron en algún momento: “el que mucho abarca, poco aprieta”. Es igual de malo pretender que el perfil de puesto debe ser netamente usado para captar la atención y atraer prospectos, si, bien, es importante en el reclutamiento como forma de interesar al candidato idóneo, de ninguna manera puede quedar rezagado en las fronteras de la contratación. Por el contrario, debe ser una especie de carta maestra de suma utilidad para la empresa al dejar en claro cuáles son las responsabilidades, funciones (primarias y secundarias) y compromisos para cada una de las posiciones dentro del organigrama.

Pero, ¿por qué es importante la claridad?, ¿cómo beneficia al negocio y al profesionista, al mismo tiempo? Muy fácil, alguien que sabe lo que debe hacer y hasta dónde llega el impacto de sus decisiones y actividades será más cuidadoso al momento de la ejecución, es decir, la persona en cuestión sabrá que sus acciones suman al proyecto de empresa, lo anterior contribuye a que el individuo pueda imaginar cómo su día a día aporta a un resultado global; lo que inevitablemente se verá reflejado en motivación y autorreconocimiento.

Por otro lado, actualmente, en las mejores compañías del mundo (algunas destacadas como *Best place to work*) existe un enfoque muy marcado en la especialización, llámese “cultivar con especialidad una rama/área” o “limitar algo a un uso determinado”, pero aplicado a los colaboradores en la organización. ¿Sabes por qué las empresas de tecnología, las startups más revolucionarias tienen niveles de crecimiento aberrantemente rápidos en comparación con las industrias tradicionales? ¡Ajá!,

¡adivinaste!: contratan especialistas; y si a esto sumamos un perfil de puesto claro, específico y delimitado, que no se va al archivo en cuanto firman el contrato, la combinación resulta en un avance garantizado para las metas organizacionales, cuantificable casi casi cuartil por cuartil a lo largo del año.

Con esto no digo que todas las posiciones deben ser ocupadas por especialistas (no todas lo exigen), más bien, deberían contar con un perfil de puesto. Dejemos de buscar aprendices de todo y maestros de nada. La escuela da un título, pero no hace al profesional, siempre he considerado que se forja en la empresa; describir lo que demanda la vacante puede lograr que esos nuevos graduados, ávidos de crecimiento desde el inicio, entiendan las necesidades que el negocio requiere satisfacer por medio de su trabajo, incluso puede marcar la diferencia para una persona que desde siempre supo a qué iba a una organización, contra otra que creyó que el empleo era algo diferente y termina renunciando a los tres días o después de cobrar la primera quincena, ¿te suena? Dejando la posición nuevamente vacía y desatando en automático el proceso de RH para cubrirla (más tiempo, más dinero).

Abstengámonos de gastar al doble, evitemos el desgaste también del tiempo, hagamos de un buen perfil de puesto nuestro aliado, pues siempre será de gran utilidad para mejorar el rendimiento, detectar necesidades en las áreas funcionales, dar resultados de contratación y contribuir a una planificación factible. **S**





LA INVASIÓN DE LOS



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](#)

“Siempre fui académicamente inteligente. Pero con el tiempo me di cuenta de que hay muchos tipos de inteligencia... y muchos tipos de estúpidos”. Apenas una frase de una fabulosa charla de Jeff Bezos con el billonario David Rubenstein. Está llena de la sabiduría práctica del (para mí) mejor CEO de la historia reciente. Tiene lecciones muy valiosas. Pero hoy vamos a otra cosa.

Es cierto que hay muchos tipos de inteligencia: la académica (aprendizaje y lógica), la práctica (en inglés, *street smart*), la social (crear, mantener y aprovechar relaciones), la inteligencia emocional, la relacional (conectar para crear), etc. Pero hoy tampoco ese es el tema. Me llamó la atención la parte final del comentario de Bezos: hay muchos tipos de estúpidos. ¡Ja! Es cierto... y cómo hacen daño. En la política, los negocios y la vida. Como bien dice la navaja de Hanlon: “nunca atribuyas a la malicia a lo que puede ser explicado por la estupidez”.

El sitio Farnam Street explica cómo el general alemán Kurt von Hammerstein la usaba para clasificar a sus hombres en 4 perfiles básicos: inteligentes, diligentes, estúpidos y flojos. Y los combinaba:

1. Inteligentes y diligentes. Para el staff del general.

2. Estúpidos y flojos. El 90%, para tareas rutinarias.

3. Inteligentes y flojos. Material para alto liderazgo: inteligencia y tranquilidad para decisiones difíciles. Mmmm, ¿será? No creo.



4. Estúpido y diligente. ¡Cuidado! No confiarle ninguna responsabilidad, causa gran daño.

Buenísimas. La cuarta categoría me recuerda dos clasificaciones del PUP: el pendejo laborioso (todo el día hace pendejadas) y el pendejo vigoroso (no se cansa de hacer pendejadas).

Pasemos ahora a los estudios sobre la estupidez del economista e historiador italiano Carlo Cipolla, que sabiamente escribe: “Un estúpido nos persigue sin razón, sin un plan y en los momentos y lugares más improbables e impensables. No existe modo racional de prever cuándo, cómo o por qué actúa. Frente al estúpido, uno está completamente desarmado”.

No tiene desperdicio. Imagine al filósofo de Güémez con doctorado. Le comparto sus 5 leyes básicas de la estupidez. Para reír... y para llorar:

1. Inevitablemente, siempre se subestima el número de estúpidos. De aquí se forman 2 teoremas: personas que se consideran racionales terminan siendo totalmente estúpidas y todos los días te asediarán estúpidos en los lugares más inadecuados e improbables.

2. La probabilidad de que alguien sea estúpido es independiente de cualquier característica personal. Se encuentra el mismo porcentaje entre grupos enormes que en pequeños y la educación no influye en la cantidad de estúpidos.

3. **LA REGLA DE ORO:** un estúpido provoca pérdidas a otro sin que sus acciones le deriven utilidad o inclusive le dañen.

4. Las personas inteligentes siempre subestiman el poder dañino de los estúpidos. Advertencia: nunca se asocie con un estúpido para lograr sus objetivos, porque solo terminará por darle un escenario más

amplio para utilizar “sus cualidades”. No podrá controlarlo y sus acciones impredecibles lo pulverizarán.

5. No hay persona más peligrosa que un estúpido.

Derivado de la regla de oro, Cipolla construye 4 cuadrantes para ubicar a cualquiera dependiendo de los beneficios o daños que provoquen sus acciones:

a) Inteligentes. Su actuar beneficia a los involucrados.

b) Desgraciados. Se dañan mientras benefician a terceros.

c) Bandidos. Dañan a terceros para recibir un beneficio.

d) Estúpidos. Acciones sin sentido: todos pierden, nadie gana.

El que fuese profesor de la Universidad de Berkley admite que la posición de cualquiera en estos cuadrantes no es estática. “En ciertas circunstancias alguien puede actuar inteligentemente y en otras ser un desgraciado”, advierte.

Sin embargo, tristemente solo un tipo de persona actúa siempre igual. ¿Ya adivinó cuál? Claro, ¡los estúpidos! Si los detecta y puede hacer algo, hágalo. Si no, ¡corra! Sobre todo, si nos gobiernan...

Posdata. Qué bueno que AMLO recapacitó sobre retirar a las fuerzas armadas de la lucha contra los narcos. Ojalá también recapacitara en otras cosas. Ojalá que sus buenas intenciones sean distintas a las buenas intenciones de Peña y Calderón. Para que Andrés tenga éxito, la ejecución será clave. La situación es crítica y la solución llevará décadas.

En pocas palabras...

“En la política, la estupidez no es desventaja”.

Napoleón Bonaparte **S**

ESTÚPIDOS

Se entiende como clima organizacional el ambiente generado por las emociones de los miembros de un grupo u organización, el cual está relacionado con la motivación del personal, englobando tanto la parte física como la emocional.

Para fomentar un buen clima laboral enunciaré algunas recomendaciones prácticas:

1. Espacio de trabajo: es necesario que el personal cuente con todas las herramientas

indispensables para realizar sus funciones, como una oficina ventilada e iluminada; equipo de cómputo eficiente; papelería; formatos e, incluso, algunos *amenities*, como café, galletas y agua, los cuales ayudarán a que el lugar resulte más agradable.

2. Capacitación constante: cuando un equipo está actualizado en los procesos referentes a sus labores, le es más fácil desempeñarse en sus actividades y no se mostrará temeroso ante nuevos proyectos.

ESTRATEGIAS PRÁCTICAS PARA MEJORAR EL CLIMA ORGANIZACIONAL



Por: **Lic. Fernando Rivera Saucedo**

Lic. en Psicología, con especialidad en Psicometría, Pruebas Proyectivas y en Sexualidad Humana con enfoque de género y diversidad / fernando.rivera@strategaconsultores.com

3. Actividades de distensión: los torneos deportivos son una buena opción para fomentar la convivencia fuera de los temas de trabajo.

4. Cambiar la rutina: hacer *home office* ocasionalmente, reducir las jornadas los viernes, otorgar medio día en los cumpleaños o hacer pequeñas reuniones por algunas festividades son beneficios que propician un ambiente más relajado.

5. Prestaciones adicionales: no necesariamente se traduce con incentivos en efectivo, pueden ser, por ejemplo, convenios con

establecimientos que ofrezcan un precio preferencial para que las y los trabajadores accedan a ellos, fomentando que su *engagement* con la empresa sea mayor, incluso ayudan a que la rotación disminuya.

Si aplicamos estas estrategias, tendremos como resultado un clima laboral más agradable y positivo para todos los que conforman la organización. 

Referencias bibliográficas

Brown, S. P. & Leigh, T. W. (1996). A new look at psychological climate and its relationship to job involvement, effort, and performance. *Journal of Applied Psychology*, 81, 358-368



HEAD HUNTING
AGENTES CAPACITADORES REGISTRADOS ANTE LA STPS
GESTIÓN Y DESARROLLO DE TALENTO HUMANO
ASESORÍA LEGAL EN CONTRATACIÓN Y DESPIDO

CONTÁCTANOS Y CRECE TU NEGOCIO

www.perfill.mx

COTIZACIONES E INFORMES
(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.

No olvides solicitar tu certificado de cortesía





PRENSA ENEMIGA



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

“La prensa es la artillería de la libertad”.
Hans-Dietrich Genscher

Donald Trump ha dicho que la prensa que lo cuestiona, aquella que según él miente para afectarlo, o sea, toda menos *Fox News*, es el “verdadero enemigo del pueblo”. Jair Bolsonaro, el ultraderechista presidente electo de Brasil, ha cuestionado a la prensa que dice que quiere perjudicarlo y ha señalado que *Folha de São Paulo*, el principal periódico del país, “se acabó” porque le aplicará un boicot de publicidad gubernamental. Andrés Manuel López Obrador usa el término “prensa fifí” porque afirma que los escritores y columnistas que lo critican tienen un pensamiento conservador y proceden de la prensa servil del régimen porfirista; “se los voy a seguir diciendo porque son herederos de este pensamiento y proceder”.

Las diferencias entre la prensa y los gobernantes son no solo naturales, sino sanas. Los medios de

comunicación tienen la obligación de ofrecer una visión crítica de cualquier gobierno. Cuando se pierde esa distancia, la crítica se convierte en complicidad y la prensa pierde su razón de ser. Los reporteros y los políticos necesitan convivir y dependen unos de otros, pero la convivencia es siempre incómoda. “Ya sé que no aplauden”, dijo un molesto Enrique Peña Nieto, cuando pensaba que nadie lo escuchaba, en 2015, ante los reporteros de Los Pinos que, efectivamente, no aplauden ante los discursos de los mandatarios.

Los gobiernos en México han mantenido, por un lado, un discurso de respeto al derecho a la libertad de expresión, incluso con celebraciones en fechas conmemorativas, pero lo han acompañado de políticas destinadas a premiar a algunos medios que consideran favorables y a castigar a los que ven como críticos. Una nueva Ley de Comunicación Social promulgada este año obligaría a los medios

a inscribirse en un padrón para recibir publicidad oficial, pero deja todavía, a ojo de muchos, una excesiva discrecionalidad en la forma en que se pueden usar los presupuestos de promoción del Estado. El presidente electo López Obrador ha anunciado que reducirá a la mitad los presupuestos de publicidad oficial, pero

no ha señalado que piense hacer cambios a los criterios con los que se aplican estos recursos.

En Estados Unidos los gobiernos gastan muy poco en publicidad oficial, por lo que el tema no ha sido materia de debate. La libertad de prensa, sin embargo, es un derecho valorado por la ley y por la tradición política del país. La primera enmienda a la Constitución estadounidense establece que “El Congreso no hará leyes que restrinjan la libertad de expresión o de prensa”, lo cual ha sido uno

de los pilares fundamentales de toda la estructura política y jurídica del país.

Muchos presidentes de los Estados Unidos y de México se han sentido molestos con la cobertura de los medios o los comentarios de los editorialistas, pero muy rara vez han abandonado el discurso oficial de defensa del derecho a la libertad de prensa. Un caso notable fue el de José López Portillo, quien dijo, como el Bolsonaro del Brasil de hoy, “No pago para que me peguen”. Los ataques constantes de Trump a los medios de *fake news* o los de López Obrador a la prensa fifí son inusitados y preocupantes.

Estamos viviendo tiempos complicados para la libertad de prensa. Los tres países más populosos de América tendrán pronto gobernantes populistas que han expresado su incomodidad ante la crítica. El que un gobernante exprese sus puntos de vista, y descalifique a quienes piensan diferente, no debería causar preocupación, pero el temor es que suframos nuevos periodos de censura y represión.

Pegar a mercados
Parece que los legisladores de Morena querían empezar el sexenio golpeando a los mercados nacionales. La iniciativa para restringir las comisiones bancarias tiró las acciones de la BMV.



Imagen: Willow Hood / Shutterstock.com



Lidiar con los bancos en México es como ir al dentista a que te saquen una muela. Es como someterte a una colonoscopia obligatoria. Es como acudir al podólogo para remover una uña enterrada. Incómodo, doloroso, latoso e inevitable. No hay más remedio que padecer la disfuncionalidad de los servicios financieros del país. Quién no ha enfrentado la desesperación ante las colas interminables, el servicio lento, el papeleo innecesario, el trámite engorroso. Quién no ha experimentado el terror de ser enviado a la fila de “Servicios al cliente” detrás de otras treinta personas, escudriñando las manecillas del reloj, mirando correr el tiempo. Quién no ha pagado las comisiones exorbitantes

que cobran por cada transacción. La banca exprime, la banca abusa, la banca expolia.

