

STRATEGA

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



PALABRAS PODEROSAS

Jorge Meléndez

75

MAYO 2025

PROSPECTIVA Y **NEGOCIOS:**
CONFIGURANDO FUTUROS
POSIBLES

Edgar García

DOBLE **COBRO**
DE **IVA**

Sergio Sarmiento

VIVIMOS CON
MIOPÍA:
SOLUCIONES DE
CORTO **PLAZO**

Samantha Acosta

EL **FUTURO** DE
INTERNET LLEGÓ...
¡Y VIENE DEL **ESPACIO!**

Eduardo Carrillo

\$45.00



F*¿><

www.strategamagazine.com

fullhouse
Real Estate

fullhouse.mx
Riviera Maya 984 156 1062
Mérida 999 150 8071



CASA AMUEBLADA Y EQUIPADA

\$8'500,000.00 MXN

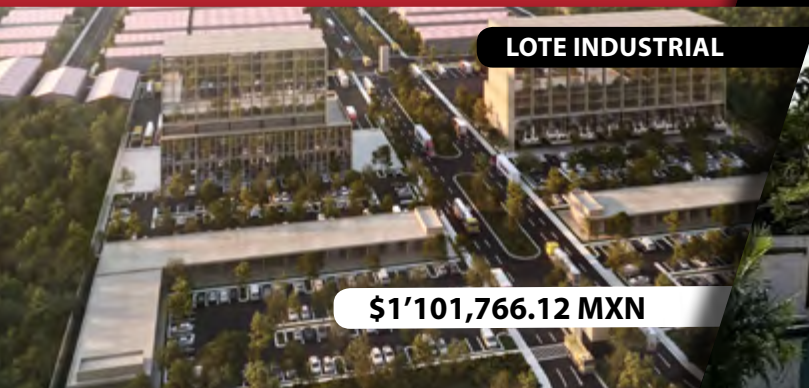
MÉRIDA - YUCATÁN
Casona remodelada de 3 habitaciones, 3 baños, piscina y jacuzzi, lista para habitarse o generar ingresos por rentas vacacionales.



DEPARTAMENTO CON VISTA AL MAR

\$9'300,000.00 MXN

MÉRIDA - YUCATÁN
Con una superficie de 85.28 m², esta unidad de 2 recámaras y 2 baños ofrece vistas espectaculares al mar de Chelem.



LOTE INDUSTRIAL

\$1'101,766.12 MXN

MÉRIDA - YUCATÁN
Lote en el corredor industrial Mérida-Hunucmá. Zona estratégica y de oportunidades de negocio. 721 m² totales.



DEPARTAMENTO LOCK OFF

\$4'600,000.00 MXN

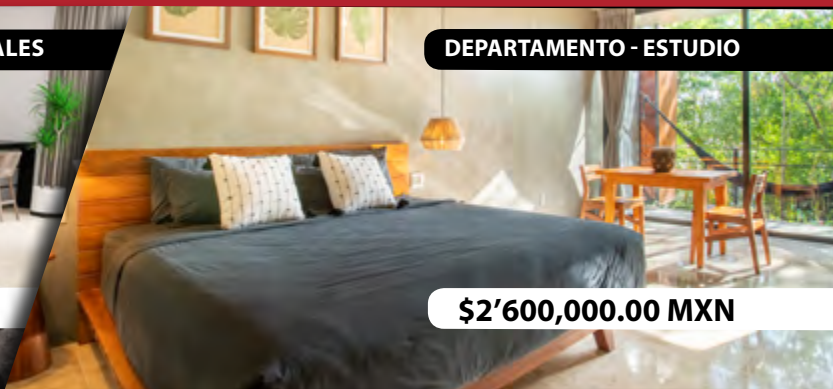
REGIÓN 8 TULUM - QUINTANA ROO
Departamento Lock off, 2 recámaras, 2 baños, semiamueblado. 115.47 m² totales.



CASA CON SENDEROS NATURALES

\$8'000,000.00 MXN

CIUDAD MAYAKOBA - PLAYA DEL CARMEN
Hermosa casa en el parque Quevedo, 3 recámaras, 2.5 baños, alberca privada, jardín. 366 m² totales.



DEPARTAMENTO - ESTUDIO

\$2'600,000.00 MXN

REGIÓN 15 TULUM - QUINTANA ROO
Estudio totalmente amueblado y equipado. 39.48 m² totales.

ÚNETE A NUESTRA
COMUNIDAD
DIGITAL

f /StrategaBM

X @StrategaBM

ig strategaoficial

td @strategaoficial

yt @strategaoficial



www.strategamagazine.com

CONSEJO EDITORIAL

Editor Ejecutivo
MDF. Vladimir Antonio Infante

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

Corrección de Estilo
Leticia Ortega Zwittag

Corrección de Estilo Inglés
LP. Siria Elena Contreras López

Colaboración Especial
Ian Gael Antonio de la Fuente

ANÚNCIATE CON NOSOTROS
ventas@strategamagazine.com

Columnistas

Alhelí Jaelyne Vaca Bautista
Andrés Carrillo
Arturo Haro
Cintya Jiménez Flores
Clara Franco Yáñez
Dafne Navarro Miranda
Daniela Paz Aguirre
Edgar Josué García López
Esteban Cortés Sánchez
Gabriel Moreno Rodríguez
Héctor Daniel Ramos Gómez
Horacio Marchand
Hugo Enrique Mendoza Carbajal
Ibeth González Herrera
Iván Antonio Infante
Javier Rueda Castrillón
Jennifer Amozorrutia
Jorge A. Meléndez
Jorge Aguillón Rodríguez
José Eduardo Carrillo Castillo
José Ramón Álvarez González
Julio Alberto Mendoza Mendoza
Karen Lizbeth Ayala García
Laura Sánchez Flores
Lili Torres
María Jocelyn Bravo Ruvalcaba
Mariana Monserrat Ramos Turrubiartes
Mau Contreras
Patricia Meraz Salinas
Roberto Kevin Acosta Cornu
Samantha Aurora Acosta Cornu
Sergio Sarmiento
Yesenia Becerril

STRATEGA BUSINESS MAGAZINE, Año 13, No. 75, es una publicación bimestral. Editor responsable Vladimir Antonio Infante. RESERVA DE DERECHO AL USO EXCLUSIVO DE TÍTULO número 04-2022-090709571000-102, 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. 78215. Tel. +52 (444) 804 18 14 al 17, www.strategamagazine.com. Impreso por Smartpress Vision, S.A. de C.V. en abril de 2025, tiraje de 5,000 ejemplares. Publicada, editada y distribuida por Comercializadora GBN, S.A. DE C.V.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Todos los derechos reservados. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial del texto, fotografía o ilustración por cualquier medio sin previo permiso por escrito. Los anuncios de productos, marcas, servicios y firmas comerciales en los publicirreportajes 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 PALABRAS CON PODER, CUENTAS BANCARIAS Y UN FUTURO LLENO DE POSIBILIDADES **04**

artículo especial
THE SUPERFICIAL TOURIST **06**

estrategias
PROSPECTIVA Y NEGOCIOS: CONFIGURANDO FUTUROS POSIBLES **08**

¿CÓMO ELEGIR A LOS LÍDERES DE TU EMPRESA? **10**

EL ENGAGEMENT LABORAL: CUESTIÓN DE FUERZAS POSITIVAS **12**

PALABRAS PODEROSAS **14**
Puedes cambiar una vida o inspirar un país.

INVISIBILIDAD LABORAL: LO QUE NADIE "VE", PERO TODOS NECESITAN **16**

INCLUSIÓN FINANCIERA VS. BANCARIZACIÓN:
¿QUÉ NECESITA REALMENTE LATINOAMÉRICA? **18**

CULTURA FAMILIAR EN LOS NEGOCIOS:
¿IMPULSO O BARRERA PARA EL CRECIMIENTO? **20**

MARKETING, DE NUEVO **22**
Si quieres una compañía exitosa, enfócate al mercado.

perfill
CONTRATACIÓN DE PERSONAL CUANDO HAY
VACÍOS LABORALES, ¿RIESGO U OPORTUNIDAD? **24**

economía
PODER ECONÓMICO DE LOS LATINOS EN ESTADOS UNIDOS **26**

DOBLE COBRO DE IVA **28**

panorama internacional
EL AMOR DESPUÉS DEL ADN, ¿QUÉ PASA CUANDO ELEGIMOS
PAREJA CON INTELIGENCIA GENÉTICA? **30**

panorama político
VIVIMOS CON MIOPIA: SOLUCIONES DE CORTO PLAZO **32**
*Si hablamos de políticas públicas,
es momento de buscar medios para generar impacto y atención integral.*

bitácora fiscal
CONCILIACIÓN DE FACTURAS ANTE EL SAT **34**
Mantente informado sobre los trámites que debes realizar para evitar sanciones.

LA REFORMA JUDICIAL Y SU IMPACTO EN LA MATERIA FISCAL **36**
La asesoría y la previsión serán claves para garantizar la estabilidad de los negocios en México.

bitácora legal
38 FINTECH. INCLUSIÓN DIGITAL EN MÉXICO/ ACCESO FINANCIERO EN ÁREAS REMOTAS

40 CETES: PUERTA DE ENTRADA A LA INVERSIÓN INTELIGENTE EN MÉXICO
Son una manera segura de invertir, pero su rendimiento suele ser bajo.

cátedra
42 ÓRDENES DE PROTECCIÓN, ¿QUÉ SON Y PARA QUÉ SIRVEN?

44 EL VALOR DE LA ACCIÓN Y LA DISCIPLINA
Aprende a desarrollar habilidades blandas y de estrategia.

46 ¿TENGO METAS INALCANZABLES?: LA FALSA CREENCIA DEL LIFE LIE COMO ESTILO DE VIDA

48 MATERNIDAD SUBROGADA EN MÉXICO: ¿DILEMA ÉTICO O UNA POSIBILIDAD MÁS?

50 EL MITO DEL USO EXCLUSIVO DE LAS ENERGÍAS LIMPIAS
Se requiere un debate sobre el tema para desmitificar las consecuencias.

ciencia y tecnología
52 EL FUTURO DE INTERNET LLEGÓ... ¡Y VIENE DEL ESPACIO!

54 INTELIGENCIA EN LÍNEA. SABER APROVECHAR LOS MOMENTOS DE OCIO PARA CRECER

arte y cultura
56 ARTE Y DISEÑO EN LA OFICINA, ¿SIRVEN PARA ALGO?

punto verde
58 PÉRDIDA DE LA BIODIVERSIDAD. EL DETERIORO DE UN MUNDO EVOLUTIVO

gadgets
60 INTERACTIVE
Diviértete con gadgets con los que podrás interactuar.

salud
62 SALUD CARDIOVASCULAR

deportes
64 CAITLIN CLARK, EL CAMINO DE UN ÍCONO DEL BÁSQUETBOL FEMENIL

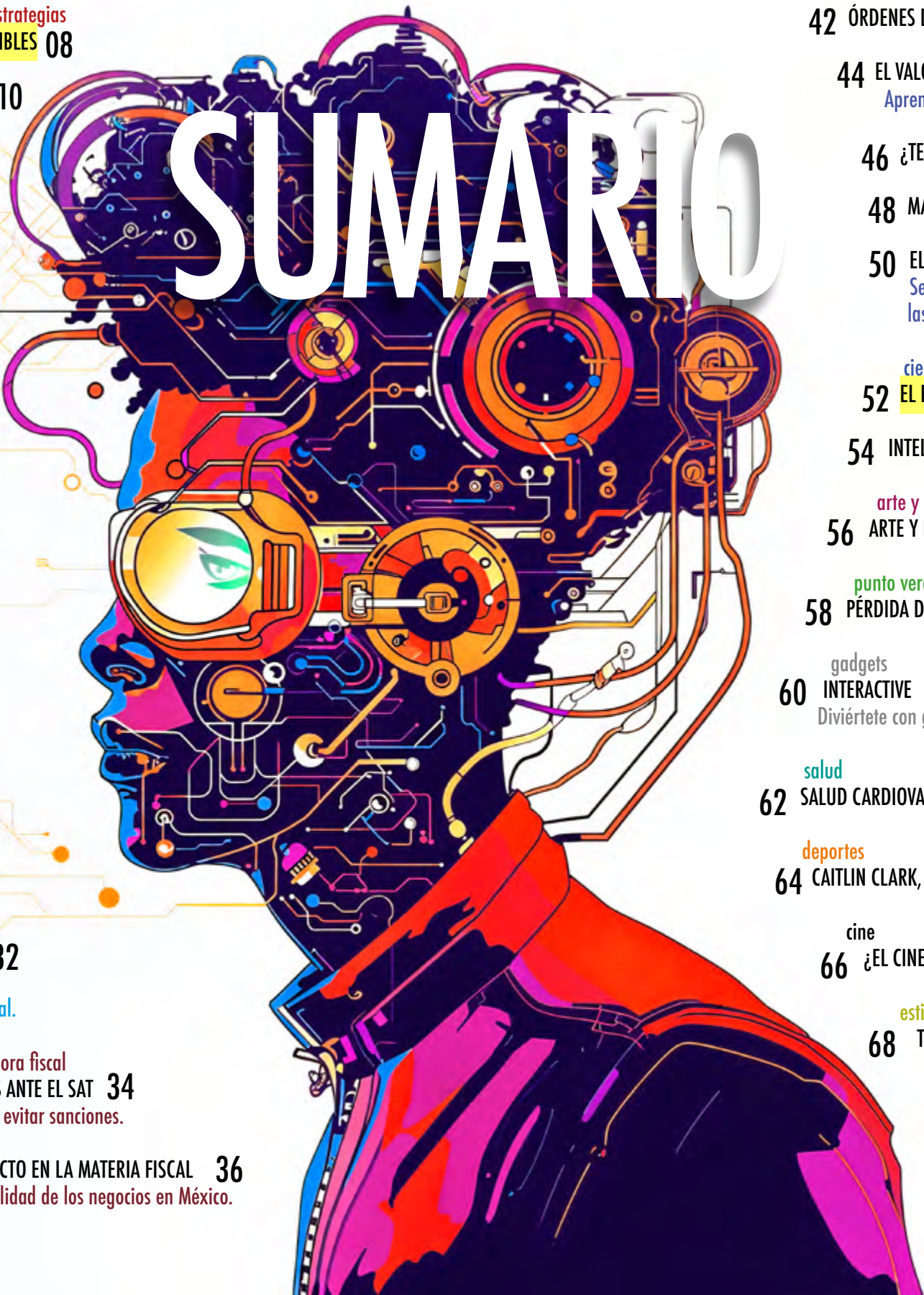
cine
66 ¿EL CINE INDEPENDIENTE ES REALMENTE RENTABLE?

estilo y vida
68 TRANSICIÓN DE PENSAMIENTO
Escucha ideas diferentes, cada generación tiene modas, prioridades y creencias.

70 TOMAR UNA DECISIÓN ES CREAR NUEVAS POSIBILIDADES

72 STRATEGA RECOMIENDA

SUMARIO





ENTRE PALABRAS CON PODER,



Por: **Leticia Ortega Zwiitag**

Cuentista, copywriter, periodista y fotógrafa independiente
leticia@strategamagazine.com

Llegó la primavera y con ella el calor y los días de descanso, pero eso no es pretexto, querido lector, para no tener información útil y oportuna, gracias a **Stratega Business Magazine**.

En la era de la hipercomunicación y las redes sociales la forma es tan importante como el fondo y, con base en esto, **Jorge A. Meléndez** nos hace reflexionar sobre el poder de las palabras y la influencia que pueden tener.

Por su parte, **Sergio Sarmiento** aborda el tema de las maquiladoras y el doble cobro de IVA que pretende hacer el SAT, sosteniendo que ha sido víctima de un engaño. ¿Será cierto?

Edgar Josué García aborda el tema de la prospectiva en los negocios, una forma de ver el futuro como un plano de posibilidades sobre el cual se pueden anticipar escenarios antes de tomar decisiones.

Si entramos en materia de política pública, **Samantha Acosta** pone en evidencia

que para enfrentar y solucionar ciertos problemas hace falta un cambio de perspectiva y pensar en el corto plazo.

A menudo se cree que la inclusión financiera y la bancarización son lo mismo, y nuestra colaboradora **Yessenia Becerril** aclara esta confusión, pues en América Latina tener una cuenta bancaria no quiere decir que las personas aprovechen los servicios financieros.

No olvides que en las páginas de esta edición de **Stratega Business Magazine** también encontrarás artículos sobre temas fiscales, ecología, tecnología y cine. **S**

CUENTAS BANCARIAS Y

UN FUTURO LLENO DE POSIBILIDADES

¡Perdedores!

Les dije a mis amigos.

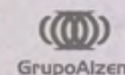
¡imposible irse del Game Station sin sentirse Campeón!



+ de lo que esperas.

RAMADA
encore
 BY WYNDHAM

• Desayuno buffet en cortesía • Gimnasio 24/7 • WiFi gratis • Alberca techada y climatizada*
 Reservaciones: 33.3898.6424 hotelesencore.com



ENCORE: AGUASCALIENTES • GUADALAJARA SUR Y AEROPUERTO • MONTERREY • PUEBLA • QUERÉTARO • SAN LUIS POTOSÍ
 MICROTEL: GUADALAJARA SUR • IRAPUATO • SAN LUIS POTOSÍ VICTORIA EJECUTIVO: GUADALAJARA



In the age of social media, traveling has taken on a new meaning. Instead of being a means of exploring new cultures, learning about history, or experiencing different traditions, it has become a way to gain social validation. Many visit famous landmarks, not because they are genuinely interested in their significance, but to capture the perfect photo. This trend raises questions about the authenticity of these experiences and the superficial nature of tourism.

One of the most concerning aspects of this trend is that it reduces landmarks to mere backdrops for posts. When people visit the Eiffel Tower, the Great Wall or Machu Picchu, they often spend more time perfecting their selfies than learning about the location's rich history. Visitors at the Colosseum take countless selfies but few appreciate its beauty and importance as a site of gladiatorial battles and Roman entertainment. The location's true essence is lost when they are only seen through a lens, rather than through genuine curiosity and appreciation.

The obsession with taking Instagram-worthy pictures can also lead to reckless behavior. Tourists have been known to climb on ruins, ignore local customs,

or trespass just to get the "perfect shot." Showing not only a lack of respect but also contributing to the damage of these sites. Landmarks have had to implement stricter rules, limit entry and enforce fines to curb the damage caused by careless tourists.

Another downside of this trend is that it promotes a distorted view of the experiences. Many users edit their photos, creating an illusion that travel is solely

about glamour and aesthetics. This unrealistic portrayal can drive others to follow the trends. Rather than to immersing in the culture, connecting with the people, or savoring authentic cuisine, they prioritize capturing the perfect shot to gain followers. Missing out on the transformative experiences that traveling can offer.

Despite this, social media is not inherently bad for tourism. It can be a tool for cultural appreciation, educating others and inspiring meaningful exploration. Those who take the time to learn and share insightful stories can help shift the focus towards a more sustainable style of tourism. Influencers, particularly, have the power to promote this by emphasizing cultural education and sustainable habits.

In the end, taking pictures at famous locations and sharing them, is not inherently wrong, it becomes problematic when it overshadows the true purpose of travel. Exploring new places should be about learning, appreciating different cultures, and gaining new perspectives; rather than simply accumulating aesthetically pleasing images for social validation. We must balance the desire for content with genuine curiosity and respect for history so globe-trotting can be a meaningful and enriching experience rather than just a race for the perfect picture.

