

UNDO EMPRESARIAL

CÚPULAS EMPRESARIALES | DIPLOMACIA INTERNACIONAL | LÍDERES EMPRESARIALES | MOVILIDAD | SEGURIDAD | LIBROS Y MÚSICA | TECNOLOGÍA

LÍDERES EMPRESARIALES



Negocios, liderazgo y fútbol: Juan Francisco Aguilar, Director General de Dell México

REAL ESTATE



Luis Alberto Rodríguez de BEREL; Innovación mexicana que pinta el futuro

DIPLOMACIA INTERNACIONAL



Emb. Carlos García: Colombia y México, alianza estratégica ante el nuevo escenario global



"Cuando hay confianza, la banca responde con inversión"
Julio Carranza





Con Grupo IPS la seguridad
evoluciona.



COPARMEX®

Descubre nuestras soluciones tecnológicas en

Q grupoipsmexico.com



Conoce más de nosotros.



Más que Soluciones, un Compromiso con su Tranquilidad.

En **GBA Global Business Advisor** sabemos que, para lograr la mejor toma de decisiones en los aspectos financiero, legal, fiscal y corporativo de su empresa, hay algo aún más valioso en juego: Su tranquilidad.

Por ello, nuestro **Grupo de Liderazgo Empresarial, conformado por Profesionales Especializados en la Alta Práctica Fiscal Corporativa**, ha acompañado durante 30 años a empresarios y altos directivos en la construcción de estructuras corporativas y operativas sólidas, con **Compliance Empresarial**, generando entornos patrimoniales seguros, protegidos y preparados para el futuro.

Nuestro modelo de **Soluciones Legales Integradas con Visión Empresarial** está diseñado para ofrecerle las **Mejores Prácticas Empresariales** orientadas al **Blindaje Legal Total** que sus inversiones, actividades empresariales y patrimonio requieren, brindándole en todo momento información de alto valor que le permita tomar decisiones con claridad y disfrutar cada etapa de su vida con seguridad y confianza.

Contamos con un equipo de Asesores de Negocios comprometidos con los valores que definen a nuestro grupo, y que trabajan con la Experiencia y Visión Empresarial que nos caracteriza, enfocados en la **rentabilidad, el crecimiento sostenible y la protección de su organización**, permitiéndole alcanzar la trascendencia empresarial.

En **GBA**, transformamos cada desafío en una oportunidad de crecimiento. Creamos entornos de confianza donde puede enfocarse en lo que realmente importa: Vivir una vida en plenitud.



Entre los Fiscalistas más
Importantes de México

**Soluciones
Legales Integradas,**
enfocadas en la Efectiva
Gobernanza Corporativa y
Fiscal, Mejores Prácticas de
Gestión Interna Empresarial

- Defensa Legal Fiscal
- Gobierno Corporativo
- Administración Empresarial
- Compliance Tributario
- Contabilidad Fiscal
- Devoluciones de Impuestos
- Comercio Exterior y Aduanas
- Propiedad Intelectual
- Desarrollo Estratégico Organizacional
- Defensa Penal Fiscal



30 Years

Asesoría Fiscal de Alta Empresa



800 788 2323

gbacorporate.com

enlace-empresarial@gbacorporate.com

SISTEMAS ELECTRÓNICOS DE SEGURIDAD



Control de Acceso



Sistemas CCTV



Sistemas de Alarmas



Detección y Extinción de Incendios



Centro de Monitoreo



Project Management



Domótica



Desarrollo de Software



Desarrollo de Hardware

Totalmente conectado a ti



comexa_seguridad



comexa



ComexaSeguridad

www.comexa.com.mx • ventas@comexa.com.mx



Ignacio Zaragoza 73 • Col. Barrio Santa Catarina • Coyoacán 04010 • CDMX
55 1539 9215 | 55 5685 7830 | 55 56857837 • 800 2 COMEXA • 55 4555 7484 



Mundo Empresarial, en esta edición No. 105, correspondiente a los meses de julio-agosto 2025, reunimos una selección de contenidos que reflejan el dinamismo, la visión estratégica y el liderazgo de los actores que marcan el pulso económico del país.

Con el objetivo de ofrecer la información más relevante y actual para el sector productivo, presentamos entrevistas y reportajes exclusivos sobre los temas que interesan al empresariado nacional e internacional. En portada, destacamos las palabras de Julio Carranza, presidente del Consejo de Administración de BanCoppel, quien afirma que “cuando hay confianza, la banca responde con inversión”; una reflexión puntual sobre el papel clave de las instituciones financieras ante los retos del entorno económico.

También incluimos una conversación exclusiva con Juan Francisco Aguilar, CEO de Dell Technologies México, así como el caso de éxito del director general de Grupo Berel, Luis Alberto Rodríguez, una muestra del talento e innovación que se impulsa desde México.

En esta edición abordamos además temas de diplomacia económica, seguridad corporativa, cultura empresarial, tecnología, salud y libros, sin dejar de lado la colaboración estratégica entre México y Colombia, y un análisis oportuno sobre la relación bilateral con Estados Unidos de la mano de Larry Rubín.

Como siempre, nuestras secciones de Cúpula Empresarial, Cultura, Tecnología y Diplomacia Internacional les ofrecen un panorama integral para la toma de decisiones. Mundo Empresarial continúa firme en su propósito: ser la revista que conecta, informa y proyecta el liderazgo del ecosistema empresarial de México y el mundo.

*No olviden escribirnos a
cvillatoro@revistamundoempresarial.com
con sus comentarios y sugerencias.
Dirección Editorial Mundo Empresarial*



Fe de Erratas de la entrevista a Elsa Ávila en la nota “Más allá de la cima”

En el número de mayo-junio No. 104 de la revista Mundo Empresarial, se me hizo una entrevista con las siguientes fallas que quiero aclarar:

Yo no he escalado ni dije en la entrevista haberlo hecho el K2, ni el Lhotse, ni el Makalu ni las Siete Cumbres (esto último se me hace una excusa comercial, ya que son muy sencillas técnicamente hablando, lo cual nunca me ha atraído).

Me agrada ver la vida como una oportunidad de aprendizaje y reconozco que lejos de mi molestia por el error anteriormente citado, sus directivos se mostraron comprensivos, enmendando la información errónea. Esto me hace seguir firme con el ideal de que siempre hay gente honesta y dispuesta a aprender de los errores.

*Gracias Enrique Bustamante por este gesto
humilde y humano.*

10 CÚPULAS EMPRESARIALES

- 11 MÉXICO FORTALECE SU PAPEL EN NORTEAMÉRICA: COPARMEX CELEBRA EL "SUMMIT COMERCIO MÉXICO-NORTEAMÉRICA: MÁS ALLÁ DEL T-MEC"
- 14 HISTÓRICO ENCUENTRO ENTRE LÍDERES SINDICALES Y EMPRESARIALES
- 18 CONCAMIN: IMPULSO AL CORREDOR INTEROCEÁNICO DEL ISTMO DE TEHUANTEPEC
- 20 LARRY RUBÍN Y LA AGENDA MÉXICO-EE.UU: COMUNICACIÓN Y PODER
- 22 FIRSTGEN: UN NUEVO MODELO GLOBAL DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL QUE INICIA EN MÉXICO

24 EMPRESARIAL

- 25 CAMBIOS DE PODER: CÓMO LAS NUEVAS REGLAS DEL TALENTO ESTÁN REDEFINIENDO EL LIDERAZGO ORGANIZACIONAL
- 28 GOBIERNO CORPORATIVO: ESENCIAL PARA LA CONTINUIDAD EMPRESARIAL

30 LÍDERES EMPRESARIALES

- 31 "CUANDO HAY CONFIANZA, LA BANCA RESPONDE CON INVERSIÓN" JULIO CARRANZA
- 34 NEGOCIOS, LIDERAZGO Y FUTBOL: JUAN FRANCISCO AGUILAR, DIRECTOR GENERAL DE DELL MÉXICO

42 DIPLOMACIA INTERNACIONAL

- 43 EMB. CARLOS GARCÍA: COLOMBIA Y MÉXICO, ALIANZA ESTRATÉGICA ANTE EL NUEVO ESCENARIO GLOBAL

46 REAL ESTATE

- 47 LUIS ALBERTO RODRÍGUEZ DE BEREL; INNOVACIÓN MEXICANA QUE PINTA EL FUTURO

50 MOVILIDAD

- 51 TOYOTA, UNA MARCA PIONERA EN ELECTROMOVILIDAD Y LA PRIMERA EN ELECTRIFICAR MÁS DE LA MITAD DE SU PORTAFOLIO
- 54 UNA MUJER EN LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ: TANIA CORRALES
- 56 VITAMINADA Y MUTADA RENAULT KOLEOS CON TECNOLOGÍA HÍBRIDA E-TECH

58 SEGURIDAD

- 59 AMPPAC CELEBRA SU XXXI CONGRESO NACIONAL EN MONTERREY
- 62 LA SEGURIDAD COMO INVERSIÓN ESTRATÉGICA: GERARDO DE LAGO, PRESIDENTE DE ASIS CAPÍTULO MÉXICO
- 64 LO QUE DEBES SABER ANTES DE COMPRAR UN VEHÍCULO BLINDADO, TPS
- 66 SOEM SUMMIT 2025: MÉXICO REÚNE A LOS LÍDERES DE LA SEGURIDAD Y ORGANIZACIÓN EN EVENTOS MASIVOS

68 SALUD Y CULTURA

- 69 RAPTORS: ORGULLO HECHO EN MÉXICO, IMPACTO MÁS ALLÁ DEL EMPARRILLADO
- 71 MARIO A. HERNÁNDEZ ZEPEDA: EL CICLISTA QUE PEDALEA POR LA VIDA Y LA SALUD RENAL
- 72 LÍDERES QUE INSPIRAN UN CAMBIO REAL

74 LIBROS Y MÚSICA

- 75 "AL QUE MADRUGA, LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL LO AYUDA" RICARDO BOLAÑOS
- 76 IBI CONCORDIA UBI VICTORIA
- 78 LOS DISCOS QUE NO PUEDEN FALTAR EN TU COLECCIÓN

MUNDO EMPRESARIAL

JULIO - AGOSTO 2025

DIRECTORIO

PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL

Enrique Bustamante Martínez

VICEPRESIDENTE Y DIRECTOR EDITORIAL

César Villatoro Ramírez

VICEPRESIDENTE DE RELACIONES INSTITUCIONALES

Luis de Ovando Mantilla

CORRECCIÓN DE ESTILO

Mariano Botey Hernández

EDITORIA DE DISEÑO

Tessy Bustamante González

CREATIVIDAD Y DISEÑO

Jazmín Rodríguez González

DIRECTOR COMERCIAL

José Cruz de Jesús

COLABORADORES

Alberto Huidobro

Alejandro Salum

Alfredo Yuncoza

Antón Martínez

Francisco Suárez

Mariano Botey

Humberto López

Javier Vega Platas

Luis M. Dena

PRESIDENTE DEL CONSEJO EDITORIAL

Armando Zúñiga Salinas
Presidente de Grupo IPS México

CONSEJEROS

Antonio Arranz
CEO de DHL Express México

Francisco N. González Díaz
Presidente de la Industria Nacional de
Autopartes, A.C. (INA)

Itzel Torres
Directora General de MERCO México

José Galicot Behar
Presidente de Tijuana Innovadora

Judith Ruiz- Godoy
Decana de la Escuela de Humanidades
y Educación del Tec de Monterrey

Larry Rubin
Presidente de American Society of
Mexico

Mauricio Reynoso
Director General de AMEDIRH

Michelle Ferrari
CEO de Women Economic Forum

Oscar Banda
Vicepresidente y Director General
de B2B en AT&T México

Perla Ruiz
CFO México y Centro América - Korn
Ferry

Ricardo Homs Quiroga
Presidente de la Academia Mexicana
de la Comunicación

MUNDO EMPRESARIAL, revista dirigida a directivos, ejecutivos, empresarios, políticos y personas encargadas de contratar los productos o servicios.

Los juicios y opiniones de nuestros colaboradores son de carácter estrictamente personal y no representan necesariamente la opinión de nuestra revista. MUNDO EMPRESARIAL es una publicación bimestral de Palabras Aladas, S.A. de C.V.

Se distribuye con circulación controlada y calificada. C2025. Todos los derechos reservados. Prohibida la

reproducción total o parcial por cualquier medio, incluso los electrónicos sin autorización por escrito de los editores. La información ha sido obtenida de fuentes que se consideran fidedignas, pero en ningún caso deberá considerarse como recomendación para adquirir o utilizar bienes o servicios. El contenido de los anuncios es responsabilidad del anunciante. Editor responsable: César Leobardo Villatoro Ramírez. No. de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor 04-2008-041411145200-102. No. de Certificado de Licitud de Título

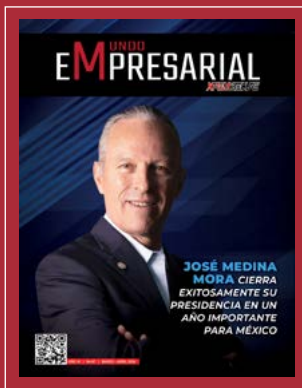
14085. No. de Certificado de Licitud de Contenido 11658. Domicilio de la publicación: Lázaro Cárdenas 1004 int. 104, Alcaldía Benito Juárez, Ciudad de México C.P. 03300.