La Comisión Federal de Competencia lo advirtió desde el 2014 en un estudio sobre el sector financiero. Criticó los cargos desmedidos, la estructura oligopólica, las serias dificultades que enfrentan las pequeñas y medianas empresas en

¿A MARTILLAZOS?



Por: **Denise Dresser** / Agencia Reforma

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

busca de crédito, las pólizas caras, las conductas anticompetitivas, la falta de información que impide a los clientes elegir mejores productos financieros, los sobrepagos en los seguros automotrices e hipotecarios, la opacidad en el manejo de fideicomisos protegidos por el “secreto bancario”. Padecemos un sistema financiero que no está innovando, está aprovechándose. Por eso las filiales de bancos extranjeros en México tienen mayores tasas de ganancia que en otras partes del mundo donde operan. El problema trasciende el cobro de comisiones; es endémico y sistémico.

Pero lo que muchos miembros de la Cuarta Transformación no han entendido aún es que se trata de corregir, no de destruir. Se trata de componer, no de descomponer. Se trata de apagar múltiples fuegos que deja el peñanietismo, no de incendiar la pradera. Se trata de crear un sector financiero moderno, competitivo, que brinde mejores servicios a consumidores expoliados, no de linchar legislativamente a los denominados “enemigos del pueblo”. Detrás de la iniciativa



presentada por la senadora morenista Bertha Caraveo, había mucho revanchismo y poca técnica legislativa; mucha retórica bombástica y poco conocimiento del sector; muchas ganas de ajusticiar y pocos deseos de corregir adecuadamente.

Vale la pena recordar sus palabras al tomar la tribuna: “(...) la iniciativa es fundamental para hacer más justa la relación entre el pueblo y la banca. No hay democracia política sin justicia social. No necesitamos una mano invisible que empuje al vacío a los humildes. Necesitamos un Estado que abrace y acompañe a su gente. Hoy damos un paso más en la promesa de separar el poder económico del poder político. No les vamos a fallar”. Ojalá alguien le hubiera explicado a la senadora Caraveo que el problema no es la mano invisible del mercado que ha creado a la banca rapaz; es la colusión, es la falta de competencia, es la falta de regulación robusta. La explotación a los consumidores ha sido culpa del Estado ausente no del mercado omnipotente. Y sí, al Estado le corresponde intervenir, pero de buena manera para limitar la extracción por parte de los bancos, no para destruirlos. El poder político debe regular al poder económico, no lanzarse a

golpes contra sus miembros. El poder político debe colocar límites al poder económico, no jugar vencidas en las que todos terminamos noqueados.

Bien lo advertía Adam Przeworski, para poder gobernar, las izquierdas necesitan aprender a coexistir con el capitalismo y atemperarlo; necesitan domesticar a las minorías extractivas y no guillotinarlas, necesitan promover la regulación sin ahuyentar la inversión. Pero eso no se logrará si la Cuarta Transformación se siente martillo y todo lo ve como un clavo. Si concibe a la economía como un juego suma cero donde, para que AMLO gane, los banqueros y los empresarios y los inversionistas deben perderlo todo. Las comisiones bancarias son abusivas y el Estado puede y debe interceder para reducirlas. Pero la forma de hacerlo y anunciarlo importa. La protección al consumidor no se logrará vía una legislación fulminante, sino a través de una regulación eficaz. Con multas millonarias, no amenazas desinformadas. Con procesos bien pensados y no escaramuzas costosas que luego obligan a dar marcha atrás. Habrá que remodelar al país, pero sabiendo cómo usar un martillo y sin llenar de hoyos la pared. **S**



DESTINO: PARÍS



Por: **Guadalupe Loeza** / Agencia Reforma

Autora de varios libros. Conductora de televisión y radio, articulista en diversos diarios y revistas de circulación nacional / gloezatovar@yahoo.com

Existen muchos tipos de viajes y cada camino es una historia. Los hay por placer, por estudios, por negocios y por necesidad; hoy les contaré de dos destinos. En esta ocasión, el mío me trajo hasta París, para mí, el mejor destino del mundo.

He de confesarles, como seguramente ya lo saben, que tengo una relación pasional e íntima con la Ciudad Luz. Para mí no es cualquier ciudad, es el principio de algo que no alcanzo a entender, adquirido tal vez cuando me encontraba todavía en el vientre de mi madre, época en la que no dejaba de leer literatura francesa y de escuchar música de Charles Trenet,

Patachou y Jean Sablon. De allí que cada vez que llego a París, siento que cumpla un destino que tiene que ver con doña Lola. Sin embargo, yo asumo este destino con libertad, alegría y tranquilidad. No obstante, estoy consciente de que no todo aquel que emprende un viaje llega a su destino en paz, como es el caso de la Caravana Migrante hondureña, que atraviesa México huyendo de su país por la pobreza, falta de trabajo y violaciones a sus derechos humanos. ¿No son acaso las mismas razones por las que se van nuestros compatriotas a Estados Unidos? México no solo es un país de paso, pero de origen también. Duele escuchar,

a través de Aristegui Noticias, estando una tan lejos, estas realidades. He aquí un destino de miles de centroamericanos, un destino de América Latina que no entiende Trump.

Hoy por la mañana, antes de desayunar en un cafe-cito cerca de la Torre de Montparnasse, compré varios periódicos franceses. En prácticamente todos ellos hablan de la Caravana Migrante. Por ejemplo, un reportaje de *Libération* cita al portavoz adjunto de la ONU, Farhan Aziz Haq: “Esta situación debe ser gestionada en total acuerdo con el derecho internacional y dentro del pleno respeto de los países a controlar

sus fronteras”. Igualmente, Aziz Haq insistió en decir que los demás Estados de la región (México) deben cooperar para resolver esta crisis. En la nota se menciona a Trump con respecto a su férrea postura de reducir significativamente la ayuda a Guatemala, Honduras y El Salvador, acusándolos de ser incapaces de evitar la huida de esos migrantes hacia Estados Unidos.

Es un verdadero dilema lo que estamos sufriendo en América Latina, por un lado, López Obrador dice recibirlos con los brazos abiertos y promesas de visas de trabajo; y, por el otro, quién les garantiza a estos migrantes que estas promesas se van a ver reflejadas en un país con las mismas carencias que las suyas. Si a esto se le agrega la xenofobia y la violencia durante el trayecto de estas personas hacen de su destino un verdadero infierno. Como dice una de las tantas consignas de los que están defendiendo esta caravana: “nadie es ilegal”.

Mientras leo los periódicos veo a los parisinos caminar con prisa, veo muchas parejas que se dan de besos, veo muchos millennials, pero no veo niños y eso que están de vacaciones. Tal vez están jugando en los parques o en sus casas encargados a la “babysitter”. Busco notas sobre Emmanuel Macron y me topo con una de *Le Monde*, de Virginie Malingre, que apunta que el presidente de Francia se ha vuelto (“volvido” diría EPN) arrogante e impopular a los ojos de los franceses. En otros diarios mencionan su caída de popularidad de 11 puntos desde junio. “El descontento se presenta sobre todo entre los empleados, los obreros y los pensionados”. Curiosamente en la misma época de su mandato, Hollande tenía 23% y Nicolas Sarkozy, 43%. No hay duda de que el destino de Macron se anuncia complicado.

El destino de muchos franceses de a pie tampoco es muy halagüeño: en el aeropuerto Charles de Gaulle, los pasajeros imprimen su pase de abordar y documentan sus maletas de modo

electrónico y sin intervención humana. Al supermercado que fui esta tarde, hice mis compras y, al pagar, cuál no fue mi sorpresa de que yo misma escaneaba los códigos de barras, pagaba con mi tarjeta (devuelta) y empacaba mis artículos sin la ayuda de nadie. Me da cuenta de que todos estos trabajos, que han sido reemplazados por la tecnología, seguramente han tenido como consecuencia mucho desempleo. Aquí también existe una gran crisis de migrantes. Uno de los mayores problemas de Macron es precisamente el de la migración, el cual divide la derecha y la izquierda. Aunque se dice opositor del presidente de Hungría y de Italia, ambos contra los inmigrantes, muchos analistas aseguran que esta oposición se trata de una fachada, para quedar bien con Merkel.

Ya les seguiré contando de mi estancia parisina, sin por ello estar desconectada de mi país, cuyo destino me recuerda el dicho: “tan lejos de Dios y tan cerca de los Estados Unidos”. **S**





La serie política más exitosa de Netflix vuelve a la pantalla y presenta un recorrido histórico que refleja a la perfección un sinfín de similitudes vividas en la Casa Blanca actual. En la vida real, causa asombro ver al presidente Donald Trump asediado por incontables denuncias de obstrucción a la justicia, sin dejar de insistir en una temerosa

relación rusa y material mediático de primera plana, digno de ser comparado con la ya galardonada serie de la pantalla chica.

La nueva temporada debuta con tintes de copia,

HOUSE OF CARDS,

ENTRE LA FICCIÓN Y EL REALISMO POLÍTICO AMERICANO

numerosos encuentros en esta última entrega de *House of Cards* son evidencia de una crítica al sistema político americano, una replica exacta en la cual las investigaciones del Senado y las tácticas carentes de ética pasan de la ficción a la realidad. En estos tiempos complicados, la relación con los diferentes medios de comunicación obliga a cuidar hasta el último detalle. Sería deseable poder llevar cada percance a una escena real, ver salir a Trump del poder sin un nuevo mandato y sin el "to be continued...".

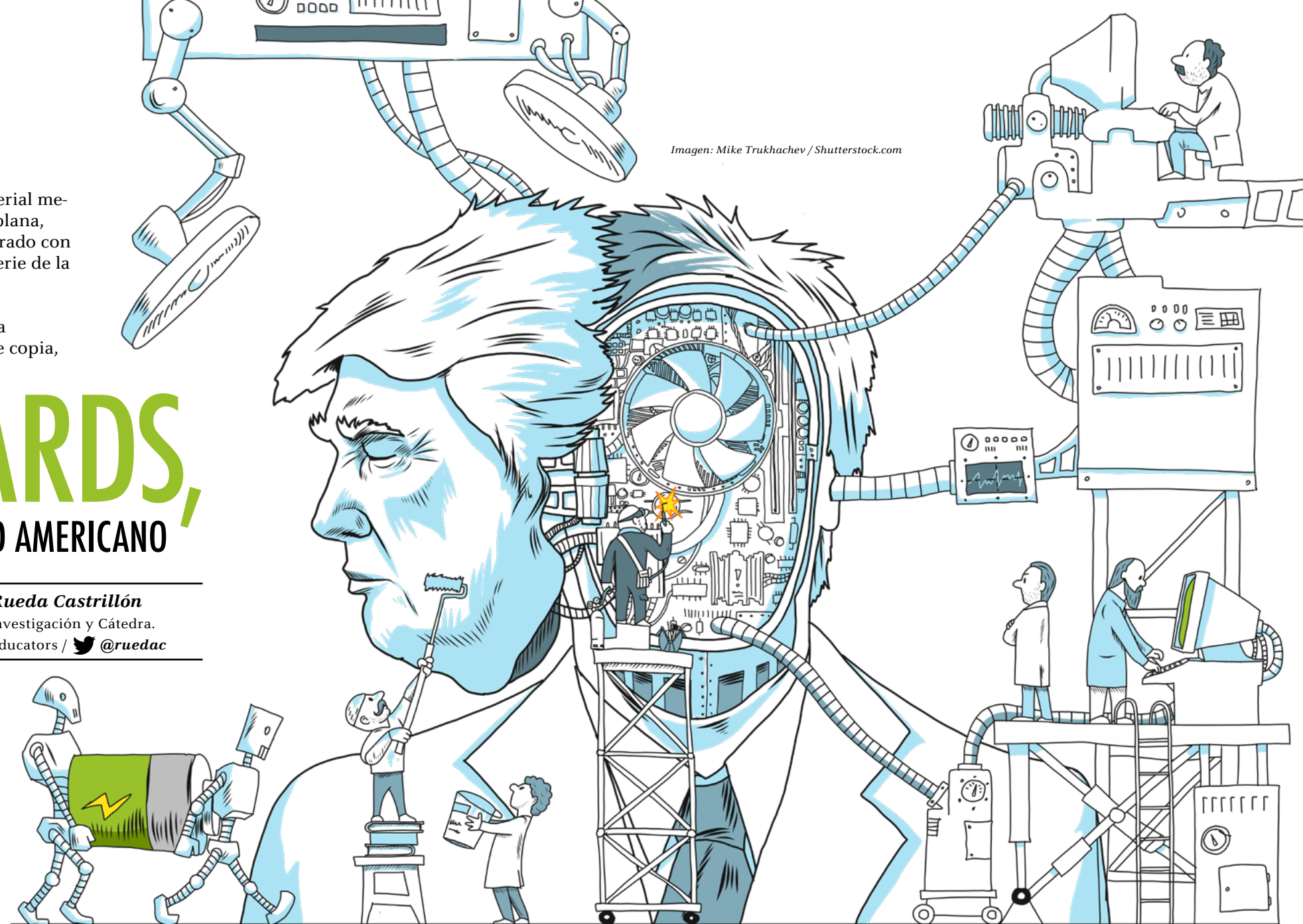
Déjeme decirle que ante tal parecido, los críticos de Trump solicitan cordura a cada seguidor, con el ánimo de no distraerse; insisten en la necesidad de confiar en el enfoque y no hacer comparativas odiosas que,

ya sea por los esperpénticos *tweets* presidenciales o los comentarios extravagantes, dejan ver una igualdad bárbara; como es lógico, son los más arraigados a los esquemas republicanos los que han argumentado que toda esta caótica distracción es parte de su *master plan*, un motivo descarado para hacer quedar mal al mandatario, una falta de ética atroz, una historia de lobos disfrazados de corderos haciendo llegar el mensaje erróneo a cada hogar.

El acoso del editor de *The Washington Herald*, Tom Hammerschmidt, desenmascarando todos los secretos de un Frank Underwood

desconcertado, es una invitación a la preparación para las malas noticias. Trump vive momentos agónicos, cuestión de tiempo para ver caer el frágil castillo de naipes que sustenta la ideología trumpiana, un uso mediático cansado de mostrar al presidente americano firmando órdenes ejecutivas, una calca

Imagen: Mike Trukhachev / Shutterstock.com



al drama televisivo de los impresentables Underwood. Esta imposición a la realización de mandatos inconstitucionales buscó dar un impulso en los primeros meses de mandato a la sinrazón y la intolerancia, en su sistema democrático complejo; muchos deben estar arrepentidos de haber elegido semejante desfiguro.