THE

CHASING
PERFECTION:
HOW SOCIAL
MEDIA CULTURE
CAN IGNORE
HISTORY FOR
THE PERFECT
SHOT

SUPERFICIAL TOURIST



Por: **Iván Antonio Infante**
Stratega Consultores
ivan.antonio@strategamagazine.com



El concepto de prospectiva surge a mediados de los años cincuenta con la obra de Gaston Berger, un filósofo y sociólogo francés que centró su trabajo en el análisis del futuro como un plano de posibilidades sobre el cual se pueden anticipar mundos posibles para la toma de decisiones. No obstante, tuvieron que pasar dos décadas más para que el matemático y futurista estadounidense Herman Kahn introdujera estos principios al campo de los negocios, enfocándolos a la configuración de estrategias para que los grandes corporativos se prepararan para posibles cambios tecnológicos, políticos y económicos a largo plazo.

A grandes rasgos, la prospectiva debe entenderse como una disciplina que facilita el análisis de tendencias y trayectorias de posibles escenarios futuros para la toma de decisiones estratégicas. En el ámbito empresarial, esta perspectiva ayuda a las organizaciones a anticipar cambios en el entorno económico, político, cultural, social y tecnológico, reduciendo la incertidumbre y aprovechando oportunidades emergentes. Para lo cual hace uso de diversas metodologías que permiten la conformación de tácticas más resilientes y adaptativas que se proyectan hacia la innovación y la sostenibilidad en mercados cada vez más dinámicos.

Como puede observarse, la anticipación de transformaciones en el contexto de las organizaciones es clave para la competitividad; por lo que no es de extrañar que uno de los principales desafíos de la prospectiva sea la comprensión de la complejidad y la velocidad con que cambia el entorno global; y que su principal foco de atención sea la interconexión de mercados donde los avances tecnológicos y las crisis emergentes se convierten en escenarios difíciles de predecir.

Las herramientas que ofrece esta disciplina permiten a las organizaciones reducir la incertidumbre por medio de modelos de análisis con múltiples variables y fuentes de información que combinan enfoques cuantitativos y cualitativos para integrar diversas perspectivas en el diseño de estrategias que favorecen la adaptabilidad y el aprendizaje organizacional.

PROSPECTIVA Y NEGOCIOS:



CONFIGURANDO FUTUROS POSIBLES



Por: **DCH. Edgar Josué García López**

Profesor-investigador de la UCEM, la UABC y del GICOM. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores / edgarjosuegl@hotmail.com

Imaginar mundos posibles en el ámbito empresarial implica una mentalidad flexible y creativa que admita visualizar tanto oportunidades como amenazas. Y no, no se trata sólo de prever el futuro, sino de incidir en él a través de decisiones fundamentadas. Quienes adoptan la prospectiva como parte de su gestión estratégica minimizan impactos negativos e influyen en la disposición del mercado, desarrollando planes de acción sólidos que favorecen el crecimiento sostenible y la consolidación de ventajas competitivas en un entorno incierto.

Cinco puntos clave sobre la prospectiva en los negocios:

- 1 La prospectiva permite a las organizaciones anticipar escenarios futuros por medio del análisis de tendencias y trayectorias para mejorar la toma de decisiones estratégicas.
- 2 El análisis prospectivo facilita la identificación de oportunidades y amenazas en entornos altamente dinámicos, cambiantes y competitivos.
- 3 La combinación de enfoques cuantitativos y cualitativos en la prospectiva favorece estrategias más adaptativas y resilientes.
- 4 Imaginar futuros posibles ayuda a prever riesgos, diseñar mercados y liderar cambios en él.
- 5 La prospectiva fomenta una cultura de aprendizaje continuo e innovación, empoderando la sostenibilidad y competitividad a largo plazo.

APRENDAMOS A
ADAPTARNOS Y
RESPONDER
ESTRATÉGICAMENTE
A LAS
CONTINGENCIAS

Si bien es cierto que la prospectiva en los negocios se enfoca en anticipar y diseñar futuros posibles, su verdadero valor radica en la capacidad de las organizaciones para convertir estas visiones en acciones concretas. Su ventaja real no está en prever lo que viene, sino en adaptarse y responder estratégicamente a las contingencias. En este sentido, integrar la prospectiva en la cultura empresarial no sólo fortalece la planificación, sino que impulsa una actitud proactiva frente al cambio, convirtiéndolo en una oportunidad de crecimiento.



En el mundo empresarial actual, el liderazgo es uno de los factores determinantes para el éxito a largo plazo de cualquier organización. No importa el área de la que estemos hablando, desde equipos comerciales, operativos, técnicos, tecnológicos, financieros, todos tienen un común denominador: sus resultados estarán siendo impulsados o limitados por el líder que les asigne.

Por ello, cuando una empresa busca promover a un colaborador a un puesto de liderazgo, es crucial identificar ciertas características que indican que esa persona posee el potencial.

Te comparto las cinco características más importantes que deben buscarse en un colaborador cuando se evalúa su capacidad para un puesto de liderazgo.

1. Visión estratégica

Un líder debe ser capaz de ver más allá de las tareas cotidianas y comprender cómo las decisiones de hoy impactan en el futuro de la empresa. La visión estratégica no sólo se refiere a tener metas claras, sino a entender el panorama general y cómo cada pieza encaja dentro del contexto global de la organización.

Un colaborador con visión estratégica puede identificar oportunidades de negocio,

prever posibles riesgos y actuar con anticipación. La habilidad de pensar a largo plazo es clave para guiar a la empresa hacia el éxito continuo.

2. Capacidad de toma de decisiones

En posiciones de liderazgo, las decisiones deben tomarse de manera rápida y efectiva. La capacidad de un líder para analizar situaciones complejas y tomar decisiones informadas es fundamental, debe tener la habilidad de evaluar los pros y los contras de cada opción, incluso cuando enfrenta incertidumbre o presión.

Un buen líder toma decisiones que beneficien a la organización en su conjunto, sin perder de vista los intereses de su equipo. Analizando los datos que tenga disponibles.

3. Habilidades de comunicación

La comunicación efectiva es la columna vertebral de cualquier equipo exitoso. Un líder debe ser capaz de comunicarse de manera clara y persuasiva, tanto con su equipo como con otros departamentos y niveles jerárquicos de la organización. Expresar ideas, escuchar activamente y

transmitir información de manera adecuada es crucial.

Un colaborador con fuertes habilidades de comunicación puede evitar malentendidos, alinear objetivos, mantener a su equipo enfocado y dar retroalimentación constante.

4. Empatía e inteligencia emocional

En un puesto de liderazgo, las relaciones humanas son fundamentales. La empatía y la inteligencia emocional permiten a un líder comprender las emociones de los demás, lo que facilita la creación de un ambiente de trabajo positivo y productivo. Estos líderes saben cómo reconocer y manejar sus propias emociones, y también cómo

interactuar de manera efectiva con las emociones de su equipo.

Un colaborador empático puede manejar situaciones de conflicto, ofrecer apoyo cuando se necesite y fomentar un entorno de trabajo inclusivo y respetuoso. La inteligencia emocional ayuda a los líderes a conectar con sus empleados de manera genuina, lo que fomenta la lealtad y el compromiso a largo plazo.

5. Adaptabilidad y resiliencia

El entorno empresarial está en constante cambio. Por ello, un líder debe ser capaz de adaptarse rápidamente a nuevas situaciones, desafíos y mercados. La resiliencia, por otro lado, se refiere a la capacidad

¿CÓMO ELEGIR A LOS LÍDERES DE TU EMPRESA?



Por: **Mau Contreras**

Director General de Liderazgo REx

Liderazgo REx

de recuperarse de fracasos o dificultades, aprender de ellos y seguir adelante sin perder la motivación.

Seleccionar a los colaboradores adecuados para asumir puestos de liderazgo es un proceso crucial para el crecimiento y el éxito de cualquier empresa. Muchos líderes son rechazados por sus equipos porque no tienen las competencias necesarias para conectar con ellos y guiarlos al logro de resultados.





El *engagement*, traducido como “compromiso laboral”, es uno de los elementos más importantes en la gestión de personas. Implica conexión emocional profunda entre los colaboradores y la organización, lo que se traduce en un rendimiento elevado, una baja rotación de personal y un sentido de pertenencia con los objetivos.

¡Es más que satisfacción en el trabajo!

Este término va más allá de sentirse satisfecho en el trabajo. Sucede cuando el nivel de entusiasmo, pasión y dedicación que los empleados sienten es elevado y consistente. A diferencia de la satisfacción laboral, que se refiere a un estado de bienestar general relacionado con el trabajo, el *engagement* es una actitud proactiva en los empleados en las tareas que se les asignan y la superación de expectativas.

En términos de *engagement*, esto significa que para que se comprometan con la organización deben existir fuerzas positivas (cultura organizacional fuerte, liderazgo inspirador, oportunidades de desarrollo) que contrarresten las posibles fuerzas negativas (desmotivación, estrés o *boreout*).

Por lo tanto, se necesita crear un lugar de trabajo donde las fuerzas que promueva el *engagement* sean más fuertes que aquellas que lo desmotivan. Esto puede lograrse a través de varias prácticas que fortalezcan la relación emocional entre los empleados y la empresa.

Creando fuerzas positivas

Reconocimiento y recompensas: el reconocimiento de los logros es una herramienta clave para fortalecer el compromiso.

Los empleados necesitan sentir que su esfuerzo es notado y apreciado.

Tip ganador: realizar reconocimientos públicos en redes sociales corporativas. Entrega pines o *stickers* insignia, a los jóvenes les gusta colgarlos en sus *backpacks* y pegarlos en *laptops*.

Premios de experiencia: algunas organizaciones optan por premios a nivel de experiencias personalizadas, como parques de diversiones, cenas exclusivas o acceso a eventos especiales.

Tip ganador: investiga entre los empleados sus preferencias e involúcralos en comités que organicen estas experiencias.

Programas de bienestar integral: ofrece programas que incluyan actividades deportivas, apoyo psicológico y servicios de salud, fomentando un enfoque holístico.

Tip ganador: contrata plataformas digitales con servicios *wellness on demand*, así evitarás gasto fijo.

Desarrollo profesional continuo:

los empleados comprometidos ven oportunidades para adquirir nuevas habilidades y crecer dentro de la organización.

Tip ganador: invierte en programas de *mentoring*, donde empleados experimentados guíen a los más nuevos, compartan habilidades y los preparen para otras funciones.

Sentido de propósito: ¿para qué hago lo que hago? El sentido de que el trabajo tiene un propósito mayor es esencial para el *engagement*.

Tip ganador: comunica el valor significativo de la organización y tus trabajadores estarán mucho más motivados a comprometerse con la empresa.

Así que invito a todos los líderes y responsables de equipos a reflexionar: ¿qué acciones están tomando hoy para que sus empleados no sólo trabajen, sino que se apasionen por lo que hacen?

EL ENGAGEMENT LABORAL:



Por: **Dafne Navarro Miranda**

Mtra. en Psicología Gestalt. Especialista en Desarrollo Humano y Organizacional / dafnemxconecta@gmail.com

¿Cómo hacer que los colaboradores necesiten el *engagement*?

Para que el *engagement* se convierta en un componente esencial de la cultura organizacional, los líderes deben construir un entorno en el que su equipo se sienta valorado y tenga razones claras para estar comprometido. Aquí es donde la Teoría de Campo de Kurt Lewin cobra relevancia.

Kurt Lewin, pionero en la psicología social, propuso la idea de que el comportamiento humano es una función del individuo y del entorno. Según Lewin, los comportamientos de los empleados están influenciados tanto por sus características como por el ambiente organizacional.



CUESTIÓN DE FUERZAS POSITIVAS



“Las palabras articuladas correctamente pueden hacer que alguien cambie de opinión, pueden alterar sus creencias. Tienen el poder de sacar a alguien del barrio más pobre y llevarlo al éxito. Pero también puedes destruir la felicidad de alguien tan sólo con tus palabras”.

Apenas un párrafo del imperdible discurso “El poder de las palabras” con el que Mohammed Qahtani ganó el campeonato mundial de oratoria en 2015.

Y vaya que las palabras de Qahtani impresionan. Y no sólo por lo que dice, sino por lo que le costó aprender a hablar así, porque según su biografía, este ingeniero saudí sufrió en su infancia de un tartamudeo paralizante, mismo que superó forzándose a enfrentar a este demonio hablando y hablando en público. Sin duda lo logró.

Este fantástico discurso me deja al menos 3 grandes lecciones.

PRIMERA: elige bien tus palabras.

“La elección puede ser la diferencia entre que el receptor acepte o rechace tu mensaje”.

Mohammed lo ilustra con una anécdota simpatiquísima. Su hijo de cuatro años tenía la mala costumbre de rayar las paredes de su cuarto. Un día que se lo encontró practicando su hobby favorito, Qahtani perdió los estribos: “¡Hey, hey, hey! ¿Eres estúpido? ¡¡¡No vuelvas a hacer esto nunca!!!”. Seguro adivinaste: lo hizo de nuevo la siguiente semana. Ja, ja, ja.

“A nadie le gusta que lo amenacen. A nadie le gusta que lo intimiden. El orgullo personal no lo permite”, advierte. Por supuesto.

Entonces el saudí cambió de táctica: “Querido, no lo hagas porque ya eres un niño grande”.

Ya eres un niño grande, con eso tuvo.

“Nunca lo volvió a hacer. Bastó el orgullo de ya ser un ‘niño grande’”.

SEGUNDA lección: el tono y la entrega pesan.

“¿Por qué a nadie le importa el calentamiento global? Es un asunto serio que nos puede matar a todos”, se pregunta.

Y luego Qahtani imita a un científico hablando con un tono aburridísimo citando estadística compleja tras estadística compleja.

Exacto.

En la era de la hipercomunicación y las redes sociales la forma es tan importante como el fondo.

Y tristemente, los que comunican asuntos de fondo son muchas veces malos para la forma. Patéticamente, los que sí son buenos para comunicar son los superficiales y peor aún, los populistas.

TERCERA lección: las palabras del poderoso pesan más. “Si eres una persona admirada (o poderosa, digo yo) cualquier cosa que digas puede ser creída, todo lo que digas puede aceptarse como verdadero”, comenta. Y luego lo ilustra con una anécdota estremecedora. Su amigo Nasser amaba a su padre, era su ídolo: “hacía hasta lo imposible para hacerlo feliz”, explica. Pero el señor era de esos

tipos duros muy difíciles de impresionar: “Nasser intentaba e intentaba, pero año tras año fracasaba”.

El primer año de Universidad, Nasser sacó 100 de promedio. Emocionado, le llamó a papá: “¡Papá, me saqué 100! ¿Estás orgulloso? Dime que sí”.

“Hijo, te llamo de regreso, estoy ocupado”.

Fue la gota que derramó el vaso, cuenta Qahtani. Nasser empezó a tomar y a usar drogas.

“¿Por qué Nasser? ¿Por qué?”, le preguntó un día el saudí.

“Si no le importa a la única persona en el mundo que me importa, ¿por qué me debe importar mi vida?”. Unos años más tarde, Mohammed recibió una llamada: Nasser yacía en el hospital víctima de una sobredosis.

“Lo vi en la cama y la máquina estaba: beep, beep, beeeeeeep y silencio. Los doctores intentaron revivirlo, pero murió”.

Su conclusión es matona:

PALABRAS PODEROSAS

“una sola palabra podía haber salvado su vida”. Una sola palabra dicha por la persona adecuada en el momento adecuado. Totalmente.

“Las palabras tienen poder. Las palabras son poder. Las palabras pueden ser tu poder. Puedes cambiar una vida, inspirar a tu país y hacer de este mundo un lugar maravilloso”. Aquí te va entonces un nuevo propósito: cuidar nuestras palabras, lograr que alienten y no que maten. Que nuestras palabras en 2025 pesen para bien. ¡Amén!

Posdata. Bien hasta ahora las respuestas y tono de Sheinbaum frente a Trump. Urge (¿quizá ya lo están haciendo?) trabajar contactos con los “implementadores” del equipo de Donald. Ahí puede haber acuerdos, más de razón y menos estridencia.

EN POCAS PALABRAS. “Cuando hables trata que tus palabras sean mejores que el silencio”.

Proverbio árabe.



Por: **Jorge A. Meléndez** / Agencia Reforma

Licenciado en Economía. Director de Proyectos Especiales para Grupo Reforma / @jorgemelendez



Imagínate entrar a una oficina impecable cada mañana, con los sistemas funcionando sin fallos y con cada detalle en su lugar. ¿Quién mantiene ese orden? ¿Quién se asegura de que los correos lleguen a tiempo, que los reportes se presenten sin errores y que las reuniones fluyan sin problemas? La respuesta suele ser una constelación de personas cuyo trabajo es esencial, pero rara vez reconocido. Esto es lo que se conoce como invisibilidad laboral: el fenómeno en el que ciertas tareas, aunque críticas para el funcionamiento de una organización, no son

puede tener consecuencias profundas en la motivación, la equidad de género y la eficiencia organizacional.

Ser invisible en el contexto laboral

No es un concepto nuevo. Como mencionan los escritores Adrian Gostick y Chester Elton, cuando las personas sienten que su esfuerzo no es visto, la motivación cae y la innovación se detiene. Este fenómeno está presente en distintos sectores y niveles. Desde asistentes administrativos que sostienen la operación diaria hasta bibliotecarios que facilitan

INVISIBILIDAD LABORAL:



Por: **MPO. Jennifer Amozorrutia**

Experta en cultura y ambiente laboral

jamozorrutia1@gmail.com / [@jenn_amz1](https://twitter.com/jenn_amz1)

valoradas ni recompensadas adecuadamente.

La idea de que cada colaborador es una pieza clave en el engranaje organizacional ha ido ganando terreno en los últimos años. Sin embargo, aún persisten estructuras y paradigmas que dejan en la sombra a quienes realizan funciones fundamentales, pero poco visibles. Y el problema no es sólo de percepción: esta falta de reconocimiento

investigaciones sin recibir crédito, la invisibilidad laboral atraviesa industrias y jerarquías.

Además, los estudios han demostrado que las mujeres tienen más probabilidades de ser “no vistas”, lo que limita sus oportunidades de ascenso y reconocimiento. Muchas de estas tareas invisibles –gestión de equipos, soporte técnico, organización de información o resolución de



conflictos– son esenciales para el funcionamiento de una empresa, pero rara vez se reconocen formalmente.

Las consecuencias no sólo afectan a quienes realizan estas tareas, sino a toda la organización. Desde la desmotivación y el estrés hasta la falta de crecimiento e innovación, ignorar el trabajo invisible tiene un alto costo en la cultura laboral.

Hacer visible lo invisible

Para construir una cultura organizacional más equitativa y efectiva es necesario dar visibilidad y valor a todas las contribuciones

LO QUE NADIE “VE”, PERO TODOS NECESITAN

dentro de la empresa, independientemente de la función o el nivel jerárquico. Todos los engranes son importantes para que la organización pueda funcionar. Algunas estrategias incluyen:

- **Conocer a fondo al equipo y su impacto.** Los líderes deben entender qué hace cada persona y por qué es importante.
- **Comunicar claramente la contribución de cada rol.** Saber cómo el trabajo individual aporta al éxito del equipo da un sentido de propósito.
- **Fomentar el reconocimiento continuo.** No basta con programas institucionales; valorar el esfuerzo en el día a día hace la diferencia.
- **Revisar estructuras jerárquicas y compensaciones.** Es clave garantizar que el reconocimiento llegue a todas las posiciones, no sólo a las más visibles.
- **Impulsar una cultura de meritocracia.** Evaluaciones de desempeño y planes de carrera deben aplicarse en todos los niveles.
- **Abrir espacios de diálogo.** Preguntar al equipo qué tareas sienten que no se valoran ayuda a mejorar la motivación y el ambiente laboral.