Impresora Litho Signus, S.A. de C.V. tiraje 20,000 ejemplares distribuidos en toda la República Mexicana en oficinas y exposiciones. PUBLICIDAD. Para contactar con los ejecutivos de ventas o solicitar información sobre tarifas y espacios publicitarios, comuníquense al Cel. (55) 7663 3711, Tel: 5207 4704, ó escriba a: cvillatoro@revistamundoempresarial.com

SÍGUENOS EN REDES SOCIALES



Historias de éxito que inspiran



*Juan José Sierra Álvarez,
Presidente Nacional de COPARMEX*



México fortalece su papel en Norteamérica: COPARMEX celebra el “Summit Comercio México–Norteamérica: Más allá del T-MEC”

El evento, concebido como una plataforma de análisis y propuesta, abordó los desafíos y oportunidades del Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), así como la urgencia de diversificar mercados y consolidar la integración regional como palanca de desarrollo económico.



En un entorno internacional marcado por tensiones geopolíticas, nuevas regulaciones y transformaciones económicas, la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) llevó a cabo el “Summit Comercio México–Norteamérica: Más allá del T-MEC”, un encuentro de alto nivel que reunió a líderes empresariales, representantes de gobierno y expertos en comercio exterior con un propósito claro: construir una agenda estratégica trinacional que fortalezca la competitividad de México y promueva el bienestar para sus empresas y familias.

Diálogo inaugural: Visión para una integración más profunda

La jornada arrancó con la charla inaugural “Perspectivas de Comercio Exterior: retos y oportunidades para Norteamérica”, en la que participaron Juan José Sierra Álvarez, Presidente Nacional de COPARMEX, y Marcelo Ebrard Casaubón, Secretario de Economía. Ambos reflexionaron sobre la evolución del comercio regional y la necesidad de adaptarse a un contexto global cambiante.

“Este Summit es un punto de encuentro para el diálogo informado y constructivo. Nos reunimos con el propósito de analizar el impacto del T-MEC en la economía de México y Norteamérica, identificar estrategias para maximizar sus beneficios y al mismo tiempo explorar alternativas que nos permitan diversificar nuestros mercados de exportación”, expresó Juan José Sierra.

Por su parte, Marcelo Ebrard subrayó que el mundo transita hacia un modelo económico más proteccionista, en el que ya no basta con las ventajas comparativas, sino con la capacidad de acceder a los mercados en mejores condiciones. Enfatizó que México debe aprovechar sus tratados para ampliar su presencia comercial en Asia Pacífico y otras regiones del mundo.

“Podemos dar el brinco a convertirnos en un país exportador a muchas regiones del mundo. Hoy estamos orientados principalmente hacia Estados Unidos —lo cual es lógico y no dejará de ser así—, pero podemos cualitativamente convertirnos en un país mucho más relevante en nuestras exportaciones globales”, sostuvo el titular de Economía.

Análisis, propuestas y visión de futuro

Uno de los momentos destacados del Summit fue el panel “Análisis de la política arancelaria actual”, con la

participación de Brenda Estefan, profesora del IPADE Business School, y Lila Abed, directora del Programa México del Inter-American Dialogue, moderadas por Nimbe Ewald, consejera delegada de la relación con Estados Unidos en COPARMEX. En este espacio se abordaron los efectos de los aranceles en la inversión, el comercio y la competitividad, con énfasis en las oportunidades para mejorar las condiciones estructurales del país.

Más adelante, se llevó a cabo la conferencia “Del T-MEC a la Integración Estratégica”, a cargo de Kenneth Smith, exjefe negociador del tratado, y moderada por Fernando Treviño, vicepresidente nacional de Asuntos Internacionales y Laborales de COPARMEX. Se discutieron los retos derivados de nuevas investigaciones de seguridad nacional por parte de Estados Unidos, así como la importancia de políticas públicas eficaces, el impulso a la innovación y la promoción de encadenamientos productivos regionales.

Gira a Washington: resultados y proyección

En la sesión “Reflexiones de la Gira a Washington”, Juan José Sierra compartió las conclusiones de la reciente visita de COPARMEX a la capital estadounidense, resaltando la relevancia del diálogo institucional para construir confianza, defender la democracia y fortalecer los mecanismos binacionales de cooperación económica.

“Volvemos de Washington con nuevos aliados, propuestas concretas y oportunidades de colaboración que se traducirán en proyectos reales para nuestras empresas y nuestra región”, enfatizó Sierra.

Hacia una agenda estratégica binacional

La clausura del Summit estuvo a cargo de Fernando Treviño y Nimbe Ewald, quienes reafirmaron el compromiso de COPARMEX por consolidar una agenda empresarial trinacional sustentada en el respeto, el diálogo y la colaboración. Ambos destacaron que el T-MEC no solo representa un acuerdo comercial, sino una plataforma para construir una región más próspera, incluyente y resiliente.

“Fortalecer la relación bilateral con Estados Unidos es una prioridad estratégica para México en temas como inversión, comercio, migración, asuntos laborales y seguridad”, señalaron.

Un compromiso con el futuro de México

Con este Summit, COPARMEX reafirma su papel como articulador de propuestas concretas para posicionar a México como un actor clave en la región de Norteamérica y un competidor sólido en los mercados globales. La Confederación seguirá promoviendo una agenda empresarial que impulse mecanismos de cooperación, promueva el desarrollo compartido y defienda principios fundamentales para el crecimiento con bienestar. 



Auditorio San Juan Bautista. Colegio
Cristóbal Colón. Av. Lomas Verdes N° 2,175.
Naucalpan. Edo. México.

Agosto
26 y 27
2025

CUMBRE MUNDIAL INDUSTRIAL Y DE NEGOCIOS

Programa de conferencias con panelistas internacionales

Hora	Agosto 26. 2025.	Agosto 27. 2025.
9:30 11:30	Competitividad y Globalización de la Industria Mexicana.	Arbitraje en Comercio Internacional.
11:30 11:45	Receso para net working.	Receso para net working.
11:45 13:45	No se puede analizar una nación a partir de esquemas occidentales.	Desarrollo comercial con Ibero América.
13:45 14:45	Comida.	Comida.
14:45 16:45	Desarrollo comercial con Asia y Medio Oriente.	Comercio con Mercosur.
16:45 17:00	Receso para net working.	Receso para net working.
17:20 19:00	Denominación de origen. Creando valor para Identidad Corporativa.	Funciones de la logística internacional.

- Deseamos que sean parte de la Cumbre Mundial Industrial y de Negocios, que se realizará en el auditorio del Colegio Cristóbal Colón en Naucalpan, Edo de México, el 26 y 27 de agosto del 2025.
- Donde tendrá la experiencia sin precedentes que cambiará su perspectiva de la forma de hacer negocios en este sector, implementado estrategias para mejorar su organización.
- **Objetivo:** Fortalecer la relación comercial en nuevos mercados y proyectos de inversión nacionales e internacionales, donde el visitante conocerá nuevas áreas de oportunidad para diversificar sus servicios y/o productos.

Pase al Congreso y a la Cumbre

RODIO	Pase Intransferible. Memoria y directorio de Expositores. * Material del Congreso. * Acceso al piso de negociaciones. * Acceso al programa de Conferencias. * Comida.	Inversión Individual: \$ 5,000.00
ORO	Pase Intransferible. • Memoria y directorio de Expositores. * Acceso al piso de negociaciones. * Acceso al programa de Conferencias.	Inversión Individual: \$ 3,000.00



Organizador



Alianza

- **Informes e inscripciones:**
Tel. 55_9098_9797
 44_4706_5143



En un hecho sin precedentes, los principales líderes sindicales y empresariales del país se dieron cita para lanzar formalmente el proceso de construcción del Consejo Nacional Social, Económico y Ambiental, un organismo de diálogo social que busca convertirse en un espacio permanente para generar consensos, fortalecer el desarrollo económico y garantizar el bienestar de millones de mexicanas y mexicanos.



Histórico encuentro entre líderes sindicales y empresariales

El evento fue encabezado por Juan José Sierra Álvarez, presidente nacional de la COPARMEX, quien destacó la importancia de institucionalizar la colaboración entre sindicatos y empresarios para enfrentar los retos económicos, laborales y sociales del país. “Hoy hacemos historia. Este diálogo social no sólo soluciona conflictos, sino que genera desarrollo, construye consensos, fomenta la inversión, crea empleos formales y protege a las familias mexicanas”, afirmó.

Sierra Álvarez convocó a los 71 centros empresariales de COPARMEX en todo el país, así como a sus socios y a la comunidad empresarial en general, a replicar este modelo de diálogo en cada estado de la República, trabajando de la mano con los representantes sindicales locales. “El corazón productivo de México son las micro, pequeñas y medianas empresas. Defenderlas y fortalecerlas no es simbólico: es estratégico”, sentenció.

Entre los asistentes al evento destacaron líderes sindicales históricos y representantes de las organizaciones patronales más influyentes del país, como:

- **Napoleón Gómez Urrutia**, *Secretario General del Sindicato Minero*;
- **Carlos Aceves del Olmo**, *Secretario General de la CTM*;
- **Isaías González Cuevas**, *Secretario General de la CROC*;
- **Francisco Hernández Juárez**, *Secretario General del Sindicato de Telefonistas*;
- **Diego Cosío Bartlett**, *Presidente Ejecutivo de ANTAD*;
- **Guillermo Zamarripa Báez**, *Presidente Ejecutivo de Amafore*;
- **Jorge Humberto Santes Reina**, *Presidente de CAINTRA*;
- **Regina Cámara**, *Directora General del Consejo Mexicano de Negocios*;
- **Álvaro García Pimentel**, *Presidente Ejecutivo de la Asociación Mexicana de Instituciones Bursátiles*.

En su mensaje inaugural, el ingeniero Francisco Hernández Juárez reconoció el trabajo conjunto entre sindicatos y empresarios que permitió organizar este encuentro, destacando que fue la

reforma al Infonavit la que unió sus preocupaciones y detonó la necesidad de un canal permanente de diálogo: “Si queremos tener influencia sobre las decisiones de política pública, debemos fortalecer nuestra voz conjunta. No necesitamos esperar al gobierno: podemos iniciar este proceso nosotros mismos”.

Por su parte, Diego Cosío, presidente de la ANTAD, subrayó la relevancia del compromiso empresarial con el empleo formal y el crecimiento compartido. Destacó que las cadenas comerciales afiliadas generan más de 900 mil empleos formales y se comprometió a seguir promoviendo el consumo de productos hechos en México y la capacitación en inteligencia artificial para un millón de empleados del sector.

El senador y líder sindical Napoleón Gómez Urrutia afirmó que este diálogo representa “una combinación inédita de legitimidad social y voluntad de entendimiento” y defendió la importancia del empleo digno, la justicia salarial y la protección de los derechos laborales en el marco del T-MEC. “El crecimiento económico solo es legítimo si se asienta sobre empleos formales, seguros y bien remunerados”, dijo.

El evento marca el inicio de una etapa histórica para México: la institucionalización de un diálogo social permanente que pueda incidir directamente en la política pública, la mejora del entorno laboral y el fortalecimiento económico nacional. Como concluyó Juan José Sierra: “Unamos fuerzas, construyamos puentes y hagamos del diálogo social la ruta hacia un país más justo, próspero, competitivo y unido. Viva México, viva el diálogo social, viva la unidad de los mexicanos”.

En el encuentro, Guillermo Zamarripa Escamilla, Presidente Ejecutivo de la Asociación Mexicana de Afores (AMAFORE), subrayó la importancia de este espacio como una oportunidad única para consolidar políticas laborales sustentadas en la responsabilidad social del empresariado. Zamarripa



hizo un recuento de los avances alcanzados en los últimos años, como el incremento al salario mínimo y las reformas al sistema de pensiones. Señaló que estas últimas, impulsadas desde el sector empresarial en conjunto con sindicatos y gobierno, permitieron una mejora sustancial en las condiciones de retiro de los trabajadores.

“El sector empresarial entendió que tenía una responsabilidad social y que era urgente reformar el sistema de pensiones. Hoy, más del 90% de las aportaciones a las cuentas individuales de ahorro para el retiro las realizan los empleadores”, destacó Zamarripa, al tiempo que hizo un llamado a fortalecer los controles institucionales y proteger los ahorros de los trabajadores.

Por su parte, Teresa Medina Ramírez, Secretaria General Adjunta de la Confederación de Trabajadores de México (CTM), resaltó la trascendencia histórica de este diálogo social. En nombre del Secretario General de la CTM, Carlos Aceves del Olmo, Medina afirmó que México necesita unidad nacional para defender el empleo, lograr estabilidad laboral y mejorar las condiciones de vida de los trabajadores.

“Este esfuerzo no es una protesta, es una propuesta para México. Lo que necesita nuestro país es que pongamos lo mejor que tenemos al servicio del diálogo social: nuestros trabajadores y nuestras empresas, alejados de intereses personales o de grupo”, declaró Medina.

Vicente Gutiérrez, Presidente de la Concanaco Servytur México, expresó que más allá de ser un hecho histórico, este encuentro representa una invaluable oportunidad para transformar el entorno laboral nacional. “La unidad nacional no debe girar en torno a ideologías o clases, sino al valor supremo

que es México mismo. No enfrentamos una época de cambios, sino un cambio de época”, afirmó Gutiérrez, al tiempo que subrayó la necesidad de fomentar el crecimiento empresarial, especialmente para las pymes, mediante un entorno de certeza, colaboración e innovación.

