

ADEMÁS: **El ABC** del emprendimiento

FEBRERO. MARZO. 2023

Newsweek®

EN ESPAÑOL



LAS MEJORES EMPRESAS MEXICANAS DIRIGEN EL CAMINO

MX\$40



ARGENTINA \$31.00	BOLIVIA Bs25.00	CHILE \$2130.00	COLOMBIA \$8.900.00	COSTA RICA ₡1.900.00	ECUADOR \$4.00
EL SALVADOR 31.00	GUATEMALA Q27.00	HONDURAS L75.00	MÉXICO \$40.00	NICARAGUA C\$95.00	PANAMÁ B3.50
PARAGUAY ₡16.500.00	PERÚ S/11.00	PUERTO RICO US\$3.50	REP. DOMINICANA RD\$157.00	URUGUAY \$87.50	EE. UU. \$5.00



SHARE at SEA

FRACTIONAL NAVIGATION

LA FORMA INTELIGENTE DE NAVEGAR

Sin preocupaciones, sin sorpresas y sólo disfrutando lo mejor de ser dueño de un yate.

Así es **SHARE AT SEA**, de **ALE MARINE**, el programa de navegación fraccional más experimentado en México.



12.5%



5 SEM/
AÑO



LA PAZ,
B. C.



5
CABINAS



98
PIES



11 PAX.



www.ale.mx | info@ale.mx



PRINCIPALES

DESDE HACE MÁS DE UNA DÉCADA

MEM ofrece a las compañías acompañamiento con expertos de sus tres instituciones promotoras, Citibanamex, Deloitte y el Tecnológico de Monterrey.

8

El ABC para emprender

Tener bases sólidas, una buena planeación y un equipo de consejeros es fundamental.

Por EMMA LANDEROS MARTÍNEZ

16

SECCIÓN ESPECIAL

Mejores Empresas Mexicanas

La iniciativa que a lo largo de 13 ediciones ha reconocido a más de 187 compañías privadas por el nivel de excelencia en resultados y en sus prácticas de gestión.

PORTADA: Basada en una ilustración cortesía de MEM



Facebook/Newsweek en Español
Twitter @NewsweekEspanol
Instagram @newsweekenespanol
TikTok: @newsweekespanol

46

Mare Advvertencia Lirika CANTANTE

DE RAP, activista social, feminista y migrante, desde niña inmersa en las artes.



SECCIONES

In Focus

4 Noticias en imágenes

Periscopio

8 ¿Qué hago para emprender? El ABC

12 Mejores rubros para emprender en 2023

Mejores Empresas Mexicanas

16 Un distintivo empresarial único

20 Un programa con presencia global

Comentarios: cartasaleditor@newsweekspanol.com

NEWSWEEK EN ESPAÑOL / VOL. 27, NO. 1; FEBRERO / MARZO 2023 © 2023

Publicada por News for America LLC bajo licencia de Newsweek, Inc. Todos los derechos reservados.

VENTAS DE PUBLICIDAD: mmontes@newsweekspanol.com

22 Cómo se impulsa el valor de las empresas

26 Expertos de MEM

30 Un diagnóstico integral sin costo

32 Industria mediana privada en 2022

Horizontes

36 Convertirse en adulto sin morir en el intento

Salud

40 Una misionera del trasplante de órganos

41 Contar calorías

Opinión

42 Economía moral

Cultura

44

Machismo y homofobia en el español de México

46 Entrevista: Mare Advvertencia Lirika

En la última

48 Portadas NW



DIRECTORA GENERAL _ Gloria Márquez

DIRECTOR EDITORIAL _ Daniel Moreno Chávez

DIRECTOR COMERCIAL _ Manuel Montes de Oca

NEWSWEEK EN ESPAÑOL

Director general adjunto _ Miguel Ángel Jaime

Directora editorial _ Camila Sánchez Bolaño

Coordinador editorial _ Joel Aguirre A.

Diseño editorial _ Beto Gutiérrez

Reporteras y editoras web _ Emma Landeros Martínez y Kenia Hernández Rivera

Redes sociales _ Paloma Corvera y Andrea García

Traductores _ Anaclara Chávez y José Ignacio Rodríguez

Colaboran en esta edición _ Sharenii Guzmán, Carlos Alberto Martínez Castillo, Jessica Nasser, Liliana Olivares

NEWSWEEK EN ESPAÑOL, UNA DIVISIÓN DE NEWS FOR AMERICA LLC

Consejo directivo _ José Luis Fernández de la Maza, Juan Diez-Canedo, Felipe Diez-Canedo, Gerardo Márquez Camacho, Camilo Sansores Mata
Consejero editorial _ Jorge Ávila

VENTAS DE PUBLICIDAD PARA MÉXICO Y AMÉRICA LATINA
Director comercial _ Manuel Montes de Oca
Gerente de contenidos comerciales _ Jorge Guzmán

NEWSWEEK MAGAZINE

PUBLISHED BY Newsweek LLC

EDITORIA GLOBAL EN JEFE _ Nancy Cooper

EDITORIA ADJUNTA _ Diane Harris

VICEPRESIDENTE CREATIVO DE MARCA _ Michael Goseels

VICEPRESIDENTA DIGITAL _ Laura Davis

EDITORIA GERENTE _ Melissa Jewsbury

EDITOR DE PROYECTOS ESPECIALES _ Fred Guterl

NEWSWEEK (ISSN0028-9604) IS PUBLISHED BY NEWSWEEK LLC, 7 HANOVER SQUARE, 5TH FLOOR, NEW YORK, NY 10004. PUBLISHED IN COOPERATION WITH NEWSWEEK. NEWSWEEK.COM

PARTE DEL MATERIAL EDITORIAL DE ESTA REVISTA ES PUBLICADO BAJO LICENCIA DE NEWSWEEK

NEWSWEEK EN ESPAÑOL (ISSN: 1091-3416) Editada en México por News For America LLC. Circuito Interior Melchor Ocampo 193, Locales J28 y J29, Planta Alta, Plaza Galerías, Col. Verónica Anzures, Miguel Hidalgo, CP 11300. Reserva de uso de Título No. 04-2000-072412234900-102. Certificado de Licitud de Título No 11424 y Certificado de Licitud de Contenido No. 8019 ante la Comisión Calificadora de Publicaciones de Revistas Ilustradas. • Impreso en Vida y Placer Impresiones: Montecito 3B, Int. 18, Col. Nápoles. C. P. 03810. Registrada en la Oficina Postal como un semanario de noticias. Derechos reservados bajo la International Copyright Convention y bajo la Pan American Convention. Newsweek es una revista semanal editada desde 1933. Newsweek en Español está escrita y editada para una audiencia mundial y se publica semanalmente bajo licencia de Newsweek LLC. Derechos de propiedad intelectual y de traducción a cualquier idioma reservados en todos los países. Printed in Mexico

NEWSWEEK EN ESPAÑOL (ISSN: 1091-3416) is published weekly. Periodical postage paid at Miami, FL. POSTMASTER: Send address changes to News for America, 6355 NW 36th Street, Suite 507, Virginia Gardens, FL 33166

PRINTED IN MEXICO

Las opiniones expresadas por los autores y colaboradores de Newsweek en Español no reflejan necesariamente la postura de los editores de la publicación. Asimismo, Newsweek en Español investiga acerca de la seriedad de sus anunciantes, pero no se responsabiliza por las ofertas relacionadas con estos.

Circulación certificada por el Instituto Verificador de Medios. Registro No. 312/01



Entérate de los temas de relevancia. Ponemos las noticias al alcance de tu mano

Un regalo cósmico de gran precio. Los astrónomos esperan que el cometa C/2022 E3 (ZTF), que visitó nuestro vecindario cósmico por última vez hace 50,000 años, alcance su brillo máximo en febrero.

FOTO: GETTY IMAGES

Newsweek
EN ESPAÑOL

Consulta 
newsweek.espanol.com

Los tiempos se comprenden mejor si estamos informados adecuadamente.

In Focus

EN LAS IMÁGENES



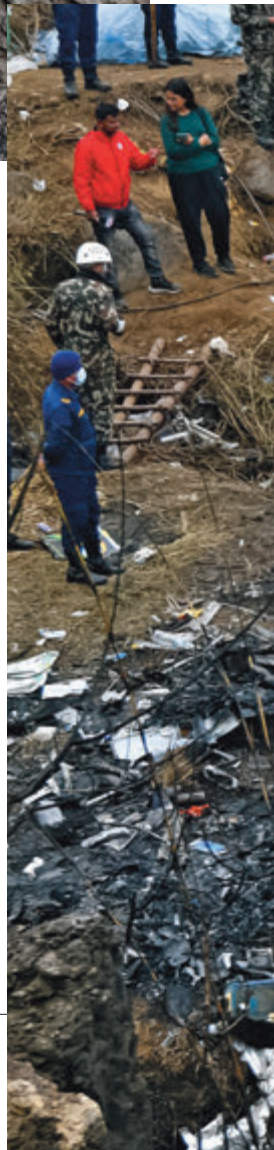


CIUDAD DEL VATICANO

El último adiós

Miembros del clero salen tras la misa funeral por el papa emérito Benedicto XVI, en la Plaza de San Pedro, el 5 de enero. Benedicto XVI fue el primer papa que dimitió en 600 años. El actual, Francisco, presidió el funeral, que marcó el final de una década única en la que coexistieron dos papas. Un pergamino colocado sobre el ataúd mencionaba: "Luchó contra los crímenes cometidos por miembros del clero contra menores o personas vulnerables".

📷 → ALBERTO PIZZOLI/AFP/GETTY





ZAMBIA

Explotación de cobalto

Un *creuseur*, o excavador, desciende a una mina de cobre y cobalto sin equipo de seguridad, en el norte de Zambia. Para extraer cobalto, frente a las explotaciones mineras industriales autorizadas, hay cientos de miles de mineros "artesanales". **Estos mineros son hombres, mujeres y niños que están sometidos a duras condiciones y bajos salarios.**

📷 → MICHAEL ROBINSON CHAVEZ/ THE WASHINGTON POST/GETTY



NUEVA YORK

¡Sujétate fuerte!

Koltin Hevalow es lanzado por un toro durante el evento Unleash the Beast, de la asociación Professional Bull Riders (PBR), en el Madison Square Garden, el 7 de enero. Este es uno de los eventos de rodeo más grandes del mundo.

Los 30 mejores jinetes profesionales del mundo compiten contra los toros bravos más agresivos en duelos de ocho segundos. El PBR celebrará su aniversario número 30 en la temporada 2023.

📷 → JAMIE SQUIRE



NEPAL

Con los corazones rotos

Rescatistas sacan el cuerpo de una víctima del accidente del vuelo 691 de Yeti Airlines en la ciudad turística de Pokhara, el 16 de enero, día de luto en Nepal por las víctimas. El accidente de un día anterior no dejó supervivientes y es la peor catástrofe aérea del país en tres décadas. El número de muertos ascendió a 72.

📷 → PRAKASH MATHEMA/AFP/GETTY



LAS BASES

¿QUÉ HAGO PARA EMPRENDER?

Tener bases sólidas, una buena planeación y un equipo de consejeros es fundamental. **Conoce este ABC del emprendimiento.**

➤ “MI DEFINICIÓN PERSONAL DE ‘EMPRENDER’ ES LA posibilidad de crear, es la actitud de curiosear y la habilidad de resolver y, a veces, hasta la necesidad de continuar pese a los obstáculos. Y me permito incluir también las ganas de transformar”, revela la emprendedora, escritora y conferencista Ana Victoria García Álvarez.

A esa definición, agrega que se debe poseer la inocencia de soñar y de creer. Los que emprendemos saltamos al vacío, explica en entrevista con *Newsweek en Español*: **“No tenemos todas las respuestas, no tenemos una red tejida, pero sí existe la confianza de que la vamos a tejer mientras tratamos de no caer. Es como hacer malabares con varias cosas a la vez sin necesariamente tener toda la información disponible”.**

Mucho antes de pertenecer a la lista de las 100 mujeres más poderosas de México de la revista *Forbes*, y de ser una de las 30 promesas en sus 30 para la revista *Expansión*, Ana Victoria sabía que tenía una vena emprendedora. En las memorias de su infancia, narra, tiene muy claro que desde niña emprendió pequeños negocios.

“Poseía esas ganas de vender, pero también de detectar problemas o necesidades que po-

día solucionar. Recuerdo que cuando salía de moda cierto modelo de tenis y mis compañeras no sabían dónde conseguirlos, yo me daba a la tarea de buscarlos y venderlos, y también durante un tiempo hice collares. Es decir, siempre estaba buscando la posibilidad de generar dinero o una ganancia a través de mis creaciones o de solucionar una necesidad a otros”.

De acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), la esperanza de vida promedio de una empresa recién creada en México es de 7.8 años. Solo dos de cada diez logran superar los diez años de vida.

La iniciativa y atención a las necesidades de nuestro entorno son la primera base del emprendimiento, dice Ana Victoria. “Tiene que haber un hambre de solucionar y ejecutar. Si no hay ese motivador, impulso y ganas veo difícil generar tracción cuando necesitas resiliencia y constancia, porque el emprendimiento no son *sprints*, son carreras a largo plazo”.

Para la empresaria, otra de las bases es “la necesidad” y, con ello, una solución real que agregue valor. Porque se cae en un error cuando se asume que, si a una persona le funciona, a decenas más también. No se trata de

POR

EMMA LANDEROS
MARTÍNEZ



» De acuerdo con el Inegi, la esperanza de vida promedio de una empresa recién creada en México es de 7.8 años. Solo **dos de cada diez** logran superar los diez años de vida.

El 75 por ciento de las pymes en México fracasan y **cierran sus operaciones** antes de cumplir los dos años de haber iniciado operaciones.



enamorarse de la idea o del producto a emprender de manera ciega y dar por hecho que está brindando una solución. De acuerdo con su experiencia, opina que una propuesta de valor es ofrecer algo que alguien más necesite y esté dispuesto a pagar por ello: “Esa es la ecuación”.

Un último ingrediente a la hora de crear las bases para un emprendimiento, dice, es tener varios planes B. Porque las ideas nunca se materializan con el primer plan, por ello debe haber una flexibilidad para instrumentar otros proyectos.

Carrera de altos vuelos

ANA VICTORIA GARCÍA ÁLVAREZ ESTUDIÓ mercadotecnia y después se desempeñó como directora regional en Endeavor México, una oenegé que lidera el movimiento de emprendimiento de alto impacto a nivel global.

En aquel lugar se dio cuenta de que ella era la única mujer en las salas. “Yo vengo de una familia balanceada, es decir, los dos trabajaban y los dos cuidaban de la casa. Por ello esta diferencia para mí es notoria y casuísticamente formé un equipo

donde la mayoría son mujeres. Sin embargo, comencé a escuchar prejuicios: ‘¿Cómo es eso de trabajar con puras mujeres?’, ‘Te han de llover un día sí y otro también’, ‘¿Cómo las controlas?’”.

En aquel momento, 2012, todos esos estigmas y prejuicios la llevaron a investigar cifras que también le funcionaron como un motivador. Y es que descubrió que en ese entonces en México solo el 19 por ciento de los emprendimientos formales eran dirigidos por mujeres.

Aquel año decidió emprender formalmente. Se lanzó al vacío, recuerda, porque comenzó su actividad en la sala de su casa, sola y sin socios. Tampoco tenía una inversión, pero sí muchas ganas de vender aire, “que es lo que vendes cuando empiezas”, dice, sonriendo. Así inició Victoria147, la primera plataforma en México de capacitación, empoderamiento y aceleración enfocada en impulsar a mujeres emprendedoras.