El reto de la invisibilidad laboral no es sólo un tema de equidad, sino de estrategia organizacional. Empresas que reconocen el valor de todas las funciones tienden a ser más innovadoras, retienen mejor el talento y construyen culturas laborales más saludables.

El reconocimiento no es algo deseable, sino necesario. En un mundo donde la colaboración y el talento son la verdadera ventaja competitiva, hacer visible lo invisible es la clave para el éxito organizacional.



A menudo se cree que la inclusión financiera y la bancarización son lo mismo, pero basta con mirar la realidad de América Latina para darnos cuenta de que no es así. Tener una cuenta bancaria no garantiza que una persona esté integrada al sistema financiero. Millones de latinoamericanos siguen dependiendo del efectivo, ya sea por falta de confianza en las instituciones financieras, desconocimiento de los servicios bancarios o porque los productos disponibles no encajan con su día a día.

La verdadera inclusión no significa dar acceso a una cuenta bancaria, sino lograr que las personas aprovechen de forma continua los servicios financieros. Aquí es donde se marca la diferencia entre una estrategia transaccional y una relacional. Mientras que la primera se enfoca en la captación masiva de clientes, la segunda apunta a la fidelización, ofreciendo productos diseñados para mejorar la vida de los usuarios.

Según estudios de Americas Market Intelligence y Mastercard, la pandemia por COVID-19 aceleró la bancarización en América Latina: más de 40 millones de personas entraron al sistema financiero gracias a subsidios gubernamentales digitales en algunos países, sin embargo, muchas de estas personas retiraron su dinero en efectivo inmediatamente, sin utilizar otros servicios financieros.

El problema no es sólo estructural, sino de percepción y experiencia del usuario. Para muchos, los bancos siguen siendo instituciones distantes, con barreras de entrada como costos elevados, largos trámites y productos que no responden a sus necesidades. Aquí es donde la tecnología financiera (fintech) ha cambiado las reglas del juego. Las fintech han innovado con soluciones ágiles y centradas en el cliente, desde billeteras digitales hasta métodos de pago en tiempo real.

América Latina tiene una enorme oportunidad por delante: el 49% de la población aún no tiene cuenta bancaria, pero no podemos hablar de la región como un mercado homogéneo. Las necesidades varían según el segmento de la población. Los jóvenes en su primer empleo requieren soluciones de ahorro y crédito flexibles que se adapten a su nivel de ingresos y estabilidad laboral. Las microempresas, como las tiendas de barrio, necesitan herramientas de financiamiento y pago



INCLUSIÓN FINANCIERA VS. BANCARIZACIÓN: ¿QUÉ NECESITA REALMENTE LATINOAMÉRICA?



Por: **Yesenia Becerril**

Estratega de negocios B2B, Maestra en Dirección de Mercadotecnia

[yeseniabecerril](#)

digital accesibles para ser más competitivas sin aumentar costos operativos.

Los oficios tradicionales y los trabajadores informales representan otro gran reto; albañiles, electricistas, carpinteros y vendedores ambulantes suelen manejar sus ingresos en efectivo y carecen de acceso a productos financieros diseñados para su realidad laboral. Sin herramientas de ahorro, crédito o seguro, estos trabajadores enfrentan una vulnerabilidad económica significativa. Las fintech están reduciendo la brecha de financiamiento, ofreciendo soluciones innovadoras para estos segmentos.

Las fintech están trabajando con bancos tradicionales, gobiernos y empresas para ampliar su impacto. El sector empresarial también juega un papel clave, pues las grandes compañías, especialmente las que operan en sectores estratégicos como la minería, la manufactura y la agroindustria, pueden facilitar el acceso a productos financieros para sus trabajadores, proveedores y comunidades locales. A través de alianzas con fintech y bancos, las corporaciones pueden reducir las barreras de acceso y fomentar una cultura de ahorro e inversión en sus ecosistemas laborales.

Desde el marketing financiero, el reto no sólo es ampliar la oferta, sino hacerla relevante para cada nicho de mercado. ¿Cómo logramos que el cliente vea el beneficio y el valor en mantener su dinero en una cuenta digital en lugar de retirarlo en efectivo? La respuesta pasa por educación financiera, conectividad, incentivos estratégicos y una

experiencia de usuario eficiente y confiable. Además, es fundamental abordar las brechas generacionales. Mientras que los jóvenes muestran una alta predisposición a utilizar billeteras digitales y neobancos, los adultos mayores prefieren el efectivo y las interacciones presenciales. La estrategia debe contemplar no sólo la digitalización, sino la creación de puntos de acceso físicos y mecanismos de asistencia personalizada para estos grupos.

La inclusión financiera no es sólo una cuestión de acceso, sino de transformación de hábitos. Para lograrlo, el ecosistema financiero de América Latina debe apostar por una narrativa centrada en el usuario, donde la tecnología no sea un fin, sino un medio para empoderar económicamente a millones de personas.

América Latina necesita una visión de inclusión financiera que vaya más allá de la bancarización. La clave no está en abrir cuentas, sino en diseñar un ecosistema financiero que sea accesible, confiable y útil para todos.



CULTURA FAMILIAR EN LOS NEGOCIOS:

Imaginemos una casa antigua, construida con materiales sólidos y decorada con recuerdos de generaciones pasadas. Su estructura es firme y su esencia permanece inmutable con el tiempo, pero, para seguir siendo un hogar funcional, necesita ajustes y adaptaciones. Así ocurre con muchas empresas familiares en Latinoamérica, donde la cultura organizacional se edifica sobre los valores del fundador, transmitidos como un legado a sus descendientes y empleados. Sin embargo, esta estabilidad puede convertirse en un freno, si no se permite la evolución natural del entorno empresarial.

El valor de una empresa con raíces familiares

Las empresas con valores familiares destacan por su sentido de pertenencia y compromiso. Para los empleados, esto se traduce en estabilidad laboral, confianza y un ambiente donde la cercanía y la lealtad son primordiales. El liderazgo, generalmente heredado, fomenta una cultura de protección y cuidado hacia los colaboradores, quienes muchas veces son tratados como una extensión de la familia.

Este enfoque contribuye a la retención del talento, pues los empleados se sienten valorados. Además, la toma de decisiones suele basarse en principios éticos, creando un entorno más humano. La transmisión de conocimientos entre generaciones fortalece la identidad de la empresa y su continuidad en el tiempo.

El lado complejo de la gestión patriarcal

Sin embargo, esta estructura puede volverse un obstáculo cuando la visión del fundador se convierte en la única guía y cualquier intento de innovación enfrenta resistencia con el argumento de que “así ha funcionado siempre”. Esta rigidez impide la evolución y frena la adopción de estrategias competitivas.

La confianza sobre la meritocracia también es un reto. Es común que decisiones clave recaigan en familiares o allegados sin basarse en competencias, lo que desmotiva a empleados externos y puede provocar la pérdida de talento valioso. Además, el problema de estancamiento no siempre proviene de la cabeza de la empresa, sino de quienes la rodean. Algunos empleados de confianza,

ES ESENCIAL RESPETAR LA TRADICIÓN,

SIN PERDER DE VISTA EL FUTURO

¿IMPULSO O BARRERA PARA EL CRECIMIENTO?



Por: **LC. Héctor Daniel Ramos Gómez**

Comunicólogo apasionado por la realización audiovisual, la docencia y el marketing aplicado
hdrdistribucion@gmail.com

con años en la organización, creen que piensan como el fundador y actúan como filtro, frenando iniciativas con frases como “no le va a gustar” o “eso ya se intentó y no funcionó”.

En algunas empresas, los valores familiares influyen en la cultura laboral hasta el punto de adoptar creencias religiosas en su calendario corporativo. Esto puede generar cohesión, pero también excluir a empleados con diferentes perspectivas o creencias.

Balance entre tradición y evolución

Si trabajas en una empresa con valores familiares o estás por ingresar a una, es clave conocer su cultura y prepararte para adaptarte a ella. Estas empresas ofrecen estabilidad y un fuerte sentido de identidad, pero pueden presentar retos en términos de jerarquía y flexibilidad.

Para tener una buena experiencia, comprende la historia y los valores de la organización. Alinear tus expectativas con su forma de operar facilitará tu integración. También es clave fomentar una comunicación abierta con los líderes, ya que suelen valorar la lealtad y la iniciativa.

Si encuentras resistencia al cambio, presenta ideas innovadoras de manera progresiva y con argumentos sólidos, mostrando cómo benefician tanto a la empresa como a su legado. La paciencia y la construcción de relaciones de confianza son esenciales.

Para los líderes, el reto es equilibrar valores familiares con evolución. La profesionalización de la empresa mediante procesos claros, evaluación objetiva del desempeño y apertura a nuevos modelos de gestión garantizará su competitividad sin perder esencia.

En conclusión, una empresa con raíces familiares puede ser un espacio enriquecedor y estable, pero necesita adaptarse al mundo moderno. La cultura organizacional no debe ser una barrera, sino una base sólida para evolucionar. Como en una familia bien equilibrada, la clave está en respetar la tradición, pero con la mirada puesta en el futuro. **S**



Tras más de 30 años de consultor, emprendedor y profesor, ha sido ilustrativo –y a veces doloroso– apreciar la función que tiene el marketing en las organizaciones. Infelizmente, las veo usualmente despistadas de la importancia del marketing y que usualmente lo equiparan a “investigación de mercados o publicidad”. Esto es una tragedia estratégica.

Digo que es una tragedia estratégica porque la estrategia, para que sea relevante y se mantenga vigente, tiene que ser mercado-céntrica y cliente-céntrica; de afuera para adentro. La validación



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

y la relevancia son determinadas por el mercado, y este es justo el terreno del marketing.

Hoy en día, estamos en un escenario de mercado de compradores, donde la oferta tiende a ser mayor que la demanda y, por ende, los clientes gozan de mucha oferta y variedad.

La industria automotriz puede funcionar como ejemplo: primero fueron los norteamericanos, con su icónico Modelo T de Ford. Le

siguieron General Motors, Chrysler y otros. Aparecen los japoneses, con Toyota y Honda a la vanguardia; le siguen Mazda y Nissan y les roban participación a los norteamericanos. Los alemanes, con su tradición de Mercedes, Audi, BMW, se apalancan en ciertos nichos. Los coreanos se pulen y Kia y Hyundai se meten a fondo a la pelea.

Musk, el gran disruptor, posiciona a Tesla como “lo que viene” y a pesar de sus vaivenes y su compor-

tamiento errático, el valor de capitalización de Tesla rebasa con creces a los de sus competidores.

Se insertan los chinos. Tras burlarse Musk de BYD en sus inicios, la compañía china vende más autos eléctricos que Tesla. BYD luce imparable también en híbridos y autos de combustión.

En el escenario arriba descrito, la compañía que mejor sirva a su mercado meta elegido llevará las de ganar. El corolario: si todos

los competidores van por los mismos clientes, con los mismos productos y servicios, de la misma manera, nadie va a ganar dinero.

El valor migró de la maquinaria a la captura del cliente final; ahora es un tema de propiedad intelectual, de dominancia del canal, de diseño, de estrategia de marca y de captura y análisis de datos de clientes finales.

Dejo aquí algunos apuntes de marketing.

1. Hay dos grandes rubros en el marketing: el Estra-

tégico y el Táctico. El primero se ocupa de “por qué, qué y dónde”, el segundo de “cómo, cuándo y quién”.

2. Marketing estratégico explora y detecta oportunidades; define los segmentos meta, los canales, la propuesta de valor, el capital de marca, la comunicación interna y externa, la alineación organizacional y la medición.

3. Marketing táctico u operativo se enfoca a la explotación de oportunidades. Aquí entran las 4 P’s (precio, producto, plaza, promoción) y el marketing mix.

Aquí se aterriza el “cómo, cuándo y a quién”.

4. Marketing complementa a ventas. Ventas se preocupa por el hoy; marketing, por la venta de mañana. El buen marketing “hace que te compren”.

5. Marketing cultiva el capital de marca y el capital de clientes.

6. Marketing es una orientación y una actitud. Las compañías exitosas son las que tienen un cuerpo directivo enfocado al mercado.

7. Marketing tiene que oler la calle, tocar al consumidor y ver a los ojos al competidor. Los números, bases de datos e inteligencia de negocios son necesarias, pero nada suple la exposición directa al campo. El mercadólogo de escritorio tiende a ser un individuo peligroso.

8. Marketing se potencia con la Inteligencia Artificial. Los eficientistas, los que viven en la época del fabricante, dejarán ir oportunidades gigantes por no orientar los esfuerzos de IA a crecer ventas, márgenes, participación de mercado, y al conocimiento íntimo, dinámico e incremental de clientes.

9. Marketing reconoce el misterio del mercado. Frente al mercado: la humildad y mini-experimentación constante.

Marketing es diseño y seducción, ventas es ejecución y persuasión.



CONTRATACIÓN DE PERSONAL

CUANDO HAY VACÍOS LABORALES,



Por: **MI. Patricia Meraz Salinas**
Planeación estratégica
patricia.meraz.salinas@strategamagazine.com

Se dice que existe un vacío laboral cuando una persona tiene un periodo de inactividad en su carrera profesional. Para los reclutadores puede considerarse indicador de algún problema, sin embargo, en un entorno dinámico estos vacíos ofrecen una perspectiva amplia sobre la experiencia y la resiliencia de un candidato.

¿Por qué existen los vacíos laborales?

Antes de descartar automáticamente es importante conocer las razones por las cuales el candidato en cuestión presenta periodos de inactividad en su currículum, algunas de ellas pueden ser voluntarias, otras no:

- **Estudios o formación complementaria:** algunos

deciden poner una pausa a su carrera profesional para continuar con su educación; hay ciertos posgrados y certificaciones que requieren dedicación de tiempo completo.

- **Emprendimiento o freelance:** para desarrollar negocios propios, creación de *start-ups* o voluntarios, entre otros.

- **Responsabilidades familiares o personales:** esta situación es más común de lo que creemos, ya sea por maternidad, paternidad, cuidado de enfermos o cuestiones similares.

- **Desempleo por crisis económicas o reestructuraciones:** buscar empleo implica

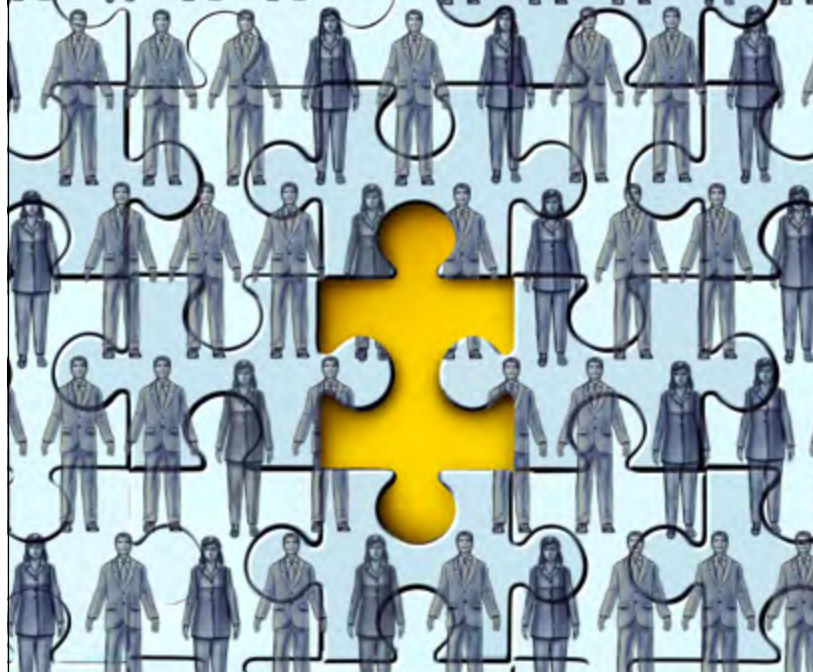
tiempo, tener una metodología y uso de herramientas, entre otros.

- **Problemas de salud:** ya sea el haber pasado por una enfermedad grave y su recuperación, o por problemas mentales y emocionales.

Cada caso es único y para tomar la mejor decisión se debe realizar una evaluación inteligente del candidato.

Más que un riesgo, contratar personas con vacíos laborales puede significar una ventaja competitiva, pues suelen ser candidatos que demuestran su adaptabilidad, valoran más su trabajo, y cuentan con mayor resiliencia y compromiso.

¿RIESGO U OPORTUNIDAD?



HEADHUNTING & TRAINING

perfill



HEADHUNTING

RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

CAPACITACIONES Y CURSOS

CUMPLIMIENTO DE LA NOM-035



CONTÁCTANOS

Y CRECE TU NEGOCIO



www.perfill.mx

elizabeth.garcia@perfill.com.mx

☎ 442 607 45 38



PODER ECONÓMICO DE LOS



Por: **DA. José Ramón Álvarez González**
Desarrollador de negocios, especialista en comercio exterior y logística / ramonalvarezslp@gmail.com

En las últimas décadas, la comunidad latina ha emergido como una fuerza económica relevante en Estados Unidos y no se diga con la decisión de regresar a un presidente. Los más de 65 millones de hispanos residiendo en el país —que representan más del 19% de la población estadounidense—, generan un impacto notable en diversas industrias, desde el sector del consumo hasta el de los negocios. Su creciente poder adquisitivo es un reflejo no sólo de su integración en el mercado laboral, sino también de la influencia cultural y demográfica que ejercen. Veamos los sectores en donde demuestran su poderío.

En lo que respecta a la capacidad de compra, los hispanos en Estados Unidos desempeñan un papel fundamental. Según un estudio realizado por el Selig Center for Economic Growth, en 2022, la capacidad de compra de la comunidad latina alcanzó los 2.8 billones de dólares, lo que representa un aumento notable en comparación con años anteriores. Este

impresionante nivel de gasto la posiciona como la séptima economía a nivel mundial, si se les considera como una nación independiente. Además, un estudio de la Universidad de California en Los Ángeles revela que su contribución económica asciende a 2.75 billones de dólares al año. Este panorama se refleja en el aumento de las remesas que se envían a México cada año. Las empresas han llegado a invertir más de 10 mil millones de dólares en publicidad dirigida a este grupo, destacando valores culturales y lingüísticos. Los hogares latinos, que gastan proporcionalmente más en productos y servicios, benefician sectores como alimentos, vehículos y entretenimiento. Ejemplos incluyen campañas culturales de Procter & Gamble, anuncios en español de Toyota y celebraciones del mes de la herencia hispana por parte de Target.

En el sector empresarial, los hispanos han demostrado un dinamismo significativo. Según información del Departamento de Comercio de los Estados Unidos,

existen más de 4.7 millones de negocios de propiedad hispana, que generan alrededor de 800 mil millones de dólares al año. Estas compañías se encuentran en numerosos campos, que van desde la construcción hasta las finanzas, y son esenciales para la generación de empleos, particularmente en comunidades hispanas.

En el ámbito del empleo, los latinos representan una parte significativa de la fuerza laboral en Estados Unidos, constituyendo aproximadamente el 20% del total de trabajadores en 2023, según la Oficina de Estadísticas Laborales. Su participación es especialmente destacada en industrias como la construcción, donde representan el 30%, y la agricultura, con un 40%, sectores en los que tradicionalmente han tenido una fuerte presencia. Sin embargo, están ganando terreno en áreas de mayor especialización y crecimiento, como la tecnología y los servicios profesionales, lo que refleja una

LATINOS EN ESTADOS UNIDOS

diversificación en las oportunidades para esta comunidad. Este aumento no sólo impulsa el desarrollo económico del país, aportando mano de obra esencial y habilidades técnicas, sino que también evidencia un avance en la capacitación y el acceso a empleos mejor remunerados, que amplían las perspectivas económicas y sociales de los trabajadores latinos.