Finalmente, Pedro Américo Furtado de Oliveira, Director de la Oficina de País de la OIT para México y Cuba, inauguró formalmente el encuentro, destacando que el diálogo social tripartito es una herramienta fundamental para alcanzar la justicia social. Enfatizó que México ha sido ejemplo internacional al incorporar desde hace más de un siglo el concepto de justicia social en su Constitución, y llamó a reforzar el diálogo efectivo entre gobiernos, empleadores y trabajadores ante desafíos actuales como la reducción de la jornada laboral.

“Este evento es una prueba del compromiso real por parte de los actores del mundo del trabajo. El diálogo social efectivo no es solo deseable, es indispensable para un futuro con más justicia, crecimiento inclusivo y empresas sostenibles”, concluyó Furtado de Oliveira. 🇲🇽

El encuentro dejó en claro que, más allá de diferencias ideológicas o sectoriales, la convergencia entre empleadores, trabajadores y gobierno es esencial para construir un México más justo, productivo y unido.





Servicios:

-  Relaciones públicas para comercio internacional, importación y exportación.
-  Temas Legislativos
-  Gestión con autoridades.
-  Asesoría para empresas en su re localización en México (Nearshoring).



C. 5543603189
E. directorgeneral@jointconsulting.mx
W. www.jointconsulting.mx



CONCAMIN: Impulso al Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec

El Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec (CIIT) se perfila como una de las iniciativas más ambiciosas del gobierno mexicano para transformar la región sur-sureste del país.



Este proyecto busca establecer una conexión eficiente entre los océanos Atlántico y Pacífico, mediante una red de infraestructura que incluye servicios portuarios, el Ferrocarril del Istmo de Tehuantepec y el sistema carretero nacional.

Durante la reciente sesión de la Comisión de Atracción de Inversiones y Relocalización del Consejo Coordinador Empresarial (CCE), presidida por Max El-Mann y con la presencia del presidente del CCE, Francisco Cervantes Díaz, se presentó el proyecto del CIIT como una plataforma estratégica para reconfigurar la logística nacional e internacional, atraer inversión y detonar el desarrollo del sur-sureste mexicano. El evento se llevó a cabo en el auditorio de CONCAMIN, con la anfitrionía de Alejandro Malagón.



Francisco Cervantes destacó que el CIIT no es solamente una obra de infraestructura, sino una plataforma de desarrollo integral que puede redefinir la logística nacional e internacional, al tiempo que coloca al centro a las personas y a las comunidades.

El proyecto incluye la creación de Polos de Desarrollo para el Bienestar, que fortalecerán la actividad industrial y ofrecerán una alternativa moderna y eficiente para el comercio regional y mundial.

Se estima que el CIIT generará una derrama económica anual de 3,650 millones de dólares en los 79 municipios que lo integran, beneficiando directamente a los estados de Oaxaca y Veracruz. Además, se proyecta la creación de entre 25,000 y 30,000 empleos directos e indirectos en la región.

El corredor también se presenta como una alternativa viable y estratégica para reducir la dependencia del Canal de Panamá y abrir nuevas rutas comerciales hacia América Latina y Asia. Con su capacidad para reducir tiempos de tránsito, ofrecer costos competitivos y mejorar la resiliencia de la cadena de suministro, el CIIT tiene el potencial de posicionarse como una de las rutas logísticas más importantes del mundo.

Sin embargo, el éxito del proyecto dependerá de la continuidad en las políticas de desarrollo, la capacidad de capitalizar las ventajas competitivas de la región y la superación de desafíos como la inseguridad y la falta de mano de obra calificada. El 2026 será un año decisivo para consolidar al CIIT como un motor de desarrollo sostenible para el sureste mexicano. 



En resumen, el Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec representa una oportunidad histórica para revolucionar el comercio internacional y detonar el desarrollo económico y social del sur-sureste de México. Su consolidación como un hub logístico estratégico dependerá de la colaboración entre el gobierno, el sector empresarial y las comunidades locales.

¿Qué es American Society of Mexico?

- American Society of Mexico es una organización sin fines de lucro y sin filiación política, con más de 80 años de historia que vincula a la comunidad estadounidense con empresas, organizaciones civiles y sociedad en general. Su misión es crear alianzas estratégicas para la prosperidad y

En su conferencia magistral, Larry Rubin, presidente de The American Society of Mexico, ofreció un análisis sobre la compleja relación México-EE.UU; alertando sobre la posible reelección de Donald Trump y sus implicaciones. Trump ha convertido temas como migración, narcotráfico y economía en piezas centrales de su discurso, usando a México como antagonista.

Rubin advirtió que, pese a la profunda interdependencia económica bilateral, el electorado estadounidense no siempre lo percibe. Además, Trump ha utilizado los aranceles como herramienta de presión y podría volver a hacerlo en el marco de la renegociación del T-MEC en 2026, afectando a México.

También se abordó la preocupación de EE.UU. por la reforma judicial mexicana, que podría afectar la confianza de inversionistas. El foro concluyó que, frente a este panorama, la comunicación y la diplomacia deben ejercerse con valentía, estrategia y visión a largo plazo, para evitar retrocesos y construir un futuro compartido.

Conclusión: valentía frente a la tormenta

El foro dejó claro que la comunicación y la política internacional comparten algo esencial: requieren valentía. Ya sea para tomar postura frente a la desinformación o para negociar acuerdos complejos entre naciones, el momento actual demanda estrategia, propósito y comprensión profunda del contexto.

En tiempos donde los muros físicos y narrativos amenazan con levantarse, comunicar con verdad y negociar con visión de largo plazo podría marcar la diferencia entre el retroceso y la construcción de un futuro compartido. 

Larry Rubín y la agenda México-EE.UU: comunicación y poder

Durante una **jornada clave del foro PRORP**, se vivió un momento de profunda introspección sobre el papel del comunicador en un mundo atravesado por la polarización, la desinformación y la desconfianza.



IMPULSAMOS LA MOVILIDAD DE TU EMPRESA

BM Financial es tu socio estratégico en soluciones de arrendamiento vehicular. Ofrecemos esquemas flexibles y personalizados para que tu empresa se mueva con eficiencia, control y proyección a futuro.

Nuestros servicios incluyen:

- Arrendamiento vehicular, operativo y financiero
- Planes a corto, mediano y largo plazo
- Cobertura nacional con seguro incluido
- Amplia flota de vehículos: desde autos compactos hasta SUVs y camionetas ejecutivas
- Asesoría personalizada y atención inmediata

Beneficios para tu empresa:

- Optimización fiscal
- Mayor control de gastos
- Renovación constante del parque vehicular
- Imagen corporativa sólida y profesional

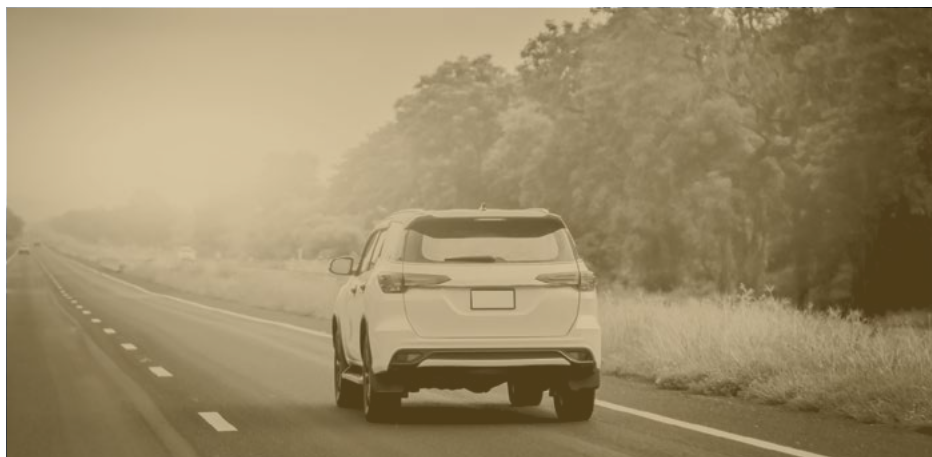
Contáctanos:



m.comercial@bmfinancial.com.mx



Más información: bmfinancial.com.mx





Clémence Kopeikin

“Hay miles de innovaciones sin usar y millones de personas con ideas poderosas excluidas del sistema actual”, asegura Kopeikin.

FirstGen: Un nuevo modelo global de innovación empresarial que inicia en México

En un mundo donde menos del 3% de las innovaciones llegan al mercado mediante el sistema tradicional de capital de riesgo, surge FirstGen como un proyecto disruptivo que pretende transformar radicalmente la forma en que se crean, escalan y financian empresas innovadoras. En entrevista exclusiva para

Mundo Empresarial, Clémence Kopeikin, Global Head of Government Partnerships y Chief Impact Officer de FirstGen, explica cómo esta plataforma, que inicia operaciones internacionales desde México, busca democratizar el acceso a la innovación y a las oportunidades económicas.

“Hay miles de innovaciones sin usar y millones de personas con ideas poderosas excluidas del sistema actual”, asegura Kopeikin.

El problema del sistema actual

FirstGen parte de una crítica profunda al modelo de capital de riesgo, vigente desde 1946, que privilegia a unos cuantos y deja fuera tanto a innovadores como a instituciones académicas. Según Kopeikin, muchas empresas fracasan no por la calidad de sus ideas o servicios, sino por comportamientos negativos de sus líderes, como la ambición desmedida o la falta de visión a largo plazo.

“Hemos identificado no solo los problemas del sistema, sino también las causas de por qué fracasan las empresas. Nuestro modelo elimina esas causas desde el inicio”, explica.

Una solución estructural y escalable

FirstGen propone un ecosistema integral que incluye:

- Una plataforma para creación de empresas, donde cualquier innovador puede someter su idea.
- Un sistema de validación global, que evalúa si hay mercado y demanda antes de invertir recursos.
- Mecanismos de escalamiento de pymes existentes, utilizando inteligencia artificial, comercio electrónico y análisis de big data.
- Un banco propio, que financia las empresas creadas dentro del ecosistema.
- Una fundación con impacto social, enfocada en combatir desigualdades como el hambre, el acceso a vivienda y la equidad de género.

“Queremos que cualquier persona, desde cualquier parte del mundo, pueda convertir su idea en una empresa viable, sin depender de redes de poder o grandes capitales”, afirma.

Un modelo de propiedad compartida

El modelo también redefine la estructura de propiedad intelectual: las ideas se convierten en empresas en las que el innovador forma parte del capital, junto con académicos y desarrolladores que participaron en su creación. Posteriormente, estas empresas pueden ser adquiridas por líderes de industria, generando beneficios compartidos.

México como punto de partida global

La plataforma eligió a México como su punto de partida internacional por la apertura de su gente y la visión estratégica de sus líderes. FirstGen encontró eco en instituciones como el CCE, y entabló conversaciones directas con su presidente Francisco Cervantes.

“México fue el primer país en apostar por esta visión, y siempre será recordado por eso. El programa Elevate México nació aquí, y ahora se está expandiendo a otros países”, detalla Kopeikin.

Un futuro compartido

FirstGen ya trabaja en 22 ciudades mexicanas y busca escalar soluciones para pequeñas y medianas empresas locales, a la par que implementa su tecnología para crear empleos y fortalecer la reputación de México como una nación innovadora.

El compromiso es claro: transformar un sistema excluyente en un motor de desarrollo incluyente, justo y global. Desde México, FirstGen busca demostrar que las ideas, con el modelo correcto, realmente pueden cambiar el mundo. 

“Queremos construir soluciones únicas desde México para el mundo, eliminando barreras, creando empleo y aprovechando el talento local”, concluye Kopeikin.





Cambios de poder: cómo las nuevas reglas del talento están redefiniendo el liderazgo organizacional



Por Fabiola Pernas

Senior Client Partner
Líder de Estrategias de
Organización MXCA

A partir del estudio global “Workforce 2025” de Korn Ferry, analizamos cinco cambios que están redefiniendo el contrato emocional entre empresas y colaboradores. Lo que viene no es una evolución... es una reconfiguración total.

1. La desaparición de los mandos medios

Cuando las empresas sienten la necesidad de reducir costos laborales, los mandos medios suelen ser los primeros en la lista. Y esta estrategia parece estar afectando a muchos trabajadores este año.

Reducir niveles puede verse bien en papel, pero sin una brújula clara, las personas se pierden.

- **41% de las empresas** han reducido niveles de gestión media.
- **43% de los colaboradores** dicen que sus líderes no están alineados.

¿El resultado? Gente desmotivada, líderes rebasados y decisiones que ya no aterrizan.