Como gran historia americana, hay argumentos fijos que deben ser contemplados, la guerra es uno de ellos y, como motivador

de masas, no podía faltar. Los conflictos bélicos siempre han sido de gran antojo para el televidente, dígame para pantalla grande y concrétese en la vida real, con invasiones, búsqueda de justicias ajenas y la vuelta de petróleos robados han hecho del género *war* uno de los predilectos para el gringo acomodado. Con un Underwood valiente, capaz de instar a la guerra para exterminar grupos terroristas falsos y una defensa a la soberanía norteamericana, usted no me dejará negar la copia



Por: **MAF. Javier Rueda Castrillón**

Analista económico. Investigación y Cátedra.
Apple Distinguished Educators / [@ruedac](#)

en penosos encuentros como Siria, mundo árabe y demás delicatessen política; la violencia llega cuando la razón no alcanza, Trump es un experto violento, su tozudez queda constatada en cada amenaza, insulto e intento de agresión, es un Underwood agónico, aunque –para ser justos– la serie de ficción da para mucho más que Donald en la farándula internacional.

Hillary Clinton debe estar aliviada al no verse reflejada en la trepadora Claire Underwood, hubiera sido un golpe devastador ante la falta de ética del personaje, una relación que bien podría proyectarse con Will Conway, quien gana el voto popular, pero, como era lógico en la trama, perdería la carrera al ser manipulada en estados vitales del Colegio Electoral y participar en la eliminación de votantes.

A la fecha, el Departamento de Justicia y las diferentes cámaras del Congreso, continúan investigando la posible intromisión rusa en las elecciones americanas del

pasado 2016, el contacto ilegal con los miembros de la campaña de Trump reabre debates sobre una supuesta colusión, tácticas de eliminación de votantes y un manejo informático no esclarecido que otorga mayor dramatismo y realidad a la historia.

House of Cards se obsesionó con el tema Rusia, muchos vimos un alargue innecesario, el tema no daba para tanto, pues, al buen entendedor, pocos capítulos bastan. Viktor Petrov pone en escena a un intratable Putin, un malo de cuento, de esos que con solo verlo inspiran temor, un personaje despiadado, ávido de petróleo, falto de diplomacia, pero sometido al estilo *yankee*, como le gusta al gringo, con miedo a ser humillado ante el poder que denotan las barras y estrellas americanas.

El éxito de la serie radica en un apego a los diferentes sucesos políticos, la

historia se convierte en un *reality show* irónico, una constante relación de lo que sucede y debe permanecer plasmado en su lista de capítulos. La muestra fiel de la ruptura entre la política actual americana y el electorado queda filmada con una exposición de ciudadanos valientes, manifestantes que se unen fuera de la Casa Blanca capaces de exhortar frases como: “¡No es mi presidente!”, “Nunca Underwood”, imitación hiriente a las protestas anti-Trump retransmitidas en todos los medios.

El cuestionamiento al FBI brinda el golpe final, sella el realismo ante un grotesco Nathan Green atascado en el lodo durante la administración de Underwood, subdirector policial corrupto que debería ser investigado, ante cualquier parecido

con la realidad. Trump no cuenta con la confianza de un amplio segmento americano, su política impositiva quedó en entredicho a inicios de año al atacar de manera directa al número dos del FBI. McCabe fue cuestionado desde la presidencia, siendo mano derecha del director James Comey, dirigió la investigación sobre la supuesta injerencia rusa en las elecciones, situación incómoda que concluiría con una dimisión forzada.

En la época de las *fake news*, es todo un detalle la semejanza de la mejor serie política con la actual administración, un lujo que deja evidentes matices, una secuencia profética que invita a ver cada capítulo con una mirada crítica, comparativa y cuestionadora. Trump y Underwood tienen mucho en común, propensos a comentarios extravagantes, falsos

e infundados, son capaces de cualquier cosa con tal de afianzarse en un cargo que otorga poder, mucho poder.

House of Cards es una obra maestra, ganadora del premio Emmy, David Fincher da por hecho que la inversión de más de cien millones de dólares por parte de Netflix es pecata minuta, la historia lo vale, tanto como para colocarla en un número uno, temporada tras temporada. Con este éxito arrollador, deme la oportunidad de dar cierre a este escrito, una aseveración constatada: la historia, por lo general, se repite dos veces; la primera como tragedia, la segunda como farsa. Lo visto con emoción en Netflix no deja de ser una nueva versión estadounidense de la original británica, una historia que debutaba como miniserie allá por los años noventa. Para sorpresa de todos, esta versión inglesa se basa en la novela homónima de Michael Dobbs, durante la sucesión de la Dama de Hierro.

USA ya vivió este proteccionismo años atrás y, por lo visto, no aprende la lección, un *House of Cards* que divierte desde la pantalla, pero preocupa en la vida real. Ya lo dijo Underwood: “el camino hacia el poder está pavimentado de hipocresía”, dura frase para saber que estamos en problemas. **S**

Imagen: creatifolio / Shutterstock.com



MI EMPRESA ESTÁ EN QUIEBRA

EL CONCURSO MERCANTIL EN MÉXICO



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

Abogado fiscalista STRATEGA consultores

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

En octubre pasado nos enteramos de que Sears - USA, cadena minorista, se declaraba en bancarrota al no tener liquidez para enfrentar una deuda de 134 millones de dólares. La noticia nos hizo recordar asuntos similares con empresas nacionales, tales como la Comercial Mexicana y la aerolínea Mexicana de Aviación.

La denominación de bancarrota, quiebra o insolvencia depende del país hispanoparlante en el que nos encontremos, teniendo en México, desde el año 2000, la figura del **concurso mercantil**, procedimiento judicial en el cual deben comparecer todos los acreedores del comerciante insolvente a reclamar sus derechos.

Es aplicable la Ley de Concursos Mercantiles, publicada el 12 de mayo de 2000, la cual sustituye a la obsoleta Ley de Quiebra y Suspensión de pagos, en vigencia desde 1943. Dicho ordenamiento regula la imposibilidad de una persona, en su calidad de comerciante, para cumplir a favor de sus acreedores sus obligaciones de pago, contraídas –previo acuerdo– mediante mecanismos ahí establecidos.

Es importante resaltar a quién se le considera como comerciante, calidad jurídica otorgada a aquellas personas físicas que realicen operaciones de comercio, y a las sociedades constituidas en el país, así como las extranjeras, cuyo establecimiento sea dentro de territorio nacional.

Así las cosas, el comerciante será declarado en concurso mercantil en el momento en que incumpla generalizadamente el pago de sus obligaciones a dos o más acreedores distintos, y está obligado a someterse a un procedimiento judicial; de no hacerlo, también sus fiadores pueden solicitar que se inicie el proceso.

En el mismo tenor, se puede presumir que un negociante no ha cumplido con sus obligaciones de pago cuando:

- I. No existen o son insuficientes los bienes a su nombre al practicarse un embargo por el incumplimiento de una obligación o al pretender ejecutar una sentencia en su contra.
- II. Incumple en el pago de obligaciones a dos o más acreedores distintos.
- III. Se oculta o está ausente, sin dejar al frente de la administración u operación de su empresa a alguien que pueda cumplir con sus obligaciones.
- IV. El cierre de los locales de su empresa.
- V. Realiza prácticas ruinosas, fraudulentas o ficticias para atender o dejar de cumplir sus obligaciones, por ejemplo, transmitir la propiedad de sus activos a terceros de confianza como familiares.

El procedimiento regulado por la Ley de Concursos Mercantiles se divide en dos partes: la **conciliación** y la **quiebra**. La autoridad encargada de resolverlo es el juez de distrito en cuya jurisdicción se encuentre el domicilio del comerciante.

Al recibir la demanda, el juzgador dictará las medidas precautorias que considere necesarias a fin de evitar poner en riesgo la viabilidad de la firma con motivo de la demanda o de otras que se presenten durante el procedimiento para salvaguardar el interés público consistente en que la empresa pueda seguir operando, causando los menores daños posibles.

Asimismo, en coordinación con el Instituto Federal de Especialistas en Concursos Mercantiles, se nombrará un visitador, quien efectuará las investigaciones correspondientes para determinar cuál es el estado económico real de la empresa. Se dará un periodo para contestar la demanda y para manifestar alegatos.

En caso de que se considere procedente la declaración del concurso mercantil, el juez dicta la sentencia e inicia la etapa de conciliación. Esta primera parte dura alrededor de dos meses. El veredicto contendrá a todos y a cada uno de los acreedores registrados en la contabilidad.

En la conciliación, se busca un acuerdo para evitar la

quiebra, el cual se documenta con la firma de un convenio. La duración de esta etapa es de seis meses a un año.

La quiebra, última etapa, se actualiza como recurso final siempre y cuando se establezca que la empresa no posee viabilidad económica, por lo que tiene como objetivo la disolución y liquidación de la sociedad. Dicho proceso conlleva la distribución de los bienes, hasta donde alcance, para pagar las deudas, y después su liquidación.

En resumen, este procedimiento ofrece una agilidad en cuanto a las resoluciones que pudieran entrañar, unificando las etapas, para culminar con temas de adeudo, a través de la participación de un juez federal y con los mismos acreedores, contando con el auxilio de especialistas que aportan a los temas legales, llegando a avenencias acordes a la dinámica económica actual. **S**

Referencias bibliográficas

Cámara de Diputados. (2014). *Ley de Concursos Mercantiles*. Recuperado el 22 de octubre de 2018, de Cámara de Diputados: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/29.pdf>

Cámara de Diputados. (2018). *Código de Comercio*. Recuperado el 22 de octubre de 2018, de Cámara de Diputados: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/3_280318.pdf

Méjan Carrer, L. (2011). *Beneficios y expectativas de la Ley de Concursos Mercantiles*. Recuperado el 18 de octubre de 2018, en Revista Ejecutivos de Finanzas, en: <https://www.ifecom.cjf.gob.mx/resources/PDF/articulo/9.pdf>

Odriozola, C. (2011). *¿Qué es el concurso mercantil?* Recuperado el 17 de octubre de 2018, de *Expansión*: <https://expansion.mx/opinion/2011/01/14/concurso-mercantil-empresas-tesis>

Rojas Vértiz, R. (2002). *El nuevo concurso mercantil en México*. Recuperado el 18 de octubre de 2018, de Boletín Mexicano de Derecho Comparado: <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/derecho-comparado/article/view/3742/4618>

Vite Zamora, L. (2010). *Concurso mercantil*. Recuperado de Colegio de Contadores Públicos de México, en: <https://www.ccpm.org.mx/aviso/25102010empresa.pdf>



BASES FISCALES PARA EMPRENDER UN NEGOCIO



Por: **MDF. Ricardo Manuel Derreza Gutiérrez**

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

Si uno de los propósitos para este 2019 es comenzar un negocio, es importante saber que la idea de emprender en nuestro país muchas veces se queda en un proyecto de papel sobre el escritorio, pues los trámites requeridos son sumamente tardados, tediosos y desalentadores, y muchos emprendedores prefieren detener por completo su plan.

Otro punto es que, por lo general, no conocemos el tipo de sociedad ni el régimen más adecuados para nuestra empresa; en México, bajo el principio de equidad, tributamos de distintas formas, según seamos personas físicas o morales, y de acuerdo con nuestras actividades comerciales. Esta decisión es medular, define el rumbo del negocio con respecto a beneficios, estímulos o facilidades fiscales y administrativas.

Una vez vencidas las barreras de los trámites, y antes de pensar en nuestros primeros ingresos, debemos considerar el pago de impuestos, pues este tema impacta una vez que entramos en operación.

Esto deriva debido a que la emoción y ánimo al emprender llevan solo a tomar en cuenta lo que se requiere, como costos, mano de obra, gastos indirectos, mercadotecnia, tecnología y todo lo involucrado con el hecho de ganar dinero, pues, en su mayoría, el fin de las ideas es de carácter lucrativo, y tan es así que uno tiene visualizado cuánto se quiere ganar en un corto, mediano y largo plazo, si las cosas resultan como lo esperamos. Sin embargo, por



lo regular, dejamos fuera al Estado, al que hemos de entregar un pedazo del pastel, ya que es nuestra obligación, como mexicanos, contribuir al gasto público.

Las contribuciones de las cuales uno no se puede escapar y, por ende, es preciso contemplar antes de calcular la ganancia neta son: **el Impuesto Sobre la Renta**, que corresponde al 30% como persona moral y hasta un 35% como persona física, tasa aplicable una vez que restamos nuestras deducciones de los ingresos; **el Impuesto al Valor Agregado**, si nuestra actividad está sujeta a este gravamen, debemos tener en cuenta en nuestro flujo que ese 16%, agregado en las ventas, se reporta al fisco al mes siguiente, por eso, desde el inicio de la operación, es necesario mantener la cultura fiscal de no considerarlo como parte del ingreso, pues es un impuesto indirecto que se traslada a los clientes y nosotros somos los sujetos solidarios con la obligación de entregárselo al Estado. Este efecto es similar con **el Impuesto Especial de Productos y Servicios (IEPS)**, sin embargo, la tasa varía, según el producto o servicio correspondiente.

Además, si contamos con trabajadores, una de nuestras obligaciones como patrones es darlos de alta ante

el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), para que cuenten con prestaciones médicas y económicas; una vez estimada la nómina de nuestro personal, debemos calcular las cuotas patronales de seguridad social, las cuales –en promedio– corresponden al 22% del total del sueldo bruto. Adicional a esto, es importante agregar hasta un 3% sobre el sueldo bruto por el Impuesto Sobre Remuneración al Personal Subordinado, tasa que define el Estado donde se preste el servicio.

Con todo esto, parece que “uno no sabe para quién trabaja” y si, bien, lo anterior puede parecer desalentador para emprender un negocio, debido a que nos cuesta mucho trabajo desembolsar por estos conceptos y hacer al Estado partícipe de nuestras utilidades. Por supuesto, esto existe en mayor y menor medida, pues contamos con un sistema tributario proporcional, sin embargo, nadie se salva de pagar impuestos. La clave está en considerar estas partidas como algo dentro de la operación, investigar beneficios y estímulos fiscales, y encontrar la forma más eficiente de operar, de este modo no estaremos –como muchos empresarios– viendo de dónde sacar recursos ni terminaremos pagando accesorios y recargos por no cumplir en tiempo y forma. **S**

Conforme pasa el tiempo, en virtud de sus experiencias y exigencias políticas o económicas, las autoridades fiscales, así como los Tribunales, para bien o para mal, van modificando sus procedimientos, criterios y leyes, pregonando tales cambios con el fin de vigilar y lograr el efectivo cumplimiento de las leyes fiscales, que las personas físicas y morales contribuyan proporcional y equitativamente al gasto público, y recaudar las contribuciones federales.