El poder político latino continúa siendo notable, no sólo por su creciente representación, sino por su influencia en temas de política pública y su capacidad para movilizar cambios electorales significativos en el panorama político estadounidense. Pete Aguilar, de origen mexicano, es uno de los principales líderes de los demócratas en la Cámara de Representantes, actualmente ocupando el puesto de presidente del Caucus Demócrata. Alex Padilla es el primer latino en representar a California en el Senado, un estado con una gran población hispana. Michelle Lujan,

gobernadora de Nuevo México, es una de las figuras latinas más prominentes a nivel estatal y defensora de políticas progresistas en salud y educación. En estados como Nevada, Arizona, Texas y Florida, el voto latino ha sido decisivo en elecciones presidenciales y legislativas, tal y como se pudo observar en el regreso del presidente actual.

Por esta razón, a pesar de los obstáculos como la desigualdad salarial y el acceso limitado a educación y servicios financieros, la comunidad hispana en Estados Unidos tiene una influencia económica creciente, con un poder de compra en aumento, mayor creación de negocios y un rol clave en el mercado laboral. Esfuerzos gubernamentales y privados, como programas de formación laboral y financiamiento para emprendedores, buscan reducir estas brechas, fortaleciendo su impacto en la economía nacional, cuyo desarrollo seguirá beneficiándose de su valiosa contribución.



“Debes pagar impuestos, pero ninguna ley dice que debes dejar propina”.
Anuncio de Morgan Stanley

Claro que la función del SAT es cobrar impuestos. Está bien que lo haga, pero cobrar dos veces el IVA por la misma operación es un abuso. Esto es, sin embargo, lo que quiere hacer con las empresas maquiladoras que realizan operaciones con pedimento V5. A pesar de que un fallo del Pleno Regional en Materia Administrativa de la Región Centro-Norte, el 5 de octubre de 2023, “puso fin a la controversia que existía entre diversos tribunales colegiados y de circuito”, como señaló entonces la consultora Deloitte, el SAT logró revivir el tema y llevarlo a la Suprema Corte.

El SAT sostiene que las maquiladoras han hecho un “engaño” por decir que han exportado productos manufacturados en México para reimportarlos para su venta en el país cuando el producto ha permanecido todo el tiempo en territorio nacional. Pero tan no es un engaño que han utilizado para estas operaciones los pedimentos de clave V5, documentos oficiales que permiten precisamente la exportación y reimportación virtual de productos.

Las maquiladoras reciben insumos del extranjero, a los que no se cobran aranceles, y exportan el producto terminado también sin pago de impuestos. En algunos casos, empero, reimportan cantidades pequeñas para el mercado nacional, lo cual permite a los consumidores mexicanos tener acceso a productos de mejor calidad a un menor costo.

EL SAT ASEGURA QUE LAS
MAQUILADORAS NO HAN
SIDO HONESTAS Y DEBEN
IMPUESTOS

Antes, la reimportación se hacía de manera física de dos posibles maneras. El producto se sacaba del país y, a poca distancia, se hacía una “vuelta en U” para regresarlo a México. Otra opción era depositar los productos en “recintos fiscalizados” en territorio nacional de los cuales salían ya como “importaciones”. Los dos procedimientos eran costosos y engorrosos. Por eso la Secretaría de Economía ideó los pedimentos V5 para la exportación y reimportación virtuales. Era una “ficción jurídica”, cierto, pero beneficiaba a todos. Los productos pagaban IVA al venderse a las empresas que se harían cargo de su distribución y comercialización en México.

sólo genera costos innecesarios”. También cobrar dos veces IVA al mismo producto.

Un abogado de una empresa que me pide el anonimato señala, por otra parte, que “si la Suprema Corte decide que es legal el doble IVA, se abre la puerta para que el SAT pueda generar nuevos tributos por reglas y no el Congreso por leyes”. Además, se deja de lado un fallo del Pleno Regional “que había sentado jurisprudencia”.

Es falso que las maquiladoras hayan querido engañar al SAT. Actuaron de buena fe, con documentación oficial y siempre reportaron sus operaciones. Una decisión

DOBLE COBRO DE IVA



Por: **Sergio Sarmiento** / Agencia Reforma

Titular de programas de radio y televisión. Premio Antena por la CIRT.

@SergioSarmiento

El SAT, sin embargo, no está satisfecho con cobrar el IVA una sola vez. Pretende aplicarlo en la importación y luego otra vez en la enajenación. Y no sólo eso. Afirma que todas las operaciones hechas al aval de los pedimentos V5 son un engaño, a pesar de que siempre se han reportado a las autoridades. Exige cobrar el segundo IVA, pero con recargos, multas y actualizaciones, para obtener 44,600 millones de pesos. Sería un golpe brutal para muchas empresas.

“Las maquiladoras no quieren afectar la recaudación del SAT”, me dice Carlos Espriu de Tetakawi, un grupo de empresas que ofrecen servicios de apoyo (*shelter*) a maquiladoras. “Si la ley está mal, que la cambien. Pero sacar la mercancía del país o meterla en un recinto fiscalizador

de la Corte que permita el doble cobro del IVA sería un golpe fuerte para estas empresas, pero también para la certidumbre jurídica en el país. El problema es que tenemos una Corte que se inclina cada vez más por emitir fallos por consideraciones políticas y no por el criterio de que “la ley es la ley”.

Trump y AMLO

Donald Trump quiere gobernar con decretos inconstitucionales, como el que niega la nacionalidad estadounidense a los nacidos en Estados Unidos de padres indocumentados, pero luego se queja de que los jueces otorgan suspensiones. Su comportamiento recuerda mucho el que vimos en México con López Obrador.



En un mundo donde la inteligencia artificial redefine nuestras decisiones cotidianas, el amor no escapa a su influjo. La ciencia genética, combinada con algoritmos avanzados, está revolucionando la forma en que elegimos pareja. ¿Es esto un avance o un atentado contra la naturaleza humana?

La selección de pareja mediante pruebas genéticas y predicción de compatibilidad de ADN ya no es ciencia ficción: empresas biotecnológicas como GenePartner y Pheramor ofrecen servicios que analizan el ADN en busca de compatibilidad inmunológica y atracción bioquímica. En un estudio de 2018, GenePartner afirmó que la compatibilidad genética puede aumentar la satisfacción en las relaciones hasta en un 15%.

La historia de la evolución humana se ha basado en un proceso de selección natural, donde el instinto, el azar y el contexto social desempeñan un papel crucial. Como en todo, tenemos dos bandos, mientras los defensores argumentan que la compatibilidad genética

podría disminuir la tasa de divorcios y reducir enfermedades hereditarias, los contrarios a este método siguen viendo la propuesta como una violación a las bases convencionales. Desde la parte más práctica, la alineación genética no es una idea descabellada: un estudio de la Universidad de Uppsala reveló que las parejas con sistemas inmunológicos complementarios tenían un 20% menos de probabilidades de separarse.

El uso de la inteligencia genética en la selección de pareja abre un debate en el campo del derecho y la bioética. ¿Debe existir regulación sobre el acceso y uso de datos genéticos en relaciones interpersonales? La Convención de Oviedo sobre Derechos Humanos y Biomedicina subraya la necesidad de proteger la información genética de los individuos, pero en la práctica la comercialización de estos datos podría dar paso a discriminaciones basadas en el ADN. El Artículo 14 del Reglamento General de Protección de Datos de la Unión Europea (GDPR) impone restricciones sobre

el procesamiento de información genética, lo que podría poner límites a la expansión de estos servicios. En países con regulaciones más laxas como Estados Unidos, este tipo de tecnologías podría proliferar sin un marco ético adecuado. No sorprende que Silicon Valley vea en el ADN la próxima gran oportunidad de negocio.

Más allá de lo legal, la selección de pareja mediante ADN podría reconfigurar las estructuras sociales. Si la compatibilidad genética se convierte en el estándar de selección, el amor espontáneo y las historias de encuentros fortuitos podrían quedar relegadas a un segundo plano. De seguir así, una nueva brecha social está asegurada: quienes pueden pagar por estos servicios tendrán acceso a parejas "genéticamente compatibles", mientras que aquellos que no puedan costearlo seguirán con el

¿QUÉ PASA CUANDO ELEGIMOS PAREJA CON

modelo tradicional. Dentro de este artículo sería imposible dejar pasar el fenómeno "China", un ecosistema en el que han surgido plataformas de citas que incluyen análisis de ADN como criterio de búsqueda, convirtiendo un derecho universal como es el amor en un producto de lujo, el nuevo "love premium".

La intersección entre el ADN y la IA transformará la forma en que percibimos las relaciones humanas. *Grand View Research* publica en sus últimos reportes que la industria de la genómica personal alcanzó un valor de 8.2 mil millones de USD en 2023, proyectándose a una tasa compuesta anual del 14.4% hasta 2030.

Empresas como 23andMe y AncestryDNA han evidenciado la utilidad que refleja el interés en el análisis genético para múltiples propósitos, incluida la compatibilidad de pareja.

El factor más impredecible en este modelo sigue siendo la naturaleza humana, estudios de la Universidad de Stanford han señalado que 63% de las parejas que inician relaciones en línea terminan en menos de seis meses, lo que sugiere que la tecnología no ha desafiado la fórmula del amor

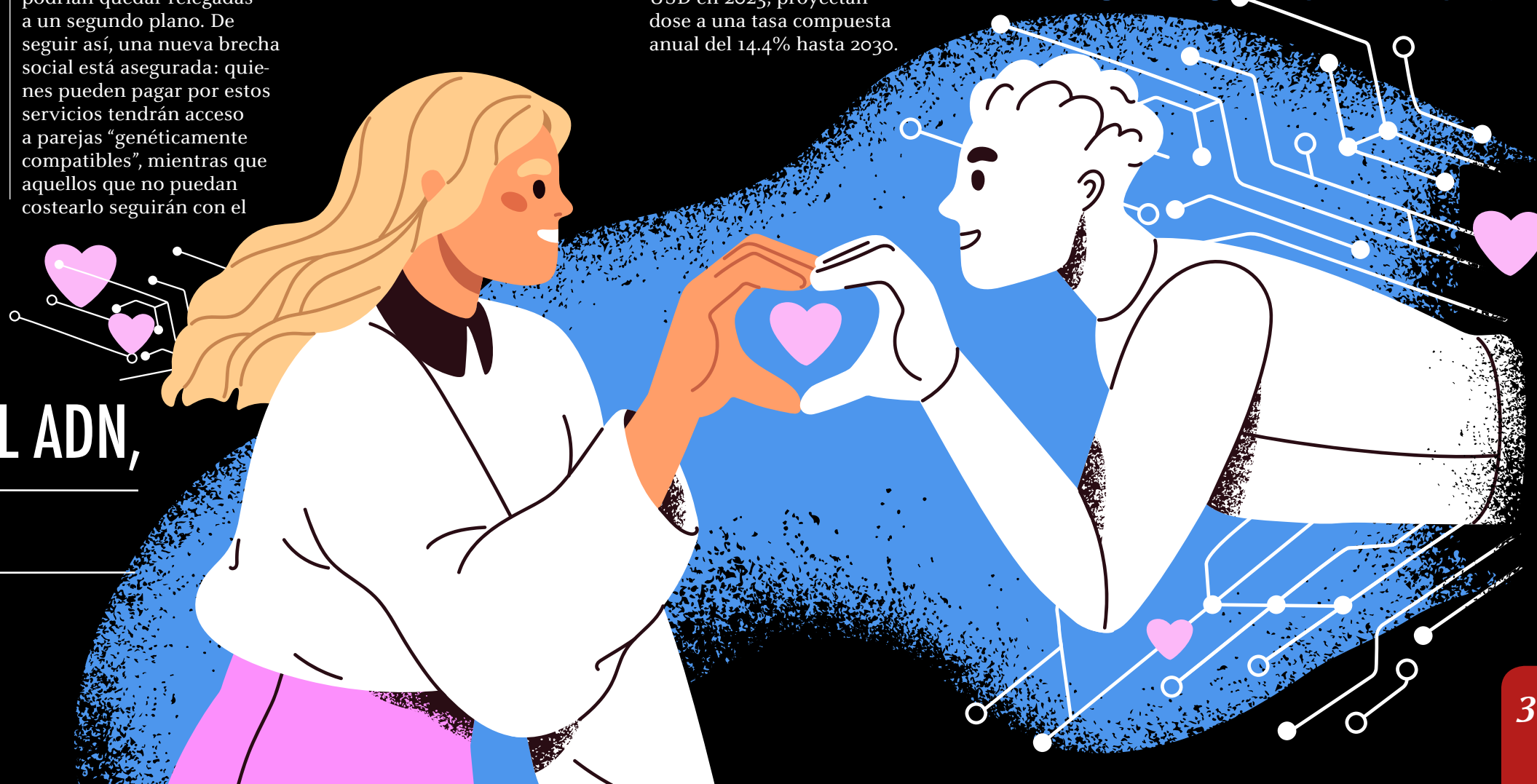
duradero. En Japón, donde la tasa de natalidad ha caído a 1.3 hijos por mujer, el gobierno ha invertido en algoritmos de IA para fomentar relaciones exitosas y combatir el envejecimiento poblacional, sin lograrlo hasta la fecha. En un mundo cada vez más automatizado, el verdadero lujo será encontrar el amor de manera espontánea, sin necesidad de un análisis de compatibilidad genética, seguramente usted piensa lo mismo, o ¿será que pasará a ser uno más de la "statistics of love"? **S**

INTELIGENCIA GENÉTICA?

EL AMOR DESPUÉS DEL ADN,



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





Diseñar política pública no es sencillo, es una ardua tarea con pasos que parecen muy simples y claros; podrían serlo si se escriben y se cree que son lineales. Lo cierto es que es mucho más complejo y difícil de lo que parece. Aun así, todos tenemos una opinión al respecto, nos encanta decir que se debe hacer esto o aquello y no tenemos inconveniente alguno en señalar que los recursos deberían usarse en otra cosa.

En otras ocasiones he señalado que una de las partes esenciales del diseño de política pública es la problematización. También he apuntado a que los problemas *per se* no existen, sino que se construyen y, como tal, lo hacemos de acuerdo con las ideas que tenemos, la cosmovisión, el enfoque, los lentes con los que vemos la llamada “realidad”.

Traigo todo esto a cuento porque lo que hoy quiero discutir es el hecho de que las ideas y estos lentes con los que vemos la realidad no sólo afectan el cómo construimos un problema, sino también la solución y el horizonte temporal bajo el que va a operar.

Hay muchos factores, además de esto, por los que es muy común que la política pública no tenga el efecto que esperábamos y no logre abonar a la solución de lo que consideramos como el problema.

Solemos pensar en soluciones de corto plazo, cuando mucho logramos ver a una temporalidad media. Tenemos una especie de miopía del problema público.

Por supuesto que sería poco realista decir que basta con la voluntad de pensar en otro horizonte temporal para hacerlo. Una estrategia para trabajar en disminuir esa miopía es ver las cosas de manera sistémica.

Hay que entender que los recursos presupuestales son extremadamente limitados (incluso en un mundo ideal donde no hay

escenarios de corrupción), además de esto, el tiempo juega casi siempre en contra.

Con el punto anterior me refiero a que las gestiones (sean municipales, estatales o federales) son cortas para poder “resolver” algo. En este punto se conjuga el hecho de que la política pública y la política (como el juego de poder) se relacionan de manera muy estrecha, aunque a veces no queramos reconocerlo.

VIVIMOS CON, MIOPIA:



SI HABLAMOS DE
POLÍTICAS PÚBLICAS,
ES MOMENTO DE BUSCAR
MEDIOS PARA GENERAR
IMPACTO Y ATENCIÓN
INTEGRAL



Por: **MAPPP. Samantha Aurora Acosta Cornu**
Economista, maestra en Asuntos Políticos y Políticas Públicas,
docente y doctorante / samantha.acosta@uaslp.mx

Los intereses políticos y económicos se van colando en la agenda de política pública y, aunque a veces podemos hablar de “proyectos políticos” de largo alcance y de visión amplia, es cierto que en esos espacios las fichas se mueven con rapidez y suele haber enroques anticipados.

Entonces, parece justo decir que, con todas esas limitantes, pensar en el corto plazo es lo que se puede hacer para “avanzar” de alguna

manera. Trabajar con horizontes de tres, cinco o seis años es la mejor opción cuando la incertidumbre política ronda.

Sin embargo, no se puede dejar de lado ni obviar el hecho de que es muy probable que estemos cayendo en estas prácticas más por confort que por el reconocimiento de las limitaciones presupuestales, de visión, negociación y proyección de trabajo.

Este es un buen momento para apostarle a ajustar la graduación de los lentes y generar soluciones de mediano y largo plazo que busquen impacto y atención integral de los problemas públicos. Esta “continuidad” del “proyecto de nación” puede ser el medio por el que empecemos a ver –de nuevo– políticas públicas de mayor alcance y continuidad; pero como siempre digo, habrá que ver. Con una problematización común, una visión sistémica y continuidad (y mayoría) política se deberían tener mejores resultados. **S**

No me quieren expedir una factura, recibí una factura que no reconozco, quiero realizar una cancelación o quiero aceptar la cancelación de una factura son algunas de las inquietudes que, como contribuyentes, alguna vez hemos experimentado y en esta ocasión te explicaremos qué hacer ante estas situaciones.

La Solicitud de Conciliación de Factura procede para los efectos de los artículos 29, primer párrafo y 29-A, penúltimo y último párrafos del Código Fiscal de la Federación, los contribuyentes podrán solicitar la

V. Le emitan algún CFDI por concepto de ingreso, egreso o pago, en donde no exista relación comercial con el emisor del comprobante.

VI. Requieran la cancelación de una factura y el receptor no la acepte, aun y cuando la cancelación sea procedente.

Si te encuentras en alguno de esos supuestos, debes solicitar el trámite a través del portal del SAT, captura la información solicitada en cada uno de los campos y elige el botón ENVIAR.

Algunos de los requisitos solicitados son:

En el caso de solicitar la emisión de una factura:	Tratándose de la solicitud de cancelación de un comprobante no reconocido, o bien ante la negativa de aceptación de una solicitud de cancelación:
1. Contar con el RFC y/o nombre o razón social del proveedor, y RFC del solicitante.	1. RFC del emisor y RFC del receptor.
2. Fecha de la operación.	2. Fecha de emisión del comprobante.
3. Monto del CFDI.	3. Folio Fiscal.

Una vez enviada la solicitud, el SAT realizará una revisión del caso, las instrucciones para el seguimiento serán enviadas a través del correo electrónico desde la dirección **solicituddefactura@sat.gob.mx** y podrás consultarlo en el portal con el número de folio asignado a tu solicitud.

Si una vez concluido el plazo de la conciliación no se ha generado o reexpedido la factura, o el receptor no acepta la cancelación de CFDI, según sea el caso, el trámite de conciliación se cerrará y se generará una denuncia, la cual se informará a través de correo electrónico.

En caso de que quieras realizar una solicitud de conciliación de factura o se te haya notificado alguna solicitud, no dudes en escribirme y con gusto te asesoraré.