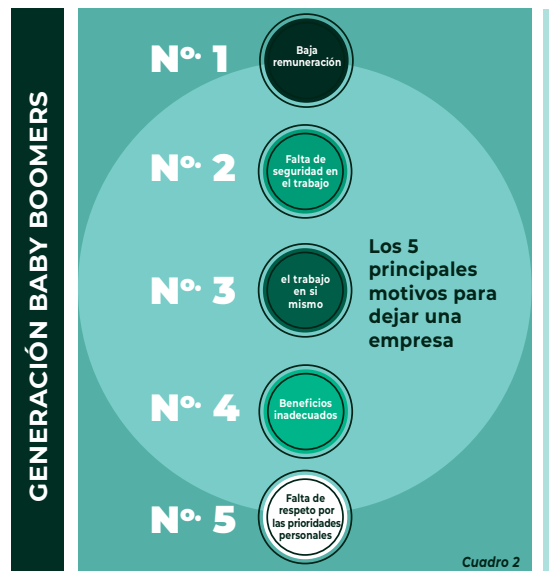
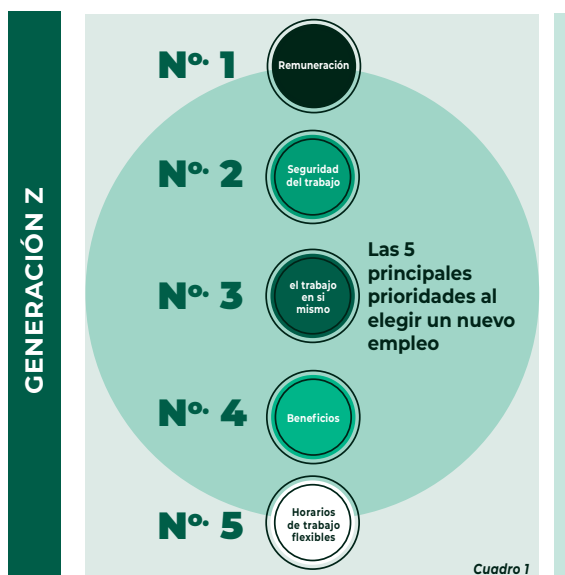
La figura del gerente de confianza se vuelve crítica: 80% de los trabajadores afirma que se quedaría en su empleo si tiene un líder en quien confiar.

En un entorno de estructuras más planas, el liderazgo no desaparece, se redistribuye. No solo se tocan las estructuras organizacionales, sino la cultura. Se requiere una nueva mentalidad y en algunos casos hasta perfil. Las organizaciones deben invertir en líderes que inspiren, no solo que supervisen.

*¿Quién tiene
realmente el poder hoy
en el mundo del trabajo?*

Lejos de los mandatos corporativos, el talento ya no se guía solo por el salario. Espera respeto, liderazgo presente, libertad y visión. Y si no lo encuentra... se va.





2. Cuando el salario ya no alcanza

El dinero sigue importando... pero ya no lo es todo: la seguridad laboral, el propósito y la flexibilidad son factores decisivos para permanecer en la organización.

- **70% de los empleados** sienten que el costo de vida supera su salario.
- **35% creen que están mal remunerados** para su nivel de habilidades.

El paquete completo (beneficios, flexibilidad, propósito) es ahora el diferencial.

- “El sueldo abre la puerta. Lo que te hace quedarte es lo que sientes al cruzarla cada día”.

3. IA: entre la esperanza y el vértigo

Brasil, India y Medio Oriente lideran en adopción ¿y América Latina?

- **Solo 39% de los empleados** dicen recibir capacitación real en IA.
- **78% de los líderes creen entender la IA...** pero sus equipos no están tan seguros.

La IA no reemplaza al talento, lo amplifica. Pero solo si se acompaña de formación, comunicación y propósito.

4. Híbrido sí, pero a la carta

- **59% de los empleados** trabajan 100% en oficina, pero solo 19% quiere eso.
- **El formato preferido:** híbrido (48%), aunque solo 27% lo tienen disponible.

“La gente está cansada de la cultura laboral de ‘estar siempre disponible’, respondiendo mensajes o atendiendo llamadas a cualquier hora del día”.

La flexibilidad no es un beneficio, es una expectativa. Las organizaciones que la entienden como ventaja competitiva atraerán al mejor talento.

5. ¿Colaboración intergeneracional o cortocircuito?

- **La generación Z** percibe más conflictos de valores y brechas tecnológicas (Cuadro 1).
- **49% pide más formación** en comunicación y trabajo en equipo.
- **Los Baby Boomers** no ven el problema... y eso es parte del problema (Cuadro 2).

Liderar en 2025 implica construir puentes entre generaciones, no imponer modelos únicos.

“Cinco generaciones pueden ser una ventaja única... si dejas de administrar edades y empiezas a liderar historias”.

Hoy, el liderazgo como red, no como pirámide

Sin importar el sector o el tamaño de la organización, el reto es generalizado: atraer y retener talento, lo que tiene alto costo para la empresa y la experiencia de sus clientes. Pero en una relación jefe-subordinado, el poder ya no reside en los títulos, sino en la capacidad de conectar, inspirar y adaptarse. Las organizaciones que entiendan esta redistribución no solo retendrán talento, sino que lo convertirán en su mayor ventaja competitiva.

En un mundo donde el cambio es constante, el liderazgo del futuro se construye con decisiones valientes hoy.

“La cultura no se impone con horarios, se construye con confianza”



**El club de negocios *más*
exclusivo de *Latinoamérica***

club51.mx | Paseo de la Reforma 505 Torre Mayor Piso 51 CDMX





Gobierno Corporativo: Esencial para la Continuidad Empresarial

Gobierno Corporativo: ¿Sabes si realmente tienes consejeros o solo encantadores de serpientes?

El Gobierno Corporativo es el arte de mantener a raya los egos, poner orden en la mesa y garantizar que la empresa no se dirija por impulsos emocionales, ocurrencias o, peor aún, por el “es que siempre lo hemos hecho así”.

El Consejo de Administración

Como mencionamos en el artículo anterior, es el jefe del Director General (sí, aunque nadie se lo quiere decir o él no lo quiere entender).

El Consejo de Administración es quien define los límites, la estrategia, cuestiona resultados y establece el camino a seguir.

Pero todo esto solo funciona si en la estructura hay liderazgo real. Y ahí es donde entra el presidente del consejo: el gran orquestador que debe asegurar que las reglas se cumplan, que el debate sea productivo y, sobre todo, que los consejeros sean algo más que espectadores de lujo.

Un presidente que entiende su rol no solo facilita el diálogo, sino que lo vuelve imprescindible para el crecimiento de la empresa.

Ojo: se piensa que el presidente siempre debe ser el accionista mayoritario o el fundador, y eso no es correcto. Ya hablaremos de ello en otro momento.

Cuando el accionista cree que ser dueño le da superpoderes

Tener acciones te da propiedad, sí, pero no automáticamente habilidades de estrategia, análisis financiero ni visión de negocio.

Una empresa necesita consejeros con perspectiva, no solo figuras decorativas que crean que su presencia es suficiente para agregar valor.

Porque si fuera así, entonces cualquiera que compre una acción de Tesla ya debería estar asesorando a Elon Musk sobre cohetes, ¿no?

O quien compre acciones de Bimbo y asista a la asamblea anual de accionistas podría asegurarle a Daniel Servitje que el pan ahora debe fabricarse sin agua.

Pero ser dueño de una parte de la empresa no te faculta, en automático, para tomar decisiones estratégicas.

Dirigir requiere más que dinero: requiere conocimiento, visión, estrategia y, sobre todo, la humildad de aceptar que no se sabe todo.

Consejero vs Encantador de Serpientes

No todos los que ocupan un asiento en el consejo lo hacen con la intención de aportar. Algunos simplemente han perfeccionado el arte de parecer valiosos sin realmente serlo.

Si escuchas frases como:

- *"La empresa necesita innovación radical"* → Siempre aparecen con frases rimbombantes como "Hay que innovar el modelo de negocio", pero luego los ves en la junta revisando correos, WhatsApp y diciendo "Sí, sí, suena bien". Están pendientes de todo, menos de los temas a tratar en la junta de consejo. Dispersos, sin enfoque y muy limitados.
- *"Tengo conocimiento profundo de la industria"* → Pero solo han trabajado en una empresa, y fue hace 15 años (no le resta valor, pero no están actualizados).
- *"Siempre actúo con los mejores intereses de la empresa"* → Pero cada consejo es una oportunidad para empujar su propia agenda personal.
- *"La forma de comercializar los productos no es la correcta"* → Pero ya no tienen ningún negocio propio y han perdido los pies de la tierra. Parecen más astronautas de la NASA que ven todo desde 400 kilómetros de altura sobre el planeta.

El verdadero consejero no hace más ruido que aportaciones. No solo cuestiona todo en las juntas, hace que las decisiones sean mejores.

El perfil del consejero profesional

- Experiencia en dirección estratégica real, con resultados medibles, preferentemente en diferentes industrias. Visión imparcial, alejada de influencias personales o conflictos de interés.

- Capacidad de desafiar con argumentos sólidos, no con ocurrencias o frases motivacionales sin sustancia.

¿Cuándo es momento de que un consejero se haga a un lado?

Hay momentos en que un consejero ha cumplido su ciclo. Pero no por razones de tiempo: es porque, por más que dé los mejores consejos, fundados y argumentados, la empresa simplemente no quiere cambiar.

Cuando las advertencias son ignoradas, cuando el rumbo no mejora y el fracaso se vuelve evidente, ser honorable implica tomar una decisión difícil: alejarse antes de que el prestigio y la credibilidad personal queden atrapados en el desenlace de una historia que ya tiene un final escrito.

No se trata solo de estar en el consejo y cobrar; se trata de agregar valor. Y cuando eso ya no es posible, la única opción digna es retirarse dejando claro por qué.

Y aquí dejamos abierta la pregunta que exploraremos en el siguiente artículo: 

¿Cuándo y cómo un consejero debe tomar la difícil pero necesaria decisión de hacerse a un lado? ¿Y cómo hacerlo sin parecer que escapa del barco antes de que se hunda?

No te pierdas la próxima entrega.

Por Antón Martínez
info@antonconsultingasoc.com
www.antonconsultingasoc.com





Julio Carranza Bolívar, expresidente de la Asociación de Bancos de México (ABM) y actual presidente del Consejo de Administración de BanCoppel

"Cuando hay confianza, la banca responde con inversión" **Julio Carranza**

**El expresidente
de la ABM y presidente
de BanCoppel**
reflexiona sobre los
desafíos del sistema
financiero, la inclusión,
la transformación digital
y las oportunidades
estratégicas para
México.

Una visión panorámica desde el centro del sistema financiero

Para Julio Carranza Bolívar, expresidente de la Asociación de Bancos de México (ABM) y actual presidente del Consejo de Administración de BanCoppel, haber representado al conjunto de instituciones bancarias del país ha sido una experiencia transformadora. "Fue una gran oportunidad representar a todos los bancos de México. Me dio una visión panorámica del sistema, pero también la responsabilidad de construir consensos entre instituciones con intereses, modelos y estrategias muy diferentes", compartió durante su encuentro con Mundo Empresarial.

Hoy, el ecosistema financiero mexicano está compuesto por más de 2,000 instituciones, de las cuales solo 52 son bancos. "La banca es un sector muy regulado, porque trabajamos con el dinero de los ahorradores", dijo. Esa regulación, lejos de ser un obstáculo, representa un compromiso con la estabilidad, la confianza y el largo plazo.



Fortalecer el diálogo con el gobierno: una ruta de colaboración

Carranza destacó que durante su presidencia en la ABM se construyó una relación sólida con las autoridades. Con entusiasmo reconoció el estilo claro y puntual de la presidenta Claudia Sheinbaum: “En menos de una hora se plantean los puntos, se reparten tareas y se alcanzan acuerdos”.

También enfatizó la colaboración con los principales órganos rectores del sistema financiero: la Secretaría de Hacienda, Banxico, la CNBV, CONDUSEF e IPAB. Esta interacción ha sido clave para generar condiciones de estabilidad en un entorno cambiante.

Certidumbre como motor de inversión

Uno de los momentos más significativos de su liderazgo en la ABM fue lograr que durante el sexenio anterior no se modificaran las reglas del sistema bancario. “Convencer al presidente López Obrador de no cambiar la regulación fue un logro crucial. Cuando las reglas no cambian y hay certidumbre, la banca responde. Prueba de ello es que el capital del sector creció 70%: pasó de un billón a 1.7 billones de pesos”, subrayó.

El crecimiento ha sido consistente: durante los últimos 21 años, el crédito bancario ha aumentado a doble dígito, muy por encima del crecimiento promedio de la economía nacional.

Inclusión financiera: avances reales, retos pendientes

A pesar de estos avances, Carranza no oculta los desafíos que persisten. Reconoció que, si bien la participación de adultos en el sistema financiero pasó del 68% al 77%, y quienes tienen una cuenta bancaria aumentaron del 47% al 63%, todavía hay sectores desatendidos. “El crédito a personas físicas subió del 31% al 37%, pero si lo comparamos con otros países, seguimos por debajo. México otorga crédito por el equivalente al 40% de su PIB, mientras que en España es el 78% y en Estados Unidos el 193%”.

El principal obstáculo, dijo, es la informalidad. De las 4.8 millones de unidades económicas que existen en México, más de 3 millones son informales. “Es muy difícil otorgar crédito a una empresa que no tiene estados financieros ni está formalmente registrada. Ahí es donde necesitamos cambiar el enfoque”, comentó.

Banca de desarrollo: puente hacia la formalidad y el crédito

En este contexto, la banca de desarrollo juega un papel fundamental. Carranza enfatizó que esta debe funcionar como “puente” entre el ecosistema informal y el sistema bancario tradicional. “Cuando una pyme no tiene acceso al crédito bancario por falta de historial financiero, la banca de desarrollo

puede intervenir mediante esquemas de garantía que reduzcan el riesgo para los bancos comerciales”.