Luego de diversas reformas fiscales, la implementación del buzón tributario, la contabilidad electrónica, la publicación de las empresas facturadoras de operaciones simuladas, la presunción de transmisión indebida de pérdidas fiscales, entre otros, se da lugar a nuevas tenencias y formas de valorar la situación fiscal de los contribuyentes.

De esta manera, en materia de comprobantes fiscales se observa que, con anterioridad, su validez y efectos fiscales eran aprobados con el solo hecho de cumplir con los artículos 29 y 29-A del Código Fiscal de la Federación (CFF), siendo la factura el documento principal y la constancia fehaciente de que existió un hecho o acto gravado por una contribución.

Hoy en día, para la autoridad fiscal y los Tribunales, el valor probatorio de una factura depende del soporte documental que se tenga, el cual debe demostrar que el bien o servicio fue efectivamente brindado, la estricta indispensabilidad del gasto efectuado, la sustancia económica.

Respecto a esta última, las Salas del Tribunal Federal de Justicia Administrativa (TFJA) han considerado que cuando las autoridades fiscales aleguen la inexistencia de las transacciones, puede atenderse a este parámetro para demostrar que las operaciones respectivas sí cuentan con materialidad.



TENDENCIAS 2019 EN MATERIA FISCAL

NUEVOS CRITERIOS APLICADOS POR TRIBUNALES



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

La sustancia económica se demuestra con la existencia del potencial de obtener una ganancia, de manera que la operación se traduzca en un valor económico para el particular, cobrando gran relevancia este concepto y el de razón de negocios debido a que los Tribunales han estimado que la ausencia de estos le lleva a determinar la falta de materialidad y, por consecuencia, la inexistencia de una operación, correspondiendo la carga probatoria al contribuyente.

El TFJA, en la resolución al expediente 1/17-ERF-01-1, señala algunos elementos que pueden servir para acreditar la existencia de sustancia económica, los cuales se recomienda tener presentes y, en su mayoría, se enuncian de la siguiente forma:

- Análisis escritos relativos a la necesidad o pertinencia de adquirir el bien o contratar el servicio, utilizados para la toma de decisiones

relacionadas con la transacción;

- Documentos relativos al ofrecimiento de los bienes o servicios;
- Documentos que acrediten las negociaciones previas a la contratación;
- Documentos que acrediten la formalización propiamente dicha de la transacción, es decir, los contratos correspondientes;
- Documentos que acrediten el seguimiento de los compromisos pactados;
- Documentos que acrediten la supervisión de los trabajos;
- Documentos que soporten la realización de los servicios y reportes periódicos de avance, entre otros;
- Entregables propiamente dichos;
- Documentos y asientos contables que acrediten la forma de pago y la efectiva realización de este, así como

documentos relacionados con dicha operación;

- Opiniones escritas de asesores, relacionadas no solo con la necesidad o pertinencia de adquirir el bien o contratar el servicio, sino también con las características del proveedor que pudiera considerarse idóneo para contratar;
- Correspondencia que acredite todos los aspectos anteriores;
- Documentación que acredite la existencia de ofertas diversas de otros proveedores que finalmente no hubieren sido contratados;
- Documentación que pueda demostrar el resultado del tipo de transacción de que se trate en la situación de terceros, entre otros.

En esta tesitura, es preciso señalar que el TFJA ha determinado en su tesis VIII-P-1As-385, que las autoridades, en ejercicio de sus facultades de comprobación, pueden requerir toda la documentación que desconocen y con la que se acredite el cumplimiento de obligaciones fiscales relacionadas con el objeto de estudio.

Por otra parte, se destaca el hecho de que los Juzgadores han invocado con mayor frecuencia las Normas de Información Financiera al momento de resolver, normas que tienen como postulado básico el que, al momento de analizar y resolver el problema planteado, prevalezca la sustancia económica sobre la forma.

Tal situación se observa en la jurisprudencia VIII-J2As-52 del TFJA, en donde al establecer las reglas para valorar la prueba pericial contable cita la NIF A-1, en su tesis VIII-P-1aS-398, en la cual toma en cuenta la NIF A-2 para establecer que la autoridad fiscalizadora puede válidamente desconocer las operaciones que constan en la contabilidad, y en el criterio VIII-P-2aS-331, en el que se advierte que el Tribunal, haciendo uso de las NIF A-1, A-2, A-3 y A-4, determina que



la autoridad tiene facultades para cuestionar la materialidad de los hechos que sustentan los ingresos gravados y los gastos deducidos.

Asimismo, otra tendencia es la implementación del procedimiento relativo a la presunción de inexistencia de operaciones contenido en el artículo 69-B del CFF, el cual –según la Segunda Sala de la SCJN– no es violatorio, respeta la garantía de audiencia y el derecho de presunción de inocencia, al contar con un plazo para aportar pruebas para desvirtuar la presunción, no contraviene el principio de irretroactividad de la Ley, y la autoridad hacendaria puede aplicar el citado procedimiento en cualquier momento, al ser tal artículo una norma procedimental, de acuerdo con el artículo 6 del CFF.

No obstante a lo anterior, tal y como lo señala el TFJA en la resolución al expediente 1/17-ERF-01-1, los contribuyentes no deben perder de vista que el numeral 69-B del CFF establece una simple presunción, la cual admite prueba en contrario, cuyas pruebas se pueden aportar no solo en los términos del mencionado ordenamiento, sino también posteriormente, ya sea durante el ejercicio de las facultades de comprobación, en el procedimiento de acuerdo conclusivo o, bien, ante el citado

TFJA al sustanciarse el juicio contencioso administrativo; todo ello, con independencia de que ya se hubiere agotado el plazo de treinta días que establece el quinto párrafo del multirreferido artículo 69-B; y que el hecho de que los proveedores de una empresa se encuentren en el listado formulado por la autoridad hacendaria en los términos del artículo 69-B del CFF, no es por sí mismo suficiente para justificar la inexistencia de las operaciones celebradas entre dichas empresas.

Por lo tanto, resulta trascendental conocer las tendencias y criterios en materia fiscal con base en los cuales se encuentran resolviendo los Tribunales, para valorar si, conforme a estos, una empresa está en orden, cuenta con los elementos idóneos para acreditar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y la efectiva realización de sus operaciones. **S**

Referencias bibliográficas:

Sistema de Consulta de Tesis y Jurisprudencia. Recuperado el 20 de noviembre de 2018, de <http://sctj.tfja.gob.mx/SCJI/>

Semanario Judicial de la Federación de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, Recuperado el 20 de noviembre de 2018, de <https://sjf.scjn.gob.mx/sjfsist/Paginas/tesis.aspx>

Tribunal Federal de Justicia Administrativa, Consulta de sentencias. Recuperado el 20 de noviembre de 2018, de http://www.tfja.gob.mx/servicios/consulta_sentencia/



El 2 de julio marcó un hito en la vida democrática de nuestro país. México se tiñó de guinda con el avasallador triunfo de Morena, el cual es relevante por varias causas: es la primera vez que un partido de nueva creación –fundado hace apenas cuatro años– logró no solo ganar la Presidencia de la República, sino también las gubernaturas, las alcaldías y la mayoría en el Congreso de la Unión; fue un reflejo de una democracia que puede gustar o no, pero,

sin lugar a dudas, representó un parámetro contundente de la voluntad ciudadana; por otra parte, es también la primera vez que un gobierno abiertamente de izquierda llega a la Presidencia.

Pero algo tiene inquietos a muchos: el absolutismo. No es que no se haya experimentado, durante décadas el partido hegemónico del país tenía un absolutismo tal que llegaba hasta el Poder Legislativo y Judicial.

EL ANTÍDOTO DEL ABSOLUTISMO

LOS PESOS Y CONTRAPESOS MEXICANOS



Por: Mtra. Daniela Paz Aguirre

Maestra en Derecho Constitucional y Derechos Humanos por la Universidad Panamericana de México; área legal STRATEGA Consultores / daniela.paz@strategaconsultores.com

Durante 70 años, se vivió un presidencialismo onnipotente, intocable y que alcanzaba hasta las células más pequeñas del sistema.

Sin embargo, como todo orden, materia y pensamiento es impermanente, la figura presidencial se ha ido deteriorando y la onnipotencia se ha diluido con los años y el despertar ciudadano, el cual no es que se haya dado gracias a una epifanía reciente; ya Rosseau hablaba, en su obra *El contrato social*, en contra del absolutismo y Montesquieu brindaba una extensa teoría de la división de poderes.

Existe una tendencia natural en el ejercicio del poder y esa es: abusar de él. Para evitarlo, es necesario y obligatorio enfrentarlo con el poder mismo. ¿Cómo? A través del sistema de pesos y contrapesos a los que hace referencia Montesquieu en *El espíritu de las leyes*.

En dicha obra, el Barón partía de una premisa inviolable: los poderes no podían permanecer en las manos de una sola persona, debía existir una marcada separación para equilibrar

y contrarrestar a los demás; así, el absolutismo y la tiranía –en este caso– del Rey podían ser controladas por el pueblo y la aristocracia, mediante las cámaras de los *lores* y los *comunes*.

No debe olvidarse que si, bien, nuestro sistema jurídico está basado primordialmente en el sistema romano y francés, también debe tenerse presente que al ser

una república democrática, representativa y federal, la forma de gobierno comparte similitudes con los gobiernos anglosajones, de ahí la importancia de citar en el presente artículo a dicho pensador y filósofo, quien tenía una fascinación con la forma de gobierno instalada en Inglaterra, lo que no sería extraño, pues la Francia de Montesquieu tenía una monarquía absolutista.

La innegable influencia inglesa en nuestro país y el resto de Latinoamérica se hace presente con las formas de gobierno, probablemente no con el mismo éxito que en países anglosajones, pero con pasos que, poco a poco, abren brecha a una democracia más robusta.

Por último, debe entenderse que la democracia es un ejercicio más profundo que el solo “sufragio efectivo”; es también la división de poderes y el equilibrio que debe existir entre ellos por medio de los pesos y contrapesos, y el respeto entre el Ejecutivo, Legislativo y Judicial. Mantener dicha armonía no depende únicamente de los ciudadanos, quienes a través de las herramientas otorgadas por la misma Constitución pueden hacerla valer, sino de los principios y valores brindados a los representantes.

Pero, para seguridad de todos los mexicanos, no hay que olvidar que la Constitución se cuida, se vigila y se regula a ella misma; el sistema de pesos y contrapesos es pilar intrínseco a la Constitución y la Constitución a la vida de la Nación, es necesario ser vigilantes incansables del respeto y el apego a la división de poderes para nunca más repetir la historia. **S**





ADOPCIÓN EN MÉXICO...



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

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

Dicen que adoptar es parte de la educación y cultura de un país; derivado del último censo del INEGI, se demostró que de 32.5 millones de niños de entre 0 y 14 años, 3.3% no vivía con sus padres y el DIF Nacional estimó que para 2040 el número de menores en casas hogar llegará a 33 mil 242.

México ocupa el segundo lugar en América Latina en cuanto a niños huérfanos, cifra que, en lo particular, me espanta; quiere decir que algo está sucediendo, hay una pobreza cultural en la población o no es prioridad la seguridad y resguardo de los menores por parte del Estado.

Con base en la definición aportada por el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), la adopción es una figura jurídica mediante la cual se termina el vínculo de un menor con su familia biológica para ser trasladado a una familia adoptiva que vele por su bienestar y desarrollo integral, se puede afirmar que la finalidad de este instrumento jurídico tiene dos vertientes:

1. Procurar y brindar al menor una protección integral, desde su concepción hasta que alcanza la mayoría de edad.
2. La protección de la integridad física, psicológica y material de los menores; garantizando los derechos del niño.

La aplicación de la norma debería estar atenta a lo que sea más favorable para los menores o incapacitados.

Esta protección y garantía de los derechos de los niños sin hogar es responsabilidad del Estado, y aquí se encuentra la primera barrera para los candidatos a adoptar, pues cada entidad federativa tiene un proceso, en virtud de que el derecho familiar se legisla de forma local.

El organismo encargado de este trámite es el DIF de

BARRERAS GUBERNAMENTALES

cada Estado, por lo que, con cada nueva administración, hay cambios en tiempo y procesos internos para agilizar la adopción.

Los requisitos, establecidos en el Código Civil Federal, son:

- A) Ser mayor de 25 años.
- B) Medios bastantes para proveer la subsistencia, la educación y el cuidado de la persona que trata de adoptarse.
- C) Contar con diecisiete años más que el adoptado.
- D) Si la persona que se va a adoptar tiene más de 12 años, es necesario su consentimiento.
- E) Integrar un expediente con los estudios y documentos requeridos por el DIF.

Este proceso debería ser un trámite no burocratizado y más ágil, para que los futuros adoptados dejen de estar en casas hogar y se puedan integrar más rápido a su nueva familia, en México llega a tardar hasta dos años o más que un menor sea entregado; se requiere homologar la ley, los procedimientos, unificar las gestiones en todas las entidades con el único objetivo de que la adopción cumpla con su propósito de proteger y mejorar la calidad de vida de los niños que no cuentan con una estabilidad legal.

Son varios los procedimientos a partir de la solicitud, desde visitas domiciliarias y entrevistas hasta evaluaciones socioeconómicas o psicológicas que irán al comité técnico de adopción, el cual determinará si los solicitantes son idóneos; de ser afirmativo, se expedirá un certificado con el que los interesados entrarán a una lista de espera de asignación del menor y que posteriormente sea liberado de manera jurídica del sistema.

La Declaración de los Derechos de las niñas y los niños en el principio 6 señala la obligación de la sociedad y las autoridades de cuidar a la niñez sin familia o carente de medios adecuados de subsistencia.

Es importante que exista la cultura de la adopción sin discriminar, sin embargo, es indispensable que el Estado promueva esta instrucción, los trámites deben ser breves y sin tantos obstáculos, ya que, de otra forma, muchos menores pierden la oportunidad de ser adoptados y tener una familia, pues al crecer es más complicado ser candidatos. 