CONCILIACIÓN DE FACTURAS ANTE EL



Por: **LD. Ibeth González Herrera**
 Abogada egresada del Instituto de la Judicatura Federal
ibeth.gonzalez@strategamagazine.com

intervención de la autoridad fiscal para que actúe como conciliadora y orientadora, cuando se ubiquen en alguno de los siguientes supuestos:

I. No les sea expedido el CFDI correspondiente a las personas que adquieran bienes, disfruten de su uso o goce temporal, reciban servicios o aquellas a las que les hubieran retenido contribuciones, aunque ya hayan solicitado la expedición del CFDI, o bien el CFDI carezca de algún requisito fiscal o existan errores en su contenido.

II. Les sea cancelado el CFDI de una operación existente sin motivo y no se expida nuevamente el CFDI correspondiente.

III. Realicen el pago de una factura y no reciban el CFDI de pagos correspondiente.

IV. Les emitan un CFDI de nómina y no exista relación laboral con el emisor del comprobante.





La reciente reforma judicial aprobada en 2024 y puesta en vigor en 2025 ha generado un debate en distintos sectores del país. Su impacto va más allá de la reestructuración del Poder Judicial Federal (PJF), pues alcanza áreas clave como el ámbito fiscal y tributario, donde empresarios y contribuyentes se verán afectados. La independencia judicial, la seguridad jurídica y el equilibrio entre la recaudación y los derechos de los contribuyentes son ahora temas de gran relevancia en un entorno que se vuelve cada vez más incierto para las empresas en México.

Imagina este escenario. Por inconsistencias u omisiones en tus declaraciones, por no hallarte en tu domicilio fiscal o por no atender algún requerimiento del Servicio de Administración Tributaria (SAT), te restringen tu certificado de sello digital. Al presentar tu aclaración, por ley, al día hábil siguiente deberías recuperarlo, pero no sucede así. Sin dicho certificado no puedes operar, ¿qué harías? Dependiendo de la estrategia, una alternativa es acudir al juicio de amparo ante un juez de distrito.

Uno de los cambios más significativos de la reforma es la elección popular de jueces de distrito y magistrados de circuito. Si bien esta

medida pretende democratizar el sistema judicial, existe la preocupación de que conduzca a una politización de los juzgadores. En el ámbito fiscal, esta situación es delicada, ya que los jueces que resuelven litigios entre contribuyentes y el SAT (así como el IMSS y otros entes fiscalizadores) podrían verse influenciados por el discurso político del momento.

En un escenario donde los jueces dependen del voto ciudadano para mantenerse en sus cargos, la tentación de favorecer decisiones que aumenten la recaudación y respalden las políticas fiscales del gobierno podría erosionar la imparcialidad en los litigios fiscales. Además, la creación del

Tribunal de Disciplina Judicial, que tendrá la facultad de sancionar a jueces y magistrados, plantea dudas sobre el grado de autonomía que conservarán los juzgadores en temas tributarios, ya que podrían enfrentar presión para fallar en favor del Estado.

Otro de los aspectos críticos de la reforma es la restricción al juicio de amparo. En el ámbito fiscal, este medio ha sido fundamental para que los contribuyentes defiendan sus derechos ante cobros indebidos, auditorías arbitrarias y sanciones excesivas impuestas por la

LA REFORMA JUDICIAL Y



SU IMPACTO EN LA MATERIA FISCAL



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

Abogado STRATEGA Consultores

hugo.mendoza@strategamagazine.com / [@hugomcfiscal](https://x.com/hugomcfiscal)

autoridad fiscal. Si bien el objetivo de esta medida es evitar que el amparo se utilice para frenar políticas públicas, en la práctica podría limitar las posibilidades de defensa de las empresas. Sin un acceso amplio al juicio de amparo, los contribuyentes estarán más expuestos a la aplicación estricta de la normativa fiscal sin contar con una vía eficaz para impugnar resoluciones injustas.

Es importante destacar que los jueces de distrito y magistrados de circuito, que pertenecen al PJF, conocen asuntos de diversa índole, incluyendo juicios de amparo en materia fiscal y administrativa. Sin embargo, su función es distinta a la de los magistrados del Tribunal Federal de Justicia Administrativa (TFJA), quienes resuelven específicamente juicios contencioso-administrativos en los que ciudadanos y empresas impugnan actos de autoridades fiscales y administrativas.

En el TFJA se revisan casos como impugnaciones contra créditos fiscales, multas impuestas por el SAT, devoluciones de impuestos no concedidas, controversias en materia de seguridad social y sanciones administrativas de diversas dependencias del

gobierno federal. Entonces, ¿en qué afecta? Si te determinan un crédito fiscal, puedes impugnarlo ante el TFJA; pero si sale en contra de tus intereses la sentencia, puedes acudir al juicio de amparo ante un magistrado de circuito para defender tus derechos. En otras palabras, la reforma judicial acaba afectando los juicios fiscales.

El nuevo contexto judicial plantea retos significativos para el sector empresarial. La necesidad de una estrategia fiscal sólida, basada en el cumplimiento normativo y una planificación tributaria efectiva será más crucial que nunca. Las empresas deben anticiparse a estos cambios y reforzar sus mecanismos de defensa legal, así como mantenerse atentas a la evolución de los criterios judiciales en materia fiscal. En un entorno donde la justicia tributaria podría inclinarse cada vez más hacia el interés del Estado, la asesoría especializada y la previsión legal serán claves para garantizar la estabilidad y la continuidad de los negocios en México.



En el mundo comercial existen distintas formas de negocio, año tras año estas se renuevan, dando paso a nuevos modelos de negocio, un ejemplo son las Instituciones Financieras de Tecnología o como comúnmente se les conoce: fintech; en México han transformando el panorama de diversos servicios, ofreciendo desde pagos electrónicos hasta créditos e inversiones, lo que ha permitido a muchas personas, especialmente aquellas sin acceso a los bancos tradicionales, manejar sus finanzas de manera digital.

La expansión de las fintech no sólo ha revolucionado la forma en que los mexicanos gestionan su dinero, sino que abrió un abanico de posibilidades para quienes antes no tenían acceso a créditos, inversiones o incluso servicios básicos, como pagos electrónicos.

Sin embargo, este auge de las fintech no ha sido exento de desafíos. Para garantizar que operen de manera segura y eficiente es fundamental contar con un marco regulatorio adecuado, en 2018 México le da la bienvenida a la Ley de regulación de Instituciones de Tecnología Financiera, mejor conocida como la “Ley Fintech”, la cual establece un conjunto de normas que buscan regular las actividades de las instituciones, promoviendo la transparencia, la seguridad y la ciberseguridad.

Las fintech se han vuelto de vital importancia en México, pues con su capacidad para llegar a zonas rurales o a personas con poco conocimiento de los productos financieros tienen la oportunidad de brindar servicios de forma remota, disminuyendo la cifra de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), la cual estima que alrededor del 40% de los mexicanos no tiene acceso a servicios bancarios tradicionales.

Si bien, por un lado, las fintech han apoyado nuestro desarrollo financiero, también es cierto que los niveles de ciberseguridad pueden jugar un papel en contra, más como usuarios desconfiados que temen hackeos, fraudes y pérdida de información confidencial, por lo que es vital fomentar la educación financiera, pues, como señala Luis Manuel Enrique Téllez Kuenzler, expresidente de la Bolsa Mexicana de Valores, “el futuro de las fintech en México dependerá de su capacidad para integrar innovación, seguridad y educación financiera, lo que permitirá una verdadera inclusión financiera”.



Por: **LD. Alhelí Jaelyne Vaca Bautista**

Abogada corporativa enfocada en propiedad intelectual y protección a los derechos de autor / @jaelynevaca

FINTech.



INCLUSIÓN DIGITAL EN MÉXICO / ACCESO FINANCIERO EN ÁREAS REMOTAS

Es por eso que retomando el marco regulatorio de las instituciones financieras no debemos dejar pasar las disposiciones relacionadas con el monitoreo y la supervisión, la CNBV es el órgano encargado de controlar que las fintech cumplan con los estándares de seguridad establecidos, mientras que, por su lado, Banxico se encarga de vigilar las plataformas de pago electrónico, asegurando que no se utilicen para actividades ilícitas, como el lavado de dinero o el financiamiento al terrorismo, a través de la implementación de tecnologías de detección de fraudes, normas ISO y cualquier otra normatividad de prevención aplicable.

Si hablamos de marco regulatorio podemos hablar de regulación de criptomonedas, un tema que genera discusión dentro del ecosistema fintech, pues en México su presencia dentro de estas plataformas es cada vez más evidente, algunas están ofreciendo servicios a través del intercambio de criptoactivos, lo que ha abierto un nuevo panorama para los usuarios interesados en activos digitales.

Sin duda alguna, el uso de criptomonedas dentro de este sector trae consigo ciertos desafíos, la inclusión de los activos virtuales y su uso potencial en actividades tanto lícitas como ilícitas son dos puntos importantes a considerar, debemos exhortar a las autoridades mexicanas como Banxico y la CNBV a la regulación de lagunas legales, uso de activos virtuales y, en general, todos los aspectos que abarca una fintech.

¿Qué podemos esperar del futuro de las fintech en México? La respuesta depende ciertamente de cómo se logren superar los desafíos regulatorios y de ciberseguridad, sin embargo, no cabe duda de que este sector tiene un gran potencial para transformar la vida financiera de millones de mexicanos, generando oportunidades para todos los usuarios. **S**



La emisión de deuda o bonos ha sido una palanca del crecimiento a lo largo de la historia, tanto para el emisor que necesita capitalizarse y en la operación se convierte en deudor como para el inversionista que busca canalizar sus ahorros y, a su vez, adquiere la figura de acreedor. Recientemente la compra de bonos emitidos por el Gobierno Federal de México ha tenido impacto positivo, gracias a la plataforma digital Cetes Directo; este vehículo de inversión ha sido una apuesta de Nacional Financiera con gran aceptación debido a su simplicidad y bajo riesgo.

No obstante, no es nada nuevo, de hecho, se emitieron por primera vez en enero de 1978 y desde entonces constituyen un pilar fundamental en el

CETES: PUERTA DE ENTRADA A LA



Por: **LD. Cintya Jiménez Flores**

Gerente Jurídico en Análisis de Operaciones STRATEGA
cintya.jimenez@strategamagazine.com

desarrollo del mercado de dinero en México, pero ¿qué son los Cetes?, ¿cómo funcionan?

Los Certificados de la Tesorería de la Federación (Cetes) son un instrumento de deuda bursátil emitido por el Gobierno Federal de México, mediante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, y son colocados en forma de subastas en el público inversionista por el Banco de México con el objetivo de recaudar fondos en cierto plazo y generar rendimientos a quienes invierten en ellos. Tal como refiere BANXICO en la “Descripción técnica de los certificados de la Tesorería de la Federación”, estos títulos pertenecen a la familia de los bonos cupón cero, esto quiere decir que se comercializan a descuento (por debajo de su valor nominal, el cual equivale a 10 pesos), no devengan intereses en el transcurso de su vida y se liquidan a su valor nominal en la fecha de vencimiento; la ganancia provendrá de la diferencia entre el precio al que se emitieron y su valor nominal.

INVERSIÓN INTELIGENTE EN MÉXICO

Los Cetes pueden ser adquiridos por personas físicas y morales mediante subastas, en las cuales los participantes presentan posturas por el monto que desean adquirir y la tasa de descuento que están dispuestos a pagar en cualquier plazo, siempre y cuando su fecha de vencimiento coincida con un jueves o la fecha que sustituya a este, en caso de que fuera día inhábil. De hecho, estos títulos se han llegado a emitir a plazos mínimos de 7 días y máximos de 728. En la actualidad los Cetes se emiten y colocan a 28 y 91 días o a plazos cercanos a los seis meses y un año. Lo anterior, siendo considerado una colocación primaria, ya que existe un mercado secundario amplio, en el cual se pueden realizar operaciones de compra-venta en directo y en reporto, así como de préstamo de valores.

Las inversiones a través de fondos en Cetes son una buena opción para los inversores más conservadores, al ser uno de los instrumentos financieros con menos riesgo en México, ya que el gobierno se compromete a devolver el dinero de la inversión y los rendimientos que se generen. Además, al tener plazo de vencimiento cortos, tienen mayor liquidez que otros productos, lo que puede ser una ventaja para

quienes necesiten tener disponible el dinero invertido a corto plazo.

Hasta cierto punto, esto ha sido su gran atractivo para cierto sector de la población que se han inclinado por este vehículo de inversión, ya que las crecientes alternativas que hay en la actualidad, que ofrecen mayores rendimientos en menores plazos, han resultado más llamativas para las nuevas generaciones, aunque esto implique mayor riesgo. Es por esto que, poco a poco, este medio de inversión se ha visto desplazado.

Los Cetes son una manera segura de invertir, pero es importante considerar que, así como su riesgo es menor, también su rendimiento suele ser más bajo que el de otras alternativas más arriesgadas. Sin embargo, es común que esté arriba de la inflación, lo que asegura que, por lo menos, el dinero que se invierte mantenga su valor en el tiempo. Y puede ser una opción atractiva en escenarios de subida de las tasas de interés.

Se puede comenzar con 100 pesos y es posible conocer el rendimiento que tendrá la inversión porque la tasa de interés es fija, aunque dependerá del plazo que se seleccione. **S**





ÓRDENES DE PROTECCIÓN

La violencia en México es la triste realidad de miles de mujeres, pero también es cierto que luego de que una mujer es víctima puede solicitar protección con la finalidad de que la persona que le hizo daño no se vuelva a acercarle a ella, tomando en consideración que la violencia es cualquier acción o conducta basada en su género, que le puede causar muerte, daño o sufrimiento físico, sexual, psicológico, económico, patrimonial, familiar, laboral o de cualquier índole.

Nuestro país, al adoptar la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Belém do Pará), se obligó a incluir en su legislación medidas para prevenir y erradicar la violencia contra la mujer, así como para asistir a aquellas afectadas por la violencia.

Estas medidas, también llamadas mecanismos u órdenes de protección son actos de urgente aplicación en función del interés superior de la víctima, fundamentalmente precautorias y cautelares, que se otorgan de oficio o a petición de parte por las autoridades administrativas, el Ministerio Público o por los órganos

jurisdiccionales competentes, en el momento en que tengan conocimiento del hecho de violencia que ponga en riesgo la integridad, la libertad o la vida de las mujeres, adolescentes, y niñas, o de los hijos –hasta los 12 años– de las afectadas, evitando que el agresor, directamente o a través de algún tercero, tenga contacto de cualquier tipo con la víctima.

Por tanto, **son un derecho** para todas las mujeres que se encuentren en una situación de riesgo inminente o peligro y sirven para prevenir, interrumpir o impedir la comisión de un delito que implique violencia –tanto a las víctimas directas como a las indirectas– y son otorgadas conforme a la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia y al Código Nacional de Procedimientos Penales; pueden ser de índole protectora, preventiva, de emergencia y la que trae consigo efectos que dan inicio a una reparación del daño.

Según la ley antes mencionada, tendrán una vigencia de sesenta días, periodo que puede prorrogarse por treinta días más o por el tiempo que dure la investigación, o hasta que cese la situación de riesgo; una vez

¿QUÉ SON Y PARA QUÉ SIRVEN?



Por: **MDE. Karen Lizbeth Ayala García**

Abogada en el Departamento Jurídico Corporativo STRATEGA
karen.ayala@strategamagazine.com

otorgadas se da seguimiento vía telefónica por los tres primeros días y al sexto se establece un plan de acción de acuerdo a las necesidades de cada víctima.

Las órdenes de protección pueden consistir en: I. Auxilio policiaco; II. El traslado de las víctimas para garantizar su seguridad y protección; III. Custodia personal y/o domiciliaria a las víctimas; IV. Proporcionar alojamiento temporal en espacios seguros, como casas de emergencia, refugios y albergues; V. Proporcionar recursos económicos para garantizar su seguridad personal, transporte, alimentos, comunicación, mudanza y los trámites oficiales que requiera, entre otros; VI. Canalizar a las instituciones de salud para que provean gratuitamente los servicios de: a) Aplicación de antirretrovirales de profilaxis post exposición, b) Anticoncepción de emergencia, c) Interrupción legal y voluntaria del embarazo en el caso de violación; VII. Suspensión temporal a la persona agresora del

régimen de visitas y convivencia con sus descendientes; VIII. Medidas para evitar que se capten y/o se transmitan, por cualquier medio o tecnologías, imágenes de la mujer en situación de violencia que permitan su identificación o la de sus familiares; IX. La desocupación por la persona agresora del domicilio conyugal o de pareja, independientemente de la acreditación de propiedad o posesión del inmueble.

Es importante señalar que estos mecanismos de protección deben otorgarse de forma inmediata y sin trámites engorrosos para la víctima para evitar retardar la actuación judicial; no es necesario que la mujer presente una denuncia o demanda, ya que se pueden emitir dentro o fuera de un proceso judicial; de igual forma es indispensable que la autoridad no ponga en duda la buena fe de la víctima, es decir, debe ser imparcial y alejarse del prejuicio de que las mujeres exageran sobre la violencia porque su vida no está en riesgo, por lo que se debe valorar la situación a partir de las características de la violencia, la vulnerabilidad de la mujer y el peligro que el agresor representa para ella.

La violencia se debe identificar por su tipo, modalidad, frecuencia, antecedentes, factores detonantes y los daños que han causado en los derechos de la mujer, niña o adolescente, por lo que es de suma importancia que estas medidas de protección se conozcan y se hagan valer de forma adecuada en beneficio de las víctimas. **S**





Mientras estudiaba mi doctorado en el Centro de Investigación en Computación (CIC) del Instituto Politécnico Nacional (IPN) tenía clara una meta: inventar una tecnología que pudiera competir con lo que se desarrollaba en Europa, Estados Unidos, China, Japón o Corea del Sur (bloque conocido en el mundo de la propiedad intelectual como IP5 o el Intellectual Property Top 5), países que son dueños de alrededor del 90% de la propiedad intelectual. El reto, estando en un país en desarrollo donde la inversión tecnológica y científica suele ser oscilante, fue grande teniendo en cuenta que México está en la posición 14 de la lista de los países más desarrollados emitida por el Fondo Monetario Internacional (FMI), justo dos lugares por debajo de Corea del Sur. Brasil, líder latinoamericano, figura en el décimo sitio, y la India, pese a su pobreza, está en el quinto; con esto, México, en ocasiones, cae al lugar vigésimo de la lista.

Inicié con una publicación relativamente anónima y un trámite de patente. El reto fue conseguir inversión y horas-hombre; mientras disponía de algunos miles de pesos y mi esfuerzo individual, los países indicados disponían (y siguen disponiendo) de laboratorios completos con investigadores y fondos que rondan los millones de dólares. Por esto, desarrollé las siguientes habilidades blandas y de estrategia que pocas de nuestras escuelas en aquel entonces enseñaban:

Socialización: una persona trabajando sola, por muy competente que sea, carecerá del valioso recurso del tiempo y del presupuesto. Por lo tanto, es adecuado compartir o delegar labores para avanzar con rapidez y compartir los gastos.

Empatía: en México existe el prejuicio de que las escuelas ajenas o incluso facultades dentro de una misma universidad son inferiores, y hay cierta negatividad hacia la colaboración entre sí. Es un error, pues en Estados Unidos o China se fomenta la cultura del trabajo en equipo, y muchos logros son el resultado de la cooperación entre múltiples universidades o individuos. Con dicha

EL VALOR DE LA ACCIÓN Y LA DISCIPLINA



Por: **Julio Alberto Mendoza Mendoza**

DCC, SNI 1 adscrito al IPN. Premio Nacional IMPI; cuenta con libros publicados en Corea del Sur y China / jamendezam@ipn.mx

afinidad, uno descubre que la colaboración no es necesariamente un trabajo o dinero; puede ser un nombre que abra puertas, conceda herramientas, otorgue contactos o provea espacios.