Explicó que estos esquemas no implican regalar el crédito, sino crear condiciones compartidas de confianza que permitan a la banca otorgar financiamiento sin vulnerar la regulación que protege a los ahorradores. “El crédito debe ser sostenible, y para eso la banca de desarrollo puede apalancar programas donde el gobierno asuma una parte del riesgo, siempre que la empresa inicie un proceso de formalización”.

Carranza insistió en que no se trata solo de financiar, sino de acompañar. “La banca de desarrollo también debe proveer herramientas: desde capacitación hasta asesoría contable, para que las empresas no solo accedan al crédito, sino que lo utilicen correctamente y crezcan”.

La educación financiera como base de una economía sana

La conversación abordó uno de los temas más urgentes para Carranza: la educación financiera. “Debe empezar desde la infancia. Hay estudios que demuestran que las personas con educación financiera son más felices porque conocen sus límites de gasto, saben ahorrar e invertir. Es un tema de bienestar, no solo de dinero”.

Citando un estudio reciente realizado por CONDUSEF e INEGI, explicó que la educación financiera no solo incide en el comportamiento económico, sino también en la estabilidad emocional de las personas. “Quien entiende cómo funcionan las finanzas, vive con menos ansiedad, puede planear y tomar mejores decisiones”.

Desde la ABM, se han destinado más de 200 millones de pesos a programas educativos, en alianza con los bancos. Estos esfuerzos han estado particularmente enfocados en emprendedores y pequeñas empresas, con herramientas prácticas y accesibles. “Desde cómo hacer un plan de negocios, calcular su punto de equilibrio o presentar sus declaraciones fiscales. Todo explicado de forma sencilla, para que nadie se quede fuera por no entender el lenguaje financiero”.

Además, enfatizó la importancia de integrar estos contenidos al sistema educativo formal. “Así como se enseña matemáticas o historia, deberíamos enseñar a ahorrar, a hacer un presupuesto o a entender un contrato de crédito. El futuro del país pasa también por ciudadanos mejor informados financieramente”.

Transformación digital: una banca que evoluciona

En los últimos años, el sistema bancario mexicano ha acelerado su proceso de digitalización. Carranza mencionó que los contratos de banca móvil pasaron de 22 millones a 90 millones en solo seis años, y que en 2023 se realizaron más de 6,000 millones de transacciones digitales.

“El crecimiento del sistema ha sido digital. Las sucursales siguen ahí, pero la banca se ha trasladado al celular. Hoy, el cliente puede resolver todo desde su teléfono, 24/7. Y eso es una ventaja tanto para el usuario como para el banco: una transacción en sucursal cuesta 20 pesos, y una digital, solo cinco”.

Pero más allá de lo operativo, Carranza advirtió sobre el impacto inminente de la inteligencia artificial. “Es una revolución total. La empresa que no la entienda desaparecerá, y a nivel personal también perderemos oportunidades si no sabemos usarla”.

Nearshoring y la inversión: oportunidad con condiciones

México, apuntó Carranza, tiene una posición estratégica gracias al T-MEC. “Estados Unidos, Canadá y México representamos el 28% del comercio mundial. Y somos el país más competitivo en términos de costos laborales”.

Sin embargo, reconoció que el fenómeno del nearshoring está parcialmente en pausa por la falta de certeza regulatoria. “El año pasado llegaron 40 mil millones de dólares en inversión extranjera directa, pero muchas otras inversiones están detenidas, esperando señales de confianza. Lo que los inversionistas quieren es que no cambien las reglas”.

Añadió que el fortalecimiento de la inversión nacional —que fue 13 veces mayor que la extranjera el año pasado— puede ser una estrategia poderosa para acelerar el crecimiento y generar empleo. Por ello, apoyó abiertamente el Plan México promovido por la nueva administración.

BanCoppel: una banca con rostro humano

Al hablar de BanCoppel, Carranza lo hizo con especial orgullo. Recordó los orígenes del grupo en Culiacán con la tienda “El Regalo”, fundada hace 84 años. “Desde el principio, la filosofía fue atender al cliente como si fuera parte de la familia. Hoy mantenemos eso con un concepto que llamamos dueñes: cada colaborador es dueño de su pedacito de responsabilidad”.

Actualmente, BanCoppel cuenta con 1,860 tiendas y 1,350 sucursales bancarias en más de 400 ciudades. “Más del 80% de nuestras transacciones ocurren en nuestras tiendas. Eso refleja cercanía y compromiso con los sectores tradicionalmente desatendidos”.

Carranza también subrayó que el banco está preparado para atender a distintos perfiles generacionales. “Los mayores de 45 años son más estables, invierten y ahorran. Los más jóvenes no quieren formatos ni ejecutivos: quieren soluciones digitales, baratas y eficientes. Y eso también lo estamos ofreciendo”.

Un país con todo para triunfar

Julio Carranza cerró con una reflexión esperanzadora sobre el país. “México es un país con oportunidades gigantescas. A veces los mismos mexicanos somos demasiado escépticos. Pero si trabajamos juntos —empresas, banca y gobierno— podemos estar entre las diez economías más importantes del mundo”. 



Con talento, recursos naturales, creatividad y determinación, México tiene lo necesario. Solo falta, dice Carranza, “ponernos de acuerdo y avanzar”.



Julio Carranza y Enrique Bustamante Director General de Mundo Empresarial

Negocios, liderazgo y fútbol: **Juan Francisco Aguilar, Director General de Dell México**



**Entrevista
exclusiva con Juan
Francisco Aguilar,
CEO de Dell
Technologies
México.**

La revista Mundo Empresarial tuvo el privilegio de entrevistar, en exclusiva y en un entorno íntimo, a Juan Francisco Aguilar, Director General de Dell Technologies México. La conversación, se desarrolló entre los balones oficiales de los campeonatos del mundo, bufandas de decenas de partidos de fútbol de México, Europa y Sudamérica, fotografías históricas y una calidez que solo puede ofrecerse cuando se habla desde la pasión.

Recién llegado del Dell Technologies World y con el entusiasmo aún palpable, Juan Francisco Aguilar nos abrió las puertas de su casa —y de su visión— para hablar no solo de tecnología y estrategia empresarial, estableciendo un parangón con el fútbol, una de sus más grandes pasiones. Entre risas, anécdotas y referencias deportivas, el Director General y colaborador de Dell Technologies por más de 12 años, compartió sus reflexiones sobre liderazgo, cultura corporativa y el futuro de la innovación tecnológica en México.

“Como un buen director técnico en el fútbol, el líder en una empresa no solo escoge a los jugadores: moldea el estilo, el espíritu y toma decisiones bajo presión”, nos dice Aguilar,



antes de definir su propio estilo de liderazgo como enérgico, comunicativo y auténtico.

Lo que siguió fue una conversación tan cercana como profunda, en la que descubrimos no solo al brillante y talentoso ejecutivo al frente de una de las empresas tecnológicas más importantes del mundo, sino también al ser humano detrás de su cargo: alguien que no teme mostrarse tal cual es, que lidera con transparencia y que cree, firmemente, en el poder de conectar con las personas.

ME.- ¿Qué enseñanza te ha dejado tu pasión por el fútbol que hoy se refleje en tu forma de trabajar?

JF.- Mira, una historia muy pequeña: cuando me cambiaron de escuela a mí no me gustaba el fútbol, pero era una escuela muy “fútbolera”, con muchos niños, una escuela por el Lago de Guadalupe. Para sobresalir o para hacer amigos te tenía que gustar el fútbol o tenías que jugarlo. Así que le entré primero un poco a la fuerza, para tener cabida ahí. Luego me empezó a gustar muchísimo. Un tío me llevó a mi primer partido de fútbol y vi a un jugador que se llamaba Miguel Marín. Cuando lo vi, tenía como ocho años, y parecía que había visto a Superman. Desde ahí me encantó el fútbol dijo emocionado.

“Una de las lecciones más importantes que me dio fue cuando empecé a ser capitán de los equipos del salón. A lo mejor porque nadie quería tomar decisiones difíciles, como dejar

a alguien fuera: “ya, tú ármalo”, decían, porque no querían meterse en problemas. Entonces, inconscientemente, empecé a entender lo que era dirigir, organizar, venderle la idea a alguien de por qué jugaba o no. Me pasé los siguientes años haciendo eso, y eso me empezó a dar la habilidad de organizar y de tener conversaciones difíciles, de negociar. Yo creo que es uno de los grandes aprendizajes del fútbol desde niño”.

Y para cerrar parte de esa primera etapa de historia personal, compartió a ME con ese entusiasmo que remontan los grandes recuerdos: “Era una escuela muy exigente académicamente y, en algún punto de la secundaria, me empezó a ir muy mal. Mandaron llamar a mi mamá, y recuerdo perfectamente, en el coche camino a casa, que me decía: “ya deja el fútbol, esto no te va a dejar nada bueno, tienes que dedicarte más a la escuela”, y claro que la escuela me deja mucho, pero el fútbol me dejó muchísimos más aprendizajes que utilizo ahora como habilidades, como parte de mi liderazgo.

ME.- Y en esas habilidades, ¿cómo identificas a tu 11 ideal? Me refiero a: ¿qué habilidades o actitudes consideras claves para estar en la cancha y dirigir al equipo?

JF.- Yo creo que la primera habilidad es que sean jugadores, personas, líderes, vendedores o miembros del equipo multifuncionales. Es decir,

Me gusta mucho la gente que puede traer ideas, que puede retarte en un sentido positivo sobre qué podríamos hacer diferente, qué deberíamos cambiar para mejorar el desempeño.

que aunque sean especialistas en un rol o puesto determinado, puedan ser comodines. Ahorita, mucho de lo que vivimos en el mercado y en las empresas requiere adaptabilidad. Si alguien es muy rígido y no tiene esa flexibilidad, se limita.

La segunda es que, en esa expansión de rol, tengan la capacidad de lidiar con el cambio. Mucha gente dice, cuando los entrevisto o hablo con ellos: “una de mis mayores habilidades es el cambio”. Pero una cosa es decirlo y otra es realmente vivirlo. Más en posiciones de liderazgo, cambiar el “status quo” con el que trabajas no es fácil. Entonces: adaptabilidad, poder manejar el cambio, romper el *status quo*.

Mi cultura es de mucho esfuerzo. Yo exijo a mi gente mucho esfuerzo —a veces, quizá de más—, pero es algo que me gusta muchísimo. Y, por último, me gusta mucho la gente que puede traer ideas, que puede retarte en un sentido positivo sobre qué podríamos hacer diferente, qué deberíamos cambiar para mejorar el desempeño.

ME.- Sin duda. Además, en una industria como la de tecnologías de la información, la adaptación al cambio es parte esencial, porque es una industria que lleva la vanguardia.

JF.- Yo diría que es una verdad crítica en nuestra industria. De hecho, Michael Dell dijo una vez: “Si no te sientes cómodo con el cambio, muy probablemente no estás en la empresa correcta o en la industria correcta”. Es una reflexión fuerte. Tienes que aprender a manejar el cambio y vivir con él todo el tiempo, y más en esta industria.

ME.- Juan Francisco, como en el fútbol, donde una comunicación fallida te puede costar un gol, **¿cómo garantizas que los equipos dentro de Dell mantengan una conexión efectiva y eviten que les metan goles?**

JF.- Ahí entra una de las cosas más fuertes que he aprendido del liderazgo: “tener las conversaciones

difíciles”. Eso lo leí de alguien a quien admiro mucho como entrenador: Pep Guardiola. Dice: “tienes que ir al córner y hablar con el jugador”. Y eso aplica también aquí: tienes que hablar con algún miembro del equipo, tener la conversación difícil. No es gritarle, no es ser grosero, pero sí ser muy directo. Indicarle qué te gustaría que hiciera, qué no está haciendo bien y qué impacto está teniendo su comportamiento o desempeño en el equipo. Y muy claramente decir qué esperas de él, qué tiene que corregir o hacer diferente.

He aprendido que también tienes que entender cómo hablarle a cada persona del equipo. A uno con ejemplos, a otro muy directo, a otro en el momento adecuado. Todo esto lo resumo en identificar rápido los problemas que veo en el equipo. Porque a veces he cometido el error de decir: “¿será un problema? ¿Me espero?” Y se vuelve una bola de nieve. Eso es un aprendizaje “Dell”, para mantener equipos cohesionados, con dirección y cultura. Detectar los problemas de comunicación o fricción y atacarlos lo más pronto posible.

ME.- Esto llevado al campo del oponente, sin saber comunicarte con ellos a través de una buena estrategia y leer lo que están tratando de hacer... **que no te anoten goles.**

JF.- Justo. Eso lo trata el libro *El arte de la guerra*: que no sepan cuál será tu estrategia o que los mantengas adivinando tu siguiente movimiento. Pero también, entender cómo competir bien, aprovechar las debilidades del contrario —en buen sentido—, y que el equipo las conozca, sepa por dónde atacar.

Algo que me gusta resaltar es que jugamos limpio. Hacemos las cosas bien. Si vamos a ganar, lo haremos ganando bien. Aborrezco que un equipo gane haciendo trampa, fingiendo faltas. También se trata de respetar a tus rivales, reconocer cuando lo están haciendo bien, y si hay algo que puedes tomar y replicar —en buen sentido—, hacerlo para mejorar. *Fair play* siempre. De hecho, tenemos una frase que usamos en la empresa: “Haz lo correcto y gana de la manera correcta, aunque nadie te esté viendo”.