El propósito de Ana Victoria era invitar a las mujeres a unirse a un ecosistema emprendedor. Se inició como una aceleradora, no obstante,

UN ERROR COMÚN en los emprendimientos es que se toman decisiones sin conocer los números del negocio. No cuidar los gastos lo lleva a la agonía.

en diez años la firma evolucionó y hoy en día desarrolla empresas de mujeres emprendedoras en pro de la igualdad y, además, ha sumado un brazo consultor que hace alianzas con empresas grandes.

Datos del Inegi señalan que las mujeres están al frente solo de tres de cada diez pequeñas y medianas empresas (pymes) en México. La idea de que “todos podemos hacer lo que queremos” es bastante controvertida, comenta la empresaria, quien fue la primera mujer “tiburona” del programa televisivo Shark Tank México, en cuya primera temporada apareció a sus 32 años. Sin embargo, según su parecer, existen distintas formas de ser emprendedor.

“Se puede ser *free lance*, tener una empresa con dos empleados o fundar y mantener una compañía transnacional, para cada una se requieren diversos ingredientes. Dicho esto,

ABC

considero que sí hay en el camino perfiles que van a disfrutar la actividad del emprendimiento más que otros, y por ello algunos tendrán un mejor desempeño”, explica.

No obstante, considera que todos los seres humanos, en mayor o menor medida, cuentan con ingredientes para convertirse en emprendedores. Y es que, explica, se trata de poseer mucho sentido común, de saber detectar oportunidades y generar una solución. **Si se trata de un emprendimiento formal donde ya existe un presupuesto comprometido, se debe tener una estructura, un equipo, indica.**

Además, fundamentalmente se debe fijar un plan estratégico a dos, tres o cinco años. En ese escenario, se tendrán que tomar decisiones que impacten y que por ello tendrán un riesgo constante, y para ese tipo de emprendimientos también se requiere de cierto perfil.

Nadie quiere perder ni fracasar

DE ACUERDO CON DATOS DEL CENTRO para el Desarrollo de la Competitividad Empresarial, el 75 por ciento de las pymes en México fracasan y cierran sus operaciones antes de llegar a cumplir dos años de haber iniciado actividades.

Cuando se inicia un emprendimiento hay miedo porque nadie quiere perder ni fracasar, considera Ana Victoria, creadora del pódcast

“Más cabrona que bonita” y autora del libro *Ellas, la historia de emprender contada por mujeres*. Sin embargo, las caídas son parte de la vida, por lo que aconseja que se ejercite la actitud ante la adversidad. Los emprendedores deben ser capaces de reaccionar ágilmente y no perderse en los “no”, en el “no se pudo” o en la duda.

“Lo que he observado de las crisis es que, en el momento en que suceden, exprimen una gran versión de quien decide actuar y no congelarse ante ellas”, señala. Y cuenta que, como ejemplo, recuerda a una emprendedora que llegó durante la segunda generación de Victoria147 y que tiene una empresa que comercializa té desde hace 23 años.

Al principio de su negocio, la empresaria decidió tomar un crédito

porque tenía un nuevo cliente que estaba en Dubái, y eso requería de una inversión para ampliar la planta y la maquinaria. Aunque era una inversión fuerte, el pedido la haría crecer exponencialmente. Cuando tuvo en su poder el crédito, el cliente se retractó argumentando que “por ser un año de crisis” no podía hacer ningún pedido.

La cancelación provocó que la empresaria del té se viera acorralada. Sin embargo, lejos de sentarse a pensar en el fracaso, decidió buscar más clientes, más canales, y se diversificó porque el producto que estaba produciendo para Dubái debía colocarlo en algún sitio.

“Tras escuchar su experiencia, pensé que estamos diseñados para huir del peligro”, medita Ana Victoria. “Nuestro cerebro está diseñado

LA INICIATIVA Y ATENCIÓN

a las necesidades de nuestro entorno son la primera base del emprendimiento.



“Emprender es la posibilidad de crear, es la actitud de curiosear y la habilidad de resolver y a veces hasta la necesidad de continuar pese a los obstáculos”.

ANA VICTORIA GARCÍA ÁLVAREZ es fundadora de Victoria147, la primera plataforma en México de capacitación, empoderamiento y aceleración enfocada en impulsar a mujeres emprendedoras.



para detectar ciertas circunstancias y alejarnos de ellas y yo creo que el fracaso es una alerta para sobrevivir”.

Más que perder el miedo al fracaso, la empresaria recomienda a los emprendedores trabajar la flexibilidad y resistencia ante los momentos de adversidad. Es decir, “vamos a estar listos cuando lleguen las crisis y mejor preparados para sabernos levantar”.

Los errores más importantes, de acuerdo con su experiencia, son aquellos que surgen en el tema financiero, uno de los rubros que más tratan de evitar quienes desean desarrollar un negocio. Sin embargo, es ese elemento el que aporta una radiografía de cómo está la empresa y lleva a tomar las decisiones adecuadas.

Un error común es que se toman decisiones sin conocer los números del negocio. “Muchas veces escucho a emprendedores decir: ‘Eso lo ve el contador’. Pero el contador ve la historia y la interpreta desde una visión contable, no de negocios, no financiera y no administrativa”.

“Vendí y perdí dinero”, es una constante a la hora de emprender. Esto sucede, de acuerdo con Ana Victoria,

porque no se estiman los costos, no sumaron sus gastos prorrateados, el sueldo, y eso lleva a perder dinero.

Errores en el emprendimiento

OTRO ERROR ES LLENARSE DE GASTOS fijos. No cuidar estos gastos fijos y crear una estructura demasiado irresponsable, demasiado pesada, llegará al punto de llevar a la agonía al negocio. Cada vez que se va a contratar a alguien o se tendrá un servicio fijo o habrá que pagar una renta hay que analizar si realmente hay un sustento para poder mantenerlo. Otros errores, de acuerdo con la empresaria, son no escuchar al cliente, al mercado y a las tendencias, no moverse ágilmente, ser demasiado optimista y no tener planes.

La mercadóloga considera que un buen emprendedor debe mantenerse siempre con “el wifi abierto”, es decir, ser receptivo a todas las ideas y oportunidades que se presenten. “Todos podemos tener una idea, pero lo que cuenta es accionar y rodearse de mentores, de consejeros, de socios y de un equipo que entienda el concepto que se pretende desarrollar”.

Una de las tendencias que está en ebullición para este 2023, de acuerdo con Ana Victoria García Álvarez, es la economía circular. También hay otros temas en el tablero, tales como proyectos de sustentabilidad, la industria del bienestar, data, divisas y *gadgets*.

Se suman a estos temas los productos de consumo, alimentos y suplementos, así como las metodologías de ejercicio, soluciones de salud mental, belleza, plataformas de optimización en análisis de datos y en automatización de funciones con inteligencia artificial.

El tema de las mascotas, cuyo auge tiene a la empresaria muy sorprendida, es una gran tendencia por el incremento de estas y, con ello, de los productos y servicios que se requieren. “Para las mascotas hay desde suplementos alimenticios hasta aromaterapia”.

El Instituto Nacional del Emprendedor indica que mensualmente nacen alrededor de 35,000 negocios en México. En tanto, de acuerdo con una investigación realizada por Ipsos, 55 por ciento de los mexicanos tiene intenciones de emprender.

La también maestra en administración y negocios asegura que nadie debe quedarse con las ganas de intentar desarrollar su idea. “¡Fuera frenos! Se debe evitar el ‘¿y si me va mal?’. Se debe intentar no caer en pánico y no perder el patrimonio. Cada persona tiene distintas aversiones al riesgo, entonces con base en eso tienen que probarse. Pero no se queden con la duda. Cada quien elegirá si emprenden solos, con una incubadora o con una academia. El salir de la duda da mucha sanidad mental”, concluye Ana Victoria. **N**

TENDENCIAS

LOS MEJORES RUBROS PARA EMPRENDER EN 2023

De acuerdo con aceleradoras de negocios, los sectores que están creciendo son los de **inteligencia artificial, fintech, salud y agronegocios**. ¿En cuáles vale la pena invertir?



“El sector agrícola es primordial para los países en vías de desarrollo. Un ejemplo de negocio son los fertilizantes”.

DENIS YRIS, CEO de Wortev Capital, considera que las categorías que están creciendo en 2023 a escala mundial son inteligencia artificial, 'big data', realidad virtual y robótica.

➔ EN LOS ÚLTIMOS AÑOS EL NÚMERO de personas que decidió emprender aumentó significativamente. De acuerdo con la institución financiera BBVA, en México 40 por ciento de los emprendedores son jóvenes de entre 22 y 35 años. En esa vía, se estima que uno de cada tres mexicanos está interesado en desarrollar una idea de negocios, la cual puede surgir de una necesidad como la escasez de agua a nivel mundial. Así nació Ion Ag+, una empresa mexicana dedicada al saneamiento del líquido vital, en poblaciones rurales en situación vulnerable, mediante iones de plata integrados en esferas biocerámicas.

“Nació en 2013 y, desde entonces, trabajamos en programas sociales con el gobierno y hemos impactado a alrededor de 125,000 familias”, refiere en entrevista con *Newsweek en Español* Marco Sandoval Saldaña,

director del área de Proyectos Especiales en Ion Ag+. “En donde más laboramos es de la zona centro del país al sur, además por la precipitación pluvial, como Morelos, Puebla, Querétaro, Zacatecas, San Luis Potosí, Chiapas, Veracruz, Quintana Roo, Yucatán y Campeche”.

Alguna vez, esta empresa impartió una capacitación sobre sistemas de captación de lluvia en el Centro de Ejecución de Sanciones Penales Varonil Norte, ubicado en Ciudad de México. Sin embargo, las oportunidades de emprender —en su caso, bajo un impacto social— también les resultan de conocer las penurias o aquellos nichos de mercado en crecimiento para así comprender dónde vale la pena invertir.

De acuerdo con Global Entrepreneurship Monitor 2020, casi 50 por ciento de

POR

**KENIA HERNÁNDEZ
RIVERA**



» La tendencia en América Latina ha girado en torno al **comercio electrónico y las tecnofinanzas**.

los mexicanos desea emprender, pero frena esa intención por miedo al fracaso. Además, solo 25 por ciento de las pequeñas y medianas empresas (pymes) sobreviven los dos primeros años, según la Asociación de Emprendedores de México.

Emprendimiento en el sector agrícola

EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, LA TENDENCIA en América Latina ha girado en torno al comercio electrónico y las tecnofinanzas (*fintech*), que es el desarrollo de servicios financieros basados en innovación tecnológica.

Para Denis Yris, CEO de Wortev Capital, un fondo de capital emprendedor que invierte en empresas en etapas tempranas en los sectores de innovación y tradicional, las categorías que están creciendo en 2023 a escala mundial son inte-

ligencia artificial, *big data*, realidad virtual y robótica.

“Una de las oportunidades para México es el tema de los agronegocios. La agricultura es una industria que se ha dejado de lado ahora con el tema geopolítico y de globalización; por ejemplo, Holanda es el segundo mayor exportador de productos agrarios del mundo, después de Estados Unidos. Nos hemos quedado muy rezagados, cuando hay un gran potencial de crecimiento. No hay fondos que impulsen este sector”, dice Yris.

Según la especialista en mercadotecnia Susana Pérez Ares, el término agronegocios hace referencia a las actividades derivadas o ligadas a los productos del campo, tanto a la producción como al procesamiento, transporte y distribución. Conforme a la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agri-

cultura (FAO), más de 70 por ciento de las necesidades alimentarias mundiales están cubiertas por la actividad de pequeños productores.

“El sector agrícola es primordial para los países en vías de desarrollo. Un ejemplo de negocio son los fertilizantes. Con la guerra, Ucrania prohibió las exportaciones de estas sustancias ricas en nutrientes ante la invasión rusa. Imagínate el potencial que se debe tener para invertir en maquinaria para mejorar las siembras. En México, sobre todo las universidades públicas donde hay demasiada investigación, están olvidadas. Son temas para impulsar, pero que nadie le ha dado importancia”, apunta el CEO de Wortev.

Drones para la siembra

OTRO CASO QUE COMPARTE DENIS Yris es el uso de drones para rociar pesticidas en China. En el sitio agroempresario, un artículo establece que los vehículos aéreos no tripulados o drones en la agricultura se están expandiendo a una velocidad inigualable gracias a los avances tecnológicos de navegación autónoma y la presencia de operadores competentes.



LAS OPORTUNIDADES de emprender de *Ion Ag+* resultan de conocer aquellos nichos de mercado en crecimiento para así comprender dónde vale la pena invertir.



Justin Gong, cofundador de XAG, empresa de drones con sede en Cantón y especialista en trabajar con pequeños agricultores, dijo a la revista *Fortune* que los vehículos aéreos ayudan a los trabajadores a controlar sus cultivos, distribuir semillas y fertilizar de manera más eficiente. “México apenas está madurando en temas de innovación tecnológica”, agregó.

La cadena de bloques (*blockchain*) también es un elemento relevante a la hora de emprender. Es una solución atractiva por sus características de seguridad criptográfica, transparencia e inmutabilidad. Calificada por Yris como una “supertecnología”, ve su aplicación en el gobierno, temas médicos, legales y financieros.

“Tiene mucho potencial de crecimiento. Es una nueva tecnología que le va a dar la vuelta al mundo, así como lo hizo internet”, subraya. Sobre el capital necesario para emprender en los rubros anteriores, ejemplifica su tesis de inversión en Wortev Capital, donde dividen al sector tradicional (agronegocios, impacto social, ambiental, productos y servicios) del sector tecnológico, que requiere un financiamiento de largo plazo.

En ese sentido, una inversión de aproximadamente 1 millón de pesos para el sector agrícola se puede recuperar inmediatamente, a diferencia del área de tecnología.

“Incluso han salido a bolsa y todavía no alcanzan la rentabilidad. Para este sector tecnológico un emprendedor debe comenzar por la investigación: cómo funciona el mercado y su modelo de negocios. Por ejemplo, cuando Google salió era un motor de

búsqueda, pero su modelo lo descubrieron años después. Nosotros damos 100,000 dólares inicialmente a los proyectos con gran posibilidad de desarrollo”, comparte.

Salud, un campo para invertir

RENÉ LOMELÍ, SOCIO DE 500 STARTUPS Latam, dedicada a invertir en empresas latinoamericanas de habla hispana en etapa temprana, coincide con Denis respecto a las tecnofinanzas. Según información de Grupo Santander —basado en un estudio con Finnovista y Google—, con más de 515 compañías operando, el ecosistema *fintech* en México es el más dinámico de la región y está en expansión. Este es responsable de 3,600 empleos directos y beneficia a más de 4.5 millones de usuarios registrados en sus servicios.

“Si la infraestructura de servicios financieros mejora en nuestros países de Latinoamérica, emprender será más fácil, así como adquirir productos. Otro rubro que llama mi atención es la inteligencia artificial, por ejemplo, tenemos a ChatGPT, de la compañía OpenAI, un sistema entrenado para mantener conversaciones”, explica Lomelí al ser consultado por *Newsweek en Español*.

Una oportunidad de emprendimiento poco visible se encuentra en el sector salud. A tenor de un análisis, la inversión en proyectos relacionados con este rubro se disparó en el primer semestre de 2022. Entre las áreas de crecimiento están hospitales, telemedicina, logística, suministros y la comercialización de medicamentos.



RENÉ LOMELÍ. Según el socio de 500 Startups Latam, hay suficiente talento en México y los demás países, pero la mayoría teme a fracasar. Solo falta dar “un salto de fe”.

“Si la infraestructura de servicios financieros mejora en nuestros países, emprender será más fácil, así como adquirir productos”.