Cautela: por muy colaborativos que seamos, todos poseemos un interés particular. Por lo tanto, aprendí que es fundamental ser cuidadoso sobre qué confiar, qué decir y cuándo hacerlo, especialmente cuando se trata de cesiones de derechos, cartas de confidencialidad o contratos.

Negociación: uno debe saber qué ofrecer a cambio de los recursos proporcionados. En mi caso, prometí libros, premios, publicaciones, alumnos titulados y tuve que cumplir con todos mis compromisos, incluyendo aquellos con instituciones universitarias y la Secretaría de Economía.


Disciplina y determinación: retomando un poco al filósofo austriaco Viktor Frankl, una persona sin un mínimo propósito difícilmente logrará algo. Como siempre les digo a mis alumnos: "si se forman el hábito de redactar dos páginas diarias sobre aquello que les apasiona, además de volverse expertos en el tema, podrán realizar su propio libro (o culminar sus tesis) en más o menos 6 meses". En ocasiones, parecerá que

no hay avance, pero dado que crecí viendo anime, capté el mensaje de hacer las cosas de manera continua pese a cualquier problema para triunfar.

Adaptación: carecía de recursos financieros, pero disponía de conocimientos técnicos, habilidades de negociación y sabía identificar áreas de oportunidad. Como ejemplo, Estados Unidos, China y Corea del Sur, con su gran capacidad de producción, habían dejado de lado el desarrollo de las bases del conocimiento, relegándolas a tutoriales dispersos. Ahí encontré la oportunidad de compilarlos y publicar mis libros. Esta adaptación se logra estudiando el mercado objetivo, ya sean socios o competencia, y, de ser posible, creando una necesidad.

Visualizar que el mundo va más allá de nuestro entorno: si un pueblo, país, universidad, editorial nos rechaza, hay que seguir buscando oportunidades y tocar más puertas.

Vivir la experiencia de mano propia: uno no sabrá si las cosas van mal o bien hasta vivirlas. Es claro que las sugerencias deben analizarse, pero, en ocasiones, más allá de ser experiencias personales comprobables, suelen ser las creencias demasiado positivas o negativas de personas que realmente no lo han hecho.

Vender una imagen funcional: así como en la propiedad intelectual existe la forma o formato y el contenido o funcionalidad, además de proyectar capacidades, también es fundamental reflejar una imagen adecuada para cada público. 



Life lie (mentira de vida), como lo dice su significado, es un concepto que se define mediante la “ilusión” de vivir una vida que mantenemos con el fin de estar en un entorno seguro, evadiendo la incomodidad. Somos seres sociales y tenemos mecanismos de defensa que buscan protegernos de espacios en donde nuestro organismo genere estrés, y esto puede llegar a ser algo contraproducente a largo plazo. El dramaturgo Henrik Ibsen explora más a detalle este concepto y afirma que por medio del *life lie* las personas crean falsas narrativas que nos proporcionan comodidad y eso impide el crecimiento personal.

Cuando hablamos de nuestro concepto o del cómo percibimos nuestro entorno podemos identificar que todos tenemos un diálogo interno que forma parte de nuestras decisiones, metas y aspiraciones. En pocas palabras, somos lo suficientemente conscientes de nuestra realidad, pero muchas veces preferimos afirmar que “ya es muy tarde para lograr ese sueño” o “esto es lo que soy y no puedo mejorarlo”. Este tipo de diálogos internos incluso pueden llamarse excusas, por lo que al buscar alcanzar alguna meta es necesario desafiar estas perspectivas y preguntarnos si estamos viviendo con base en lo que queremos o si estamos siguiendo el

¿TENGO METAS INALCANZABLES?:

curso de la cotidianidad porque “es lo que se tiene que hacer”.

Vivir en un sistema de *life lie* nos puede generar mucha seguridad, ya que estamos en un entorno en donde no se confrontan narrativas impuestas ni se redefine la manera en que construimos nuestra identidad. Desafortunadamente, a largo plazo, al cumplir los 80 y ver como la vida pasó demasiado rápido te das cuenta de que no evolucionaste, te sientes insatisfecho o estancado, es por ello que necesitamos atrevernos a escribir nuestra propia historia.

El *life lie* está siendo afectado por redes sociales, expectativas, *influencers* a los que seguimos y nuevos conceptos de una “vida exitosa”. Este medio de comunicación e interacción nos enseña que la felicidad se mide en logros tangibles, validación y perfección. Estas expectativas pueden ser una trampa, ya que la realidad de unos no es la de otros. La promesa del esfuerzo

ALINEA TU VIDA A TUS OBJETIVOS Y A TU ESENCIA

no garantiza la estabilidad ni la acumulación de bienes. Somos parte de una generación en la que el futuro es incierto y necesitamos replantearnos el concepto de éxito. Vivir sin un *life lie* significa cuestionar lo que nos han dicho que debemos querer; ¿estoy persiguiendo metas porque me hacen feliz o porque la sociedad dice que debería hacerlo?, ¿necesito seguir este camino o puedo diseñar una vida más alineada con mis sueños?

Es necesario seguir ciertos pasos que guíen la transición de mentiras colectivas a una vida auténtica, comprendiendo que al redefinir tu propósito puedes construir una vida más genuina, a pesar de que las expectativas externas nos orillen a ajustarnos a un molde predefinido. Existen técnicas que pueden fortalecer esta transición como el autococonocimiento profundo, el aprender a escuchar tu intuición, la definición de tus valores y principios, el aceptar el miedo y la incomodidad.

Entre las acciones que siguen podrían estar la división de áreas en tu vida (trabajo, salud, crecimiento personal), la meditación o las acciones que permitan estimular la conexión personal, la definición de prioridades, enlistar y tener claro qué cosas van alineadas con tu esencia, cuestionar las expectativas externas respondiendo a la pregunta “¿esto lo quiero o es lo que se espera de mí?”, ser consciente de tu percepción del éxito y la felicidad, implementar decisiones alineadas con lo que desees, aprender a seguir y definir a las personas indicadas para que fortalezcan tus aspiraciones así como aceptar la incomodidad como parte del crecimiento.

LA FALSA CREENCIA DEL LIFE LIE COMO ESTILO DE VIDA



Por: **Mariana Monserrat Ramos Turrubiarres**

Auditora interna del SGC ISO 9001; emprendedora y jefa del departamento de idiomas de la Normal del Estado de SLP / marianarto8@gmail.com

Si te das cuenta de que has vivido en una *life lie* es una oportunidad para escribir un nuevo ciclo de tu vida alineado a tus objetivos y a tu esencia. El proceso de autenticidad no es lineal, pero cada paso que tomes en esa dirección te acercará a una vida con más sentido y libertad. **S**

La gestación subrogada, conocida como “vientres de alquiler”, genera un debate por sus implicaciones éticas, sociales y legales. Se trata de un acuerdo en el que una mujer, la madre subrogada, lleva un embarazo en nombre de otra persona o pareja, con la intención de entregar al bebé al final del proceso. Ya sea con óvulos donados (con lo cual no es el hijo genético de quien gesta, sino de una donante, que puede ser o no la misma persona que adoptará al niño), o con los suyos propios, pero con el objetivo de entregar un niño gestado en el vientre de alguien más.

El estatus legal de esta práctica varía en función del país y de las regulaciones de cada jurisdicción. En México, la gestación subrogada ha sido un tema controvertido durante años. Para efectos de muchas prácticas médicas modernas, nuestro país es “salvajemente neoliberal”, para bien y para mal... Una tierra en donde “si puedes pagarlo, puedes tenerlo”; no necesariamente porque así lo permitan las leyes, sino por impunidad, por vaguedad en las interpretaciones de una cierta ley o porque surge un discreto mercado privatizado, ajeno a lo que las leyes declaren.

Hay legislación que la permite en un par de estados, pero la falta de uniformidad brinda un panorama confuso, que plantea cuestiones tanto para quienes buscan recurrir a ella como para las autoridades. Lo cierto es que no es una práctica nueva, pero su tratamiento legal ha sido complejo, en gran parte debido a la diversidad de leyes en los estados y a la falta de una legislación federal que regule de manera clara la práctica.

Desde los 90, se dieron los primeros pasos hacia el reconocimiento de la gestación subrogada en el país, pero fue en años recientes que se volvió más visible por la proliferación de agencias encargadas de facilitar estos acuerdos.

México se convirtió en destino atractivo para la gestación subrogada, especialmente para extranjeros, debido a la legalidad de la práctica en ciertos estados y su costo más bajo que en otros países. Aspectos legales y éticos son objeto de debate en varios sectores, incluyendo la ética médica, política y de derecho. En la mayoría de países de la Unión Europea la práctica es ilegal, o al menos el llevarla a cabo con remuneración monetaria. En Portugal, por ejemplo, sólo está permitida la gestación subrogada altruista, es decir, la gestante no puede recibir un pago, aunque los gastos médicos deben ser cubiertos por los padres adoptivos. En ese contexto, Portugal sólo registró en los últimos años un par de casos. Para muchos, esto demuestra que la maternidad subrogada es una explotación reproductiva, que se aprovecha

MATERNIDAD SUBROGADA EN MÉXICO:



de la precariedad económica de mujeres en países con altos índices de pobreza, pues el caso portugués muestra que las mujeres que “alquilan su vientre” lo hacen por necesidad económica y sólo una entre millones lo haría sin recibir dinero a cambio. ¿Debe algo ser legal sólo porque la gente tenga un intenso deseo de hijos biológicos y pueda pagarlo? En un contexto donde se conjugan el fuerte deseo capaz de empujar incluso hacia el mercado negro, el incentivo económico sustancial y la cultura de impunidad de nuestro país se teme que se vuelva una nueva modalidad de la trata de personas. Y, desde luego, otro lado del debate son los derechos del niño así gestado y el interés primordial en su bienestar.

A nivel federal, la Ley General de Salud establece lineamientos sobre la maternidad y la reproducción asistida, aunque no menciona la gestación subrogada. Esto deja puertas abiertas para que cada estado decida sobre el tema. Sólo dos tienen leyes que la permiten y la regulan, mientras que otros no tienen una legislación clara, lo que deja a las parejas y a las mujeres en situaciones de incertidumbre.

Tabasco es el estado que más visibilidad ha ganado en cuanto al tema. En 1997 aprobó una ley que permite la gestación subrogada de manera legal y regulada, lo que lo ha convertido en un destino popular para quienes buscan esta práctica. Los acuerdos deben ser aprobados por un juez y se exige que el procedimiento se realice bajo estrictos lineamientos médicos. Los requisitos incluyen que la gestante sea mayor de edad, que haya tenido al menos un hijo y no tenga antecedentes de enfermedades mentales o físicas que puedan poner en riesgo el embarazo. Sinaloa también permite la práctica bajo ciertas condiciones. La ley establece que los contratos sean aprobados por un juez y criterios estrictos de salud. Sin embargo, su ley es más reciente que la de Tabasco, lo que ha generado dudas y debates sobre la viabilidad y la equidad de la legislación en este estado.

En el resto del país, la situación es menos clara, lo que puede generar dudas en cuanto a los derechos de las partes involucradas, las condiciones de los contratos y las implicaciones legales del proceso. Las propias controversias éticas y sociales siguen siendo barreras significativas. **S**

¿DILEMA ÉTICO O UNA POSIBILIDAD MÁS?



Por: **MA. 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



EL MITO DEL USO EXCLUSIVO DE

La idea simplista de que las energías renovables pueden abastecer al mundo entero resulta casi infantilizada. La premisa de que el sol y el viento son inagotables y, por tanto, deberíamos encontrar la forma de utilizarlos en la vida diaria y en todos los aspectos es la respuesta simplificada para un problema más complejo.

Si bien la energía “verde” es clave en la transición energética, también lo es que la combinación de fuentes energéticas, incluyendo la nuclear y los combustibles fósiles con captura de carbono, es esencial para garantizar un suministro energético confiable y sostenible. Sin contar con que referirse a ellas como “energías limpias” es excesivo, pues el almacenamiento y la distribución generan un alto impacto ambiental en el suelo, el agua y en la salud de comunidades cercanas.

Aunque existen distintos argumentos sobre el porqué la viabilidad de las energías renovables no es alcanzable de manera inmediata, nos enfocaremos principalmente en el impacto económico y ambiental sin dejar de mencionar los desafíos de intermitencia, almacenamiento y densidad con que se enfrentan.

Por cuanto, a la intermitencia, el desafío más grande es que el sol no brilla de noche

y el viento no siempre sopla y aunque existen soluciones como las baterías, crear unidades de almacenamiento está supeditado a grandes infraestructuras y a la escasez de materiales raros inevitables para su creación.

Otra razón por la que no se puede depender únicamente de energías renovables es su baja densidad energética en comparación con otras fuentes. La densidad energética mide cuánta energía se puede obtener por unidad de volumen o masa. Por ejemplo, según el Departamento de Energía de EE. UU., un litro de gasolina almacena aproximadamente 36 MJ de energía, mientras que una batería de iones de litio sólo almacena 0.5 MJ por litro. Por otro lado, la energía nuclear representa una mayor densidad que la gasolina, lo que hace que sigan existiendo centrales nucleares como una alternativa confiable para generar electricidad de manera continua, sin las limitaciones de intermitencia de las renovables.

Y, finalmente, el costo económico y ambiental que se genera, pues las baterías de iones de litio son la tecnología de almacenamiento más utilizada para equilibrar la intermitencia de las energías renovables, pero lo que no hemos puntualizado es que, de acuerdo con un informe del



LAS ENERGÍAS LIMPIAS



Por: **MDC. Daniela Paz Aguirre**

Maestra en Derecho Constitucional y Derechos Humanos
dannypaz2107@gmail.com

Instituto Tecnológico de Massachussets de 2022, se estima que almacenar 12 horas de electricidad para una ciudad como Nueva York con baterías de litio costaría más de 500 mil millones dólares, haciendo que su uso sea caro e inviable para muchos países alrededor del mundo.

Además, la demanda de materiales para baterías está aumentando drásticamente, lo que genera inestabilidad en precios y dependencia de pocos países productores. Por ejemplo, China controla más del 60% del procesamiento mundial de litio, lo que le da ventaja geopolítica sobre otros países que buscan una transición renovable.

Y no menos importante es lo paradójico que resulta llamarles energías limpias, cuando se comprende que el litio, material principal para el almacenamiento, se extrae de salares en países como Chile, Argentina y Bolivia. En el salar de Atacama, en Chile, la minería consume 65% del agua disponible afectando a comunidades indígenas y reduciendo el líquido para la agricultura.

En la República Democrática del Congo, país del que se extrae más del 70% del cobalto mundial, se han documentado condiciones laborales peligrosas e incluso, explotación infantil para la extracción del metal, poniendo en riesgo miles de vidas, según lo expresado en 2021 por Amnistía

Internacional. Eso sin contar que la minería del cobalto genera desechos tóxicos que contaminan ríos y suelos, dañando la salud de las comunidades cercanas.

En Indonesia y Filipinas, la extracción de níquel ha destruido miles de hectáreas de selva tropical, afectando la biodiversidad y contribuyendo a la crisis climática, además de que su refinación libera dióxido de azufre y otros contaminantes, lo que afecta la calidad del aire que respiran las poblaciones aledañas.

En conclusión, deberíamos abrir el debate sobre la obtención, almacenamiento y uso de la energía renovable, desmitificando que no hay consecuencias en su uso, pues la realidad es que las comunidades con más necesidad son las que pagan las consecuencias de las campañas políticas sobre el cambio climático y la obsesión con el uso exclusivo de las llamadas energías “verdes”.





En un mundo donde la tecnología avanza a pasos agigantados, la Web 3.0 emerge como la siguiente evolución del Internet que conocemos. Pero ¿qué significa esto para los negocios y por qué debería importarnos? A diferencia de la web actual, donde grandes empresas controlan nuestros datos, la Web 3.0 promete devolver el poder a los usuarios, transformando fundamentalmente la manera en que interactuamos en línea.

La Web 1.0 era principalmente informativa, la Web 2.0 (la que usamos) se centra en la interacción social y el contenido generado por el usuario, impulsada

EL FUTURO DE INTERNET LLEGÓ...



Por: **LI. José Eduardo Carrillo Castillo**
Gerente de Sistemas e Informática STRATEGA
eduardo.carrillo@strategamagazine.com

por las redes sociales y las plataformas de video. La Web 3.0, en cambio, se basa en tres pilares principales:

- **Descentralización:** en lugar de depender de grandes empresas que controlan nuestros datos, la información se distribuye en una red, lo que aumenta la seguridad y la privacidad.
- **Inteligencia Artificial (IA):** la IA permite una mejor comprensión del contexto y el significado de la información, lo que se traduce en experiencias más personalizadas y relevantes.
- **Blockchain:** esta tecnología, conocida por las criptomonedas, proporciona transparencia, seguridad y trazabilidad a las transacciones y a la información.

Para ponerlo en términos sencillos, es como pasar de alquilar un espacio en la nube de una gran empresa, a ser propietario de tu propio espacio digital. Los usuarios

LA WEB 3.0
ABRE TODO UN MUNDO
DE POSIBILIDADES

¡Y VIENE DEL ESPACIO!

no sólo consumirán contenido, sino que serán dueños de sus datos y podrán beneficiarse directamente de su participación en la red.

El reciente lanzamiento del satélite por parte del proyecto Hedera marca un hito histórico en el desarrollo de la Web 3.0. Este satélite, que ahora orbita nuestro planeta, no es sólo un logro tecnológico, representa un paso crucial hacia una red verdaderamente global y descentralizada. Al establecer un nodo en el espacio, Hedera está creando una infraestructura que permitirá conexiones más rápidas, seguras y resistentes a fallos terrestres.

Para las empresas, la Web 3.0 abre un mundo de posibilidades:

- Transparencia total en las cadenas de suministro.
- Nuevas formas de interacción con clientes a través de *tokens* y contratos inteligentes.
- Reducción significativa en costos de intermediación.
- Mayor seguridad en transacciones y almacenamiento de datos.

Los negocios que se adapten temprano a esta tecnología tendrán una ventaja competitiva significativa en el mercado. Imaginen poder realizar transacciones internacionales sin fricción, verificar la autenticidad de productos en tiempo real o crear nuevos modelos de negocio basados en la participación directa de los usuarios.

Esta no es una tendencia pasajera; es el futuro de Internet. Para las empresas y los profesionales es crucial comenzar a familiarizarse con estos conceptos y tecnologías. La transición ya está en marcha, y aquellos que se preparen ahora estarán mejor posicionados para aprovechar las oportunidades que surgirán.

La Web 3.0 está en camino, y eventos como el lanzamiento del satélite de Hedera nos muestran que el futuro descentralizado ya está aquí. Es transcendental que las empresas comiencen a informarse y a explorar las posibilidades que ofrece esta nueva era. No se trata sólo de adoptar nuevas tecnologías, sino de comprender un cambio fundamental en la forma en que interactuamos y hacemos negocios en línea. La invitación es clara: investiga, experimenta y prepárate para el futuro de la web. **S**



El *doomscrolling* es un término utilizado en el mundo tecnológico para referirse a pasar un tiempo excesivo leyendo publicaciones o noticias negativas o que no aportan nada a nuestra vida. Para aquellos que vivieron en los 90 el término les sonará familiar al infame *zapping*, que era la acción de estar cambiando de canales en la televisión sin prestarle particular atención a ningún contenido que se estuviera transmitiendo.