IDEAS-FUERZA:

IMPULSORAS DE LOS MERCADOS



Por: **Dr. Julen Robledo Garcés**

Doctor en Investigaciones Humanísticas por la Universidad de Oviedo (España).

Jefe de Investigación de la Facultad de Filosofía de León / jrobledo@ffleon.com.mx

La ideas-fuerza son las que no se quedan enclaustradas en la academia, sino que se encuentran movilizandolas en la realidad empresarial, política y cultural de nuestro tiempo; estimulan los movimientos sociales, los mercados, los productos, los servicios, la oferta, la demanda, la publicidad, los proyectos educativos, las constituciones, los Estados e incluso los imperios (como sucedía con la idea-fuerza de “raza aria”, que estimulaba el imperialismo nazi de la Segunda Guerra Mundial, o la de “proletariado universal”, que impulsaba el imperio de la URSS).

Un ejemplo claro lo encontramos en la idea-fuerza de “felicidad”, encargada de movilizar múltiples procesos industriales y mercadológicos. Existe toda una fabricación, oferta y demanda de libros que aseguran su consecución en “cinco pasos científicos”, hay en marcha toda una industria farmacéutica de consumo de antidepresivos, y también tenemos partidos políticos que en sus campañas antepone la *Felicidad interior Bruta* (FIB) al *Producto Interior Bruto* (PIB). O, con base en la idea-fuerza de “felicidad”, instituciones privadas financian proyectos de investigaciones genéticas y cerebrales sobre el hipocampo y los neurotransmisores (dopamina, serotonina) para encontrar las claves desde la biología.

En suma, la idea-fuerza de “naturaleza” también moviliza la industria, el mercado y la mercadotecnia. Múltiples productos y servicios, en el intento de incrementar sus probabilidades de venta, se promocionan como naturales (botellas de agua hechas con plástico reciclado, medicina natural, alimentos ecológicos, coches híbridos, el ecoturismo).

O, por otra parte, hay campañas políticas que para intentar salir victoriosas entre la competencia se centran principalmente en la defensa de la “madre naturaleza” (como así lo hicieron el candidato estadounidense Al Gore, en 2001, o los denominados *Green Party* de todo el mundo).

La Idea-fuerza de “libertad”, que a veces mueve a las masas en manifestaciones que reivindican la “libertad de expresión” o la “libertad de enseñanza”, es también la idea-fuerza nuclear utilizada para vender las motocicletas Harley Davidson (*All for freedom, freedom for all*) o para vender las zapatillas de Adidas (con el famoso eslogan de *Impossible is nothing*) o las de Nike (con el célebre *Just do it*).

La idea-fuerza de “mujer”, que en muchas ocasiones las moviliza reivindicando la igualdad en las calles, es también utilizada por grandes compañías, como McDonald’s, para intentar incrementar sus ventas de hamburguesas. Tal y como ocurrió recientemente en el día internacional de la mujer, cuando la marca dio la vuelta a la M de su logo para que pareciese una W de *Women*.

O, por último, la idea-fuerza de “vida” que estimula las manifestaciones en contra del aborto, es la misma que da forma a los eslóganes de Liverpool (“es parte de mi vida”), Nutrisa (“mejora mi vida”) o GNC (“vive mejor”).

Por todo ello, la importancia que desempeñan las ideas-fuerza en los mercados debería hacer reconsiderar a las empresas la contratación de analistas formados en humanidades (sociólogos, antropólogos sociales, filósofos, psicólogos). Pues, al fin y al cabo, son ellos quienes poseen una visión amplia y general capacitada para confeccionar mapas estratégicos de ideas-fuerza que aporten ventajas significativas en el despliegue mercadológico de productos, servicios o campañas políticas. **S**



JÓVENES INNOVADORES



Por: **Dulce María Villa Pérez**
Directora de Innovators Under 35 LATAM
@DulceMariaVP

México se ha convertido en el país de mayor crecimiento, progreso y promoción de startups de América Latina en los últimos años. Además, es considerado una de las más importantes plataformas de emprendimiento de la región.

Con el objetivo de dar visibilidad y ofrecer un reconocimiento a los líderes más prometedores en tecnología, innovación y emprendimiento, de dicha zona, **MIT Technology Review** en español organizó -por segunda ocasión a nivel regional- el premio "Innovadores menores de 35 Latinoamérica" en la Universidad Panamericana de Guadalajara, donde 35 jóvenes menores de 35 años fueron reconocidos y premiados.

Estos 35 proyectos fueron seleccionados tras 14 meses de trabajo, entre más de 2 mil propuestas presentadas, por lo que representó una gran oportunidad de dar visibilidad a las ideas más disruptivas del continente y conectar a sus creadores con los expertos nacionales e internacionales más destacados en emprendimiento.

Este evento cobró relevancia no solo por llevarse a cabo en Guadalajara, cuna de la innovación en América Latina, sino también por los destacados ponentes que ofrecen a los jóvenes nuevas posibilidades de seguir en un ambiente de creación y desarrollo.

MIT Technology Review es la revista de divulgación tecnológica más antigua del mundo; por ello, además de seleccionar a

los 35 proyectos que este año fueron los más innovadores de la región, ofreció una mención especial a cinco iniciativas que marcan ya una diferencia en su entorno inmediato, de acuerdo con sus perfiles.

Las cinco menciones especiales se dividieron en las siguientes categorías: **Pionero, Visionario, Inventor, Humanitario y Emprendedor.**

De acuerdo con el perfil de innovadores "Visionarios" de este año, el reconocimiento fue para **Paola Villarreal**, de México, cuyo trabajo de uso de análisis y visualización de datos ha ayudado a revertir la discriminación de más de 20 mil condenas fraudulentas.

En la categoría de "Pionero" del año, el premio especial fue para **Silvia Caballero**, de Perú, quien, desde la medicina, ha creado

DISRUMPIENDO EN AMÉRICA LATINA

un cóctel de probióticos que podría detener a los patógenos intestinales resistentes a los antibióticos, antes de la infección. Esto cobra relevancia porque, de acuerdo con un informe del Gobierno de Reino Unido, las bacterias que no puedan ser atacadas con medicamentos matarán a 10 millones de personas al año en 2050 y con esta propuesta, la cifra puede disminuir si se aplica de manera preventiva.

En la de "Inventores", el galardón fue para **Inty Gronneberg**, de Ecuador, por haber fundado Ichthion, una empresa que desarrolla varios tipos de turbinas capaces de filtrar, recoger y extraer los plásticos de distintos tamaños presentes en las aguas de los ríos para evitar que lleguen a los océanos.

En la categoría que da un reconocimiento especial al "Emprendedor" del año, el ganador fue **Matheus Goyas**, de Brasil, quien desarrolló una aplicación que busca democratizar el acceso a la educación de calidad. Para ello creó AppProva, una app gratuita que simula las preguntas de la prueba de acceso a las universidades de Brasil y permite a los estudiantes predecir su desempeño y preparar con antelación aquellos temas que necesiten ser reforzados.

Por último, en el perfil de "Humanitario" del año el premio fue para **Mateo Salvatto**, de Argentina, quien creó ¡Háblalo!, una app para Android que hace de traductor en tiempo real de voz a texto y viceversa. Disponer de una herramienta de este tipo facilita enormemente la vida diaria de las personas sordas, mudas o con otro tipo de discapacidad que impida su comunicación oral.

De esta forma, en un ambiente de creación, colaboración e innovación se llevó a cabo la segunda edición regional de "Innovadores menores de 35 Latinoamérica" con gran éxito, apostando por dar visibilidad a los proyectos de jóvenes que verdaderamente están cambiando el mundo. **S**

MIT
Technology
Review

Innovators
Under 35
LATAM





Si tuvieron la oportunidad (y el buen gusto) de leer nuestras ediciones pasadas, recordarán que se hizo mención al impacto del hombre en el ecosistema marino, aunado a la contaminación masiva de plásticos, que alcanzan un nivel alarmante con respecto a su volumen de generación anual, sin mencionar el tiempo inmensurable de degradación que les toma a dichos contaminantes desaparecer de la faz de la tierra, pues, varios de ellos, se estima, tardan cientos de años. Demandando acciones más agresivas de nuestra parte para atacar este problema.

Tomando esto como punto partida, actualmente existen movimientos de concientización presentes en las empresas, la política y la sociedad, los cuales, motivados por la tendencia generacional de destacar la creatividad y el ingenio, tienen como objetivo buscar opciones con la premisa de brindar alternativas de uso para los productos antes mencionados, así como emplear nuevos recursos para su elaboración.

Si, bien, de 2016 a la fecha, la producción de plástico se ha incrementado en algunos países hasta un 50%, no necesariamente significa que no se estén llevando a cabo acciones para corregir la situación. Actualmente, se han realizado diversas campañas con el fin de reducir o evitar el uso de elementos hechos con dicho material, o que se realicen con otro tipo de materia prima.

Dentro de este mercado, algunas compañías jóvenes han aprovechado el área de oportunidad generando productos hechos de biomasa, la cual tarda en degradarse entre 90 y 240 días,



brindando una alternativa viable para combatir tan severo problema.

Hablando de grandes expositores, existen empresas emergentes como EcoGlass Straws, la cual maquila popotes artesanales de vidrio, o Ecoshell, una industria que remonta sus inicios al año 2010 y ofrece mercancías de biomasa, como vasos, contenedores y cubiertos. Entre sus principales consumidores se encuentran Superama, HEB y Chedraui.

Hoy en día, varios negocios y hasta importantes marcas, como McDonalds y Starbucks, se han unido a estas campañas ecológicas ofreciendo productos

biodegradables o reutilizables, tampoco podemos dejar de lado las considerables inversiones en comerciales de Coca-Cola, Bimbo o Soriana, empresas que dedican sumas millonarias para centros de investigación, ventas y administración de recursos de manera responsable.

Siguiendo el ejemplo del mercado privado, gobiernos como el de Querétaro o San Luis Potosí están sancionando, mediante la

INNOVACIÓN EN PRODUCTOS BIODEGRADABLES



Por: **IQ. David Daniel Andrade**

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

aplicación de leyes, a los grupos comerciales, limitándolos en el uso de bolsas de plástico e incitando al involucramiento de empresarios, proveedores y consumidores para actuar con respeto y responsabilidad hacia el medio ambiente.

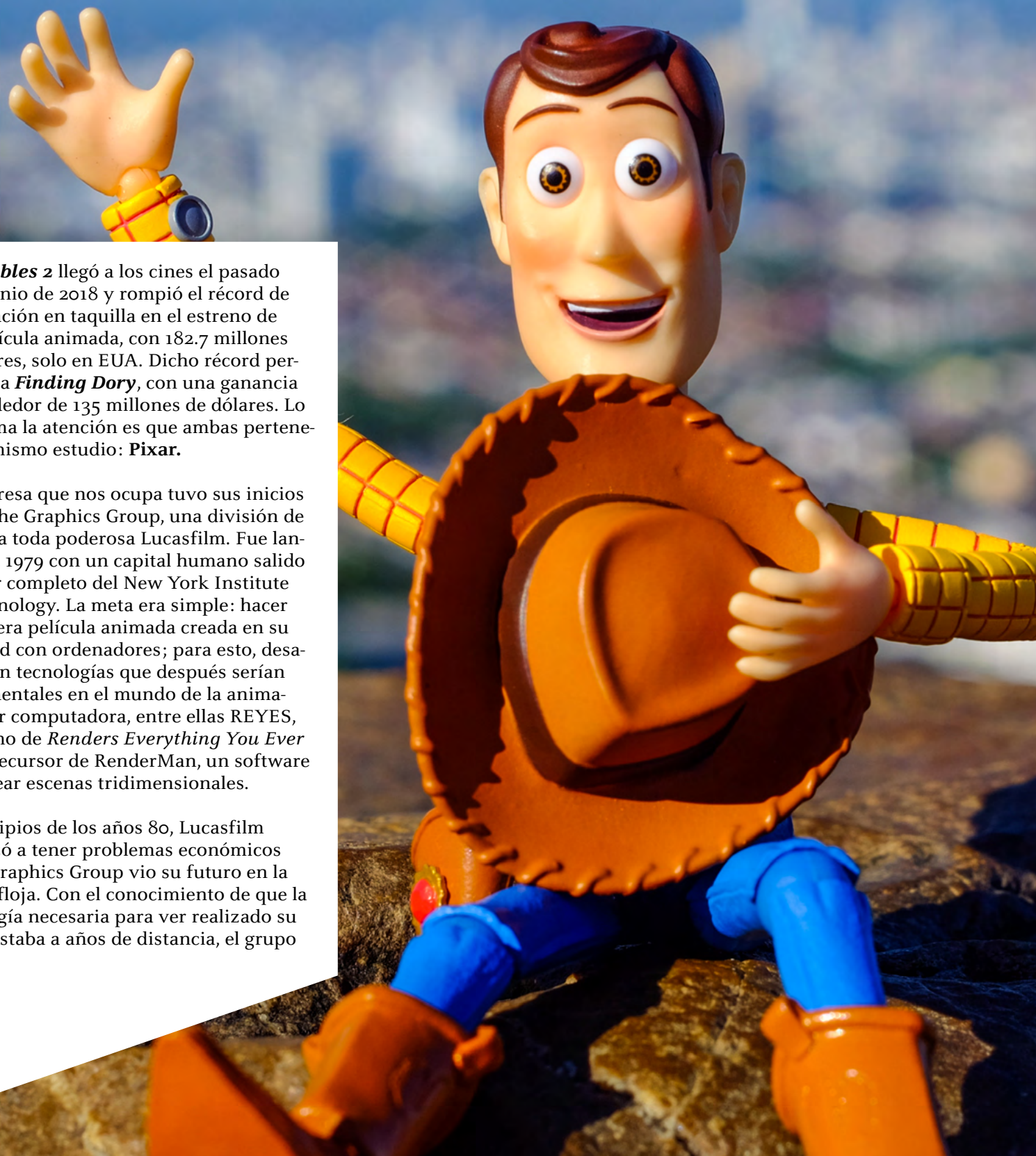
Existen distintas acciones para tratar este tema, pero no debemos olvidar que la principal radica en

nosotros. Los invitamos a evitar el uso de bolsas desechables, pedir bebidas sin popotes y apoyar el consumo de marcas con la leyenda "biodegradable" en ellas; asimismo, es importante depositar la basura en su lugar y, de ser posible, reciclarla. 