“Es un espacio de coyuntura en América Latina porque los servicios de salud pública tienen muchas carencias, incluso falta de sofisticación como agendar una cita. Por otra parte, el servicio privado es caro, no es para todos. Aquí vemos distintos emprendedores tratando de resolver problemas importantes que necesitan un rediseño”, menciona, previendo los escenarios futuros en un mundo poscovid-19.



UNA OPORTUNIDAD

de emprendimiento poco visible se encuentra en el sector salud. Entre las áreas de crecimiento están hospitales, telemedicina, logística y suministros.



Plenna, una relación a largo plazo con cada paciente

UN CASO DE INVERSIÓN EN 500 STARTUPS es Plenna, la primera *femtech* —tecnología al servicio de la mujer— en México, cuyo objetivo es ofrecer atención integral de por vida a las mujeres latinoamericanas. Algunos factores decisivos para emprender tuvieron lugar con una previa indagación, en donde se descubrió que 12.3 millones de personas están desatendidas, lo cual representa una oportunidad de 6.2 millones de dólares.

Lorena Ostos y Giovanna Abramo son las fundadoras de Plenna, expertas en consultoría y empresas emergentes (*startups*) de HealthTech. La primera inversión presemilla —cantidad de dinero que necesitan los fundadores para iniciar su idea de negocio— fue de 55,000 dólares. Después vendría la siguiente ronda de 150,000 dólares, en mayo de 2022. Recientemente lanzaron su primera clínica especializada física, Casa Plenna, donde atienden a más de 300 pacientes por mes.

“Decidimos enfocarnos en servicios de ginecología, salud mental y nutrición para mujeres de ingresos medios y medios altos de poblaciones urbanas de México con edades de entre 18 y 35 años que ya comenzaron su vida sexual”, se lee en el portal de 500 Startups.

Al ser cuestionado sobre el capital óptimo para emprender en el sector salud, las *fintech* o la inteligencia artificial, René Lomelí puntualiza no tener una cantidad concreta, pues ello depende de las necesidades de cada compañía, “no es lo mismo un equipo de cuatro fundadores que un par”. Sin embargo, en su caso, la entrada inicial es de 80,000 dólares.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) estimó en 2020 que el coronavirus y sus secuelas económicas arrasaron con 2.7 millones de emprendimientos latinoamericanos, 19 por ciento del total. Si bien en la región hay un notable flujo de emprendedores, todavía faltan zonas por alcanzar. Para Lomelí, solo falta dar “un salto de fe”. Bajo su consideración, hay suficiente talento en México y los demás países, pero la mayoría teme a fracasar.

“Quizá tienen esa idea guardada desde hace meses o años, pero les da temor el qué pasaría si empiezan un nuevo proyecto o si dejan su trabajo formal”, finaliza.

CRECIMIENTO

UN DISTINTIVO EMPRESARIAL ÚNICO CON 13 AÑOS DE HISTORIA



Desde hace más de una década, **más de 2,800 compañías medianas de México** se han postulado para obtener el distintivo MEM.

EN 2010, TRES IMPORTANTES INSTITUCIONES en México: Citibanamex, Deloitte y el Tecnológico de Monterrey, se unieron para promover en nuestro país la iniciativa Mejores Empresas Mexicanas (MEM).

A lo largo de 13 ediciones concluidas, este programa no solamente ha otorgado el distintivo como Mejores Empresas a más de 187 compañías privadas del país que se han destacado por el nivel de excelencia en sus prácticas de gestión y sus resultados sobresalientes en la industria; también ha buscado impulsar a las compañías medianas de México, las cuales, junto a las micro y pequeñas empresas, producen hasta el 52 por ciento del PIB nacional y, de acuerdo con el Instituto Mexicano para la Competitividad, generan el 72 por ciento del empleo en el territorio nacional.

Como parte del proceso, MEM ofrece a las compañías participantes un acompañamiento probono por

parte de expertos provenientes de sus tres instituciones promotoras, así como un diagnóstico integral sin costo que les permite acceder a información sobre mejores prácticas y recomendaciones para optimizar los resultados de su negocio.

Definido por las mismas compañías que participan como “un *check-up* a los 40”, participar en Mejores Empresas Mexicanas proporciona a las organizaciones un reporte de retroalimentación que, por un lado, identifica cuáles son las fortalezas que les han permitido construir y consolidar su historia de éxito, y por el otro, muestra aquellas brechas que presentan en diversas áreas del negocio respecto a la industria y a través de las cuales pueden mejorar su operación.

Adicionalmente, y de manera completamente confidencial, en este diagnóstico integral las compañías pueden identificar y visualizar

su posición respecto a otras empresas privadas del mismo sector, así como comparar su desempeño en términos tanto financieros como de gestión.

Cada año, cientos de empresas locales se postulan para obtener este importante distintivo, y durante sus 13 años de historia en México, más de 2,800 compañías medianas del país han aplicado. Asimismo, el programa ha generado más de 1,500 reportes de retroalimentación para 525 empresas que a lo largo de todas sus ediciones han concluido satisfactoriamente el proceso.

Finalmente, son más de 500 profesionales provenientes de las tres instituciones promotoras y estudiantes del Tecnológico de Monterrey, como parte del programa de alumnos MEM, los que en conjunto han acompañado y brindado asesoría a las compañías que se han sumado al proceso de mejora continua que representa participar en Mejores Empresas.

POR
NEWSWEEK
EN
ESPAÑOL



El proceso y los requisitos para participar

EL PROCESO PARA PARTICIPAR EN MEJORES EMPRESAS se compone de tres fases totalmente gratuitas:

Fase I. Registro

EN ESTA FASE LAS COMPAÑÍAS APLICAN al programa a través del llenado de un sencillo formulario en el sitio web del programa. Para la edición 2023 de Mejores Empresas Mexicanas, el registro se encontrará abierto hasta el 28 de abril.

Existen cinco requisitos para poder participar:

- Ser una empresa privada mexicana (al menos en la mayoría de su capital).
- Poseer ventas o ingresos anuales entre 100 millones y 5,000 millones de pesos.
- Tener una operación mínima de cinco años, y al menos dos años con utilidades.
- Presentar estados financieros auditados de los últimos tres años.
- Contar con disposición para compartir evidencia sobre su estrategia y resultados.

Fase II. Documentación y evaluación.

LAS COMPAÑÍAS QUE CUMPLEN EXITOSAMENTE con los criterios de elegibilidad proceden a la Fase II del

MEM convoca a las compañías medianas y privadas de México para que, a través de su excelencia operativa, se conviertan en un referente de éxito.

programa. En la primera etapa de esta fase, la documentación, las compañías conforman su caso de negocio, dando respuesta a un cuestionario que explora y profundiza en las estrategias y prácticas operativas implementadas por la empresa en diversas áreas del negocio. Para robustecer y sustentar esta documentación, las empresas deben incluir evidencia sobre las estrategias implementadas y sus resultados.

Durante esta etapa, las compañías reciben asesoría sin costo de al menos un *coach* experto proveniente de cualquiera de las tres institucio-

aspectos de la organización y que se desprenden directamente del Mapa de Valor® (ValueMap™) de Deloitte.

En esta evaluación, los resultados financieros del último año de operación se ponderan con un valor del 40 por ciento, mientras que las prácticas de gestión equivalen al 60 por ciento restante.

Fase III. Selección y cierre.

AL CONCLUIR LA EVALUACIÓN, LAS compañías con mejores resultados son presentadas ante un consejo, conformado por directivos de Citibanamex, Deloitte y el Tecnológico

Las 105 compañías MEM 2022 generan sentido de orgullo y pertenencia en los más de **71,800** colaboradores que representan en conjunto.

nes promotoras, el cual es asignado conforme a su formación y experiencia en el ámbito de los negocios, así como a la naturaleza y giro de la empresa. Los *coaches* MEM brindan a las organizaciones participantes, acompañamiento y asesoría sobre la información y evidencia que más valor aporta en la presentación de su caso de negocio.

Una vez concluida la documentación, comienza la etapa de evaluación, durante la cual un comité técnico residente en Deloitte, conformado por expertos multidisciplinarios de la firma, revisa el caso de negocio presentado por las empresas y asigna calificaciones en escala del 1 al 4, a lo largo de cinco impulsores que permiten analizar en totalidad los diferentes

de Monterrey, así como consejeros externos, quienes, en conjunto, analizan los resultados de la edición y determinan la lista definitiva de compañías que obtendrán el distintivo como Mejores Empresas Mexicanas.

Las compañías reconocidas se reúnen en una serie de eventos exclusivos, con cobertura mediática, en los cuales se da a conocer su distinción como parte de las Mejores Empresas, dando promoción y difusión a su historia de éxito en diversas plataformas.

Como parte de estos eventos de cierre, las organizaciones galardonadas participan en un simposio, en el cual se llevan a cabo ponencias sobre tendencias, buenas prácticas y temas relevantes en el ámbito de los negocios. Asimismo, representantes de las

compañías reconocidas se reúnen en una ceremonia de premiación, en la que celebran la obtención del distintivo y se impulsa la generación de relaciones y alianzas.

Para concluir la edición, todas las empresas que completan el proceso, incluso aquellas que no obtienen el reconocimiento, reciben el reporte de retroalimentación correspondiente a su participación, en el que se incluyen todos los hallazgos identificados durante la evaluación, para posteriormente revisarlo junto a sus *coaches* asignados y profundizar en las áreas de mejoras identificadas, permitiéndoles así obtener un panorama del desempeño de la organización y la posibilidad de implementar las recomendaciones emitidas por parte de MEM como parte de su planeación estratégica.

Compañías que inspiran

EN LA EDICIÓN 2022 DE MEJORES EMPRESAS Mexicanas, 244 compañías, a lo largo de 27 estados de la república, aplicaron en busca de obtener el distintivo MEM. De ellas, 169 cumplieron con los requisitos de elegibilidad y 141 organizaciones continuaron hacia la etapa de evaluación.

Finalmente, al cierre de la edición, 105 compañías demostraron contar con prácticas de excelencia y lograron obtener el distintivo como Mejores Empresas, un selecto grupo conformado por empresas provenientes de 18 entidades federativas.

Del total de empresas galardonadas, 24 pertenecen a la categoría Platino, que concentra a las compañías que durante nueve años o más han obtenido el distintivo de manera sostenida; 81 empresas recalifican y obtienen nuevamente el reconoci-



LOS PARTICIPANTES reciben un diagnóstico integral sin costo que les permite acceder a recomendaciones para optimizar los resultados de su negocio.

miento MEM y diez más lo obtienen por primera vez. Por otro lado, con relación a los sectores, el 38 por ciento de las compañías seleccionadas pertenecen a la industria de comercio; 6 por ciento, a construcción; 25 por ciento, a manufactura, y el 31 por ciento restante, a servicios.

Estas 105 compañías mexicanas, que se integran al programa global de Deloitte: Best Managed Companies, generan un sentido de orgullo y pertenencia en los más de 71,800 colaboradores que representan en conjunto, al mismo tiempo que se convierten en un referente para la industria en nuestro país, las comunidades y el entorno en el que operan. **N**

Con el estandarte de la mejora continua, MEM anuncia la apertura del registro para participar en su decimocuarta edición, y convoca a todas aquellas compañías medianas y privadas de México para que se conviertan en un referente de éxito y un modelo a seguir. Extiende especial invitación, a compañías originarias de Campeche, Durango, Guerrero, Nayarit y Zacatecas para sumarse a esta iniciativa y con la posibilidad de obtener el distintivo MEM, convertirse en compañías pioneras en su región.

Estado y número de empresas

Aguascalientes	1
Baja California Sur	1
Chiapas	1
Chihuahua	1
Ciudad de México	33
Colima	1
Guanajuato	5
Jalisco	23
México	10
Michoacán	1
Morelos	2
Nuevo León	9
Puebla	1
Querétaro	2
Sinaloa	4
Sonora	7
Veracruz	1
Yucatán	2

Las empresas MEM se convierten en un referente para la industria en nuestro país, las comunidades y el entorno en el que operan.

Las compañías pueden registrarse sin ningún costo **antes del 28 de abril:** mejorempresasmexicanas.com



Expertos que dan valor al chocolate

Los colaboradores de Alpezzi Chocolate crean soluciones integrales para la industria de la panificación, repostería, heladería, confitería y barras nutricionales

Alpezzi Chocolate trasciende con las mejores prácticas e ideas originales. La innovación, la creatividad y la gestión sostenible son los pilares en sus procesos, lo que le ha permitido escalar a un siguiente nivel en su trayectoria y seguir consolidando su posición de vanguardia en la industria.

La firma mexicana ha logrado conservar el legado emprendedor y proyectarlo como un distintivo que incorpora tecnología de calidad mundial en sus soluciones, implementa prácticas de industria sostenible y optimiza la cadena de valor para ofrecer desarrollos integrales a sus socios comerciales nacionales e internacionales.

Con experiencia acumulada de más de tres décadas, **Alpezzi Chocolate** se reinventa constantemente con avances y creaciones, gracias a un dinámico equipo experto en alimentos y una visión directiva que impulsa el desarrollo y el talento de sus colaboradores.

A la empresa le entusiasma crear y poner en práctica tendencias globales que marcan una nueva generación en la industria, orientada a la innovación y la sostenibilidad

Alpezzi Chocolate genera servicios para la industria alimenticia con la fabricación de productos de chocolate y relacionados como: rellenos, coberturas, chips, jarabes, snacks, entre un amplio portafolio de productos y servicios de

co-manufactura que realiza a la medida de cada solicitud.

Soluciones amigables con la salud y el medio ambiente



Un rasgo distintivo de **Alpezzi Chocolate** es su apuesta por sorprender a sus consumidores con productos innovadores que desarrolla en colaboración continua con sus clientes y usuarios, logrando crear productos comprometidos con la salud y amigables con el entorno.

Acorde con nuevos hábitos de consumo globales, desarrolló chocolate con alternativas veganas, con características como la reducción de grasas, sin azúcar y sin lácteos, manteniendo el cacao y sus beneficios.

Cuenta con programas a largo plazo enfocados a contribuir en la preservación del medio ambiente, logrando reducir la huella de carbono, la huella hídrica, adoptando energías verdes en sus dos plantas y aplicando la política de abastecimiento responsable que busca integrar acciones colaborativas con clientes y proveedores para asegurar la sustentabilidad de sus productos.

A través de su política de aceite de palma y cacao sustentable, realiza el seguimiento para eliminar la deforestación, fomentar el respeto a los derechos humanos y derechos de los trabajadores y el cumplimiento de la trazabilidad a través de sus proveedores certificados por organismos internacionales especializados.

Por cuarto año consecutivo, **Alpezzi Chocolate** agradece la colaboración y compromiso de sus socios comerciales para seguir siendo una de las **Mejores Empresas Mexicanas (MEM)**, reconocimiento que se entrega a las Compañías que sobresalen por su alto nivel de desempeño en la gestión de negocios.



COMPROMISO

UN PROGRAMA CON PRESENCIA A NIVEL GLOBAL

La iniciativa **Mejores Empresas** llega a **48 países**. Uno de sus desafíos es tener presencia en al menos 50 de las principales economías del mundo en 2025.

LA INICIATIVA MEJORES EMPRESAS forma parte del programa global Best Managed Companies, el cual fue creado por Deloitte Canadá en 1993 con el desafío de impulsar, reconocer y construir una red mundial de empresas privadas con prácticas excepcionales.

Desde entonces, la iniciativa se ha expandido a 48 países, y tiene como objetivo tener presencia en al menos 50 de las principales economías para 2025. Durante 30 años, el programa ha reconocido a miles de compañías privadas en el mundo debido a sus prácticas de excelencia, cultura organizacional, éxito y espíritu emprendedor. En 2022 se reconocieron 1,244 firmas de manera global, de las cuales, 304 obtuvieron el distintivo Mejores Empresas por primera vez.