ME.- Acabas de regresar del Dell Technologies World, un evento muy importante. Y hubo algo que me llama la atención: hoy, un jugador fundamental dentro del mundo de la tecnología es la Inteligencia Artificial.

JF.- Grandes líderes de la industria de AI —Microsoft, Apple, y obviamente Michael Dell— coinciden en que esta es una de las tecnologías más importantes en la historia de la humanidad. Y eso que atrás tenemos cosas como la máquina



FOTOGRAFÍA EJECUTIVA, TÉCNICAS CREATIVAS Y DINÁMICAS,
PROYECTOS DE IDENTIDAD CORPORATIVA,
RETOQUE PROFESIONAL Y PRESENTACIÓN

SERVICIOS DE VIDEO PARA EVENTOS Y PROYECTOS CORPORATIVOS



info@executivephotography.mx



info@executivephotography.mx



WWW.EXECUTIVEPHOTOGRAPHY.MX

de vapor, la revolución industrial, la electricidad, la electrónica y luego el internet. El internet cambió completamente la forma de interactuar, de consumir contenido, de comunicarnos. Hoy, todos ellos ven la Inteligencia Artificial como algo mucho más disruptivo.

A mí me genera una pasión e interés especial para expresarlo con empresarios y líderes, sobre la importancia que tiene. Siempre aprovechamos el Dell Technologies World para invitar a clientes, canales y reforzar mensajes. Lo que me llamó la atención fue el cambio entre el año pasado y este: ya hay muchas cosas nuevas evolucionando.

Déjame darte un ejemplo. Ahora existe el uso de agentes en Inteligencia Artificial. ¿Qué son? Pequeños procesos autónomos —no solo automatizados— que ejecutan tareas, colaboran entre sí y toman decisiones. Esto permite que actividades repetitivas, como las de soporte técnico, se resuelvan de manera eficiente. Por ejemplo, un agente detecta un problema en tu PC o servidor, otro identifica si ya se ha presentado antes, otro propone una solución... ¡y todo sin que el usuario se dé cuenta! Imagina eso en términos de reducción de costos y productividad.



Y como ese ejemplo, los estamos viendo en diversas industrias, viajes, salud, ciudades inteligentes, etc. Lo más impresionante es que ya existe la tecnología para hacerlo. En el Dell Technologies World presentamos cómo empresas, gobiernos y escuelas pueden subirse a esto, proponiendo algo que llamamos la Dell AI Factory 2.0. ¿Qué significa? Ayudarte a identificar tu caso de uso, ponerle un caso de negocio —porque sin eso, seguramente va a morir—, acercarte a partners que ya tienen modelos listos y finalmente, mostrarte las arquitecturas de hardware necesarias. Un ejemplo clave: nuestra alianza con NVIDIA.

¡Es apasionante lo que viene!

ME.- ¿Hacia dónde han movido este enfoque que redefine el modelo del juego? En este sentido, las empresas que buscan escalar sus procesos encuentran en la Inteligencia Artificial un aliado que los puede guiar. Es parte necesaria, pero aún poco conocida para muchas empresas.

JF.- Un mensaje de Jeff Clarke de Dell y Michael Dell durante su conferencia me impactó mucho. Dijeron que, si no has entrado al mundo de la Inteligencia Artificial Generativa, probablemente ya sea tarde.

Empezamos a ver empresas que adoptan la innovación como eje central de sus decisiones, porque saben que es lo que las mantendrá competitivas o las diferenciará: ya sea en experiencia clínica, ventas, reducción de costos, etc. Pero lo trascendental es que están colocando el foco en este tema, y el foco es clave.

Me sorprendió oír que algunas empresas ya tienen un "Chief Artificial Intelligence Officer", una figura dedicada exclusivamente a esto. En Dell, conectamos ese valor con nuestras soluciones. Por eso hablamos de la Dell AI Factory: podemos ayudarte a implementar estas soluciones de forma dinámica, ágil y rápida, para que te distingas en el mercado.

ME.- Muchas empresas identifican esto como algo tardado, complejo y caro.

JF.- Sí. Pero empezamos por definir qué significa "caro". Por eso arrancamos desde el caso de uso: si tiene un retorno importante sobre la inversión o ahorra costos significativos, entonces no es que sea caro o barato. Si al implementarlo te ayuda a vender más o generar más utilidades, evaluar que si vale la pena.

Sí puede ser complejo, pero por eso tenemos el modelo de IA Factory. Aprovechamos la experiencia que tenemos en Dell y con otros clientes. Estamos

implementando casos de uso en marketing, ventas, cadena de suministro, desarrollo de software, etc. Cada uno tiene una cifra clara en dólares del retorno sobre la inversión; si no, no le ponemos foco.

Entonces, si te enfocas en un caso de uso con retorno, se agiliza mucho el proceso. Además, la IA no es un solo proyecto, son varios, pero deben estar estandarizados, con una estrategia común y regulados por una arquitectura de datos. Lo más importante aquí son los datos.

Siempre usamos el símil: si la Inteligencia Artificial es un cohete, los datos son el combustible. Cuantos más datos tengas, más lejos puedes llegar. Vivimos en el mundo de los datos y cada vez es más barato procesarlos y almacenarlos.

ME.- Por eso la importancia de identificar quién es tu partner tecnológico. Al final, puede ser lo que te permita hacer más rentable y sencilla la implementación.

JF.- Ese es el mensaje que quisiera dejar. En Dell, con nuestra Dell AI Factory, te ayudamos a agilizar el proceso. Déjame darte un ejemplo: identificar el caso de uso, calcular su retorno sobre inversión, definir el modelo.

Tú mencionaste al partner, y Dell trae a la mesa una gran cantidad de aliados especializados en distintos modelos: asistentes virtuales, detección de fraudes, diagnósticos médicos con resonancias magnéticas, etc. Dell ya tiene alianzas con ellos y te ayuda a traerlos.

Como ejemplo, trabajamos con una empresa muy interesante se llama Hugging Face. Es una plataforma que da acceso a muchos de estos modelos ya existentes. Entonces, uno de los temas clave de Dell es cómo hacer lo complejo más sencillo. Aun si ya estás tarde, te ayudamos a implementarlo rápido para beneficiarte de la Inteligencia Artificial.

Regresando al símil deportivo: el “olfato goleador” de un delantero puede combinar datos y tecnología con lo que tu empresa necesita. Puede ser una fórmula ganadora para liderar una estrategia que te haga avanzar.

Por cierto, muchos equipos de élite están usando Inteligencia Artificial para entender mejor a sus rivales y para potenciar el talento de sus jugadores. Si lo comparamos con el fútbol, siempre han existido entrenadores que rompieron esquemas. Pienso en la “naranja mecánica” de los 70 o en Pep Guardiola, saliendo con toques cortos desde atrás. Rompieron moldes.

La IA puede romper esquemas en tu empresa y en tu mercado. Tuvimos la oportunidad de reunirnos con Michael Dell y varios clientes, y su primera pregunta fue: “¿Qué estás haciendo alrededor de IA? ¿Qué estás cambiando?”.



La conversación siguió, y una parte que me marcó fue cuando dijo dos cosas: “Aprovecha siempre una buena crisis, porque es un momento para cambiar”, y “como dueño, CEO o ejecutivo, no puedes esperar a que alguien más lo haga; debes involucrarte directamente. Debes ser el líder de estas iniciativas”.

ME.- Juan Francisco, te veo como un entrenador con visión, con propósito. ¿Cuál es el propósito que hoy guía tus decisiones tras vivir este encuentro?

JF.- En lo personal, es seguir subiendo la barra. Nos pusimos metas muy agresivas en los últimos 10 años y queremos seguir así. Nuestro propósito es liderar la transformación digital con Inteligencia Artificial, modernizando los centros de datos.

Para correr estas cargas de IA necesitas tres elementos clave:

1. Las PCs, que aunque parezca trivial, deben tener la capacidad técnica para cargas de IA.
2. Un centro de datos moderno y ágil, construido en ambiente multinube.
3. Muchísimos dispositivos conectados que procesen localmente, porque no todo puede enviarse al centro de datos o a la nube.

Ejemplo: en una línea de producción, los datos se deben procesar ahí. Igual con los coches autónomos.

ME.- ¿Cómo defines una victoria empresarial?

JF.- Me centro en el proceso y en el balance de tres cosas. El proceso es lo más divertido; si no te diviertes con tu equipo, algo falta. El proceso da aprendizajes, lecciones, vínculos fuertes.

Luego, los resultados: ventas, participación de mercado, utilidades, lo que aportas al corporativo y a los accionistas.

Después, el empleado. Creo firmemente que la motivación cuenta muchísimo. Ese 20 ó 30% extra muchas veces viene del compromiso emocional.

Y finalmente, el equipo. Así que el balance está entre resultados, empleados y equipo.

ME.- Si dejaras una camiseta con tu liderazgo en el vestidor de Dell, ¿cuáles serían dos palabras que lo definan?

JF.- La primera sería "¡Venga!". Siempre cierro mis juntas y mails así. Significa compromiso, energía.

La segunda sería "Reta tus creencias". Tiene que ver con el cambio, con aprovechar las crisis,

con cambiar tu estilo de juego. A veces lo que creías correcto, visto desde otra perspectiva, es diferente.

Me marcó mucho la película "La sociedad de los poetas muertos", donde el maestro les pide a los alumnos subirse al escritorio para ver desde otra perspectiva. Eso es: retar el *status quo*. Cuando logramos un resultado importante aquí en Dell, me tatué precisamente la imagen de la persona sobre el escritorio.

ME.- Por último, ¿cómo observas este futuro cercano?

JF.- Escucho mucho la palabra "incertidumbre", pero justo ahí está el sentido de la vida. La certeza no genera emoción. Si supieras exactamente lo que va a pasar, ¿cuál sería el chiste? 

La incertidumbre te mantiene alerta, te impulsa a intentar cosas nuevas. Por eso me encanta la tecnología. Nunca antes en la historia de la humanidad hubo tantas herramientas tecnológicas para seguir creciendo y prosperando. Como persona, como empresa, como país. Es el momento para aprovecharlas, para montar nuevos negocios, para transformarte tú mismo.



TE AYUDAMOS A CONSTRUIR UN PROCESO DE RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN SÓLIDO Y GARANTIZADO

Nuestra plataforma combina tecnología de vanguardia con seguridad de nivel bancario para brindarte procesos precisos y confiables.

¿QUÉ HACEMOS?



Reportes en menos de 15 minutos



Cabina DPR, mejor que un polígrafo



Evaluaciones remotas desde el celular



Diagnósticos personalizados con resultados precisos



Cumplimiento Normativo garantizado con altos estándares de seguridad

NUESTRA PLATAFORMA AUTOMATIZADA OFRECE 5 SERVICIOS. UNA SOLUCIÓN.

Bajo un proceso automatizado que te brindará acceso a reportes y análisis en menos de 15 min. para tomar decisiones más acertadas en la selección de personal.

Respaldados por 8 certificaciones internacionales, aseguramos el cumplimiento de los más altos estándares en calidad, privacidad y seguridad.



Autorización Federal DGSP: Permiso otorgado por la Dirección General de Seguridad Privada (DGSP) para aplicar Pruebas de Evaluación y Control de Confianza (PECC), asegurando procesos respaldados y legales.

CONTÁCTANOS:

 comunicacion@kananmexico.com

 kananmexico.com





Carlos Fernando García Manosalva
Embajador de Colombia en México

Emb. Carlos García: Colombia y México, alianza estratégica ante el nuevo escenario global

Entrevista
en exclusiva
con Carlos Fernando
García Manosalva
Excelentísimo Embajador
de Colombia en
México.

En medio de un escenario internacional volátil, marcado por políticas proteccionistas, reconfiguración de cadenas de suministro y flujos migratorios cambiantes, Colombia y México han consolidado una relación bilateral que combina estrategia económica, integración regional y diplomacia cultural. En entrevista exclusiva con Mundo Empresarial, el Embajador de Colombia en México delineó las múltiples dimensiones de esta alianza binacional que evoluciona con visión, datos y voluntad política.

Cadenas productivas regionales: integración ante la incertidumbre

Frente a la creciente complejidad del comercio global, el Embajador García Monsalva destacó la necesidad de fortalecer cadenas productivas regionales como respuesta estratégica a la imposición de aranceles y la disrupción de mercados. Un ejemplo claro: el café colombiano, reconocido mundialmente por su calidad. El café colombiano —producto emblemático de una nación que ha hecho del agro un pilar de su economía— ilustra con claridad cómo se puede escalar la colaboración regional. Gracias a procesos de transformación en territorio mexicano, como el liofilizado o el descafeinado, el café colombiano se convierte en un producto de exportación de alto valor que llega a mercados como Estados Unidos.



Pero el café no es el único rubro con potencial. Productos como el cannabis medicinal, el cacao, los textiles y autopartes están en la mira de esta integración productiva. La visión compartida es clara: convertir a México en una plataforma exportadora para bienes colombianos, al tiempo que se estimula el desarrollo económico bilateral.

Sectores con alto potencial: moda, movilidad y manufactura

Colombia busca atraer mayor inversión mexicana en sectores como el automotriz, textil y retail. El Embajador subrayó que ya hay avances importantes, como la exportación de autobuses a gobiernos locales en México y el notable crecimiento del sistema moda colombiano.