Referencias bibliográficas

Greenpeace. (2016). *Datos sobre la producción de plásticos*. En: [es.greenpeace.org](https://es.greenpeace.org/es/trabajamos-en/consumismo/plasticos/datos-sobre-la-produccion-de-plasticos/). Recuperado de: <https://es.greenpeace.org/es/trabajamos-en/consumismo/plasticos/datos-sobre-la-produccion-de-plasticos/>

El Financiero. (2018). *Fabrican popotes ecológicos: Hace 12 años no tenían clientes y hoy no se dan abasto*. En: [elfinanciero.com.mx](http://www.elfinanciero.com.mx/buena-vida/fabrican-popotes-ecologicos-hace-12-anos-no-tenian-clientes-y-hoy-no-se-dan-abasto). Recuperado de: <http://www.elfinanciero.com.mx/buena-vida/fabrican-popotes-ecologicos-hace-12-anos-no-tenian-clientes-y-hoy-no-se-dan-abasto>



Incredibles 2 llegó a los cines el pasado 15 de junio de 2018 y rompió el récord de recaudación en taquilla en el estreno de una película animada, con 182.7 millones de dólares, solo en EUA. Dicho récord pertenecía a **Finding Dory**, con una ganancia de alrededor de 135 millones de dólares. Lo que llama la atención es que ambas pertenecen al mismo estudio: **Pixar**.

La empresa que nos ocupa tuvo sus inicios como The Graphics Group, una división de la otrora toda poderosa Lucasfilm. Fue lanzada en 1979 con un capital humano salido casi por completo del New York Institute of Technology. La meta era simple: hacer la primera película animada creada en su totalidad con ordenadores; para esto, desarrollaron tecnologías que después serían fundamentales en el mundo de la animación por computadora, entre ellas REYES, acrónimo de *Renderers Everything You Ever Saw*, precursor de RenderMan, un software para crear escenas tridimensionales.

A principios de los años 80, Lucasfilm comenzó a tener problemas económicos y The Graphics Group vio su futuro en la cuerda floja. Con el conocimiento de que la tecnología necesaria para ver realizado su sueño estaba a años de distancia, el grupo

PIXAR: NACE UN IMPERIO



Por: **Esteban Cortés Sánchez**

Compositor de música para cine y director de ensambles. Imparte cursos de composición y producción musical en la UASLP / lecorp.com

decidió crear una corporación independiente, no obstante, seguía ligado a los proyectos de Lucasfilm. Así nació **Pixar**, una empresa de hardware dedicada a hacer negocios con el gobierno estadounidense, las agencias de salud y el padre de *Star Wars*.

Fue en el proceso de separación y, por consiguiente, con la búsqueda de nuevos inversionistas que se creó la compañía como tal, y Steve Jobs, recién despedido de Apple, mostró interés en ella. Con una inversión de solo 5 millones de dólares, la cual puede parecer irrisoria, Jobs se hizo de una parte de las investigaciones y las tecnologías de la empresa. Pero no era el único gigante en juego.

Con varios proyectos en marcha, uno de sus clientes sobresalía entre el resto: Disney. La empresa del ratón utilizaba el software

de Pixar para el proceso de coloreado en animaciones 2D. Esto llevó a una sociedad, la cual duró varios años y se convirtió en piedra angular para ambas compañías.

La anhelada meta llegó en noviembre de 1995 con el estreno de **Toy Story**, la primera película animada generada por computadora. Con un presupuesto de 30 millones de dólares y una ganancia global de casi 400 millones, fue un verdadero parteaguas en la historia del cine.

Después de varios desacuerdos por los derechos de los personajes y distribución de las cintas, Disney terminó por adquirir completamente a Pixar, en 2006, por una cantidad superior a los 7 billones de dólares.

¿Cómo se da un éxito tras otro? La respuesta se debe

en gran parte a una dinámica que en Pixar llaman “Brain Trust”, cuando los creativos se reúnen para dar puntos de vista y opiniones acerca de los proyectos llevados a cabo. Lo más relevante de estas juntas es que la parte empresarial **no** es la más importante, es el proceso creativo. La honestidad, dejando el ego de lado y enfocándose completamente en la crítica constructiva, es el motor que mueve este tipo de actividades.

Esta es una gran lección de negocios: lo más significativo es el proyecto, no las posibles ganancias. Pixar, como entidad, tuvo que hacer concesiones que parecieron alejar a la empresa de la meta fijada en un principio y el camino de 16 años que debieron recorrer es prueba de ello; pero, al final, poner lo más importante al frente, en este caso la creatividad, ha probado –una y otra vez– ser la respuesta correcta. **S**

Imagen: Mercury Green / Shutterstock.com



“Me olvido de cosas, he dicho. Sufro lagunas mentales y no puedo recordar dónde he estado o qué he hecho. A veces, me pregunto si estando bebida habré hecho o dicho algo terrible, y no puedo recordarlo”.

La chica del tren. Paula Hawkins.

De acuerdo con un reporte de 2015 de la Organización Panamericana de la Salud (OPS), la Región de las Américas es la zona en donde más se consume alcohol; llegando a ocasionar 1 fallecimiento cada 100 segundos, según cifras de 2012; es considerado como el principal factor de riesgo de muerte y discapacidad en la población de 15 a 49 años.

Asimismo, se han identificado hasta 200 enfermedades y lesiones, siendo las mujeres las más afectadas; también se ha asociado con violencia intencional o no, negligencia, accidentes, afecciones emocionales, desatención a responsabilidades e incluso inestabilidad económica para las familias y la sociedad, en general.

Aunque hay evidencia científica de que beber cantidades moderadas, en especial de vino, ayuda a prevenir padecimientos cardiovasculares, son más las consecuencias negativas asociadas a su consumo. No obstante, los daños a la salud dependerán, además del sexo, del peso de la persona y la velocidad de ingesta, entre otros.

Uno de los efectos relevantes en el cerebro por ingesta excesiva son los llamados *blackouts* o periodos de amnesia, los cuales afectan la capacidad de formar nuevos recuerdos, pueden ser parciales o completos, y se presentan incluso en bebedores sociales. Esta disfunción aguda de la memoria se debe a que el alcohol perjudica la capacidad de almacenar información a largo plazo, especialmente en un área conocida como hipocampo.

Es importante señalar que, si la ingesta es abundante y rápida, alcanzando niveles elevados en sangre, la presencia de los *blackouts* es más probable, de ahí que se presenten con mayor facilidad en individuos que consumen alcohol con el estómago vacío. Por otra parte, las mujeres, debido a su constitución y metabolismo, son más propensas a presentar este padecimiento.

Los periodos de amnesia se pueden incrementar, si se combina con otras sustancias, como benzodiazepinas y marihuana. Y en la medida en que el consumo pasa a ser crónico, otras áreas del cerebro se ven afectadas, como el lóbulo frontal, relacionado con acciones de planificación, toma de decisiones y control de impulsos.

BLACKOUTS

POR EXCESO DE INGESTA DE ALCOHOL



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**

El gran problema de estos *blackouts*, muchas veces, es no poder recordar haber participado en actividades tan importantes como vandalismo, relaciones sexuales sin protección, conducir un automóvil o gastar dinero irresponsablemente.

El consumo de alcohol se describe en términos del contenido de dicha sustancia en las bebidas estándar, las cuales tienen entre 12 y 14 gramos, como una copa de vino o una lata de cerveza. Por ello, la recomendación es que para disminuir los efectos adversos se debe evitar: el **consumo de riesgo**, se define como beber regularmente de 20 a 40 g/día de alcohol en mujeres y de 40 a 60 g/día en varones; el **consumo perjudicial**, más de 40 g de alcohol/día en féminas y de más de 60 g/día en hombres; y el **consumo excesivo episódico** o circunstancial (también llamado *binge drinking*), al menos 60 g, es decir, cinco bebidas estándar por ocasión. **S**

Referencias bibliográficas:

Organización Panamericana de la Salud. (2015). *Informe sobre la situación regional sobre el alcohol y la salud en las Américas*. Washington, DC. Disponible en: <https://www.paho.org>

Aaron M. White, Ph. D. (2004). *What Happened? Alcohol, Memory Blackouts, and the Brain*. National Institute on Alcohol Abuse and Alcoholism and the Institute for Medical Research at the VA Medical Center in Durham, North Carolina. Disponible en: <https://pubs.niaaa.nih.gov>

Anderson P, Gual A, Colon J. (2008). *Alcohol y atención primaria de la salud: informaciones clínicas básicas para la identificación y el manejo de riesgos y problemas*. Washington, D.C. Disponible en: http://www.who.int/substance_abuse/publications/alcohol_atencion_primaria.pdf



¡IMPERIO DE CHATARRA!

¿QUÉ PASA CON NUESTROS DESPERDICIOS TECNOLÓGICOS?



Por: LCC. Gabriel Moreno Rodríguez

Productor, académico en el ITESM, Director de Noticias.

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

Los imperios han existido en muchas y distintas presentaciones, desde los romanos y británicos, que sometieron enormes porciones del mundo, hasta los corporativos como Amazon y Xiaomi, los cuales dominan mercados a nivel global y han hecho inmensamente ricos a sus CEO.

El poderío militar y el capital han definido a algunos de los imperios más famosos en nuestra historia, de eso no cabe duda. Otros nos han ido conquistando con lentitud, pero eficazmente. Uno de ellos (y quizá de los más peligrosos) es el de la basura.

Hablar de este problema no es para nada nuevo, virtualmente la totalidad de personas que lean este artículo habrán crecido escuchando frases como: “tira la basura en su lugar”, “recicla” y “nos estamos ahogando en desechos”.

Y, a decir verdad, este tema ha sido combatido, hasta cierto punto, de manera eficiente. Estados Unidos puede presumir de reciclar más del 50% de su basura, y algunos países europeos se están haciendo ricos con el negocio del reciclaje.

Pero, ¿cuánta basura se sigue produciendo? Los números oficiales revelan que el mundo genera 1 billón de toneladas al año, es decir, 3 millones de toneladas diarias. La mayoría no llega a rellenos sanitarios porque se considera químicamente inestable,

esto puede ocasionar explosiones, daño al subsuelo y, en general, problemas severos en los ecosistemas del planeta.

¿Qué pasa cuando los desechos no pueden depositarse en rellenos sanitarios? Muchos países optan por quemarlos, lo que, en sí, ya es otro tipo de complicación. Solo en 2016 se incineraron cerca de 440 millones de toneladas, producidas ese año. Para ponerlo en perspectiva, en Estados Unidos se emitieron 880 mil toneladas de CO₂, producto de esta práctica.

Pero no todos los países tienen esta capacidad. Son muchos los que optan por tirar por igual su basura, sea tóxica o no; algunos la dejan al aire libre en tiraderos clandestinos, entre ellos está México.

¿Qué pasa con esa basura? Normalmente los rellenos sanitarios están expuestos a las inclemencias del tiempo, incluyendo la lluvia; estos

fenómenos propician que dichos desechos se filtren al subsuelo, donde provocan todo tipo de contaminación, en especial la que impacta a los mantos acuíferos y desencadena reacciones en el medio ambiente.

Y si hablamos de basura tóxica, una que ha ido creciendo con alarmante velocidad es la electrónica, la cual incluye todos aquellos equipos tecnológicos como las computadoras, tabletas, teléfonos, teclados, impresoras y reproductores de discos. El problema es que actualmente solo está matando a algunos de los países del mundo.

El imperio que gobierna sin hacer ruido

El 75% de los desechos tecnológicos terminan en tiraderos de países del tercer mundo o en vías de desarrollo como Pakistán, India, Bangladesh y varias naciones de África. Únicamente en 2016, la cantidad de este tipo de residuos fue de 50 millones de toneladas, una cifra que podría parecer modesta, pero al analizarla veríamos las consecuencias ambientales, por eso los analistas la califican como “monstruosa”.

Miles de computadoras, teclados e impresoras llegan a los puertos de Pakistán donde son desarmadas y sus elementos, como plástico, metales y circuitos, son revendidos. Algunos comerciantes cobran hasta 500 euros por tonelada de componentes electrónicos, los cuales son extraídos por mano de obra que incluye niños.

La mayoría de estos desperdicios proviene de países incapaces de reusarlos, principalmente Estados Unidos y Europa, donde la adicción por desechar sus electrónicos no está en equilibrio con sus industrias de reciclaje.

Reciclar es caro y muchas veces no resulta un negocio viable, por lo que es preferible aprovechar la mano de obra barata de países con carencias para hacer las labores de separación y reventa de componentes

valiosos, como el cobre, la plata y el oro, entre otros, que se encuentran dentro de los aparatos anticuados.

Para ser más específicos, las consecuencias de que naciones pobres y con sobrepoblación hagan las labores de reciclaje se presentan de distintas formas. Una de ellas es el uso de fuego para separar metales, lo cual produce humo altamente tóxico, además de sustancias como plomo, mercurio y cadmio, que terminan intoxicando a gran parte de la población.

Tan solo en Pakistán, la esperanza de vida en varias de sus ciudades se ha reducido hasta 10 años debido a la contaminación, la cual ha llenado de veneno el agua y el aire que consumen sus habitantes.

Pero la mayoría de estos lugares no tiene otra opción, como muchos otros imperios, la basura tecnológica ha matado a miles de habitantes en países necesitados, pero también les ha traído la garantía de trabajos y sueldos que no tendrían de otra forma. Muchos prefieren vivir 10 años menos consumiendo medicinas –que no curan sus enfermedades–, a cambio de un sueldo digno.

¿Hacia donde vamos?

Al menos en los últimos diez años la innovación tecnológica ha dado pasos agigantados. Cada año vemos nuevos teléfonos, computadoras y tabletas con radicales avances que alimentan nuestra compulsión (pero también necesidad) de actualizar nuestros dispositivos.

Quizá uno de los más populares es el smartphone, el cual, en promedio, se renueva cada dos años. Y las empresas fabrican 1.4 billones de teléfonos al año.