Cada año, miles de compañías a lo largo del mundo participan en un proceso exhaustivo de documentación y evaluación con el fin de identificar su posición frente al sector al que pertenecen, así como sus principales fortalezas y áreas de oportunidad. En ese

sentido, buscan agregar mayor valor a sus modelos de negocio y contribuir al proceso de mejora continua.

Por esa razón, las empresas reconocidas por esta iniciativa muestran gran resiliencia y promoción del cambio a través de la innovación, creación y ejecución de una planeación estratégica sólida, compromiso con su comunidad, visión a largo plazo y orientación global.

El programa se expande a buen ritmo

A ESCALA INTERNACIONAL, RECIENTEMENTE se realizaron los lanzamientos del programa en Barbados, Grecia, Polonia y Rumania. En América Latina comenzó su expansión en 2010 a través del lanzamiento en México de la iniciativa Mejores Empresas, la cual es promovida en el país por Deloitte, Citibanamex y el Tecnológico de Monterrey.

Siete años después, en 2017, la iniciativa llegó a Chile, y en 2021 se celebró la primera edición de Mejores Empresas en Argentina, Brasil, Colombia,

Las compañías se suman a una red de empresas de todo el mundo que contribuyen a la transformación de la economía a escala global.

Uruguay y Centroamérica, que reúne a Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y República Dominicana. Considerando las ediciones más recientes del programa en los 13 países de la región, se reconoció a un total de 184 empresas.

Al formar parte de la comunidad de Mejores Empresas, las organizaciones reciben un distintivo con reconocimiento a escala regional y global, el cual es respaldado por Deloitte y aliados estratégicos locales. A su vez, estas compañías se suman a una red de empresas de todo el mundo que busca impulsar la mejora de sus operaciones a través del desarrollo, ejecución y difusión de buenas prácticas en diferentes industrias. De esta forma, contribuyen a la transformación de la economía a escala mundial. 

POR
NEWSWEEK
EN
ESPAÑOL



La política de calidad de AhKimPech es clave en su éxito: se basa en el compromiso con los clientes para garantizar que sus expectativas se cumplan.

AHKIMPECH ES UNA EMPRESA LÍDER DE CLASE MUNDIAL que se ha especializado en ortodoncia durante casi 30 años. Desde su fundación, en 1994, ha alcanzado una posición privilegiada en el mercado ortodóntico. Además, es una compañía que brinda estabilidad, inclusión y oportunidades de desarrollo a las familias mexicanas, certificada bajo los más altos estándares de calidad.

Establecida con la visión de ser líder en su ramo, no solo en México, sino también en Latinoamérica y Europa, la misión de AhKimPech es brindar productos dentales especializados en ortodoncia que superen las expectativas de los consumidores. Esto se logra a través de su oferta de productos innovadores a precios competitivos.

La política de calidad de AhKimPech es un factor clave en su éxito y se basa en el compromiso con los clientes para garantizar que sus expectativas se cumplan. La empresa se rige por las normas nacionales e internacionales y es consciente de la importancia de conservar y mejorar continuamente su Sistema de Gestión de Calidad para impulsar una cultura basada en valores como la lealtad, confianza, creatividad, honestidad, liderazgo y respeto.

La presencia de AhKimPech en el mercado dental se ha fortalecido gracias a su participación en diversos eventos y exposiciones. También ha llevado a cabo el programa de Educación Continua que brinda capacitaciones y charlas especializadas con los más destacados expertos en ortodoncia de México. **Además de su compromiso con la formación y profesionalización de los or-**

FOTO: CORTESÍA

ALINEADOS POR LA ECONOMÍA Y LA SALUD BUCAL DEL PAÍS

todoncistas, AhKimPech está mejorando sus esfuerzos en programas de sostenibilidad, que incluyen la adquisición de autos eléctricos para integrarlos a su flotilla de reparto, demostrando un compromiso serio con la preservación del medioambiente. Su intención es implementar medidas concretas para mejorar su huella de carbono y reducir el impacto ambiental, por un planeta más limpio.

APUESTA POR LO SOCIAL

PARTE DE SU RESPONSABILIDAD SOCIAL TAMBIÉN INVOLUCRA patrocinar proyectos como Líderes del Mañana. Se trata de un programa que brinda una beca de por vida a los estudiantes más brillantes de su generación para estudiar en el Tecnológico de Monterrey. De esta forma, promueve su capacitación para que transformen positivamente a su comunidad.

AhKimPech en los últimos años ha generado estrategias innovadoras y efectivas para mejorar la eficiencia de sus procesos internos. Logrando una mayor rentabilidad en sus puntos de venta y comercio electrónico, provocando una mejor penetración y posicionamiento de marca con los productos más cotizados del mercado ortodóntico. ■

Al obtener por sexto año consecutivo el reconocimiento como una de las Mejores Empresas Mexicanas, AhKimPech reafirma su compromiso de mejorar la calidad de vida de sus clientes y de la sociedad, contribuyendo a la salud bucal del país.

Visita ahkimpech.com



FACTORES

CÓMO SE IMPULSA EL VALOR DE LAS EMPRESAS

Los impulsores y los elementos de valor disponibles para las empresas abarcan varios incisos y observaciones de relevancia.

EL MARCO TEÓRICO UTILIZADO para evaluar a las compañías que se encuentran en el proceso de selección para convertirse en Mejores Empresas Mexicanas consiste en un modelo de trabajo que analiza cómo una empresa genera valor y qué acciones debe tomar para mejorar sus resultados. A este marco se le denomina Mapa de Valor® de Deloitte (Value Map™) y fue creado por la firma hace más de 20 años.

En este modelo se consideran cinco impulsores de valor. Los primeros tres son “Crecimiento en ventas”, “Margen operativo” y “Administración de activos” e incluyen indicadores financieros relacionados. Mientras, los otros dos son “Fortalezas y factores externos” y “Talento y sostenibilidad” y están enfocados en el desempeño de factores cualitativos. Este último impulsor fue creado para la iniciativa MEM, en colaboración con Citibanamex y el Tecnológico de Monterrey.

Todos los impulsores de valor se conforman de acuerdo con 36 dimensiones de gestión, las cuales se relacio-

nan entre sí. A través de este modelo de referencia, las compañías obtienen un amplio conocimiento de sus fortalezas y áreas de oportunidad.

Los impulsores y los elementos de valor disponibles para las empresas abarcan varios incisos y observaciones de mucha relevancia:

Crecimiento en ventas. Consolida las actividades que incrementan los ingresos por precio, volumen o su combinación. Por ejemplo, estrategias de mercadotecnia, técnicas de comercialización, innovación y diferenciación en productos y servicios, retención de clientes, fijación de precios y procesos de exportación.

Margen operativo. Reconoce las estrategias que realiza la empresa para controlar o reducir costos y gastos y, a su vez, incrementar el margen de utilidad. Este impulsor considera las prácticas sobre automatización del servicio, metodologías y el uso de tecnología para optimizar los procesos, compras y proveedores, optimización logística y responsabilidades fiscales.

Administración de activos. Revisa el manejo de los activos tangibles e intangibles contenidos en el balance general de la empresa. Se analiza la gestión de los activos, la administración de los inventarios, así como producto en proceso y terminado, cobranza a sus clientes y el pago a proveedores.

Manejo de fortalezas y factores externos. Considera las prácticas de la empresa en el presente para contribuir a su permanencia en el futuro, y evalúa su capacidad para mantener y mejorar su gestión a corto, mediano y largo plazo. Conjunta gobierno corporativo, planeación estratégica, uso de indicadores, estandarización y documentación de los procesos de negocio.

Talento y sostenibilidad. Revisa las actividades referentes a la gestión de los recursos humanos y al impulso de la sostenibilidad por parte de la empresa. Conjunta características de atracción y retención de los colaboradores, desarrollo profesional, incentivos monetarios y no monetarios y la gestión del impacto ante cualquier proceso de transformación. **N**

POR
NEWSWEEK
EN
ESPAÑOL

SER MEM BENEFICIA AL CLIENTE FINAL: GRUPO KC

Una compañía a la vanguardia con aplicaciones móviles y herramientas que asisten tanto al cliente como al agente asociado.

AL PARTICIPAR EN EL PROCESO DE CERTIFICACIÓN PARA ser considerada una de las Mejores Empresas Mexicanas, Grupo KC recibe un reporte de retroalimentación integral en el que encuentra fortalezas y áreas de oportunidad para seguir mejorando.

Dichas recomendaciones han impulsado el desarrollo de la empresa e implementado nuevas iniciativas y cambios en los procesos, generando acciones en beneficio del cliente final. Con ello, el bróker de seguros Grupo KC reafirma su compromiso con el mejoramiento continuo y logra por segundo año consecutivo este reconocimiento al ser evaluada a partir de los cinco impulsores de valor que contempla la metodología: Crecimiento en ventas, Margen Operativo, Eficiencia en la administración de activos, Manejo de fortalezas y factores externos y Talento y sostenibilidad.

Adicionalmente, lleva nueve años consecutivos obteniendo el distintivo Empresa Socialmente Responsable.

La compañía tiene presencia en siete estados con 33 promotorías, 45 oficinas, una fuerza de ventas de más de 1,000 agentes y una prima pagada de 2,500 millones de pesos. Con ello ha logrado asegurar a más de 230,000 personas, cifra que alcanza para llenar tres veces y media el Foro Sol de la Ciudad de México.

“Grupo KC nació con el propósito de ser ‘solo los mejores impulsando agentes para transformar vidas’”, expresa Daniel Guzmán Ríos, Director General de la empresa. “Esta misión ha guiado los pasos de la empresa, junto con una filosofía de ganar-ganar, con la que las soluciones que ofrecemos son mutuamente benéficas”.

Gerardo Castro, Director Comercial de la empresa en la línea de descuento por nómina, destaca la importancia de las asesorías de los agentes a clientes. “Con la aseso-



DANIEL GUZMÁN RÍOS, Director General de Grupo KC: “Las soluciones que ofrecemos son mutuamente benéficas”.

ría financiera de nuestros agentes llevamos las mejores coberturas financieras para nuestros asegurados, ante riesgos en su vida, salud y bienes”, comenta.

LA BASE DE TODA UNA EMPRESA

EL MODELO DE NEGOCIO DE GRUPO KC ESTÁ CENTRADO EN el agente, quien es su representante y tiene un reconocimiento como tal. Por ello, la compañía se encuentra a la vanguardia a través de aplicaciones móviles y herramientas que auxilian tanto al cliente como al agente asociado.

Existen plataformas tecnológicas para gestionar los cobros a través de SMS, teléfono o correo. También se cuenta con herramientas para incrementar las ventas a través de un CRM propio o el uso e integración de la plataforma de Business Intelligence.

El programa Líder KC permite la integración de nuevos agentes en la empresa para generar mayor valor financiera en términos de venta y rentabilidad para el negocio. ■

Jesús Quiariarte, Director General Adjunto de Grupo KC, detalla cuáles son los objetivos de este tipo de herramientas y programas:

“Crecer con rentabilidad y sustentabilidad manteniendo altos estándares de profesionalismo, servicio, tecnología y productividad para ser el bróker de seguros, donde los mejores agentes quieran pertenecer”.

Visita grupokc.com.mx



PROCEDIMIENTOS

EXPERTOS DE MEM ASÍ ACOMPAÑAN A LAS EMPRESAS

Los *coaches* son el punto de contacto entre el comité técnico del MEM y las compañías participantes.

DURANTE EL PROCESO DE PARTICIPACIÓN en Mejores Empresas Mexicanas, todas las compañías reciben *coaching*, un procedimiento que les permite contar con el acompañamiento y apoyo de al menos un *coach* proveniente de Citibanamex, Deloitte o el Tecnológico de Monterrey, que son las tres instituciones promotoras del programa.

Los *coaches* son el punto de contacto entre el comité técnico y las empresas participantes. **Su principal labor consiste en proporcionar orientación y recomendaciones a las compañías para la conformación de su caso de negocio**, identificando la información que les permita reflejar puntualmente las prácticas y estrategias que destacan en su operación de manera integral.

Ahora bien, ¿cómo se realiza el acompañamiento de los *coaches*? Se desarrolla bajo un esquema probono, y durante este proceso aportan ideas y sugerencias alineadas a la industria,

lo que permite enriquecer la documentación del caso de negocio de las empresas.

Para las compañías, el *coaching* representa uno de los principales beneficios que ofrece el programa, ya que su acompañamiento es equivalente a contar con al menos 12 horas de asesoría por parte de un banquero, un catedrático o un consultor de negocios.

Durante el proceso de participación, mediante este contacto los *coaches* comparten reflexiones y recomendaciones de valor desde diferentes perspectivas de negocio, con lo que contribuyen al proceso de mejora continua de las organizaciones.

A lo largo de las 13 ediciones del programa, los *coaches* han atestigüado el impacto que Mejores Empresas Mexicanas ha tenido en las compañías participantes. A continuación, algunos testimonios de los expertos.



“MEM ha visto madurar a las empresas”

“A LO LARGO DE 13 AÑOS, EL PROGRAMA MEM ha visto crecer y madurar a las empresas participantes en su gestión de negocios. No con esto decimos que venían haciendo mal las cosas, simplemente, han aprovechado las sugerencias que nuestros expertos les han hecho en cada emisión para fortalecer sus procesos, controles, identificar riesgos, institucionalizar-

POR
NEWSWEEK EN
ESPAÑOL



Somos uno de los mayoristas de tecnología
más importantes del país.



Años en la industria



31 sucursales



2 Centros de
distribución



+1,000 Colaboradores



15 Unidades
de negocio



+130 Marcas



+8 mil SKU's



7 Divisiones de
estrategia comercial



Marcas propias



+60 mil distribuidores



+26 mil clientes
en todo México



Galardonados por 7° año
consecutivo como una de las
mejores empresas mexicanas

Si piensas en un aliado de negocios, piensa en CVA.

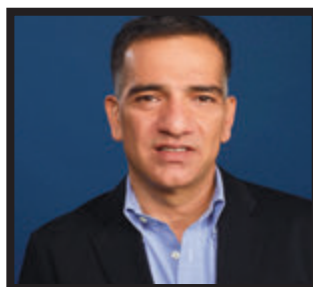
se, dejar una compañía más sólida para las siguientes generaciones”, expresa Giselle Bocardo Bernal, *coach* MEM-Deloitte.

“De igual forma —continúa—, las empresas han identificado los factores externos que las ha llevado a una mejor capacidad de reacción y adaptación, como sucedió con la pandemia, en donde tuvieron que adaptar su forma de vender, de hacer llegar sus productos y mitigar riesgos tanto propios como de su sector y del mercado”.

De acuerdo con Bocardo Bernal, cada compañía se ha visto en la necesidad de evolucionar, adaptando y adoptando nuevos esquemas digitales para soportar la demanda y ser competitivos. **Y se ha enfrentado a retos importantes como un cambio de cultura y de la forma de hacer negocios.**



GISELLE BOCARDO,
coach MEM-Deloitte.



DANIEL AGUIÑAGA,
coach MEM-Deloitte.



GUSTAVO VIGUERAS,
coach MEM-Tecnológico de Monterrey.

Los coaches aportan ideas y sugerencias alineadas a la industria, lo que permite enriquecer la documentación del caso de negocio de las empresas.

“Para las empresas que han formado parte de MEM no ha sido fácil, al igual que para todas, solo que el programa les ha dado la guía para ese crecimiento, el Mapa de Valor® (cultura de Deloitte), mediante el cual les decimos qué acciones deben tomar para acrecentar sus resultados con una visión de mejora continua”, añade.