“El sistema moda colombiano exportó en 2024 aproximadamente 32 millones de dólares a México. Aunque eso representa solo un 1.2% de participación, hay mucho margen para crecer”, afirmó.

Los segmentos de ropa de control como fajas y trajes de baño gozan de alta aceptación en el mercado mexicano gracias a su diseño, calidad y propuesta de valor.

Inversión mexicana en Colombia: una historia de confianza y expansión

México se ha consolidado como uno de los principales inversionistas en Colombia. Empresas como Laboratorios Sanfer, con más de 500 millones de dólares invertidos en los últimos 15 años, o Farmacias Similares (bajo la marca “Droguerías Tu Doctor”) ejemplifican el dinamismo y confianza que inspira el entorno colombiano.

“El fenómeno que estamos viendo es que muchas empresas mexicanas que llegan a Colombia terminan reinvertiendo. Esto habla del entorno favorable, del talento humano colombiano y de la seguridad jurídica que ofrecemos”, recalcó.

El crecimiento del retail, con marcas como OXXO, así como la participación en proyectos de infraestructura —como la construcción de cárceles y desarrollo ferroviario—, confirman que Colombia es un mercado en expansión para las empresas mexicanas.

Agricultura, manufactura y turismo: oportunidades de doble vía

El sector agroindustrial, particularmente con el aguacate hass, representa una de las grandes oportunidades de colaboración. También se vislumbran alianzas en sectores como calzado, autopartes de motocicletas y manufactura agrícola, en un esquema de doble vía: inversión mexicana en Colombia y exportación de productos colombianos hacia México.

En turismo, sin embargo, persiste un desafío. Aunque Colombia fue el tercer país en envío de visitantes a México, ha descendido a la cuarta o quinta posición debido a restricciones migratorias. “Hoy, los colombianos no se arriesgan a visitar un país si temen perder su boleto o enfrentar malos tratos”, advirtió el Embajador. Pese a ello, la mejora en las cifras de

inadmisión —de 8.7% en 2024 a 3.3% en 2025— y la menor presión migratoria en la región son señales alentadoras.

Diplomacia cultural: Colombia en el corazón del norte mexicano

En el ámbito cultural, Colombia será país invitado en la Feria Internacional del Libro de Monterrey, uno de los eventos editoriales más importantes de México. “Monterrey tiene una comunidad colombiana vibrante que ha integrado sus raíces a la vida cultural del norte del país”, relató el Embajador.

Uno de los símbolos más notorios de este intercambio cultural es la evolución de la cumbia ralentizada, una reinterpretación local de la música colombiana que nació de un tocadiscos defectuoso y terminó creando un estilo propio entre los jóvenes regios.

El gobierno colombiano trabaja en consolidar la Ruta de la Cumbia, un proyecto continental que rastrea las transformaciones de este género en países como México, Chile, Perú y Ecuador.

ProColombia: el puente estratégico

Con presencia activa en México, ProColombia impulsa la atracción de inversión, la promoción de exportaciones y el fomento del turismo. “La empresa que llega a Colombia difícilmente se va. No solo por el rendimiento, sino por el entorno y el capital humano que encuentra”, puntualizó el Embajador.

Una relación que evoluciona con visión compartida

Colombia y México no solo comparten tratados de libre comercio y lazos históricos, sino una voluntad renovada de cooperación en tiempos inciertos. “Tenemos entre nosotros el mar Caribe y Centroamérica, que no nos separan, sino que nos conectan. Ha llegado el momento de entrelazar el tejido latinoamericano”, concluyó.

La alianza estratégica entre Colombia y México es hoy una muestra de que la integración regional es una vía efectiva para construir economías más resilientes, competitivas y solidarias, donde la cultura, la empresa y la diplomacia caminan juntas hacia el futuro.

En un entorno cada vez más incierto —marcado por políticas proteccionistas y la reconfiguración de las cadenas de suministro— Colombia y México han decidido estrechar su cooperación para blindar sus economías y multiplicar oportunidades de negocio. El Embajador de Colombia en México, repasó los avances más recientes y las áreas donde el comercio bilateral está creciendo con rapidez: desde la integración de cadenas productivas (café, textiles, autopartes) hasta la inversión recíproca en agroindustria, infraestructuras y retail.

Exportador → Importador México → Colombia	1° rubro (US\$ M) Vehículos y autopartes (604.7)	2° rubro (US\$ M) Equipos eléctricos / electrónicos (499.7)	3° rubro (US\$ M) Maquinaria y calderas (344.4)	4° rubro (US\$ M) Perfumería y cosméticos (198.4)	5° rubro (US\$ M) Perfumería y cosméticos (198.4) Medicamentos
	1° rubro (US\$ M) Vehículos y autopartes (604.7) Combustibles y aceites minerales (693.3)	2° rubro (US\$ M) Equipos eléctricos / electrónicos (499.7) Vehículos y autopartes (196.5)	3° rubro (US\$ M) Maquinaria y calderas (344.4) Plásticos y manufacturas (134.6)	4° rubro (US\$ M) Grasas y aceites vegetales/ animales (112.2)	5° rubro (US\$ M) Medicamentos envasados (175.3) Perfumería y cosméticos (100.1) envasados (175.3)

(Cuadro 1).

El pulso del intercambio comercial

A continuación se presentan los principales rubros de exportación que viajan en cada dirección, con datos de 2023 (último año cerrado disponible) (Cuadro 1).

¿Por qué importan estos flujos?

- **Resiliencia regional.** La sustitución de proveedores lejanos por socios latinoamericanos reduce costos logísticos y amortigua la volatilidad arancelaria de EE. UU.
- **Cadenas productivas compartidas.** El café colombiano procesado en plantas mexicanas o los autobuses ensamblados con componentes de ambos países ilustran una tendencia que ya trasciende el simple intercambio de mercancías.
- **Casos de éxito que atraen capital.** Laboratorios Sanfer, Farmacias Similares u OXXO demuestran que las empresas mexicanas reinvierten constantemente en Colombia gracias a su talento técnico y seguridad jurídica, mientras que firmas colombianas hallan en México la puerta de entrada al T MEC y al mayor mercado de Norteamérica.

Retos y próximos pasos

- 1. Diversificar portafolios.** Minerales y vehículos dominan, pero hay espacio para agroalimentos con valor agregado (aguacate hass, cacao premium) y economía creativa (moda y diseño).
- 2. Recuperar el turismo bilateral.** La tasa de inadmisiones a viajeros colombianos cayó del 8.7 % al 3.3 %

entre 2024 y 2025, pero las llegadas siguen por debajo de niveles prepandemia. El Embajador insta a aerolíneas y operadores a relanzar campañas de confianza.

- 3. Diplomacia cultural.** Colombia será país invitado de la FIL Monterrey; iniciativas como la Ruta de la Cumbia reforzarán lazos entre comunidades creativas de ambos lados. 

“Colombia y México comparten dos tratados de libre comercio y una historia de cooperación que hoy se traduce en negocios más sólidos y cadenas de valor regionales. Estamos listos para acompañar a los empresarios que quieran dar el siguiente paso”

Embajador Carlos Fernando García Manosalva.



REAL ESTATE



Luis Alberto Rodríguez Mora,
Director General de Berel

**Berel,
la empresa de
recubrimientos
con ADN nacional,
tecnología galardonada
y compromiso con
el desarrollo
sostenible.**



Luis Alberto Rodríguez **Berel; Innovación mexicana** **que pinta el futuro**

Tradición con visión de futuro

Con más de ocho décadas de historia, Berel es hoy un referente nacional en el sector de pinturas y recubrimientos. Fundada por Bernardo Elosúa Farías, quien también participó en la creación del Tecnológico de Monterrey, la compañía ha evolucionado manteniéndose fiel a un principio rector: ofrecer al cliente productos de la más alta calidad tecnológica a precios competitivos.

Luis Alberto Rodríguez Mora, actual Director General de Berel, lidera una etapa de expansión que combina innovación, sostenibilidad y crecimiento estratégico, sin perder el enfoque en las raíces familiares y los valores que han guiado a la compañía desde su origen. “Nuestro crecimiento ha sido posible gracias a una propuesta de valor clara, tecnología de punta y una atención centrada en las necesidades del cliente”, afirmó.

Con más de 1,700 puntos de venta en todo el país, Berel se ha consolidado como la empresa mexicana de pintura arquitectónica más grande

del país. Su incursión en mercados internacionales, particularmente en Estados Unidos, ya ha comenzado, con una visión clara de duplicar el valor del negocio en los próximos años. “Queremos ampliar nuestra presencia, mejorar la experiencia de compra, diversificar nuestro portafolio y llegar a nuevos segmentos industriales e institucionales”, dijo.

Sostenibilidad, una prioridad estratégica

Luis Alberto Rodríguez subraya que uno de los ejes más importantes de la empresa en esta etapa es el compromiso ambiental y social. A través de los principios ESG, Berel ha integrado prácticas responsables en toda su cadena de valor, comenzando por la educación. “Desde nuestro fundador, que promovió la educación como motor del país, hemos apoyado con becas a instituciones como el Tec de Monterrey, la UDEM y la UANL”, comentó.

Además, Berel ha implementado programas de voluntariado en los que colabora estrechamente con sus clientes, proveedores y empleados para renovar

escuelas públicas con pintura donada. También trabajan de la mano de fundaciones que impulsan la salud visual, facilitando cirugías para personas de escasos recursos. “Ver el color y ver a tus seres queridos, es una acción que hace BEREL”, expresó Rodríguez con convicción.

Tecnología biobasada: innovación con impacto global

En el terreno de la innovación, Berel ha marcado un hito en Latinoamérica con Berelex Green, la primera pintura desarrollada con materias primas biobasadas como algas y plantas, en lugar de petróleo. Este avance le valió a la empresa el premio plata en los R&D 100 Awards, considerados el “Óscar de la innovación”.

Pero Berelex Green no solo es amigable con el medio ambiente. También está diseñada para purificar el aire interior, atrapando formaldehídos y convirtiéndolos en vapor de agua. “Es antibacterial, antiviral, y fue la primera pintura sin olor en el mercado mexicano”, explicó orgullosamente. La innovación ha sido validada en laboratorios estadounidenses y también reconocida en Palm Springs, California.

Este desarrollo es completamente mexicano. “Nuestros ingenieros, con formación de primer nivel, son quienes lideraron el proceso. Para nosotros es un orgullo decir que esta tecnología nace en México, con talento mexicano, y compite en la élite mundial”, enfatizó.

Una red nacional con visión compartida

Rodríguez explicó que esta innovación también se comparte con la amplia red de distribuidores que comparten los valores de la empresa. Más del 70% del portafolio de Berel tiene un impacto ambiental positivo, reduciendo los compuestos orgánicos volátiles. “Buscamos que toda nuestra red se alinee con esta visión de sostenibilidad y cuidado del entorno”, comentó.

Color, confianza y estrategia

La confianza del consumidor es uno de los pilares de la estrategia de Berel. “El cliente sabe que cuando elige nuestra pintura, está adquiriendo calidad, tecnología y respaldo. Esa confianza la construimos todos los días, desde nuestros colaboradores hasta nuestros proveedores”, señaló Rodríguez.

En un entorno económico complejo, Berel ha mantenido su rentabilidad sin sacrificar estándares. La clave ha sido entender al mercado, adaptarse a los hábitos de consumo de nuevas generaciones, y ofrecer soluciones reales. “Ya no basta con que una marca tenga tradición; debe ofrecer beneficios tangibles. Y eso es lo que hacemos”, explicó.

Conectando con el consumidor

En línea con esa filosofía, Berel ha lanzado campañas que reflejan su espíritu de innovación y

sustentabilidad. Una de las más recientes consiste en rifar seis automóviles Tesla, uno cada dos meses, entre los consumidores que compren cualquier presentación de Berelex Green. “La campaña está pensada para agradecer y conectar con quienes comparten nuestra visión”, dijo Rodríguez.

Propósito, cultura y liderazgo

Luis Alberto tiene claro que el crecimiento de Berel se sustenta no solo en estrategia, sino en propósito. “Todos los días nos levantamos con una meta clara: inspirar momentos de felicidad y confianza a través del color”, afirmó. Este propósito se vive internamente con un fuerte enfoque en valores. “Cada junta empieza con nuestro decálogo de valores y con la frase ‘Pinta con confianza, pinta con Berel’. Es nuestro ritual y nuestro centro”.

Los valores como la honestidad, el respeto, el trabajo en equipo y la humildad son parte esencial de la cultura organizacional. La misión, proteger y decorar superficies; la visión, crecer sosteniblemente a través de la innovación.

Estrategia y color con identidad mexicana

Desde que asumió la dirección general, Rodríguez se propuso definir un rumbo claro para crecer. “La palabra que más repetían nuestros colaboradores en las encuestas era ‘crecimiento’. Eso nos unió. Y ahora tenemos vectores estratégicos bien definidos”, explicó.

Uno de los más llamativos ha sido la creación de un Color del Año propio. A diferencia de seguir solo tendencias internacionales, Berel desarrolló su elección basada en estudios locales. “Este año nos inspiramos en el maíz, un símbolo profundamente mexicano, con una gama cromática rica y poderosa. Es un homenaje a nuestras raíces y una forma de conectar emocionalmente con nuestros consumidores”, expresó.