Aunque parezca increíble, la producción de estos aparatos es una de las principales causas de contaminación

atmosférica e, incluso, ocurre antes de llegar a nuestras manos, pues la mayoría de los teléfonos hace largos viajes por el mundo para ser creada. Desde la recolección

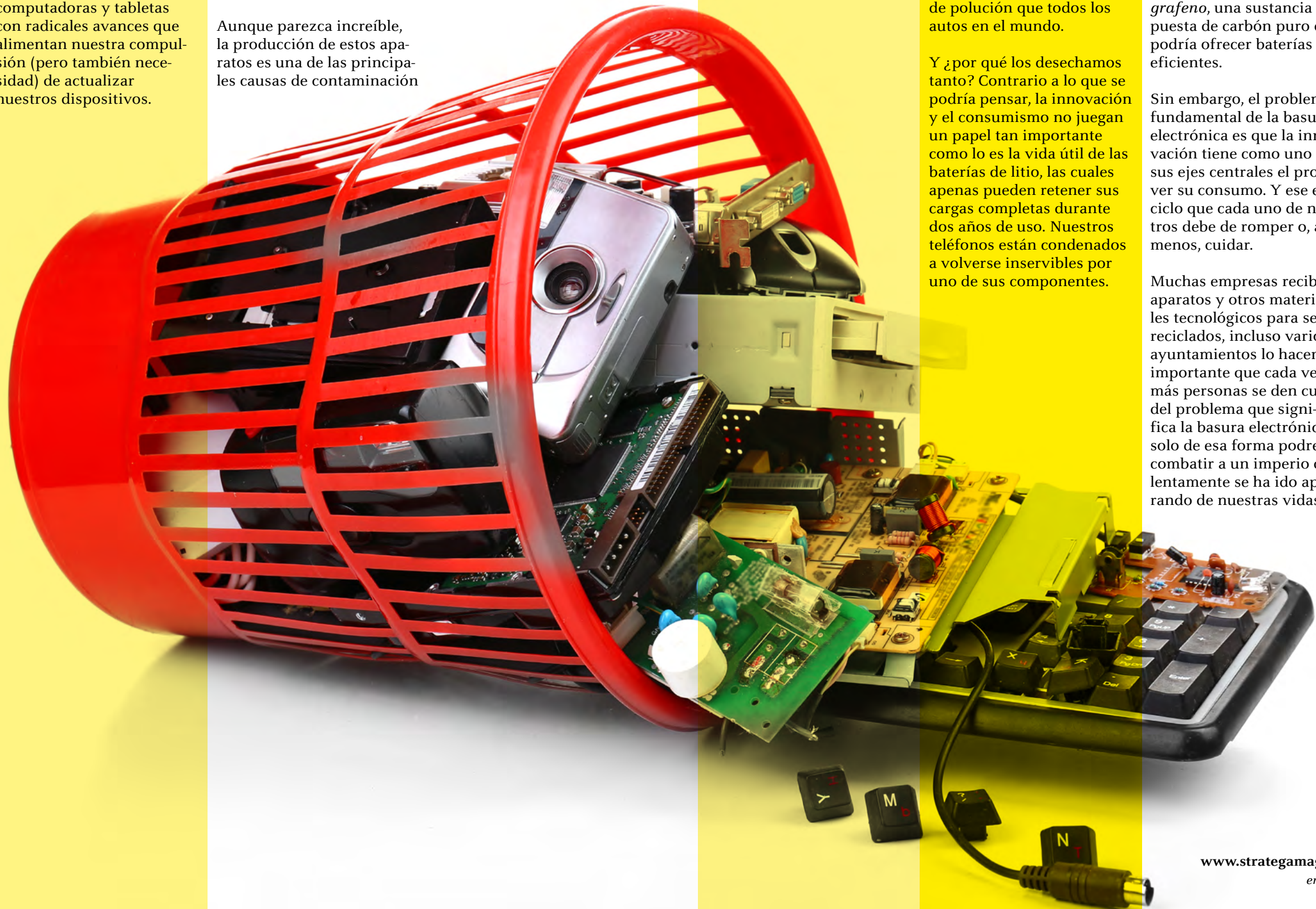
de materiales, su ensamblaje y su distribución, los smartphones son transportados por enormes barcos de carga que, en total, producen la misma cantidad de polución que todos los autos en el mundo.

Y ¿por qué los deseamos tanto? Contrario a lo que se podría pensar, la innovación y el consumismo no juegan un papel tan importante como lo es la vida útil de las baterías de litio, las cuales apenas pueden retener sus cargas completas durante dos años de uso. Nuestros teléfonos están condenados a volverse inservibles por uno de sus componentes.

Muchas empresas, como Apple, han expuesto la voluntad de reciclar sus teléfonos, y otras han mostrado su interés en apoyar el desarrollo de baterías a base de *grafeno*, una sustancia compuesta de carbón puro que podría ofrecer baterías más eficientes.

Sin embargo, el problema fundamental de la basura electrónica es que la innovación tiene como uno de sus ejes centrales el promover su consumo. Y ese es un ciclo que cada uno de nosotros debe de romper o, al menos, cuidar.

Muchas empresas reciben aparatos y otros materiales tecnológicos para ser reciclados, incluso varios ayuntamientos lo hacen. Es importante que cada vez más personas se den cuenta del problema que significa la basura electrónica, solo de esa forma podremos combatir a un imperio que lentamente se ha ido apoderando de nuestras vidas. 





STREAM EVERYTHING!



Por: **MDM. Andrés Carrillo**

Especialista en marketing digital

[linkedin.com/in/andrescarrillop](https://www.linkedin.com/in/andrescarrillop)

Surface Pro 6

Los dispositivos Surface, desde hace años, han sido el referente de hardware de Microsoft, demostrando todo lo que una laptop, tableta y estación de trabajo pueden llegar a ser.

Este año, la empresa anuncia la Surface Pro 6, la cual sigue impresionando, sobre todo por sus grandes capacidades internas. El renovado diseño cuenta con, además de un acabado mate, procesadores Intel de octava generación, pantalla de 12 pulgadas, hasta 16 GB de Ram y 1 TB de almacenamiento en estado sólido. El formato 2 en 1 te permitirá escuchar música en Spotify, ver tutoriales en YouTube y ponerte al día con tus series en Netflix, HBO, Amazon o alguno de los cientos de servicios que surgen día a día. Asimismo, podrás tener una computadora completa, con excelentes especificaciones, en cualquier lugar al que vayas.

www.microsoft.com

Precio: desde 899 USD

El año nuevo llegó y con él, días fríos de Netflix, YouTube y mucha música; si lo que quieres es hacer *streaming* de todo tipo de contenido, el día entero, te compartimos nuestras opciones para que tengas lo necesario y veas la nueva temporada de *Daredevil* con estilo.



Roku Premiere

Existen en el mercado varios dispositivos para convertir una televisión clásica en inteligente, Amazon y Google poseen opciones bastante competentes, sin embargo, Roku siempre ha estado a la vanguardia y ahora presenta el nuevo Roku Premiere, que ofrece reproducción de video en calidad 4K a un precio insuperable. Dentro de este pequeño gadget se encuentran las capacidades de reproducir video en HDR10, formato cada vez más utilizado por contar con una cantidad de colores mucho más cercana a la realidad; además, disfruta de audio Dolby Atmos e integra Google Assistant, el cual te permitirá controlar tu experiencia desde cualquier bocina Google Home o smartphone Android. Disfruta de tus series y películas favoritas como nunca antes.

www.roku.com

Precio: 40 USD

Echo Dot

Hey, Alexa! Amazon lanzó la tercera versión de su bocina Echo Dot, con servicio de asistente inteligente: Alexa, gracias al cual podrás realizar todo tipo de acciones, desde revisar el calendario, escuchar las noticias y controlar dispositivos de "casa inteligente" hasta reproducir música usando tu servicio favorito -Spotify, Amazon Music, Pandora- o escuchar audiolibros y podcasts, mientras trabajas en la oficina o preparas la cena. Esta versión es la que tiene mejor diseño y audio, en comparación con sus predecesoras, por su bocina de 1.6 pulgadas y más potencia eléctrica, con una entrada de 15 watts; además de salida de 3.5 mm para aprovechar el audio de otro equipo de sonido, haciéndolo "inteligente".

www.amazon.com

Precio: 49 USD





LEGADO

SUPERHERÓICO



Por: MDG. Erwin Salas López

Director de arte y coordinador editorial en *Stratega Business Magazine* / erwin.salas@strategaconsultores.com

“Tener una idea es lo más fácil del mundo. Todo el mundo tiene ideas. Pero tienes que tomar esa idea y convertirla en algo a lo que la gente responderá, eso es difícil”.

Stan Lee

En noviembre pasado, el Universo de la cultura pop se vistió de luto. Stan Lee murió a los 95 años de edad, dejando como herencia un sinfín de personajes e historias que trascendieron y estarán presentes en la mente de millones de personas.

“The Man”, como se le conoció en el mundo de los cómics, fue creador (sin demeritar el trabajo de Jack Kirby y otros grandes artistas que lo acompañaron en su trayectoria) de Spider-Man, Fantastic Four, Hulk, X-Men, The Avengers, Doctor Strange, Thor, Daredevil y muchos otros superhéroes que forman parte del imaginario popular, y a los que varias compañías, principalmente cinematográficas y jugueteras, han sabido aprovechar millonariamente.

Stan Lee llevó a *Marvel Comics* a la cima. Antes de su llegada a la editorial, la empresa no sobresalía, siendo él, con sus ideas innovadoras y su estilo para trabajar, quien inició la era dorada de las historietas de superhéroes. Comenzó como ayudante cobrando solamente 50 centavos por el guion de una página, entre más páginas producía, más dinero ganaba. El cómic era un negocio de alto volumen y de baja ganancia por unidad. Sin embargo, gracias a su creatividad pasó a ser jefe de redacción y editor de toda la compañía, vendiendo millones de copias y haciéndose mundialmente famoso por sus creaciones.

Hoy en día, el valor de aquellos cómics de 10 centavos creados por Lee y Kirby en los años 60 se ha multiplicado desorbitadamente, convirtiéndolos en verdaderos objetos de colección. *Amazing Fantasy* #15 (1962), que contiene la primera aparición de Spider-Man (escrito por Lee y dibujado por Ditko),



Imagen: Scott Campbell

MARVEL

Stan Lee

llegó a venderse en un millón de dólares, siendo el segundo cómic más caro de la historia, superado únicamente por *Action Comics* #1 (1938), en el cual aparece Superman por primera vez y que fue subastado en 3.2 millones de dólares, manteniendo el récord hasta la fecha y del que solo existen 4 copias en la actualidad.

Pero ¿qué hace tan caro un cómic? Son varios factores los que determinan su valía:

- 1. Condición del ejemplar:** la Comics Guaranty Company (CGC) es la que se encarga de otorgar los grados de calidad, si un cómic está arrugado o maltratado, baja su valor.
- 2. Importancia de su contenido:** las primeras apariciones de personajes o historias clásicas.
- 3. Contexto histórico:** fecha de publicación y disponibilidad.

Actualmente las portadas variantes, el artista encargado de dibujarlas y exclusividad de venta a algunas tiendas han sido los causantes de los elevados costos de algunos ejemplares, ya que con los avances tecnológicos es difícil volver a valuar un cómic millonariamente como los publicados décadas atrás, cuando era complicado conseguirlos y producirlos, siendo el paso del tiempo el causante principal de que no existan muchas copias en estos días.

Sin duda, Stan Lee fue pionero e inspiración para muchos escritores y artistas, convirtiéndose en una leyenda que seguirá viviendo en las historias y personajes, liberando al superhéroe que todos llevamos dentro.

“¡Excelsior!”



LA AMISTAD EN TIEMPOS DE REDES



Por: **MDG. Irma Carrillo Chávez**

Maestra en diseño gráfico; Coordinadora de Casa Cartel, Centro Universitario de Investigación gráfica / [@IrmaCarrilloCh](#)

Partiendo de la premisa “cualquier relación humana necesariamente implica un interés por parte de los involucrados”, me remito a los principios aristotélicos que sobre la amistad determinó el multicitado filósofo griego. Según Aristóteles, existen tres clases de amistad: **la útil, la accidental y la buena**. En la primera, existe la intención de obtener algún beneficio, a partir del conocimiento de otra persona; así, una amistad “útil” no tiene mucho tiempo de vida, pues termina cuando concluye el beneficio para ambas partes.

Por otro lado, tenemos la amistad “accidental”, descrita como aquella en la cual encontramos a una persona con cierta afinidad por nuestras actividades deportivas, culturales o sociales; es el amigo con quien nos podemos ir de fiesta o compartir momentos de esparcimiento, pero no necesariamente implica una relación más profunda y comprometida.

Esta clase de relaciones suele ser pasajera, ya que siempre es posible cambiar de gustos.

Finalmente, tenemos la amistad llamada “buena”; se caracteriza por ser bienintencionada, sincera y con alta carga de lealtad por parte de los amigos; no existen celos, se acepta a la otra persona como es y se le vuelve confidente, acompañante y auxiliar, cuando una desgracia se presenta en nuestras vidas; estas amistades tienden a durar toda la vida.



¿Suenas conocida esta clase de amistad?

Justo sucede lo mismo con las relaciones en las redes sociales. El problema se presenta cuando no sabemos diferenciar ni poner límites a los “amigos” agregados. ¿Qué implica aceptar a una persona? ¿Le permitirás enterarse de tus viajes, lo que comes, en dónde vives, con quién estás, si tienes alguna relación o cómo te gusta vestirte? Es como si a una persona a la que se ha visto una o dos veces le damos entrada a nuestra casa: abre el refrigerador, husmea en el guardarropa o en lo más recóndito de tu habitación.

Así define el sociólogo y filósofo Zigmund Bauman a las amistades en la actualidad: son líquidas, esto es, se desvanecen al primer intento de ser sometidas a una prueba de lealtad; se malinterpretan las intenciones; se pierden los principios básicos de convivencia.

Citando a Bauman, en una entrevista realizada por Ricardo de Querol para *El País*, diario español:

La cuestión de la identidad ha sido transformada de algo que viene dado a una tarea: tú tienes que crear tu propia comunidad. Pero no se crea una comunidad, la tienes o no; lo que las redes sociales pueden crear es un sustituto. La diferencia entre la comunidad y la red es que tú perteneces a la comunidad, pero la red te pertenece a ti. Puedes añadir amigos y puedes borrarlos, controlas a la gente con la que te relacionas. La gente se siente un poco mejor porque la soledad es la gran amenaza en estos tiempos de individualización. Pero en las redes es tan fácil añadir amigos o borrarlos que no necesitas habilidades sociales. Estas las desarrollas cuando estás en la calle, o vas a tu centro de trabajo, y te encuentras con gente con la que tienes que tener una interacción razonable. Ahí tienes que enfrentarte a las dificultades, involucrarte en un diálogo.