Contribuir al crecimiento de las empresas

DANIEL AGUIÑAGA, *COACH* MEM-DELOITTE, considera que Mejores Empresas Mexicanas ha contribuido de una manera significativa al crecimiento

de las empresas mexicanas de diferentes maneras.


“Una de ellas es estableciendo un reconocimiento nacional con credibilidad tanto del propio reconocimiento como de las instituciones que lo otorgan, y haciendo que sea aspiracional para más empresas. Además, empujando a las empresas a cuestionar la manera en que desarrollan las actividades señaladas en el Mapa de Valor®, de las cuales algunas ni siquiera eran parte de la conversación para estas empresas antes de participar en MEM”, opina.

Aguiñaga agrega que otra contribución de MEM a las firmas mexicanas es llevarlas de manera continua a mayores retos. En ese tenor, “la mayor ventaja de MEM es que es una meta movible, cada año las empresas implementan nuevas prácticas que hacen

que los requisitos sean más fuertes para todas las empresas; de esta manera, no puedo quedarme tranquilo con lo que hice el año pasado y me permitió ganar, sino que tengo que estar en mejora continua y ser innovador en cada una de mis prácticas”. MEM permite “crear una comunidad sólida de empresarios que identifican oportunidades de negocio y oportunidades de colaboración”.

Hacer un tronco común sólido

AL PREGUNTARLE CUÁLES CONSIDERA que son los principales beneficios que las empresas reciben al participar en MEM, Gustavo Viguera López, *coach* MEM-Tecnológico de Monterrey, responde que participar en el programa estructurado de MEM a través de las diferentes etapas, desde el inicio hasta el cierre, “me permitió conocer el aporte real que puedo hacer a una empresa, así como el conocimiento profundo y la aplicación del Mapa de Valor® de Deloitte, el cual es una guía extraordinaria que agrega valor tanto para la empresa como para los *coaches* y alumnos que participamos”.

En ese sentido, Viguera indica que recomendaría a las compañías participar en el programa porque, al trabajar en un mismo equipo *coaches* de Citibanamex, Deloitte y del Tecnológico de Monterrey, con conocimientos y experiencias diferentes, **“hacemos un tronco común muy sólido que, definitivamente, a lo largo del programa les ofrece una guía práctica para la mejora continua y, sobre todo, el gran valor agregado que aporta, tanto en conocimientos como en experiencias para los directivos de las empresas”.** 



Las oficinas están mudándose al mundo digital. Niza ha evolucionado junto con la tecnología para diseñar nuevos espacios de trabajo inteligentes.

LA PANDEMIA NOS OBLIGÓ A CONOCER NUEVAS formas de desarrollar nuestro trabajo al tener que adaptarnos al mundo virtual para poder laborar desde cualquier lugar. Gracias a la tecnología es posible la colaboración en el mundo digital donde los espacios de trabajo están viviendo una transformación sin precedentes.

Niza, una empresa líder en el mercado audiovisual, ha evolucionado durante seis décadas junto con la tecnología para diseñar nuevos espacios de trabajo inteligentes. Ofrece a las organizaciones asesoramiento basado en sus necesidades para promover el trabajo efectivo desde cualquier lugar sin barreras entre lo físico y lo virtual.

La compañía cuenta con un gran abanico de soluciones tecnológicas que responden a las necesidades, actuales y futuras, de los trabajadores. Desde salas de videoconferencia hasta salas de capacitación y de consejo y centros de control.

Para responder a las necesidades donde la conectividad es fundamental desde cualquier lugar, Niza integra plataformas de videoconferencia como Microsoft Teams, Zoom, Google Meet y Cisco Webex.

LA MUDANZA DIGITAL

SU MISIÓN ES QUE CADA PROYECTO PUEDA BRINDAR UNA experiencia excepcional en todas las etapas. La mudanza al mundo digital inicia desde el análisis de necesidades, diseño y selección de la mejor solución, hasta la

EL FUTURO DE LOS ESPACIOS DE TRABAJO YA LLEGÓ

implementación, control de calidad y servicio postventa. Siempre busca trabajar con las mejores prácticas, procesos y estándares globales para garantizar el éxito.

Al buscar siempre estar a la vanguardia del mercado, está estrenando soluciones enfocadas en la administración de espacios de trabajo y edificios inteligentes. Estas tecnologías son intuitivas e innovadoras y se enfocan en que el usuario tenga la mejor experiencia de video, audio, colaboración, videoconferencia y automatización.

PONER A MÉXICO EN ALTO

SU DESEO POR SER LA MEJOR LA HA IMPULSADO AL GRADO de obtener por tercer año consecutivo la recalificación dentro del programa Mejores Empresas Mexicanas. También ha reafirmado su compromiso por ser socio formador del Tecnológico de Monterrey.

En 2022, el Consejo Directivo de GPA eligió a Niza como el ganador del Mejor Proyecto Global de Gobierno 2022 por un innovador Centro de Control y Monitoreo en Tiempo Real para el Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles (AIFA).

Cuenta con 200 oficinas y 4,000 mentes creativas alrededor del mundo listas para desarrollar proyectos globales. Es una empresa socia de GPA en México, el integrador más grande del mundo con presencia en 50 países y 180 ciudades. ■

Niza siempre busca trabajar con las mejores prácticas, procesos y estándares globales para garantizar el éxito.

Visita gruponiza.com



COMPETITIVIDAD

UN DIAGNÓSTICO INTEGRAL SIN COSTO

El reporte de retroalimentación es uno de los principales beneficios que obtienen las compañías al participar en el programa MEM.

AQUELLAS COMPAÑÍAS QUE SE INSCRIBEN en MEM y concluyen la documentación de su caso de negocio, incluso las que no obtienen el distintivo, reciben un reporte de retroalimentación sin costo, el cual representa uno de los principales beneficios de participar en el programa MEM.

El reporte de retroalimentación muestra los resultados obtenidos a partir de la evaluación financiera y de gestión, realizada por un comité técnico que reside en Deloitte y está integrado por perfiles multidisciplinarios especializados en diferentes industrias. Este informe contiene gráficos e indicadores con los cuales las empresas pueden medir su desempeño financiero y de gestión, comparar su posición respecto a otras empresas privadas del sector e identificar sus principales fortalezas y áreas de oportunidad.

POR
NEWSWEEK
EN
ESPAÑOL

En una escala del 1 al 4, el 1 corresponde a práctica limitada, y 4, a prácticas de excelencia. De esta manera, las compañías pueden detectar aquellas estrategias que les permitirán incrementar su competitividad en diferentes áreas del negocio.

Identificar desempeño y posición

ASIMISMO, EL DIAGNÓSTICO AGRUPA A las compañías participantes por sector y les permite visualizar un resumen del puntaje obtenido durante la evaluación en los cinco impulsores de valor, así como compararlo contra el promedio del sector al que pertenece. Adicionalmente, a través de una serie de gráficos que integran el reporte, las compañías pueden apreciar la brecha que existe entre su desempeño y el del sector al que pertenecen, así como identificar su posición respecto a otras empresas privadas del mismo giro, de acuerdo con sus resultados financieros y de gestión.

Este documento también recopila razones financieras al último año analizado de la empresa en comparación con el sector en el que participa en el programa, tales como: cre-

cimiento en ventas nominal y real, porcentaje de costos y gastos, tasa efectiva de impuestos, porcentaje de utilidad neta, inventarios, rentabilidad, entre otros.


El reporte incluye comentarios relacionados con los cinco impulsores de valor, en los cuales se identifican fortalezas y áreas de oportunidad, que son las observaciones, análisis y recomendaciones realizadas por el comité técnico basados en la documentación que proporcionan las organizaciones participantes referente a sus modelos de negocio. Al final de cada edición, los *coaches* programan una sesión con las empresas que asesoraron a fin de dar **una interpretación con mayor profundidad y detalle de los hallazgos incluidos en el reporte.** 

FOTO: ADOBE STOCK

Al tomar como referencia el Mapa de Valor® de Deloitte, el reporte de retroalimentación permite identificar el nivel de madurez de las empresas en sus prácticas de gestión.





GERARDO DE JESÚS HINOJOSA DE LEÓN, presidente del Consejo de AGH.

Un pequeño taller comercial se convirtió en **AGH, empresa líder en impresión de etiquetas en todo México.**

EN 1977, GERARDO DE JESÚS HINOJOSA DE LEÓN, también conocido como “el zar de las etiquetas”, y su familia fundaron en la Ciudad de México, Grupo Industrial Artes Gráficas. Después de trabajar varios años en diversos ramos de la impresión comercial vieron en la impresión de etiquetas un potencial importante. Enfocar sus esfuerzos hacia esa rama les permitió acelerar su crecimiento.

Desde entonces implementaron una estrategia de especialización y mejora continua. Con ello, pasaron de ser un pequeño taller comercial a ser la empresa líder en impresión de etiquetas en todo México.

Con una visión clara de crecimiento, durante más de 40 años han dado pasos firmes para consolidarse como una de las Mejores Empresas Mexicanas. Esto se ha logrado gracias al crecimiento orgánico, adquisiciones, fusiones e inyecciones de capital privado internacional. Y eso les ha permitido continuar en la búsqueda de su propósito: “Ser impecables en el servicio, dinámicos en innovación”.

AGH Labels es la marca que nació de la consolidación de tres empresas líderes del sector: Grupo Industrial Artes Gráficas, Offset Hispano y Gráficos Integrados. Hoy tiene el portafolio de etiquetas más completo del mercado.

A través de su visión, AGH enfoca sus esfuerzos estratégicos en las necesidades del cliente y busca una ejecución ágil basada en equipos de alto desempeño. Además, cuenta con una plataforma tecnológica de

CUANDO LA ETIQUETA LLEVA AL CAMINO DEL ÉXITO

vanguardia y una operación 100 por ciento digitalizada. Gracias a ello hoy trabaja para industrias de diversos tipos: alimentos y bebidas, cuidado personal y del hogar, cerveza, vinos y licores, etcétera.

VALORES E INNOVACIONES

LOS VALORES DE AGH ESTÁN ORIENTADOS AL CLIENTE, actitud de servicio, trabajo en equipo, desarrollo humano, salud integral y honestidad y lealtad. Todos estos rubros son la base para los objetivos y retos que se han puesto para los próximos años.

El primero es la expansión acelerada en el mercado de Estados Unidos. El segundo consiste en elevar su reputación con sus clientes en temas de servicio, producto, competitividad e innovación.

Como tercer reto destaca desarrollar un modelo de negocio basado en la sustentabilidad y el cuidado del medioambiente. Eso se hace manteniéndose siempre a la vanguardia tecnológica en maquinaria, sistemas de información y prácticas corporativas.

Actualmente es un one stop shop y crea ofertas personalizadas que se adaptan a las necesidades de cada cliente en tiempos de entrega, urgencias, inventarios de seguridad, servicio técnico, capacitaciones, desarrollo de productos y seguimiento 100 por ciento digital.

Entre sus productos destacan Roll Fed de papel y película plástica (BOPP), así como Cut & Stack (corte en pos-teta). También ofrecen mangas termoencogibles, etiquetas autoadheribles (PSL) y, próximamente, adhesleeve. ■

Visita www.aghlabels.pro





POV

INDUSTRIA MEDIANA PRIVADA EN 2022, UN PANORAMA

En la decimotercera edición de MEM fueron evaluadas 141 compañías.

A PARTIR DE LA DOCUMENTACIÓN presentada por las compañías participantes, cada año Mejores Empresas Mexicanas realiza un análisis sectorial con el fin de conocer el panorama actual de la industria mediana privada del país.

MEM emite una serie de puntos de vista (POV), los cuales permiten identificar las prácticas más destacadas en cada sector, así como el desempeño financiero promedio. Si bien esta información es privada, a través de la generación de estos datos, MEM ofrece y comparte información de alto valor con el público y aporta estadísticas de interés para la comunidad empresarial.

En la decimotercera edición de MEM fueron evaluadas 141 compañías. De estas, 50 son del sector comercio; 47, proveedoras de servicios; 35, de la industria manufacturera, y 9, de la industria de la construcción.

De ellas, 105 organizaciones fueron reconocidas. Para identificar las

prácticas de la muestra total de organizaciones evaluadas se realizó un análisis sectorial, donde se obtuvieron hallazgos sumamente relevantes.

—**Cuentan con un código de ética:**

78% de las empresas constructoras; 74% de las organizaciones de servicios; 70% de la industria del comercio, y 69% de manufactura.

—**Tienen un plan formal de responsabilidad social:**

37% manufactureras; 34% comercio; 26% servicios, y 22% constructoras.

—**Realizan análisis de riesgos:**

76% comercializadoras; 71% manufactureras; 70% servicios, y 56% constructoras.

POR
NEWSWEEK
EN
ESPAÑOL

Más resultados del análisis sectorial:

—**Tienen una planeación estratégica formal:** 78% constructoras; 74% manufactureras; 74% comercio, y 68% servicios.

—**Utilizan BSC (Balanced Scorecard o cuadro de mando integral):** 70% giro comercio; 64% ramo servicios; 60% industria manufacturera, y 56% constructoras.

—**Tienen una estrategia fiscal:** 49% proveedoras de servicios; 42% giro de comercio; 37% manufactureras, y 33% constructoras.

—**Cuentan con registro de marca:** 83% servicios; 78% constructoras; 71% manufactureras, y 70% sector comercio.

—**Realizan estudios de mercado:** 60% comercio; 56% constructoras; 47% servicios, y 37% manufacturera.

MEM emite una serie de POV que permiten identificar las prácticas más destacadas por sector, y el desempeño financiero promedio.



Muñoz
CORPORATIVO

LA GRANDEZA DE UNA COMPAÑÍA

Hace tres décadas, Corporativo Muñoz nace como una empresa mexicana especializada en soluciones tipo BPS (Business Process Services). Nuestro portafolio de servicios abarca procesos vitales para el éxito de nuestros clientes, ofrecemos servicios de Administración y Recuperación de Cartera, servicios de Atención a Clientes, Telemarketing, Soluciones Multicanal, Soporte Técnico, envío de E-mail- SMS y Redes Sociales.

Para Corporativo Muñoz el talento humano es la pieza fundamental de su crecimiento, nuestro equipo de trabajo está conformado por más de 5,400 colaboradores distribuidos dentro de la república mexicana, principalmente en la ciudad de León, Gto.

A través de la mejora constante en simbiosis con todos nuestros recursos humanos, financieros, tecnológicos y materiales Corporativo Muñoz ha crecido de la mano con sus clientes. La búsqueda de la mejora continua nos ha dado como resultado relaciones de largo plazo con nuestros clientes. Para nosotros el Cliente es el eslabón que nos impulsa día con día a buscar nuestros metas y objetivos.

COBRANZA INTEGRAL

Contamos con más de 30 años de experiencia en la Recuperación y Administración de cartera Precobranza, Vigente, Vencida y Castigada, para todo tipo de sectores abarcando desde el bancario, financiero, retail y de servicios.

TELEMARKETING

Corporativo Muñoz incursionó desde hace 18 años en este mercado, lo que nos ha permitido posicionarnos como un socio estratégico para nuestros clientes del sector bancario, logrando así la competitividad y lealtad de nuestros clientes.

SERVICIO AL CLIENTE

En el año 2005 comenzó nuestra expansión con estos servicios, el Customer Care está orientado a ofrecer toda una gama de servicios personalizados para los clientes de nuestros clientes, cientos de procesos son ejecutados por Corporativo Muñoz para elevar los estándares de atención y sumar valor agregado a nuestros usuarios.