En general, el *doomscrolling* es algo que millones de personas hacen de forma cotidiana y, en muchos casos, obedece a una acción derivada del ocio. Sin embargo, la diferencia con el *zapping* radica en que lo que vemos en nuestros teléfonos (o tabletas) es algo que fue diseñado específicamente para nosotros obedeciendo los algoritmos que las redes sociales aprenden.

Lo cierto es que el algoritmo no siempre sigue lo que podría ser “el mejor contenido” y en su lugar presenta publicaciones que nos entretengan, aunque la mayoría de las veces sea de forma negativa.

De acuerdo con los estudios publicados en el portal *Tecnología, mente y comportamiento* y lo difundido por Mark Travers, colaborador en *Forbes*, los individuos suelen consumir mayor contenido negativo

INTELIGENCIA EN LÍNEA.



Por: LCC. Gabriel Moreno Rodríguez

Productor; académico en el ITESM; director de noticias; analista en temas de tecnología y CEO / [X @gabofanfare](#)

debido al morbo o una necesidad inconsciente de mantenerse informados de posibles amenazas en su medioambiente o sociedad.

Esta necesidad teoriza que puede provenir de nuestro instinto de protegernos del peligro y mantener un sentido de control del entorno. Sin embargo, los expertos coinciden en señalar que el hábito de hacer *doomscrolling* en exceso puede desencadenar daños en la salud mental, que derivan en depresión, ansiedad y sentido de desesperanza generalizado.

Es por lo anterior que debemos replantearnos la forma en que consumimos Internet, porque el impulso de tomar nuestro celular en la fila del banco, esperando una reunión o en las noches antes de dormir es algo inevitable, sin embargo, las acciones que hacemos cuando estamos pegados a nuestros dispositivos inteligentes pueden cambiar.

De entrada, es esencial controlar nuestro algoritmo, y esto inicia con prestarle menos atención a las noticias negativas de una forma consciente, esto puede reflejarse al no pasar tiempo viendo un TikTok completo sobre noticias que afecten de manera negativa nuestro estado de ánimo, tampoco interactuando con comentarios, *likes* o compartiendo cosas que no aportan algo positivo en nuestro día, al mismo tiempo que hacemos lo opuesto con contenidos que sí nos funcionen.


SABER APROVECHAR LOS MOMENTOS DE OCIO PARA CRECER

El algoritmo da opciones de “educarlo”, cada vez que nos estemos rodeando de elementos negativos podemos indicarle que queremos ver menos contenidos parecidos, ya sea sostenido una pulsación en el *post* o accediendo a la configuración (casi siempre representada por tres puntos suspensivos o el botón de ayuda).

Al mismo tiempo es primordial buscar contenidos que nos sirvan, los cuales pueden ser muy variados, como ensayistas en YouTube que hablen sobre temas que nos ayuden en nuestro crecimiento personal o cultura general (por ejemplo, *podcast* o *shows* educativos).

Igualmente es básico tomar la decisión consciente de consumir menos a *influencers* y líderes de opinión que alimentan sus redes de “drama” innecesario y problemas que sólo impactan en nuestra percepción de la realidad y la forma en la que nos relacionamos con otros, entendiendo que la mayoría de estas personas montan y exageran los problemas con el fin de generar interacciones con su público que, a su vez, les dejan ganancias económicas.

Existen, en cambio, divulgadores que se enfocan de una forma positiva y sin morbo en los temas que nos interesan y que van desde psicólogos, deportistas, científicos e instituciones públicas y privadas que dejan atrás la toxicidad de redes por ofrecer información verdaderamente útil para sus seguidores.

Lo cierto es que, para muchos, el alejarse completamente de las redes sociales es el remedio definitivo para el *doomscrolling* y puede ser una solución positiva, porque al final de cuentas lo más importante no está en la pantalla de nuestros *smartphones*, sino en las interacciones sociales que tenemos con nuestros seres queridos. 





¿Le ha pasado? Entra a una oficina y mientras espera o trabaja puede curiosear entre objetos de arte o diseño que adornan áreas de ese espacio, algunos con gusto refinado o minimalistas y otros no tanto... hay lugares de trabajo que probablemente le agraden y otros que lo hagan sentir incómodo, aunque no sepa a ciencia cierta explicar por qué. Y luego conocemos a profesionistas o empresarios que salen a buscar fuentes de inspiración o recomendaciones para incluir elementos decorativos en sus oficinas para vestirlos, hacerlos más apantalladoras, más *chic* o más acogedoras, pues pasan gran parte del tiempo entre esas paredes. Saben que es una inversión necesaria.

Pero deje le comento que el arte no sólo tiene la función de decorar muros o rincones. Desde hace tiempo que los espacios de trabajo ya no son simples sectores funcionales donde lo que prima es el trabajo y la productividad. O sí... pero se les puede dar un enfoque diferente. Empresas y profesionistas innovadores ya comprendieron que los entornos laborales modernos pueden potenciar la creatividad de quienes los habitan, y que fomentar el confort y, por ende, el bienestar de las personas son factores clave en la conformación de la identidad y cultura corporativa, importantes tanto o más que el mismo salario, el reconocimiento al trabajo realizado o las oportunidades de desarrollo profesional.

ARTE Y DISEÑO EN LA OFICINA,



Por: **MCH. Arturo Haro**

Diseñador gráfico, fotógrafo, escritor y músico

✉ @arturoharophoto

Empresas como Google, Adobe o Airbnb han trabajado con artistas para desarrollar piezas artísticas, ya sean análogas o digitales, que reflejen los valores de la empresa, así como su espíritu innovador o su apoyo a la diversidad. Hay estudios de neurociencias que demuestran que la exposición al arte estimula la creatividad, reduce el estrés laboral, genera sentido de pertenencia hacia la empresa y logra fortalecer la conexión emocional con la marca. Otros estudios demuestran que la exposición continua a obras de arte estimula el pensamiento creativo, la innovación, el famoso "think out of the box" y fomenta la resolución de problemas. Vaya, algunos hasta prometen un nada desdeñable incremento del 30% en la rentabilidad de las compañías que invierten en arte o diseño para sus espacios de trabajo al mejorar la satisfacción y el bienestar de sus visitantes y colaboradores. El arte hace bien, es el *mindfulness* empresarial de la modernidad. Y, ¿sabe

en qué momento histórico se acrecentó esta conciencia de reevaluar los factores que pueden producir felicidad en las personas y, sobre todo, en los colaboradores? Efectivamente, durante el confinamiento que sufrimos por la pandemia de COVID-19.

Usted puede contratar a un artista plástico, un arquitecto, un paisajista, muralista o diseñador gráfico para realizar una obra que no sólo servirá de decoración, sino que aportará a la conformación de la identidad a una empresa y acrecentará el sentido de pertenencia de quienes ahí laboran. Hay ejemplos muy conocidos como el edificio Chihuahua de Tlatelolco y el del periódico *El Universal*, así como el del Hotel Reforma Avenue en la colonia Juárez, en CDMX; también hay innumerables ejemplos en el interior de la República Mexicana, pero no nos limitemos hablar de enormes murales de gran manufactura destinados al exterior. Se pueden desarrollar

pequeños proyectos de arte para interiores: escultura, pintura, instalaciones, muros con arte digital, arte móvil y un extenso etcétera. Como uno de muchos ejemplos en México tenemos los espacios de las oficinas de Volaris, cuyo diseño le valió al despacho de arquitectos SPACE hacerse acreedor al "A' Design Award, Iron Award" por segunda ocasión en 2014.

Un proyecto de inclusión de arte para la oficina no necesariamente tiene que ser de grandes proporciones, basta con reconocer que el arte puede hacerles bien a las personas que ocupan ese espacio de forma cotidiana y contribuir no sólo a su felicidad, sino a su desarrollo y, por extensión, al mejoramiento de lo que se produce en ese espacio de trabajo. Hay una gran cantidad de artistas y diseñadores que saben del tema y que están esperando una oportunidad para contribuir con su creatividad y sensibilidad al mejoramiento de los espacios de trabajo. **S**

¿SIRVEN PARA ALGO?



La pérdida de la biodiversidad es un tema que va de la mano con la evolución, aunque suene irónico, con el paso del tiempo es definitivo que el ecosistema sufrirá modificaciones asociadas a la presencia de especies, la resiliencia y los cambios de gran impacto en la estructura ambiental, sin embargo, la contribución humana al deterioro es una de las fracciones de mayor peso en la modificación del ambiente, los humanos solemos comprometer los recursos de los cuales dependemos. Para hacerlo más dinámico vamos a incluir las redes de comunicación para dar un ejemplo: ¿fue de su conocimiento la noticia con relación al Pez Diablo de Tenerife?

Bueno, aún no hay un dictamen completo y, por desgracia, caeremos en las propias suposiciones, pero ¿no les parece alarmante la situación? Si bien no hay una razón establecida, el hecho de la presencia de una especie fuera de su hábitat significa que hubo algún factor de estrés. Sin duda, la noticia acaparó la atención y muchos la seguiremos hasta contar con información concreta que dé respuesta a las incógnitas, sólo que me puse a investigar y resultó que este avistamiento es el primero documentado y por ello fue todo el revuelo, pero ¿saben qué hacía el grupo de investigadores que tuvo el hallazgo del Pez Diablo?

Coincidieron en el tiempo y el espacio mientras regresaban de una expedición en búsqueda de ejemplares de tiburón, el dato alarmante es que después de 80 excursiones sólo consiguieron rastrear tres, lo que data en una disminución de más del 94% de su presencia, atribuyéndolo a la creciente exponencial de actividad pesquera en la costa de Tenerife, donde se realiza sin supervisión de la autoridad y es colectiva, no desprecian las especies pescadas ni se respetan los tiempos de veda en lo absoluto. Quizá sea un impacto negativo más de la actividad humana en el cambio ambiental, no obstante, podrían existir factores que estén fuera de nuestro alcance. ¿Y si el hallazgo del Pez Diablo es una alerta?, ¿y si hay algo que no estamos viendo en las costas de Tenerife? ¿Si es global?

Continuando con datos alarmantes, a partir de 1970 y hasta 2020 las poblaciones de mamíferos, aves, peces, reptiles y anfibios han disminuido un 68% en promedio, gran parte de esto se debe a la destrucción del hábitat debido a la agricultura o la tala insostenible. Se espera que el cambio climático, que no ha sido el mayor detonante de la pérdida de biodiversidad hasta ahora, se convierta en la principal causa en las próximas décadas.

PÉRDIDA DE LA BIODIVERSIDAD.



El año 2020 era el marcado para alcanzar las Metas de Aichi o el Plan Estratégico para la Diversidad Biológica (2011-2020), establecido por el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Dicha hoja de ruta estableció 20 objetivos para frenar la destrucción de la biodiversidad del planeta, pero años después, según el informe, ninguno de esos compromisos tiene visos de cumplirse al 100%, con el consiguiente impacto negativo sobre las especies, los ecosistemas y el propio ser humano. Casi todos los datos son negativos, pero ante cualquier problema es importante encontrar una solución. ¿Recuerdan en ediciones pasadas cuando hablábamos de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS)? Bueno, recapitulemos:

Soluciones a la pérdida de biodiversidad: durante la presentación del informe de la ONU en 2019, la directora general de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), Audrey Azoulay, apremió a tomar medidas con estas palabras: “Ya no podemos seguir destruyendo la diversidad de la vida. Es nuestra responsabilidad para con las generaciones futuras”.

EL DETERIORO DE UN MUNDO EVOLUTIVO



Por: **IA. Roberto Kevin Acosta Cornu**

Analista en impacto ambiental y desarrollo social y económico
acostakevino05@gmail.com

ODS 14. Vida submarina. El ODS 14 pretende gestionar sosteniblemente los ecosistemas marinos, costeros, terrestres e interiores de agua dulce, abordar los efectos de la acidificación de los océanos y reglamentar la explotación pesquera al tiempo que fomenta la pesca sostenible.

ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres. El ODS 15 busca proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, detener e invertir la degradación de las tierras, combatir la desertificación y frenar la pérdida de biodiversidad.

Más allá de los compromisos de la ONU, cada uno a nivel personal puede colaborar contra la pérdida de biodiversidad. ¿Cómo? Apostando por movilidad y alimentación sostenible, consumo responsable y prácticas de reciclaje, reduciendo pequeñas acciones que contaminan, ayudando a concienciar a los más pequeños a través de la educación ambiental y apoyando acciones dirigidas a proteger la biodiversidad en el transcurso del tiempo y los procesos evolutivos. **S**



INTERACTIVE



Por: **MDM. Andrés Carrillo**
Especialista en marketing digital
[linkedin.com/in/andrescarrillop](https://www.linkedin.com/in/andrescarrillop)

Vizio Micme

Para la próxima fiesta de la oficina o tener el mejor audio de Zoom, la barra de sonido y sistema de Karaoke Vizio Micme será tu mejor alternativa. Es una barra de sonido de 2.1 canales que cuenta con dos micrófonos inalámbricos compactos con reducción de ruido, base de carga, luces led que responden al volumen de tu voz y 8 horas de batería. Además, cuenta con conexión Bluetooth, USB y acceso a 85 mil canciones en su función de karaoke; soporte para eARC; formatos Dolby Atmos y DTS:X; un *subwoofer* inalámbrico y puedes controlar todo desde la app de MicMe. Ya sea para tu nuevo *podcast*, fiesta o simplemente para mejorar el audio de tu TV, el Micme es una excelente opción.

URL: [vizio.com](https://www.vizio.com)

Precio: 349 USD



Cada vez más los dispositivos inteligentes que utilizamos nos dan experiencias distintas dependiendo de nuestra interacción con ellos; te compartimos nuestra selección de *gadgets* divertidos y útiles con los que podrás interactuar.

Bambu P1P

La libertad de tener una idea o estar trabajando en un proyecto que requiera un prototipo físico y poder diseñarlo, imprimirlo y ponerlo en uso el mismo día es la revolución que las impresoras 3D han traído a la industria desde hace décadas y de forma más marcada en los últimos años. BambuLab es una de las principales marcas de impresión 3D y acaba de anunciar su nueva P1P, una impresora de alta velocidad y fácil uso tanto para profesionales como para entusiastas; la P1P puede imprimir hasta 500 mm/s, tiene calibración automática, extrusión directa, compatibilidad con filamentos PLA, PETG y ABS, conectividad Wi-Fi y app móvil. Además de ser fácil de armar y configurar para cualquier usuario y para la gran comunidad de apasionados que comparten sus modelos para uso público.

URL: [bambulab.com](https://www.bambulab.com)

Precio: 699 USD



Flic Duo

El Flic Duo representa la nueva generación de botones inteligentes: combinando un diseño simple, facilidad de uso y toda la funcionalidad que podrías imaginar de un dispositivo de este tipo. Con un giro, movimiento o presión podrás controlar tu hogar y oficina, desde encender luces hasta reproducir música, electrodomésticos o cualquier sistema compatible con Matter, Alexa, Google Home o Apple Homekit.


El Flic Duo funciona con conectividad Bluetooth y Wi-Fi; su batería dura hasta tres años, se puede encontrar desde la app, cuenta con alarma, detección de caída para personal industrial o personas de la tercera edad. Además, su funcionalidad depende de su posición, por ejemplo, si está montado en la pared, encenderá las luces, y si se retira de ahí, comenzará a controlar tu música.

URL: [flic.io](https://www.flic.io)

Precio: 59 USD



¡Extra, extra!

Da un toque nuevo a tu lugar de trabajo con una tecla gigante de "Enter" para responder esos correos complicados de una manera muy satisfactoria; es compatible con diferentes sistemas operativos con entrada USB. 



“Las cardiopatías de los niños y las de los adultos son tan diferentes. Mientras que una cardiopatía congénita es una ruleta rusa para un niño que no hizo nada para merecerla, la enfrenta con una determinación y ánimo que deja enseñanza a todos los que lo rodean. Por el contrario, normalmente la cardiopatía del adulto es la suma de cómo cuidamos nuestro corazón a lo largo de la vida. El adulto normalmente la enfrenta buscando responsables fuera de sí mismo. El nacer con un corazón sano es una bendición, cuidarlo es tu responsabilidad”. @DASdehis

Se denomina enfermedades cardiovasculares a todos aquellos padecimientos del corazón y los vasos sanguíneos, siendo las más comunes los infartos (cardiopatías coronarias) y los accidentes cerebrovasculares. La Organización Mundial de la Salud estima que cada año cobran la vida de más de 18 millones de personas, posicionándolas como la principal causa de defunción en el mundo; además, afectan a la gente a una edad prematura.

Esto cobra relevancia, toda vez que, en mayor porcentaje de los casos, deriva de factores de riesgo conductuales como la alimentación poco saludable, la falta de actividad física, el tabaquismo y el consumo de alcohol; pero también ambientales como la contaminación del aire. Referente a la alimentación poco saludable, sabemos desde hace décadas que tiene que ver con el incremento en la ingesta de sal, azúcares y grasas, y la disminución de frutas y verduras, favoreciendo el desarrollo del sobrepeso y la obesidad.

Pero ¿por qué nos preocupa tanto la sal? Estudios recientes muestran que el sodio ocasiona cierto grado de inflamación en los vasos sanguíneos, estrechándolos e incrementando la presión sanguínea, además de forzar a los riñones en su labor de filtrado de la sangre, y alterando la presión arterial

en órganos vitales como el cerebro. Por eso la Asociación Americana del Corazón (AHA) recomienda una ingesta de sodio diaria no mayor a 1.5 gr al día, pero que puede ser rebasada con una comida rápida que incluya una hamburguesa, papas fritas y refresco; sí, los refrescos, las bebidas energéticas, así como los

jugos y las aguas aromatizadas, pueden tener cantidades variadas de sodio, de ahí la importancia de poner atención a lo que consumimos, de cuidar nuestro peso, de moderar el consumo de alcohol y dejar el tabaco.

De la ingesta alta en azúcares y grasas, y sus consecuencias, abunda información, pero es fundamental reiterar que una dieta rica en verduras y frutas, así como menos comida procesada y frita, es lo mejor para la salud cardiovascular.

Y, finalmente, aunque el tema de la contaminación ambiental no es fácil de atender porque no depende única y exclusivamente de nuestras conductas, es importante saber que un reporte en el *European Heart Journal* estima que la contaminación del aire es causante de cerca de 8.8 millones de muertes en el mundo, debido a que cada minuto respiramos entre cinco y seis

ciudadanos organizados nos sumemos a actividades para mejorar la calidad del aire en las ciudades donde vivimos; por otro lado, es necesario que tomemos acciones en lo individual mejorando la dieta, ejercitándonos en lugares verdes y, en caso de ser necesario, utilizar filtros de aire y mascarillas, así como evitar la ventilación de nuestros hogares, sitios de trabajo o convivencia en los días con altos niveles de contaminación.

Dice una frase muy popular: “saber es poder”, y como versa anteriormente, cuidar el corazón es nuestra responsabilidad, los invito a que tomemos conciencia de nuestra salud cardiovascular, a no esperar a que el médico nos informe que

SALUD

CARDIOVASCULAR



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 / X @Ma_joshyta

litros de aire y si este está contaminado, no sólo entra oxígeno a nuestro cuerpo, sino también pequeñas partículas que causan inflamación en los vasos sanguíneos; razón por la cual es relevante hacer conciencia de ello en la sociedad y en los gobiernos, y que como

nos sentimos mal porque tenemos la presión elevada o porque nos quiso dar un ataque al corazón para hacer cambios que quizás en un inicio parecen pequeños, pero que pueden ser sustanciales para nuestra calidad de vida y la de nuestras familias. S



El básquetbol femenino es una de las disciplinas que más ha crecido en los últimos años. Sobre todo, si se toma en cuenta que el nivel competitivo se ha desarrollado ampliamente con varias figuras destacando en el mundo.