Así, tenemos a los dedicados a emitir mensajes de odio, los cuales boicotean comentarios o posturas ante un problema, o quienes se encantan con las publicaciones de los *influencers*, y se dejan llevar por la marea de opiniones provocadas. En ese sentido, se pierde la individualidad, nos damos cuenta de que no somos los únicos con tal o cual preferencia; los memes nos invaden y nos identificamos con esa situación. El concepto de “eres único”, que nos vendieron de niños, deja de aplicar y la sensación de soledad se incrementa porque el ego es herido y caemos en el relativismo.

¿Qué podemos rescatar?

Los valores tradicionales, el respeto a la opinión del otro, la tolerancia a la diversidad, la inclusión, el utilizar las leyes básicas de convivencia social y el derecho de réplica cuando los argumentos son sustentados y válidos. Incrementar la cultura del odio y el miedo solo nos conduce a la soledad y la autodestrucción. Los invito a reflexionar sobre la administración de nuestras redes sociales y el compromiso que implica aceptar a una persona “conocida”, pues para eso existen las configuraciones de privacidad. **S**

Referencias bibliográficas

https://elpais.com/cultura/2015/12/30/babelia/1451504427_675885.html

Imagen: Lewis Tse Pui Lung / Shutterstock.com



El fútbol americano es una de las disciplinas atléticas que atrae más espectadores en el mundo. Este deporte se practica en una infinidad de lugares, sin embargo, es en Estados Unidos donde se encuentra la meca de este juego. Quien sueña con ser un profesional, tiene como objetivo llegar al máximo nivel de competencia y el Olimpo está en la NFL.

La National Football League es una marca competitiva que se vende de manera excelente. En promedio, si se suma el valor de las 32 franquicias que la conforman, acumula un total de casi 46 billones de dólares.

De acuerdo con los estudios más recientes realizados por *Forbes*, en promedio cada equipo tiene un valor aproximado de casi

LAS FRANQUICIAS MÁS PODEROSAS DE LA NFL



Por: **LCC. Jorge Aguillón Rodríguez**
Periodista independiente. Escritor de columnas en diversos medios informativos / [@jorge_rj](#)

3 billones de dólares. Estas ganancias provienen de la diversificación que ofrece ser parte de la asociación. Para dicho análisis, la revista considera el Estadio en el cual se juega y el promedio de la venta de entradas a lo largo del año. Impulsados por la remuneración que la NFL recibe por la comercialización y venta de derechos de transmisión, se especula que solamente

durante 2017 los equipos de la liga recibieron cerca de 8 billones de dólares. Poco más de 200 millones de dólares por cada uno.

Con esta información, no resulta tan sorprendente el hecho de que algunos de los atletas con mayor salario provengan de esta liga. Durante 2017, el QB de los Leones de Detroit, Matthew Stafford, fue el jugador con los mayores ingresos, tras acumular 52 millones de dólares. La segunda plaza de ese *ranking* es ocupada por Cam Newton, de las Panteras de Carolina, quien ganó

cerca de 35 millones de dólares, y el tercer puesto lo tiene Andrew Luck, mariscal de campo de los Colts de Indianápolis, quien recaudó 30 millones de dólares.

La NFL aporta una amplia participación en las listas de los equipos deportivos más acaudalados alrededor del mundo. 29, de los 32 que tiene, pertenecen al Top 50 de los más ricos del planeta. En esa lista destacan el Real Madrid y el Barcelona, de la liga española; los Yankees, de Nueva York, y los Cachorros de Chicago, de la MLB; los Knicks de NY y Los Lakers de los Ángeles, de la NBA, entre otros.

El top, cabe destacar, está encabezado por la NFL. Los más influyentes (económicamente) del planeta son los Cowboys de Dallas, valuados en casi 5 billones de dólares para este 2018.

Otro factor a mencionar es que, lamentablemente para algunas franquicias, el valor de mercado no va en sincronía con los resultados. Por citar un ejemplo, los Vaqueros están en el primer puesto de los más poderosos de la liga, pero llevan más de 20 años sin coronarse. Una sequía importante para un equipo que genera billones de dólares al año. Por otra parte, el más reciente campeón, las Águilas de Filadelfia, que vencieron a los Patriots de Nueva Inglaterra (segundo lugar de este *ranking*) en el Super Bowl LII, ocupan el décimo

puesto de la lista, con un valor de casi 3 billones de dólares.

Con estos números a la vista, sobra decir que la NFL es, sin lugar a dudas, la organización deportiva más rentable en la actualidad. Sus franquicias exhiben crecimiento incluso en momentos complicados, y con el aparentemente imparable aumento de la atención mediática y los millones de fanáticos del fútbol americano, este negocio tiene una tendencia de desarrollo que cualquier industria envidiaría. **S**



Llegas a una reunión. Está llena de personalidades muy conocedoras de la política y del arte que te intimidan; no conoces a nadie. Todo mundo está muy arreglado, la decoración es especial y la comida promete estar muy buena. Maravilloso, ¿no? Pues no, resulta que, para la mayoría de las personas, esto es una verdadera pesadilla.

Surge una contracción en el estómago al ver que todo mundo parece conocerse entre sí. Que hablan, comentan y se ríen, mientras que

tú estás solo, pegado a la pared y sin conocer a nadie. Estás seguro de que alguna secretaria se equivocó al meter tu nombre en la lista de invitados y te preguntas ¿qué diablos hago aquí? De pronto, sientes el imperioso deseo de salir huyendo de ahí o, bien, matar a tu pareja –quien saluda a todo mundo– o amigo o a quien te haya convencido de asistir. Sin embargo, tu orgullo no te lo permite.

¿Te parece exagerado?

Quizá, si es que eres de las pocas personas a las que

¿FOBIA A SOCIALIZAR?



Por: **Gabriela Vargas** / Agencia Reforma

Primera asesora de imagen en México; especializada en superación en el trabajo, comunicación, imagen, autoestima y mujer / [@gaby_vargas](#)

no les intimidan las reuniones con más de cuatro o seis personas. Sin embargo, los estudios muestran que el 90 por ciento de las personas sufren de “fobia a socializar”, así que, de alguna manera, tranquiliza el saber que no estás solo.

Sí, a la mayoría de la gente nos resulta difícil llegar a una reunión y tener que platicar con absolutos extraños de cosas que ignoramos, o que no son de nuestro interés. Ante esta situación, por



lo general, argüimos flojera, pero la realidad es que nos sentimos inseguros.

Mal de muchos

Si lo anterior resuena contigo, no te preocupes, compartes ese sentimiento con más gente de la que te imaginas. Y contrariamente a lo que crees, sí hay manera de superarlo.

1. Estira un poco la liga fuera de tu zona de confort, es una manera de crecer.
2. Respira hondo y relájate. Todo mundo está demasiado preocupado por sí mismo, por lo que es muy probable que nadie esté pendiente de ti.

3. Aparenta, esta es la clave. Se trata de pasarla bien y divertirse. Actúa como la persona más tranquila del mundo, como si estuvieras en total control de la situación. Verás que funciona. ¿Te acuerdas cuando, de chicos, contábamos historias de terror para asustar a los amigos y, al final de la noche, los asustados éramos nosotros? Así que solo aparenta ser el más contento, confiado y seguro de ti mismo, aunque sea por 10 minutos y te sorprenderás de la respuesta de la gente. Verás que al cabo de un rato tu actitud ya no es una actuación. Y, de hecho, comienzas a disfrutar la velada.

4. Detecta un grupo más o menos grande e incorpórate a él. Observa a las distintas personas. En general, entre más grande sea el grupo, mejores son las opciones, y las probabilidades de que se hagan silencios mortales disminuyen. Decide con quién te identificas más y escoge una buena frase de entrada. Con estas tácticas no se propone la falsedad. Simplemente sirven para salir de esos momentos en los cuales nos sentimos intimidados y, en cierta medida, nos ayudan a superarlos.

Con el tiempo he aprendido que de todas las personas –hasta de las que, en apariencia, parecerían aburridas– aprendemos algo. Incluso de ellas es de las que más sorpresas te llevas.

Tengamos en cuenta también que en este país puede que no funcionen muchas cosas, sin embargo, algo que siempre funciona y valoramos son las relaciones. Nunca sabes quién, o en qué momento, hará ese comentario que te hacía falta escuchar o ese dato que te servirá en tu vida personal o profesional.

Así que te invito a salirte de tu zona de confort, abrir tu mente y decir “sí asisto” a esos eventos en que no conoces a nadie. **S**

Hoy en día, la apuesta profesional es muy reñida, para competir en el mundo laboral ya no basta tener una carrera o una maestría. La preparación no solo se está obteniendo de las universidades, como todo, evoluciona y abre el abanico de posibilidades.

Anteriormente, se creía que con una carrera universitaria se tenía la victoria asegurada, sin embargo, no es así. Es posible ser exitoso sin contar con una licenciatura o ingeniería, pero no sin preparación.

Cuando se adquieren las condiciones, ya sea físicas o psicológicas, necesarias para realizar algo o afrontar cualquier situación, se puede decir que se está capacitado. La preparación es indispensable para lograr cualquier emprendimiento.

Bill Gates abandonó sus estudios, pero contaba con amplios conocimientos en todo lo referente a la programación, esto le aseguró el éxito. Richard Branson, millonario londinense, tampoco era el mejor en la

escuela, a la edad de 15 años fundó dos empresas, las cuales no triunfaron, pero le dieron la experiencia necesaria para que a los 16 creara su primera compañía exitosa: la revista *Student*.

Algunas universidades no están evolucionando a la velocidad que el mundo empresarial y social lo demanda. Por eso, no basta con tener los estudios completos, aunque es una buena base, y muy sólida, para que con preparación extra se logre un factor diferencial importante a la hora de emprender.

Muchas de las compañías innovadoras toman más en cuenta la experiencia,

aunada a los estudios académicos, pues es requisito esencial saber aplicar lo aprendido y no solo “saber mucho”.

Como dice el refrán: “la práctica hace al maestro”. La teoría no es suficiente a

la hora de estar desempeñando un trabajo. Siempre se necesita practicar muchas veces antes de llegar a la perfección, o al mejor desempeño posible.

Va a ser necesario que las universidades e instituciones de instrucción académica formal dialoguen con las empresas y el concepto de preparación tenga un lugar primordial, que implementen un programa nuevo de competencias efectivas que los estudiantes puedan desarrollar para la correcta capacitación en la vida laboral.

Así saldrán con el conocimiento académico y la ventaja en competencias útiles, las cuales seguirán desarrollando a lo largo de toda su vida laboral. La realidad es que nunca se deja de aprender.

Algunos de los tópicos importantes para prepararse son los idiomas, la investigación, las técnicas de aprendizaje, la capacidad analítica, el saber planear y organizar, clasificar tareas y crear planes de acción efectivos, entre otras. Sin descuidar las herramientas técnicas académicas relacionadas con el ramo de la corporación a iniciar.

Contando con la preparación adecuada, el mundo laboral no pondrá objeción para ofrecer el mejor empleo, o las mejores oportunidades para emprender un negocio propio.

Ahora, puede ser que ya haya pasado mucho tiempo desde que se culminaron los estudios universitarios, la tarea, entonces, es analizar las competencias actuales requeridas para poner manos a la obra e iniciar una capacitación. Esto dará una nueva visión para llevar un paso más allá los alcances del negocio o el empleo desempeñado.

Solo se obtienen cosas nuevas cuando se hacen cosas nuevas, tal y como lo ilustra Alex Rovira en *La Buena Suerte*, publicación en la cual muestra que “la buena fortuna” se fabrica, a través del conocimiento y la preparación.

La historia del libro aporta elementos que sustentan el porqué de la capacitación adecuada para el logro de objetivos, el concepto de suerte generada por el aprendizaje constante, tanto personal como del “terreno físico”, para alcanzar el éxito.

Tener herramientas y elementos para crear las circunstancias que nos conduzcan a la victoria, atrae a los que están alrededor y esto permite formar sinergias para crecer,

¿CUÁNDO DEJAR DE PREPARARSE?



Por: **Lic. Laura Sánchez Flores**

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

brinda más oportunidades para elevar las capacidades adquiridas y aprender nuevas.

Las competencias adecuadas proveen visión para encontrar los pequeños detalles que, por lo general, se pasan por alto y son imprescindibles para los negocios, considerar lo no considerado puede ser el factor diferencial para que una empresa o producto destaque de entre todos los demás.

Una vez que se posean los conocimientos completos, se debe crear las circunstancias para emprender, teniendo paciencia y sin abandonar la preparación constante. Siempre salen nuevos cursos, especialidades o necesidades específicas para mejorar.

La idea es no dejar de aprender, para poder triunfar; aprender de los que ya lo lograron es una manera de prepararse.

Innovar y atreverse, intentar hasta lograr el éxito; pues la repetición, el fracaso en las pruebas, da experiencia y así se obtiene la preparación para seguir mejorando.

La “buena suerte” se genera a partir de disponer de las circunstancias adecuadas, tener suficiente paciencia, contar con los conocimientos propicios y trabajar arduamente hasta lograr el objetivo.

“Antes que toda otra cosa, la preparación es la clave para el éxito”.

Alexander Graham Bell. 

Referencias bibliográficas

Castillo, D. (2016). “Bill Gates: pasión, preparación y astucia”. *Pez Cuadrado*. Recuperado el 10 de octubre del 2018, de <https://pezcuadrado.wordpress.com/2016/04/04/bill-gates/>

Equipo de Redacción. (2017). “Richard Branson: biografía y liderazgo”. *El blog de Endesa*. Recuperado el 10 de octubre del 2018 de <https://www.elblogdeendesa.com/innovacion/richard-branson-liderazgo/>

Rovira, A., Trias de Bes, F. (2004). *La Buena Suerte: Claves de la Prosperidad*. España: Editorial Empresa Activa.



ORIGINAL DE HOTELES  RAMADA BY WYNDHAM

THE ROOM

HABITACIONES AISLADAS, PRÁCTICAS Y CONECTADAS PARA QUE TU DESCANSO SEA PRODUCTIVO EN TODO MOMENTO.



FREE   
ZONE BREAKFAST DRINK

hotelesencore.com

[33] 3898 6424

RAMADA
 BY WYNDHAM

Un gran trato.

AGUASCALIENTES | GUADALAJARA | PUEBLA-FINSA | QUERÉTARO | SAN LUIS POTOSÍ



LA LOMA
weddings & events

Circuito La Loma # 301 Fracc. La Loma Residencial & Club de Golf, San Luis Potosí, S.L.P.

Informes y reservaciones: 351 14 49 georginac@salonlaloma.golf