Corporativo Muñoz ha sido reconocido de 2019 a 2022 como MEM "Mejores Empresas Mexicanas", iniciativa promovida por el Tecnológico de Monterrey, Citibanamex y Deloitte.

MEJORES EMPRESAS MEXICANAS®
Reconocimiento Mejores Empresas Mexicanas 2022



Más de 5,000 estaciones de trabajo distribuidas en 5 Centros de Contacto en la ciudad de León, Guanajuato, permiten que los servicios que brinda Corporativo Muñoz sean de la más alta calidad y satisfacción para nuestros clientes.



EL ANÁLISIS DE MEM descifra el desempeño financiero y el promedio de los indicadores económicos de cada sector.

- **Cuentan con prácticas de ciberseguridad:** 52% de las organizaciones dedicadas al comercio; 49% de las empresas manufactureras; 49% de las proveedoras de servicios, y 33% de las compañías constructoras.
- **Tienen un sistema ERP (planificación de recursos empresariales):** 96% de la industria del comercio; 94% de la manufacturera; 89% de las empresas constructoras, y 74% de las organizaciones de servicios.
- **Cuentan con planes de capacitación:** 80% de las comercializadoras; 77% de las empresas de servicios; 74% de las compañías manufactureras, y 56% de las constructoras.

Indicadores financieros por sector

En referencia al desempeño financiero de las empresas participantes, el promedio de los indicadores financieros fueron los siguientes:

- **Crecimiento en ventas nominal y real, respectivamente:** construcción, 33.80 y 24.62%; comercio, 22.52 y 14.12%; servicios, 17.92 y 9.84%; manufactura, 16.86 y 8.85%.
- **Costo de ventas:** construcción, 78.81%; comercio, 76.68%; manufactura, 69.83%; servicios, 49.22%.
- **Gastos:** servicios, 33.99%; manufactura, 19.92%; comercio, 16.94%; construcción, 13.89%.
- **Tasa efectiva de impuestos:** comercio, 28.87%; manufactura, 28.22%; construcción, 15.28%; servicios, 14.39%.
- **Porcentaje de utilidad neta:** construcción, 8.50%; servicios, 7.80%; manufactura, 5.93%; comercio, 4%.
- **Días de inventario:** construcción, 140.04; comercio, 98.46; manufactura, 88.10. Este indicador no se considera para el sector servicios.
- **Días de cuentas por cobrar:** servicios, 84.86; construcción, 72.53; manufactura, 59.32; comercio, 50.83.

Cada año, MEM realiza un análisis sectorial con el fin de conocer el panorama actual de la industria mediana del país.

- **Días de cuentas por pagar:** manufactura, 65.64; construcción, 59.67; servicios, 59.17; comercio, 53.87.
- **Capital de trabajo:** servicios, 2.10; manufactura, 1.92; comercio, 1.65; construcción, 1.56.
- **Prueba ácida:** construcción, 1.23; manufactura, 1.15; comercio, 0.90. Este indicador no se considera para el sector servicios.
- **Ciclo de conversión de efectivo:** comercio, 97.13; manufactura, 82.86; construcción, 74.51; servicios, 73.21.
- **Calidad de deuda:** construcción, 13.78; servicios, 6.88; comercio, 5.71; manufactura, 4.96.
- **Rentabilidad:** construcción, 18.48%; servicios, 17.50%; comercio, 17.02%; manufactura, 14.56%.
- **Porcentaje de EBITDA:** servicios, 17.36%; manufactura, 11.38%; comercio, 7.70%; construcción, 6.84%. **N**



COMUNIDADES PLANADAS QUE CONECTAN MUNDOS, VIDAS Y SUEÑOS



Desde hace más de 40 años, la principal razón de ser de **Tierra y Armonía** ha sido crear espacios ideales para la vida, proyectos de nueva generación centrados en las personas, comprometidos en construir un mejor futuro, comunidades plenas que generan entornos de vida, integrando ambientes sanos y sustentables.

Hoy, la historia de **Tierra y Armonía** esta llena de promesas cumplidas a clientes e inversionistas, que viven, conviven, se divierten y trabajan en nuestros desarrollos, donde se forman comunidades en perfecto equilibrio.

CREAMOS EL ESPACIO DE TU VIDA INSPIRADOS EN EL FUTURO

LA MEJOR PLUSVALÍA EN CREACIONES INMOBILIARIAS DE NUEVA GENERACIÓN

Tierra y Armonía es creadora de Capital Sur en Querétaro, Kulkana en Cancún y de los desarrollos más importantes de Jalisco y la Riviera Nayarit, como: Valle Real, Solares, El Manantial, Punto Sur, Ventura, La Toscana, Real del Mar, Alamar, Adamar y muchos más, sustentados en una extraordinaria generosidad urbana, plusvalía y belleza arquitectónica.

TIERRA Y ARMONÍA

Una de las **Mejores Empresas Mexicanas 2022** por 9° año consecutivo, accediendo a la Categoría PLATINO. MEM reconoce a las compañías medianas privadas mexicanas con un alto nivel de desempeño en la gestión de negocios; por Citibanamex, Deloitte y el Tecnológico de Monterrey.



- **Premio ADI 2021** a lo más destacado de la industria inmobiliaria en México por su proyecto de usos mixtos Punto Sur Lifestyle Boulevard, en Jalisco.
- Mención especial en el **Premio Nacional de Vivienda 2021** en la categoría "Promoción de la Vivienda adecuada" por su proyecto Capital Sur, en Querétaro.

DEPARTAMENTOS · CASAS · TERRENOS · CASAS VACACIONALES · USOS MIXTOS · COMERCIAL · INDUSTRIAL · OFICINAS

JALISCO · NAYARIT · NUEVO LEÓN · QUERÉTARO · QUINTANA ROO

TYA Guadalajara, Jalisco. Tel. 33.3901.7642 · www.tya.com.mx

PASOS A SEGUIR

LAS MEJORES PRÁCTICAS DE LAS EMPRESAS, EN LA ENCICLOPEDIA MEM

Una colección de libros consolida la experiencia de especialistas en diferentes temas de negocios y las historias de éxito de varias empresas.

DESDE SU CREACIÓN, EN 2010, Mejores Empresas Mexicanas ha buscado ser un espacio para difundir e impulsar las mejores prácticas de la industria mediana privada. Por ello, el programa lanzó la Enciclopedia MEM, colección de libros que consolida la experiencia y puntos de vista de especialistas en diferentes temas de negocios, así como las historias de éxito de compañías portadoras del distintivo.

La Enciclopedia MEM está integrada por cuatro tomos, los cuales abordan temas claves para la industria. El primero "Gobierno corporativo", compila el conocimiento y experiencia de más de 20 años del equipo de gobierno corporativo de Deloitte México, donde se comparten herramientas que ayudan a las empresas a adoptar buenas prácticas y comenzar

POR
NEWSWEEK
EN
ESPAÑOL

el proceso de institucionalización. El contenido parte de la definición, origen, componentes, indicadores, metodologías, certificaciones y pasos a seguir para emprender una estrategia sustentable sólida y robusta.


El segundo, "Innovación", aborda los conceptos básicos relacionados con los procesos de innovación, como las fórmulas de negocio, la administración del ciclo de vida de productos nuevos y el desarrollo de ambientes que promueven un entorno para la creación de soluciones adaptadas a las exigencias del mercado. Expone los procesos innovadores que destacan a empresas líderes gracias a su cultura organizacional y su manera de impulsar el cambio.

Sustentabilidad, orientación y servicio al cliente

LA TERCERA PARTE SE titula "Sustentabilidad" y expone las aportaciones de profesionales de Deloitte México bajo un

enfoque integral de la sustentabilidad. El contenido abarca la definición, origen y componentes de esta materia, y expone conceptos relevantes, indicadores principales, metodologías y certificaciones. También presenta el proceso para emprender una estrategia sustentable sólida y robusta que permita a las compañías impulsar su permanencia en el futuro.

Finalmente, el último tomo, denominado "Orientación y servicio al cliente", reúne acciones y estrategias centradas en el cliente a lo largo de las etapas del ciclo comercial: prevención, venta y posventa. Su enfoque considera los cambios en la industria mediana tras la llegada del Covid-19, así como prácticas que han permitido a compañías líderes adaptar su modelo de negocio a la nueva normalidad.

En la elaboración de la Enciclopedia MEM participaron personalidades del mundo empresarial, los negocios, la consultoría, la innovación, la sustentabilidad, la gobernabilidad, el emprendimiento y la gestión de operaciones. 

La Enciclopedia MEM
está integrada por
cuatro tomos claves
para la industria.



LA SEGURIDAD TIENE NOMBRE ES



CHOCLO INDESTRUCTIBLE
SUELA ANTIDERRAPANTE



BOTA WESTERN CAFÉ
PUNTERA DIELECTRICA



BORCEGUÍ RENOVADO CAFÉ
SISTEMA CONFORT SUPREME



INNOVAR

CONVERTIRSE EN ADULTO SIN MORIR EN EL INTENTO

Una empresa creada por una emprendedora enseña la forma más sencilla de crecer y evitar **los errores comunes** que comete el adulto promedio.



➔ **VOLVERNOS ADULTOS ES INEVITABLE; sin embargo, nadie nos da las herramientas necesarias para que eso suceda. Conforme pasan los años, las nuevas generaciones, entre ellas, los *millennials* y la generación z, van expresando lo complicado y frustrante que es crecer sin noción de cómo hacerlo y, peor aún, dentro del contexto tan gris en el que vivimos actualmente.**

Por ello decidí crear una empresa que me sigue sorprendiendo que no existiera antes. Deseaba que pareciera tan necesaria y obvia y que, sin embargo, no existía. Deseaba una empresa que nos enseñara la forma más sencilla de crecer y cómo evitar los errores comunes que un adulto promedio comete durante su juventud. La llamé *Adulting*.

La idea de crear un negocio nunca fue mi primera opción para buscar sustento económico. Sin embargo, mi experiencia de vida me hizo darme cuenta de que estaba viviendo dentro

de una generación en donde sentimos constante frustración por no lograr las metas que nuestros papás a la misma edad ya habían logrado. El tema de convertirse en adulto era un referente de fracaso si nadie nos orientaba al respecto.

A los 18 años me independicé y cometí errores gigantes en el uso del dinero y manejo de responsabilidades; tampoco sabía qué cosas eran importantes y, mucho menos, cómo hacerlas. Fui tomando decisiones poco informadas que, por supuesto, me llevaron a la ruina económica. El resultado no fue sorpresa... una adolescente tomando decisiones de adulto sin ninguna formación ni perspectiva.

Conforme pasaron los años, la preocupación y el problema crecían cada vez más. Finalmente me di cuenta de que necesitaba tomar el control de lo que quería aprender y de cómo iba a resolver el relajito en el que me estaba metiendo.

POR

LILIANA
OLIVARES

Innovamos a través del aprendizaje de cosas tan elementales y básicas como saber qué prestaciones te tienen que pagar cuándo empiezas a trabajar, cómo administrar tu sueldo, qué parte de tus ingresos debes ahorrar, los principios para empezar a invertir, etcétera.

En 2023 cumplimos cinco años llevando educación financiera de una forma digerible, entretenida y motivante para evitar continuar con el mito de que aprender de temas “de adultos” es muy difícil o aburrido. Incluso, hemos desarrollado diferentes canales dignos de cualquier *millen-*

“Los conocimientos necesarios para afrontar la vida pueden obtenerse en el formato y al precio que mejor convenga”.



EL PROPÓSITO es tener menos deudas, tomar mejores decisiones financieras y fomentar el ahorro y el patrimonio.

nial y gen z para convencerlos de que los conocimientos necesarios para afrontar la vida los pueden obtener en el formato y al precio que mejor les convenga.

Problemas solo para adultos

LA PRIMERA OPCIÓN ES MI LIBRO *Maldita pobreza, sal de este hogar*, que es una guía práctica que aplica a muchas situaciones cotidianas de la vida de cualquier mexicano. ¿Te has preguntado si te conviene más comprar o rentar un carro? ¿O te han liquidado y no



LILIANA OLIVARES,
fundadora de
Adulting.

has sabido qué hacer con ese dinero, aparte de solo entrar en crisis?

Estas dudas nos han surgido en algún momento o nos surgirán conforme vayamos creciendo. Y en vez de seguir el ejemplo o consejos de personas a nuestro alrededor, que no siempre tomaron la mejor decisión, mi libro busca ser un referente de cómo resolver problemas de adulto de forma objetiva y pragmática.

Durante este lustro hemos crecido más de 250 por ciento anual y eso es el reflejo de cómo dos generaciones piden a gritos ayuda para poder resolver los retos que vamos enfrentando. Adulting ha innovado en el área de educación financiera al haber logrado servicios para todos los segmentos socioeconómicos, en particular, tenemos un servicio de asesoría personalizada cuyo costo va de acuerdo con el nivel de ingresos del cliente.

Así que hoy en día es posible que cualquier persona tenga asesoría financiera personalizada y no tiene que pagar lo mismo que alguien que

tiene tres veces más ingreso... fomentamos la equidad. Ideando servicios de este tipo, logramos realmente democratizar la educación financiera y facilitar que nadie vuelva a cometer los mismos errores.

En Adulting, a través de los talleres en línea, planes personalizados y ahora nuestro más reciente producto, *Maldita pobreza, sal de este hogar*, mejoramos el futuro de las generaciones actuales y las que están por entrar en la vida adulta.

El impacto positivo que generamos con esta empresa es infinito al aportar a nuestro país, e incluso a otras naciones, ciudadanos con menos deudas, mejores decisiones financieras y fomento del ahorro y patrimonio. Hemos demostrado que es posible innovar y crear una empresa que aporte valor social y 100 por ciento mexicano. **N**

→ **Liliana Olivares** es fundadora de *Adulting* y autora del libro *"MALDITA POBREZA, SAL DE ESTE HOGAR"*.

TECSALUD: VANGUARDIA EN TRATAMIENTOS PARA PACIENTES CON FALLA CARDIACA Y PULMONAR

EL TALENTO **MÉDICO** Y
EL DESARROLLO DE LA
BIOINGENIERÍA EN EL
CAMPO DE LA SALUD OFRECE
A LOS PACIENTES UNA MEJOR
CALIDAD DE VIDA

LAS FALLAS EN EL CORAZÓN O los pulmones son la principal causa de muerte en el país. Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en el primer semestre de 2022, una de cada cuatro muertes fue por enfermedades del corazón. La segunda causa de fallecimientos fue por Covid-19 (7 por ciento de 439,878), una enfermedad cuya principal afectación es en los pulmones.

Ante este panorama, TecSalud busca una mejor calidad de vida para los pacientes con padecimientos cardíacos y pulmonares.

Para conocer estas innovaciones, consultamos al doctor René Gómez Gutiérrez, director del Programa de ECMO y Terapias Avanzadas de Soporte Cardiopulmonar de los Hospitales TecSalud.

“Existe una serie de enfermedades cardíacas y pulmonares en grado severo, donde el paciente no se recupera con las terapias habituales. **Nuestras tecnologías lo que hacen es sustituir la función del pulmón o corazón mientras el órgano se recupera o puede ser trasplantado**”, explica.

Entre los padecimientos más comunes destacan infecciones pulmonares severas como el Covid-19, neumonías y pacientes cuyo pulmón está tan dañado que no puede oxigenar. En el caso del corazón, existen pacientes que sufrieron un infarto grave o con miocarditis que es una inflamación del corazón por un virus.

INNOVACIÓN PARA LA SALUD

EL PROFESOR DE LA ESCUELA DE MEDICINA Y CIENCIAS DE LA SALUD DEL Tec-

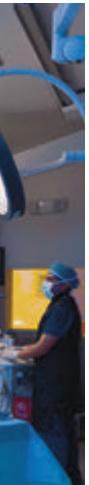
El objetivo de estas innovaciones tecnológicas en el campo de la salud es que el paciente tenga una mejor calidad de vida.