Una de las mayores representantes de la actualidad es Caitlin Clark. Una joven promesa estadounidense de 23 años que ha generado un impacto inusitado en el deporte ráfaga. Con pocos años en el profesionalismo, pero una trayectoria estudiantil impresionante acaparó millones de miradas.

En Estados Unidos el deporte colegial es un fenómeno de masas. Su crecimiento ha sido exponencial dentro y fuera del país, algunas de sus figuras poco a poco empiezan a brillar con luz propia gracias al poder de las redes sociales y a la viralidad que se vive en la actualidad.

El caso de Clark es muy particular. Comenzó a captar la atención en sus partidos con la Universidad de Iowa. Su técnica y conocimiento eran tales que realmente destacaba entre sus compañeras y rivales. Desde que arrancó su carrera universitaria en 2020 fue notorio que se trataba de una atleta diferente.

En su carrera colegial dejó un legado. Rompió marcas de todo tipo: de anotaciones, de asistencias y de conjunto. Actualmente, ostenta la marca histórica de ser la mejor anotadora de triples de la National Collegiate Athletic Association (NCAA), con 548. Y dejó una vara muy alta al ser la jugadora con más puntos y asistencias en la liga con 3,951 y 1,144, respectivamente.

Esas cifras no pasan desapercibidas. Y mientras iba sumando números a su palmarés personal, también acaparaba cada vez más miradas. Los partidos de Iowa State se llenaban, incluso cuando las "Hawkeyes" jugaban de visitantes, todo por el espectáculo que daban Caitlin Clark y sus compañeras.

LE QUEDAN
MARCAS POR ROMPER,
PERO SU FUTURO
LUCE
ESPECTACULAR

CAITLIN CLARK,



La temporada 2024 fue histórica para el baloncesto universitario. En la etapa de semifinales de aquel torneo se vivió el duelo entre Iowa State y Louisiana University, el cual se convirtió en un hito, al transformarse en el pico de audiencia histórico de televisión, equiparándose al alcance de otras ligas como la MLB o la mismísima NBA.

Cabe destacar que ese récord supera a todos los otros deportes, incluidas ambas ramas, varonil y femenino. 2024 fue el año del baloncesto femenino y Clark fue la cara de esa revolución. Su rivalidad con Angel Reese,

de 3 y fue la novata que ha anotado más puntos y asistencias con 769 y 337, respectivamente.

Es el rostro de importantes campañas publicitarias, se convirtió en portada de la revista *Time* y se mantiene en el fuerte escrutinio de la vida pública. Se ha ganado el apoyo y la resistencia de mucha gente al abordar con valor temas como el privilegio y las brechas salariales.

EL CAMINO DE UN ÍCONO DEL BÁSQUETBOL FEMENIL



Por: **LCC. Jorge Aguillón Rodríguez**

Periodista independiente; escritor de columnas en diversos medios informativos / [@JorgeAR_RJ](#)

de LSU, acaparó titulares. Un hecho que el público valoró mucho al asemejarlo al de algunas figuras de los 80.

Luego de su destacada etapa, Clark fue elegida primera selección del Draft de la Women's National Basketball Association (WNBA) de 2024, convirtiéndose en jugadora profesional al unirse al Indiana Fever. Y fue ahí donde todo subió de proporciones.

En lo que lleva de carrera en la WNBA, Caitlin se ha convertido en la jugadora que más puntos ha anotado en una sola temporada, la más rápida en anotar 100 tiros

Sin duda, se puede decir mucho de ella, pero su forma de manejarse le ha ayudado a mantener un perfil aparentemente bajo, pese a lo gigante que ya es su imagen. Hoy en día se puede decir que es un ícono, es admirada por gente de todas las edades y los estratos. Pero, sobre todo, destaca que aún tiene mucho por darle al básquetbol femenino.

Habrà que ver qué marcas tiene por romper y hacia donde lleva la revolución que encabeza junto con sus compañeras de la WNBA. Lo único cierto es que su evolución va a ser espectacular. **S**

Imagen:
Time Magazine
(Gainbridge Fieldhouse, 2024)



En la 97ª entrega del Oscar, Sean Baker –director de la película *Anora* (ganadora de la categoría a “Mejor Película”, entre otras más)– mencionó en sus tantos discursos de aceptación la importancia del “cine independiente”. Para aquellos que no están familiarizados con este término, es el que se realiza sin el apoyo de grandes estudios y, por lo tanto, con recursos bastante limitados; es obvio que la apuesta es muy alta, ya que las pérdidas financieras (si las hubiese) recaerán directamente sobre los inversionistas de los proyectos (como siempre ha sido), pero en este caso son usualmente los miembros de la producción: los actores, el director, los diferentes equipos involucrados en los largometrajes o los cortometrajes los que se verán afectados. Esto forzosamente nos hace formularnos una pregunta, o más concretamente “la pregunta”: ¿es rentable el cine independiente? Aquí vale la pena hacer un gran apunte. Cintas como *Parasite* (2019), *The Whale* (2022) o incluso *Everything Everywhere All at Once* (2022), por nombrar algunas, son películas independientes, pues cumplen con el criterio de no tener a un gran estudio detrás de su producción.

Una vez sacado esto del camino podemos entrar en materia.

Por lo general, se le da el título de “película independiente” a las cintas que, como mencioné antes, son realizadas con bajo presupuesto. Sería presuntuoso entrar en la retórica acerca de lo que es rentable o no; muchas de estas cintas han sido la puerta de entrada de grandes talentos a los grandes estudios y a los grandes cheques que, por supuesto, eso conlleva. En ese tenor se le puede llamar a esta rama del séptimo arte una especie de “caldo de cultivo” de talentos.

La pronunciada desventaja que este tipo de trabajos presenta obliga –obviamente– a todos los involucrados a buscar formas no sólo de producción, sino también de capitalización. La llegada de nuevas tecnologías (específicamente los celulares) ha permitido la creación de largometrajes significativamente más baratos y, conforme

avanza el tiempo, su calidad ha ido mejorando progresivamente. En el lado de la preproducción, las páginas de *crowdfunding* han ayudado a quitar un poco de presión económica a los productores dando recompensas a cambio de una aportación monetaria, un modelo que ha probado ser, si no infalible, al menos, bastante útil, dependiendo en gran parte de las campañas en redes sociales de los colaboradores de los proyectos. Una vez teniendo el material grabado sólo falta el último paso que es uno de los más caros en la vida de una película: su distribución.

La verdad sea dicha es difícil que una cinta sea adquirida por una plataforma como Netflix o Amazon Prime, aunque, por supuesto, no imposible. El cine independiente ha hecho de sitios como YouTube o incluso los de descargas de Torrents su “hábitat natural”. Por supuesto muchos alzan la voz por el conflicto de intereses que existe al subir un trabajo a una página donde el público lo pueda ver o descargar sin costo alguno, sin embargo, para muchos es esto o que su obra simplemente jamás sea vista.

De acuerdo con el anuario estadístico del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), al primer trimestre de 2024, el 54% de las cintas producidas en 2022 fueron de capital privado, una cifra elevada si se toma en cuenta realmente cuan pocas de esas películas llegaron a las salas de cine, lo que a todas luces debe mostrarnos poca rentabilidad.

...y es en este punto donde volvemos al inicio. Sí, una cinta que no devuelve lo invertido es una pérdida, pero sin este tipo de trabajos jamás habríamos conocido a toda una gama no sólo de directores y actores, sino también a todos aquellos que están de alguna u otra manera involucrados en el mundo del cine; tampoco tendríamos tantas películas que ahora son consideradas de culto. Los creadores muchas veces sólo buscan tener su obra allá afuera, en el mundo. A esto se le puede ver claramente como una inversión.

Hace muchos años un joven de ascendencia mexicana quiso compartir una historia. Con cámara en mano, poco dinero y muchos amigos, Robert Rodríguez se lanzó a las calles a contar-nos *El Mariachi*...una gran hazaña, independientemente de por dónde se le vea. **S**



Imagen: *Anora* (Director: Sean Baker, 2024)

¿EL CINE INDEPENDIENTE ES REALMENTE RENTABLE?



Por: **Esteban Cortés Sánchez**

Compositor de música para cine y director de orquesta / linktr.ee/lecscorp

SI BIEN PUEDE DEJAR PÉRDIDAS
ECONÓMICAS, BRINDA MUCHAS
OPORTUNIDADES EN OTRAS ÁREAS



Hoy me gustaría llevarte a reflexionar sobre lo que pensamos. Se dice que tu pensamiento crea tu realidad, así que considero indispensable saber qué piensas para saber qué vas a crear en tu vida.

La mayoría de los pensamientos suceden en milésimas de segundos, así que, si no estás en el presente y atento, puede ser que estés pensando mil cosas y no te das ni cuenta.

Todos los pensamientos tienen transformaciones a lo largo de la vida y de las generaciones, esto nos lleva a evolucionar e ir avanzando conforme al contexto social e histórico. Cada generación tiene sus modas, sus prioridades y, por ende, sus creencias y pensamientos. Es como cuando una persona se muda del campo a la ciudad, tiene que transformar su manera de pensar y sus creencias para adaptarse al estilo de vida ciudadano.

Al pasar de los años las cosas cambian mucho, por ejemplo: en los años 60 la costumbre era que los hombres se casaran con mujeres más chicas; los nacidos alrededor de los 70 ya se empiezan a casar de la misma

edad, después, a los que nacieron en los 80 ya no les preocupa casarse o vivir juntos, independientemente de quién sea mayor.

Imagínate si alguien de los 60 no transforma su pensar con respecto al matrimonio, tendrá muchos problemas con sus hijos nacidos en los 80 al ver que no se casan. En la época de mis abuelos las cosas se hacían porque se debían hacer, el deber ser y el cumplir las obligaciones sin falta era lo que daba satisfacción y era reflejo de una vida exitosa.

En la época de mis padres lo más importante era estudiar una carrera universitaria, cuanto recuerdo a mis papás diciéndome: primero me traes un título y luego haces lo que quieras. Así que ahí estaba estudiando la carrera, una especialidad y mil cosas más, porque a través del estudio lograbas el éxito.

Ahora, hay chavos que les gusta tener una casa cómoda, vivir con mascotas como si fueran sus hijos, tener un trabajo donde puedan aprender tecnología de punta y disfrutar con los amigos; eso es el sinónimo de llevar una vida exitosa.



Por: **LN. Laura Sánchez Flores**

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

TRANSICIÓN DE PENSAMIENTO

Con esto nos podemos dar cuenta del cambio de pensamiento de unos años a otros y, como ya lo mencioné, la importancia de hacer la transición de pensamiento de unas ideas a otras.

Te pongo otro ejemplo: los hijos en la generación de mis abuelos eran cuidados por su mamá; en la generación de mis papás fuimos a guarderías porque las mamás tenían que ir trabajar. En el caso de mis hijos era poco común que una mamá se quedara en casa sin tener que cumplir obligaciones laborales.

Tenemos que aceptar que la pandemia y el encierro nos orilló a cambiar la forma de pensar, de trabajar y de relacionarnos. El que ahora tengamos mujeres en los puestos de gobierno y dirección también nos lleva a una transformación, que conlleva una adaptación de pensamiento.

Es necesario reconocer qué pensamientos son los esenciales para cada uno, esto te ayuda a integrarte de manera más fácil a la evolución social e histórica de nuestro mundo.

Podríamos comparar mil tópicos entre las generaciones y ver sus cambios a lo largo de los años y no terminaríamos nunca, lo relevante es que estamos en constante evolución y si no conoces tu información dificultarás las relaciones con los que te rodean, ya que la diferencia de pensamiento origina discusiones que pueden terminar de manera poco agradable.

Te invito a que en la próxima reunión familiar escuches las ideas y los pensamientos de los diferentes miembros de tu familia, te aseguro que encontrarás algo parecido a lo que te he contado. Es sumamente interesante darte cuenta a qué pensamientos están aferradas las personas. Y tú, ¿ya identificaste tus pensamientos a transformar? **S**



Sí, lee el título otra vez: tomar una decisión es crear nuevas posibilidades. ¿Lo habías pensado así? Vamos a desmenuzarlo juntos. Por ejemplo, si hoy decides ver la tele en lugar de hacer el pendiente que te va a ayudar a cumplir tus metas, estás DECIENDO irte por las posibilidades que vas a crear al ver la tele y no las de acercarte a tu meta (claro que lo puedes hacer mañana, esa será otra decisión que te abra nuevas posibilidades, pero hoy decidiste eso), y estas posibilidades de la primera elección son muchas: como inspirarte, si decidiste ver un contenido, serie o película motivacional, pero también estresarte si pusiste algo de miedo o suspenso; entretenerte y relajarte, si es algo que te haga reír; hacerte perder el tiempo, si no es algo que te sume. ¿Notaste todas las posibilidades que se abrieron al elegir eso? ¿También percibiste

Ojo, aquí no existe el juicio de “está mal o está bien”, simplemente observamos lo que es y las posibilidades que cada decisión abre. Quizá lo primero que vino a tu mente fue que la primera decisión estuvo mal, pues te tiraste a la flojera, pero a mí no me gusta ponerle esta connotación de mal o bien y te explicaré por qué, de hecho te invito a que revises desde dónde estás tomando esa decisión. Porque si tomaste la primera decisión de ver la tele desde tu intuición de descansar, de despejar la mente, de motivarte con cierto contenido... puedes sacar ideas buenísimas para llevarlas a la práctica y que te abonen a tu vida o a tus metas, puedes descansar tu cuerpo y darle ese tiempo de recuperación, si fue un día agotador y cualquiera de esas dos serían benéficas para ti por el simple hecho desde dónde tomaste la decisión; pero si la

tomaste desde la flojera, renegando, desde tu ego o inconsciencia, pues no te va a beneficiar. ¿Te fijas cómo es la misma decisión, pero tomada desde un lugar diferente en tu interior?

Pues así con todo, la idea es seleccionar desde ese “yo interior” lo que sientas que va a abonar en tu vida. También es importante tener claro que siempre puedes ir por la otra decisión, aunque hayas tomado ya una, ¡es la magia del libre albedrío que tenemos! Por ejemplo, si decidiste estudiar una carrera porque tus padres esperaban eso de ti, pero no te apasiona o incluso la detestas y querías estudiar otra, nunca es tarde,

ya sea que tengas la voluntad de decirles y dejar la primera carrera trunca o, si por algo no pudiste, cuando la termines buscar la manera de estudiar esa otra o meterte a algún curso o trabajo donde la puedas desarrollar, repito, nunca es tarde para decidir hacer eso que te llama. Y no sólo lo digo yo, te menciono dos casos de éxito: el creador de Kentucky Fried Chicken lo fundó a sus 74 años y Carolina Herrera decidió a los 42 años hacer su marca de ropa. Y así hay miles de ejemplos, donde la curiosidad, la intuición, la tenacidad o la disciplina de conseguir algo te llevan a tomar una serie de decisiones que van abriendo miles de posibilidades.

TOMAR UNA DECISIÓN

que dentro de cada decisión hay más que te abren más posibilidades? Porque tú elegiste ver la tele, pero después de eso tuviste que elegir qué ver, y cuando te haces consciente de ello, aprovechas tu tiempo y seleccionas mejor tus decisiones.

Ahora supongamos que decidiste hacer eso que te acercará a tu meta, por ejemplo: dar seguimiento a tus clientes. Te pones a mandar ese WhatsApp o correo a diez clientes que se habían mostrado interesados al principio, pero al final no contestaron; y te responden 3 que siguen interesados, pero por sus ocupaciones olvidaron contestar y te piden cotización o cita. En este caso tu elección te trajo resultados para acercarte a tus metas; primero decidiste, desde tu disciplina, hacer lo que quizá en tu meta mensual habías dicho que harías, después decidiste escribirles a los clientes y ahora estás viendo los resultados.



Por: **LAE. Lili Torres**

Administradora de empresas, decodificadora biointegrativa y consteladora familiar / lilianatdl@gmail.com

Así que ahora ya puedes estar más consciente de ello y seleccionar mejor tus siguientes decisiones observándote desde dónde las tomas, porque sabrás que así estás creando las posibilidades que quieres para tu vida y, a la vez, no estresarte tanto por una decisión que aparentemente no funcionó, pues estás seguro que desde tu libre albedrío puedes tomar otra para cambiar el rumbo de lo que estás creando para ti.

DAREDEVIL: BORN AGAIN
Creado por Dario Scardapane

Basada en los personajes creados por Marvel Comics, esta serie es presentada como la cuarta temporada de la cancelada *Daredevil* (2015-2018) en la que los mismos actores regresan para dar continuidad a los sucesos presentados en su antecesora.

La historia se sitúa años después, en los cuales, y debido a trágicos sucesos, Matt Murdock detiene sus actividades como el superhéroe ciego Daredevil, pero continúa su lucha por la justicia como abogado mientras el exjefe de la mafia Wilson Fisk es elegido como alcalde de New York, en una trama que los críticos definen como criminal ambiciosa, marcando un tono más maduro al Universo Marvel.

QUÉ VER

DIABLO GUARDIÁN
Autor: Xavier Velasco

Esta novela sigue a Violetta, una joven de quince años que cruza la frontera con más de cien mil dólares robados a sus padres. Velasco no restringe adjetivos para describir ambientes en una historia que no sólo entretiene, sino que nos obliga a reflexionar sobre las decisiones que tomamos y cómo llegamos a situaciones de las que se vuelve complejo salir.

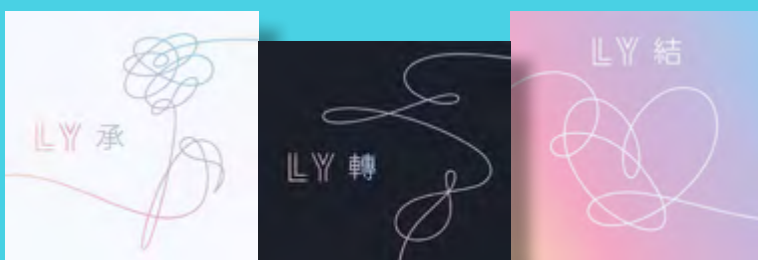
Sin embargo, aún entre tantas dudas, en este libro hay algo que la protagonista sí sabe... y es que es tiempo de arrojar los dados y cerrar los ojos, casi con ganas de que a todo se lo lleve el diablo.

QUÉ LEER

LOVE YOURSELF
BTS

¡El mejor grupo de K-pop está de regreso!, y nada mejor que celebrarlo con su trilogía titulada *Love Yourself*, una serie de álbumes mediante la cual promueve el amor propio y la antiviolenencia.

El primero es *Love Yourself: Her*, que incluye *tracks* como "DNA", "Best of me" y "Go Go", que presentan el amor y la complejidad de las relaciones románticas. *Love Yourself: Tear* es el segundo material que te llevará a explorar aspectos como el desamor y el dolor al dejar ir a la persona amada con temas como "Fake Love", "The Thuth Untold" y "Singularity"; y finalmente *Love Yourself: Answer*, que combina los elementos anteriores, ofreciendo una resolución y un mensaje de autoaceptación y amor a través de canciones como "Idol", "Epiphany" y "I'm fine".



QUÉ ESCUCHAR

STRATEGA
BUSINESS MAGAZINE

ANÚNCIATE
CON NOSOTROS

www.
strategamagazine.
com


f /StrategaBM
X @StrategaBM
@stratega_magazine
@strategaoficial
@strategaoficial

ventas@strategamagazine.com

San Luis *Open* 2025

Presentado por:

STRATEGA 
BUSINESS MAGAZINE

La Loma  **GOLF**

21 AL 24 DE MAYO