DR. RENÉ GÓMEZ GUTIÉRREZ, director del Programa de ECMO y Terapias Avanzadas de Soporte Cardiopulmonar de los Hospitales TecSalud.



TECSALUD ESTÁ CONFORMADO POR LOS HOSPITALES SAN JOSÉ Y ZAMBRANO HELLION, LA ESCUELA DE MEDICINA Y CIENCIAS DE LA SALUD Y LA FUNDACIÓN TECSALUD.



nológico de Monterrey y titular del Diplomado de Soporte de Vida Extracorpórea detalla la tecnología más reciente: “Hay muchas tecnologías para suplir estas funciones. En el área cardiológica tenemos dispositivos como el ECMO, que brinda soporte a los pulmones para oxigenar correctamente; y las asistencias ventriculares, que son aparatos que hacen exactamente la función del corazón, pero en forma extracorpórea. Existen otros dispositivos que se ponen dentro del corazón del paciente para que ayuden a bombear la sangre”, afirma Gómez Gutiérrez.

Más de 40 cardiólogos, neumólogos y especialistas en cuidados intensivos de TecSalud intervienen de manera integral en la atención del paciente cuando se necesita sustituir algún órgano de forma mecánica o artificial.

Gómez Gutiérrez explica que TecSalud tiene un porcentaje de éxito cercano al 70 por ciento en pacientes que han fallado a las terapias máximas convencionales.

PREPARAR UN TRASPLANTE

OTRA DE LAS ÁREAS QUE FORMAN PARTE de la oferta de TecSalud en este

rubro es la perfusión de órganos extracorpóreos. ¿Qué significa esto? **Se trata de la preparación de órganos para ser trasplantados. Esto se debe a que siete de cada diez órganos que se ofrecen para donación no están en condiciones de trasplantarse.**

“Por ejemplo, se obtienen unos pulmones de un donador, pero no son aptos, entonces a través de una tecnología especial se acondicionan fuera del cuerpo para mantenerlos con vida y prepararlos para el trasplante. Empezamos con pulmones, y continuamos está técnica con corazón, hígado y otros órganos”, afirma Gómez Gutiérrez.

Con este procedimiento, más de 90 por ciento de los pulmones donados podrían ser trasplantados, esto incrementa las probabilidades de éxito del trasplante.

Recientemente, TecSalud organizó el *workshop* “Perfusión pulmonar ex vivo”, en el que reconocidos médicos capacitaron a especialistas y profesionales de la salud de Latinoamérica, contribuyendo así a incrementar la esperanza de vida para las personas que requieren un trasplante. ■



Más de 40 cardiólogos, neumólogos y especialistas en cuidados intensivos de TecSalud ayudan a los pacientes cuando es necesario sustituir algún órgano de forma mecánica o artificial.

Cuida tu salud
tecsalud.mx



EJEMPLO

MISIONERA DEL TRASPLANTE DE ÓRGANOS

Mendivil fue galardonada con la medalla Pro-Conciencia, a mediados de enero, por su excelente complementariedad.



CONSEJERA del Consejo ciudadano para la seguridad y justicia de la Ciudad de México.

➔ **BEATRIZ MENDIVIL,** pilar del trasplante de órganos en México, recibió la medalla Pro-Conciencia. para ella, recibir tal reconocimiento resulta un acto inmerecido, pero gratificante a la vez. Hace casi tres décadas donó su riñón a Ignacio Holtz Hale, diagnosticado con insuficiencia renal y a quien describe como “sostén de vida, complemento y compañero ideal”.

Hoy, hablar del también ingeniero mexicano provoca una nostalgia visible en su esposa, consejera honoraria del Consejo Ciudadano para la Seguridad y Justicia de la Ciudad de México. Aunque él falleció en octubre pasado, ambos siguen siendo pilares del trasplante de órganos en el país.

Preguntar sobre Ignacio es soltar un balde cálido a Beatriz. Con lágrimas, afirma haber tenido un matrimonio armonioso y entregado. Conoció a “Nacho” —como le gusta decirle— a finales de 1980. Entonces calculista, amante del diseño, la pintura y arquitectura, ya tenía tres hijas, quienes junto a los cuatro descendientes de Mendivil formaron una gran familia de nueve integrantes.

“Estudié en Hermosillo. Llegué a México en 1981, empecé mi negocio de compra y venta de arte. En el año nuevo del 88 al 89 conocí a Nacho, con quien me volví a casar. Es una medalla que representa un premio a la complementariedad, en este caso de una pareja, no solo porque le di el riñón. Para mí fue fácil porque he recibido mil veces más de lo que ofrecí”, relata Beatriz, una sonorensa que se autoconoce como feminista.

Ejemplo de amor y lealtad

MENDIVIL FUE GALARDONADA CON LA medalla Pro-Conciencia, a mediados de enero, por su ejemplar complementariedad que detonó en más de 1,500 trasplantes. La Asociación Mundial Pro-Conciencia —convocante del evento— resalta los dones, talentos y virtudes de quienes por su perfección en lo que hacen son un ejemplo para el mundo y fortalecen los rubros del arte, la ciencia y tecnología.

El ingeniero Holtz, su esposo, dedicó más de 20 años de su vida al apoyo de personas que padecen la “enfermedad silenciosa” (insuficiencia renal), acompañado del

amor de su vida. Junto con la fundación de la familia Slim y el programa Solo por Ayudar, de Lolita Ayala, organizó un programa para trasplantar a personas sin recursos en el hospital ABC y en el Instituto de Trasplantes de Cuernavaca. Con estos programas se llegó a trasplantar a miles de personas en estado vulnerable.

“Conozco a Beatriz desde hace 38 años. La complementariedad es una sustancia divina del amor hacia otro ser. Todos los seres vivos nacemos con ella para usarla y añadir fuerza y vida a otros. Esta es servicial y solo goza sin juzgar”, comparte la fundadora de Pro-Conciencia, Beatriz Lobo, cuyo ideal es crear una sociedad menos egoísta.

Entre las figuras condecoradas con esta insignia destacan Marinela Servitje, pieza clave en el Papalote Museo del Niño; Víctor Manuel Pérez García, promotor de la primera escuela en la sierra norte de Puebla, y la empresaria del parque acuático El Rollo, María del Carmen Quevedo López. **N**

POR
KENIA HERNÁNDEZ RIVERA

FOTOS: IZO, SHARENJI GUZMÁN / DER, TINA NORD

CONTAR CALORÍAS NO SIRVE PARA BAJAR DE PESO

➤ DURANTE MUCHO TIEMPO EL mundo de la nutrición creyó que el conteo de calorías en los alimentos era la clave para bajar de peso. De hecho, aún existen médicos y nutricionistas que enfocan su tratamiento en este método. Sin embargo, hoy sabemos que las calorías no son lo más importante para lograr una salud óptima y un peso estable, ya que las unidades de energía que ingerimos son distintas y dependen de si provienen de grasas, proteínas o carbohidratos.

Cada alimento crea en nuestro organismo una respuesta hormonal y química según su composición nutricional. Por eso, cuidarse de las calorías sin importar si son de carbohidratos, azúcares, comida procesada, proteínas o grasas es una pérdida de tiempo.

Existen varias razones por las que subimos de peso: exceso de calorías, desbalance hormonal, exceso de comida procesada y alta en azúcar, problemas de tiroides, desbalances de cortisol y adrenales. Por eso, cuando busquemos bajar de peso debemos identificar qué está provocando el aumento de peso en nuestro organismo y atacar la causa.

Una razón por la que la comida nos hace subir de peso sin consumir un exceso de calorías es la ingesta alta de glucosa. Cada vez que comemos carbohidratos (pan, tortilla, arroz, fruta, etcétera) se eleva el azúcar en la sangre, la insulina sale del páncreas para tomar ese azúcar y transportarla al hígado o al músculo y almacenarla como fuente de energía para el momento que lo necesite el cuerpo.

Ahora bien, ¿qué tanta insulina guarda el alimento como grasa? Eso depende de qué tanto eleve el azúcar en la sangre. Los azúcares refinados y carbohidratos (avena, arroz, tortilla) son los que más elevan el azúcar en la sangre y, por ende, la insulina.

Por ello, se recomienda que acompañes tus alimentos con fibra, grasa o proteína para que el pico de glucosa no sea tan alto y, por ende, la insulina tampoco se eleve tanto y ese alimento no se acumule en forma de grasa. **N**

➔ **Jessica Nasser** es licenciada en nutrición clínica por la Universidad Anáhuac, certificada como entrenadora personal por la World Fitness Association y diplomada en nutrición vegetariana por el Instituto de Ciencias de Nutrición y Salud de España. Los puntos de vista expresados en este artículo son responsabilidad de la autora.

Lo importante es identificar qué nos provoca el aumento de peso y atacar la causa.

¿Qué hacer para bajar de peso?

1. Cuida la calidad de tus alimentos. Evita comida procesada, azúcar y conservadores.
2. Procura siempre empezar la comida por una buena fuente de fibra, después proteína y grasa y, al final, carbohidratos (tortilla, postre, fruta, pan, arroz, etcétera).
3. Vigila la cantidad de lo que comes. Ni mucho, ni poco, lo suficiente y adecuado.
4. Duerme y descansa para regenerar hormonas.
5. Mantente en movimiento y bebe suficiente agua.

POR

JESSICA NASSER



ÉTICA

ECONOMÍA MORAL

Es pertinente promover desde todos los ámbitos el regreso a los modelos económicos de **desarrollo de los preceptos fundamentales de la filosofía moral.**

DESDE SUS ORÍGENES EN LA ANTIGUA Grecia, en el año 362 a. C., la economía es considerada como una ciencia social que surge a partir de la corriente conductista cuyo objeto es estudiar la mejor manera de administrar los recursos escasos para satisfacer las necesidades del ser humano. No es sino hasta el siglo XVIII con Adam Smith, considerado el padre de la economía clásica, que se le comienza a relacionar científicamente con la filosofía, la historia, la psicología, el desarrollo y, sobre todo, la ética.

No es extraño que hayan sido filósofos europeos quienes dieron los primeros pasos para desarrollar las bases teóricas de lo que hoy conocemos como economía. Es justamente a partir de Adam Smith, David Ricardo, Jean-Baptiste, Karl Marx, Thomas Malthus y Frédéric Bastiat que se estructuran las bases para su estudio. Todos estos pensadores partían de la ética como elemento *sine qua non* para el estudio y práctica de la economía.

Al paso de los años, economistas de la talla de John Maynard Keynes, Amartya Sen, Daniel Kahneman y Jean Tirole han mantenido el impulso por vincular indubitadamente a la economía con la ética y la moral e

incluso las emociones. En alguna medida, la economía desde su origen siempre ha estado fuertemente relacionada con la filosofía moral. Ha sido, sin embargo, la economía logística la que se ha alejado completamente de fundamentos esenciales como las virtudes humanas, los conceptos de felicidad, simpatía, empatía y, desde luego, la ética y la moral.

En un principio fue la necesidad de explicar de manera racional el cómo el ser humano, mediante su búsqueda por satisfacer sus propias necesidades, puede con ello lograr el bienestar de toda la sociedad. **En esta lógica son los seres humanos que, de forma colectiva, al lograr su propio beneficio logran el de los demás porque existe un ecosistema natural de personas y bienes que se consiguen e intercambian entre ellas.**

Del concepto satisfacción individual de necesidades-bienestar colectivo hemos pasado a la noción de administrar recursos en esencia, escasos al acaparamiento, la sobreexplotación, la ganancia sobre la ganancia y la especulación desmedida. Incluso hemos llegado a la barbaridad de conceder el Premio Nobel a economistas como Milton Friedman, fundador de la escuela de Chicago,

POR
**CARLOS
ALBERTO MARTÍNEZ
CASTILLO**

ILUSTRACIÓN: BETO GTZ



» **La búsqueda de nuestro bienestar no puede oponerse al bienestar de los demás. Así no fue concebida la economía.**

conocida como Chicago Boys, cuyos postulados de expansión monetaria y supresión del Estado han demostrado claramente su fracaso, pues el Estado no es el enemigo del sistema económico, sino su aliado.

Economía y naturaleza ética

EN ESTE MOMENTO, EN EL QUE EL MUNDO ENFRENTA los retos de rehacer la arquitectura económica global, afrontar los altos niveles de inflación, disminuir los efectos negativos que aún perduran tras la pandemia del covid-19 y cerrar la brecha entre pobres y ricos, es pertinente promover desde todos los ámbitos, sobre todo el político, el regreso a los modelos económicos de desarrollo de los preceptos fundamentales de la filosofía moral.

Es apremiante porque lo que estamos viendo en los hechos no es un ecosistema en el cual la búsqueda de satisfactores propios promueve la satisfacción de los demás; es la falta de autocontrol, el abuso y explotación de unos cuantos sobre los demás.

Estamos en el avasallamiento de satisfactores por unos pocos quienes dejan al resto sin bienes, servicios e incluso sin oportunidades para obtenerlos. Es, entonces, imperativo que recordemos que la economía infiere por naturaleza ética.

Los modelos económicos de desarrollo deben comenzar y terminar con los principios fundamentales de la filosofía moral. La ética es inherente al ser humano, exactamente ese

que satisface sus necesidades detonando el bienestar automático de la sociedad.

Lo anterior sería la garantía de que las teorías de desarrollo estarían orientadas con un rostro que anteponga, por sobre todas las cosas, la dignidad humana alejada del egoísmo y la indiferencia, aspectos que en ningún sentido contravienen la necesidad de buscar la satisfacción de nuestras necesidades.

Esa búsqueda por nuestro bienestar no puede oponerse al bienestar de los demás, así no fue concebida la economía. El momento histórico que vivimos con la formación de dos grandes bloques económicos, encabezados por Estados Unidos y China, con escaso crecimiento, altos niveles de precios en un ambiente de tensión geopolítica, invita a pensar en una economía que, ante todo, ponga la dignidad humana en el centro para servir a las personas y no servirse de ellas bajo los principios de la ética que precisamente le dieron origen en el siglo XVIII y que aún siguen vigentes.

La enorme frustración humana que se expresa día con día en las redes sociales debe llamar nuestra atención para entender que existen abundantes colectivos de personas que no soportan más el enriquecimiento desmedido de unos cuantos logrado mediante el uso y abuso de los demás. Y en lo que, de paso, está acabando con una cantidad enorme de recursos como ocurre con la naturaleza. ■

“Hemos llegado a la barbaridad de conceder el Premio Nobel a economistas cuyos postulados de expansión monetaria y supresión del Estado han demostrado claramente su fracaso”.

→ **Carlos Alberto Martínez Castillo** es doctor en Desarrollo Económico, Derecho y Filosofía y profesor en la UP e Ibero. Ha colaborado en el Banco de México, Washington, Secretaría de Hacienda y Presidencia de la República. drcamartinez@hotmail.com
Los puntos de vista expresados en este artículo son responsabilidad del autor.

DICCIONARIO

MACHISMO Y HOMOFOBIA EN EL ESPAÑOL DE MÉXICO

Concepción Company expone que entre los hispanohablantes mexicanos **hay un gran gozo con el sexo**, pero más con el pene que con la vagina.

➤ **“EN EL ESPAÑOL DE MÉXICO HAY una clara homofobia como consecuencia de que la sociedad mexicana es muy machista”, considera la lingüista Concepción Company, quien se encargó de coordinar el *Diccionario de mexicanismos. Propios y compartidos*, de reciente publicación.** La mexicana “es una sociedad que codifica de muchísimas maneras lo que consideramos desde la heteronormatividad, que considera la heterosexualidad establecida como normativa, y entonces hay decenas de voces para indicar ‘homosexualidad’, sobre todo la masculina, y muchas menos para la femenina”, observa.

Sin embargo, acota Company, es importante resaltar que la homofobia y el machismo no son exclusivos del español de México, pues “estoy segura de que todas las sociedades que requieren avances democráticos

como es la nuestra y como muchísimas de Hispanoamérica y también la española tienen cargas homofóbicas y machistas”.

El *Diccionario de mexicanismos. Propios y compartidos*, publicado por editorial Espasa, es una obra magna en la que colaboraron académicos, lingüistas, lexicógrafos y muchos otros expertos en lengua durante una década. En sus páginas puede consultarse el léxico de millones de mexicanos que emplean diariamente un vocabulario diferente al usado en otras latitudes del idioma español. Es decir, un universo lingüístico que define al mexicano y le da entidad e identidad y le otorga un carácter específico.

En sus páginas pueden hallarse voces que no tienen acepción alguna compartidas con otros países donde se habla el español, y que tampoco son palabras generalizadas: *aguilita* (“de cuclillas para orinar o evacuar

el vientre”), *pestañazo* (“siesta breve”), *tumbar* (“robar”). Además, contiene miles de voces del español general que han desarrollado en el español de México nuevos significados y expresiones, así como palabras identitarias del país que, sin dejar de ser mexicanismos, tienen acepciones que ya se han generalizado, como *taco* y *aguacate*.

“Por ejemplo, la palabra *joto* es nuestra; y derivados como *jotería* también son nuestros”, explica Concepción Company, presidenta de la Comisión de Lexicografía de la Academia Mexicana de la

POR

JOEL AGUIRRE A.

Lengua, en entrevista con *Newsweek en Español*.

En ese tenor, se observan ciertos ejes que concentran léxico en el español de México y que lo diferencian de otras latitudes de habla hispana. Por citar un caso, la maestra y doctora



CONCEPCIÓN COMPANY,
presidenta de la Comisión de Lexicografía de la Academia Mexicana de la Lengua.



en letras expone que entre los hispanohablantes mexicanos hay un gran gozo con el sexo, pues una y otra vez emplean palabras relacionadas con la sexualidad, pero de modo muy machista la mayoría de las ocasiones.

“En ese diccionario hay 200 voces para pene y apenas 30 para vagina”, manifiesta. “Eso es lo que hay, una cantidad gigante de metáforas de mariscos, de moluscos, de potencialidades que dan los mariscos y demás asociados con el pene, y muy pocas metáforas para vagina, por ejemplo”.

Educar en la igualdad y el respeto

FRENTE A LA ALTA CONCENTRACIÓN de voces derivadas del machismo y la homofobia observada en el *Diccionario de mexicanismos*, Company opina que lo que debe hacer el Estado es educar en la igualdad, en el respeto, en una reflexión profunda sobre los semejantes y el respeto que se merecen, así como en un autorreconocimiento frente a los demás para exigir el mismo respeto.

“La profunda homofobia y el profundo machismo que se ven en el diccionario, que también se observa en otras sociedades [fuera de México], no se remedia en tres minutos ni

“Todas las sociedades que requieren avances democráticos como la nuestra, la de Hispanoamérica y la española tienen cargas homofóbicas y machistas”.

en un sexenio. Se tiene que entender que la educación es un hecho transgeneracional, transversal, constante, profundo, es una inversión de largo plazo”, añade la lingüista.

Y agrega al respecto: “Hay que educar. Probablemente no ha habido un gobierno en México que se haya propuesto el objetivo de educar profundamente en el pensar, en el reflexionar, en el respetar, y no en el informar nada más. ¿Eso a qué nos lleva? Lo que se ve es que tenemos concentrados culturales que podrían ser remediados con una educación real”.

—¿Qué justifica la publicación de este *Diccionario de mexicanismos*?

—Un diccionario de mexicanismos desde la Academia [Mexicana de la Lengua] es darles carta de naturaleza, estandarizar, reconocer que nuestros usos lingüísticos en lengua escrita y lengua oral, en muchos registros y ámbitos de empleo, están en pie de igualdad con los de cualquier otro país. Esa fue la propuesta, hacer un diccionario que fuera contrastivo contra el español europeo y que fuera integral respecto del español hispanoamericano para saber qué compartimos, en qué somos iguales, en qué somos diferentes. Lo que guió esta elaboración fue preguntarnos quiénes somos, qué nos hace mexicanos a través de la lengua, dónde están los grandes ejes que guían la mexicanidad sin perder de vista por supuesto que el español de México, como cualquier español, es más lo que comparte con el resto del mundo hispanohablante.

—¿Con qué más se va a encontrar el lector que se adentre en esta obra?

—El lector que consulte el diccionario se va a encontrar con una obra donde verá que un mexicanismo no es un indigenismo, ni mucho menos; no coincide mexicanismo con indigenismo, y un mexicanismo tampoco es el uso popular folclórico de *Cantinflas* o de Pedro Infante aun cuando hablas y usos de estos dos personajes o de otros populares estén tan bien representados por la amplitud que tienen dentro de la república mexicana. Es una obra que representa el habla y la escritura de México, entendiendo por mexicanismo el uso normal, normativo general, que le es propio, identitario, a cualquier mexicano. **N**



DICCIONARIO DE MEXICANISMOS. PROPIOS Y COMPARTIDOS

Contiene el léxico de los millones de mexicanos que emplean diariamente un vocabulario diferente al usado en otras latitudes del idioma español.

RAP

'SOY UNA MUJER MÁS QUE INTENTA CAMBIAR EL MUNDO'

Después de participar en 'Wakanda Forever', la rapera oaxaqueña Mare Advertencia Lirika lanzará un álbum como un trabajo introspectivo y de redescubrimiento.

¿CÓMO ESCRIBIR SOBRE UN AGUJERO sin fondo? En 2022, México contabilizó 30,968 homicidios dolosos y 878 feminicidios —tan solo entre enero y noviembre—, según cifras oficiales. En este país no existe un día sin violencia, y esta realidad Mare Advertencia Lirika la hace visible en sus canciones. Aunque no se autodefine como “lideresa social”, su voz llevada al rap en temas como “Bienvenidx” y “Dale su nombre” resulta una constante protesta ante las injusticias innumerables.

“Cada persona que no está es una ausencia que no sana. Nos vamos convirtiendo en una sociedad sin alma. Porque vivos se los llevaron, vivos los queremos”, reprueba la mujer oaxaqueña, de origen zapoteca, en uno de sus videos donde muestra una pared tapizada con fichas de búsqueda.

La cantante de rap, activista social, feminista y migrante —como se concibe— desde niña tuvo un gran acercamiento con las artes, empe-

zando por la poesía. Pero esta manifestación estética pasó de versos a prosa cuando una profesora le pidió abandonar su gusto por la rima y métrica (poemas) —entonces tendría 12 años—. Sin embargo, una decisión inesperada la llevaría a ser parte de la primera generación de mujeres raperas, en cuyo estado el índice de desigualdad es mayúsculo.

Por el contexto donde se desarrolló y el grafiti, Mare conoció las manifestaciones contraculturales, aquel movimiento caracterizado por la oposición a los valores ideológicos establecidos en sociedad. Hace más de una década formó un colectivo, junto con otras dos compañeras, al que debe su nombre: Advertencia Lirika. Pero tiempo después cada una siguió su carrera independiente.

“El ser mujer no tenía sentido. No solo soy la primera generación de mujeres, también la primera del rap en Oaxaca. Antes de mi generación no existía nada: espacios, eventos

y público. En ese proceso éramos siete personas: dos mujeres y cinco hombres, posteriormente se une otra integrante con quien formamos el colectivo”, relata en entrevista con *Newsweek en Español*.

Participación en la película “Wakanda forever”

PARA ESTA RAPER OAXAQUEÑA DE ojos rasgados y largas trenzas, quien ha colaborado con artistas como Natalia Lafourcade y Rubén Blades, el rap permite una libertad creativa incomparable. “No hay un lugar donde nosotras nos podamos desarrollar que no sea la casa”, critica ante una arcaica generación machista.

Uno de sus trabajos más destacados es el álbum *Siempre Viva*, presentado en 2016 y cuya versión extendida lanzó recientemente. Con cuatro canciones y cerca de 13 minutos, incluye “Libres y vivas”, “Escribiendo la historia”, “Bienvenidx” e “Incó-

POR

KENIA HERNÁNDEZ
RIVERA



CANTANTE DE RAP, activista social, feminista y migrante, Mare Advertencia Lirika tuvo desde niña un gran acercamiento con las artes.

moda” (Manifiesto Feminista). “No solamente soy defensora de los derechos de las mujeres, sino en general hago un cuestionamiento al sistema que mantiene una violencia estructural hacia ciertos sectores y personas”.

—**Hoy en día vemos una gran inconformidad por los estándares impuestos a las celebridades, ¿la belleza es un sistema de poder? —le preguntamos.**

—Es un sistema de discriminación. Como una mujer racializada, hay una aspiración de cambiar para que justo podamos encajar en el sistema donde la belleza se centra particularmente en estereotipos físicos de mu-

eres occidentales blancas. Estamos en esa lucha por el reconocimiento de la dignidad humana. Cuando nos atacan desde la belleza, es que no somos suficientemente personas.

Además de su presencia en México, el dinamismo y talento de esta mujer zapoteca la han conducido a participar en grandes producciones como la saga de *Black Panther*, *Wakanda Forever*, distribuida por Walt Disney Studios en 2022. En coordinación con la cantante Vivir Quintana, formó parte del Universo cinematográfico de Marvel gracias a la canción “Árboles bajo el mar”, que evoca la defensa del territorio, sobre todo, la lucha de los pueblos originarios, en donde ella toma partido.

“Perdí a mi hermano y comencé un duelo muy fuerte”

BAJO TONALIDADES ROJIZAS Y VERDES, impregnada de nostalgia similar a los videos de 1990, hace un par de meses Mare estrenó su canción “Luciérnagas”, que hoy suma más de 150,000 vistas en YouTube. Con casi 300 segundos, resulta un himno personal y catártico; basta interpretar “soy una mujer más que intenta cambiar este mundo” para comprender la intención de su letra.

“Cada persona que no está es una ausencia que no sana. Nos vamos convirtiendo en una sociedad sin alma”.

“En este momento, para mí es la canción más personal porque responde a un proceso de redescubrimiento. Para mí había sido fácil dejar de observarme para hablar de la comunidad, dejando de lado los propios fantasmas. En 2013 perdí a mi hermano menor y empecé un duelo muy fuerte. Hay momentos donde sí me puedo sentir más tranquila y feliz, pero otros donde estoy sumamente enojada o perdida”, comenta.

En 2023 tendrá un nuevo disco para todos sus seguidores, siendo “Luciérnagas” el primer sencillo. Decidida, aclara que será “un Mare en primera persona”. Aunque todavía no hay un nombre, sí hay una fecha tentativa para el segundo tema en colaboración con Tayhana, una productora argentina quien recién trabajó con Rosalía. “Vamos a lanzar una canción a principios de marzo homenajea nuestro contraste al ser sureña; será una experiencia latina. Tenemos historias comunes entre diferentes territorios. Hasta hoy tenemos un plan de probablemente 18 canciones que se van a terminar este mes, pero no todos van para el disco”, explica.

En vísperas del 8 de marzo, Día Internacional de la Mujer, Mare adelanta estar en Ciudad de México con Chingona Sound, una colectiva de profesionistas en producción de eventos y sonorización. Con ellas al mando, presentará un sistema de sonido para acompañar a todos los contingentes que cada año parten del Monumento a la Revolución y el Ángel de la Independencia rumbo al Zócalo capitalino, a fin de exigir un alto a la violencia de género. **N**

PORTADAS HISTÓRICAS NW

1976

“LA FRONTERA MÁS NUEVA EN LA INVESTIGACIÓN SOBRE EL CÁNCER ES EL MEDIOAMBIENTE EN SÍ MISMO”, publicó *Newsweek* en aquel año. Muchos expertos consideran a este “una fuente de cáncer mucho más importante que una mutación celular aberrante”. **AHORA, UN INFORME DE 2022 DICE QUE LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL CAUSÓ EL 10 POR CIENTO DE TODOS LOS CASOS DE CÁNCER EN EUROPA.**



PUBLICADO EN COOPERACIÓN CON NEWSWEEK
PUBLISHED IN COOPERATION WITH NEWSWEEK



2003

“ESPECIALISTAS DEL CENTRO DE CONTROL DE MISIÓN ESTABAN muy conscientes de que las complejas máquinas que llevaron al espacio esperando traerlas de nuevo a casa son trampas mortales”, escribió *Newsweek* sobre la explosión del transbordador espacial *Columbia*. “Los demás olvidamos hasta que ocurre una tragedia y la nación y el mundo quedan de luto”. **DESPUÉS DE QUE EL PROGRAMA DEL TRANSBORDADOR ESPACIAL SE RETIRARA EN 2011, LA NASA INICIÓ EL SISTEMA DE LANZAMIENTO ESPACIAL DE CARGA SUPERPESADA: Artemis 1 se lanzó el pasado noviembre como su primer vuelo; Artemis 2, programado para 2024, tendrá su primera misión tripulada y que llevará a humanos alrededor de la Luna.** [N](#)

EXPANSION

RANKING
2022



15 AÑOS
HOSPITAL
PUEBLA
A LA VANGUARDIA EN SALUD

Segundo año siendo
**EL MEJOR
HOSPITAL
DE PUEBLA**
y Centro del país

Forbes **2022**
Mexico's **Best**
Employers

Tenemos el honor
de estar incluidos en la lista
TOP 25 Mejores Empleadores
de Forbes 2022





Que **todo el mundo**
conozca el valor
de tu compañía.



Aplica sin ningún costo en
MejoresEmpresasMexicanas.com



"MEJORES EMPRESAS MEXICANAS" (en lo sucesivo el "RECONOCIMIENTO"), es un reconocimiento que otorga DELOITTE MÉXICO de manera conjunta con el INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY y CITIBANAMEX (en lo sucesivo los "COPATROCINADORES"), a las empresas (en lo sucesivo las "EMPRESAS PARTICIPANTES") que se inscriben de forma gratuita en el portal www.mejoresempresasmexicanas.com (en lo sucesivo el "SITIO"), quienes participarán en un proceso de análisis llevado a cabo por los COPATROCINADORES, respecto de sus prácticas financieras y de negocio en México. Concluido el proceso de análisis, los COPATROCINADORES determinarán a cuales de las EMPRESAS PARTICIPANTES se les otorgará el RECONOCIMIENTO. El proceso de análisis al que se hace referencia el párrafo que antecede, no implica la prestación de servicios de cualquier naturaleza, directa o indirectamente, por parte de cualquiera de los COPATROCINADORES, es decir, la revisión que llevarán a cabo DELOITTE MÉXICO y los COPATROCINADORES no tendrá en ningún momento el carácter de auditoría de estados financieros, ni sustituirá obligaciones legales a cargo de las EMPRESAS PARTICIPANTES. Las EMPRESAS PARTICIPANTES aceptan y se obligan, desde el momento en que se inscriben en el SITIO, con los términos y condiciones para la obtención del RECONOCIMIENTO. Asimismo, manifiestan conocer los alcances del mismo, las bases para participar en él y la mecánica de evaluación contenida en el sitio www.mejoresempresasmexicanas.com; derivado de lo anterior, aceptan desde este momento que la decisión del comité, sobre el reconocimiento y las empresas que lo portarán, es inapelable. © 2023 Mejores Empresas Mexicanas