México como potencia de innovación

Para Luis Alberto Rodríguez, el liderazgo empresarial debe tener un enfoque humano y futuro. “El crecimiento no debe medirse solo en cifras, sino en el impacto que generamos. Nuestra tecnología, nuestras campañas, nuestros colores: todo está pensado para transformar espacios, personas y comunidades”. 

Berel no solo pinta paredes. **Pinta con confianza el futuro de México.**

Simposio de Seguridad

30 sept - 01 oct
Hotel Galería Plaza
San Jerónimo • 2025

x x x x x
x x x x x
x x x x x



¡Lleva tu conocimiento en seguridad al siguiente nivel!

Participa en el encuentro más importante de la industria del retail y fortalece tus competencias.

Beneficios

- Ponencias de alto impacto.
- Networking con los líderes del sector retail.
- Acceso al área de exposición.
- Certificado con valor curricular.

Cuotas de recuperación

	Asociado	No Asociado
Jul Ago	\$5,000	\$9,000
Sept	\$9,000	\$11,000

simposioseguridad.antad.net



Contacto Blanca Breña

55 4188 7543 bbrena@antad.org.mx

Únete a nuestro grupo de difusión





TOYOTA, una marca pionera en electromovilidad y la primera en electrificar más de la mitad de su portafolio

Por Javier Vega Platas
@javiervegaplatas

Actualmente hablar de electromovilidad es muy común en nuestros días, sin embargo, hace apenas unos años, el parque vehicular en cualquier país estaba compuesto por un 100 % de autos de combustión, es decir, de gasolina.

Toyota la marca japonesa de gran prestigio, fue la pionera en el mundo, en comenzar a vender autos híbridos y lo hizo con el icónico Prius que sigue existiendo en nuestros días y continúa marcando tendencia y por ello, ya ofrece más de la mitad de su portafolio de vehículos con esta tecnología.

Mundo Empresarial entrevistó a Marisol Blanco, subdirectora de Relaciones Públicas y Sostenibilidad de Toyota Motor Sales México a quien consultamos por qué Toyota es la única marca en nuestro país que ha apostado por los autos híbridos eléctricos (HEV), pero no por los híbridos enchufables (PHEV) ni los eléctricos (BEV) como otras marcas lo han hecho.

Marisol Blanco explica: "La industria automotriz está viviendo una transformación que no se había visto en más de 100 años. Esto nos exige adaptarnos de manera ágil, a evolucionar y a liderar con avances tecnológicos que realmente respondan a las necesidades de cada mercado. En Toyota, tenemos claro que el liderazgo tecnológico no se trata solo de innovar, sino de implementar soluciones viables para cada región".

Por ello, detalla cuál es el propósito de la marca: "Seguimos una estrategia multitecnológica, que llamamos Multipathway, enfocada en



lograr la neutralidad de carbono y basada en la convicción de que no existe un único camino para alcanzarla. Esta estrategia reconoce que cada mercado y cada cliente tienen necesidades distintas y como parte de este enfoque, a nivel global hemos desarrollado y hemos sido líderes en innovación desde el lanzamiento de Prius, y hoy ofrecemos cuatro tecnologías distintas: Híbridos Eléctricos (HEV), Híbridos Eléctricos

Enchufables (PHEV), Eléctricos de Batería (BEV) y Eléctricos de Celda de Combustible basados en Hidrógeno (FCEV).

Pero como explica Marisol Blanco, cada mercado es diferente y quizá nuestro país no esté listo del todo, para contar con autos eléctricos o híbridos enchufables, porque no se cuenta con la infraestructura necesaria para poder salir de una ciudad a otra y llegar con una carga suficiente para llegar a tu destino, puesto que no hay estaciones de carga suficientes para los autos con esta tecnología.

La subdirectora de Relaciones Públicas y sostenibilidad añade: “Sabemos que no se trata de imponer una sola solución, sino de adaptarla a las necesidades de cada mercado. En el caso de México, la tecnología híbrida

eléctrica ha demostrado ser una alternativa eficiente y accesible, y estamos cada vez más cerca de ampliar esa oferta con opciones híbridas eléctricas conectables. Esta visión flexible y progresiva nos permite evolucionar junto con las necesidades de nuestros clientes y del entorno”.

“La transición de vehículos de combustión interna a vehículos totalmente eléctricos debe ser gradual y ordenada, porque presenta múltiples desafíos. No se trata solo de reducir las emisiones de los vehículos, sino también de considerar la fuente de energía para su carga, la suficiencia de dicha energía y la infraestructura necesaria para las recargas”, explica Marisol Blanco.

“Además, mantenemos nuestra promesa de traer al mercado mexicano el producto correcto, en el momento correcto y al precio correcto. Actualmente, la tecnología híbrida eléctrica (HEV) es la que mejor se adapta al mercado mexicano, por la infraestructura del país, pero cuando sea el momento correcto, llegarán modelos con otras tecnologías electrificadas y estamos atentos a las condiciones del país para determinar el mejor momento y la mejor forma de introducir una nueva tecnología en México, siempre con el objetivo de ofrecer soluciones accesibles y eficientes para nuestros clientes”, concluye Marisol Blanco. 🌱

Hay que resaltar que 2024 ha sido el mejor año para Toyota en México y para este año, buscará superar, al menos en una unidad, este récord de ventas, con un enfoque destacado en los vehículos híbridos eléctricos (HEV), reafirmando el compromiso de la compañía con la innovación y el avance hacia la neutralidad de carbono.



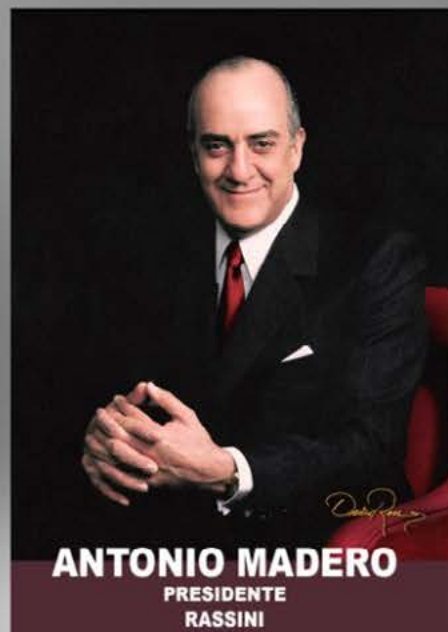
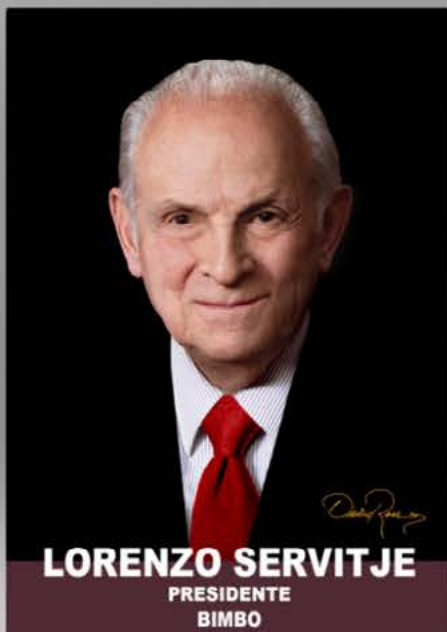
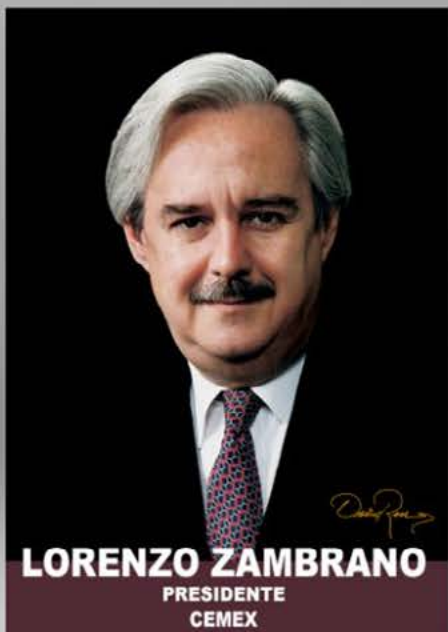
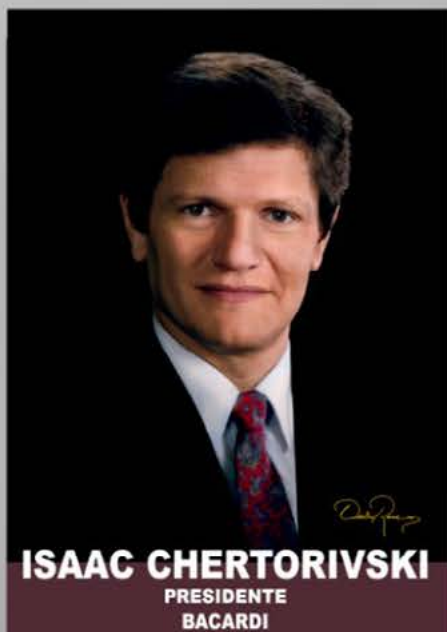
Marisol Blanco, subdirectora de Relaciones Públicas y Sostenibilidad de Toyota Motor Sales México

DAVIDROSS

A TRAVÉS DE SU LENTE,

**CAPTÓ A LOS HOMBRES QUE TRASCENDIERON
EN LA HISTORIA ECONÓMICA DEL MÉXICO MODERNO**

ALGUNOS EJEMPLOS:



 +52 55 1484 4400 - +52 55 1842 9340
+52 55 9107 6126 - +52 55 8584 9948

 @DAVIDROSSFOTOGRAFOPOLITCO

 DAVID ROSS STUDIO

 @DAVIDROSSZ

 DAVID ROSS FOTOGRAFO



Hoy en día, la participación de las mujeres en puestos directivos de diferentes empresas es algo muy común, pero en una industria como la automotriz, donde por muchos años predominó la presencia de hombres, es más frecuente conocer de varias mujeres que ocupan puestos de alta dirección y en otros niveles.

Una mujer en la industria automotriz: **Tania Corrales**

Por Javier Vega Platas
@javiervegaplatas



Un claro ejemplo, es Tania Corrales, Subdirectora de Desarrollo de Distribuidores de Geely México, quien es una apasionada de lo que hace y te transmite esa entrega de dar el 110% a todo lo que hagas: “Creo que la entrada de las marcas chinas dio más oportunidad a las mujeres, porque con marcas ya consolidadas, el crecimiento de la mujer era muy pausado, no solo para este sector, sino también para los hombres, porque si ya tienes una marca consolidada de 30 años, tu crecimiento se vuelve más longevo y ahorita con esta exposición de nuevas marcas, también tenemos nuevas caras, donde las mujeres hemos demostrado que podemos ser multifacéticas y multitask”.

Pero Tania no era del todo una amante de los automóviles, ya que sus inicios en lo profesional se dieron en la industria de la telefonía, donde incursionó al salir de la universidad, pero explica que cuando entró a la industria automotriz, se fue enamorando no solo de los autos, la tecnología, sino de todos los procesos que ello conlleva y de la gente que participa, hasta entregar el producto final al cliente.

Tania juega un papel preponderante dentro de Geely México, ya que está involucrada en áreas importantes: "La primera es la de Desarrollo, donde tienes que enamorar al socio comercial, al del negocio, es vender el proyecto como algo que va a ser un negocio a muy largo plazo, esa es la parte de desarrollo y ese es pilar y no podemos existir uno sin el otro; La segunda sería la construcción de la agencia, que así como tenemos detalles que vienen en un manual de China, como un muro en específico, etc, debemos de tener esos estándares en todas las agencias para que el cliente se sienta igual, es decir, en familia".

La tarea de Tania Corrales desde su cargo, es realizar una planeación de producto desde todo un análisis donde intervienen todas las áreas comerciales como ventas, desarrollo, entrenamiento y el área de refacciones y servicio y también lleva entrenamiento de postventa porque explica: "No sabemos si el cliente al día siguiente quiere llegar a mantenimiento, porque no lo quiere hacer por tiempo, sino por

kilometraje, ya que por ejemplo, en ciudades fuera de ciudad de México donde el cliente recorre más kilómetros, tenemos que estar preparados".

No podía faltar la pregunta obligada, ¿Cuál es tu vehículo favorito de Geely? y ¿cuál consideras que sería el ideal para las mujeres?: "Mi favorito es Coolray, por su manejo y diseño y porque además traigo un closet en la cajuela, pero creo que el ideal para las mujeres es Cityray que viene a romper ese paradigma en el que somos nuevos, somos tecnológicos, pero aparte es muy comfortable y tiene espacios que son muy buenos".

Tania Corrales tiene los pies bien puestos sobre la tierra y cuando se le cuestiona ¿cómo se ve en el futuro?:

*"En **Geely**, con Desarrollo de Distribuidores, creo que nací para esta área, yo digo que es como el director de orquesta porque tengo la gran fortuna de que puedo ver a los socios comerciales y platicar con ellos del negocio, puedo ver la operación al 100 % porque realmente desarrollo es ver que el distribuidor sea rentable al 360, entonces ves todas las áreas comerciales involucradas, ventas, marketing, finance y postventa entonces tienes una visión mucho más global que esto, yo me veo como Tania Corrales con una red consolidada".* 



Tania Corrales, Subdirectora de Desarrollo de Distribuidores de Geely México



Vitaminada y Mutada Renault Koleos con tecnología híbrida E-Tech

Por Raven

Musculosa, elegante, tecnológica y vitaminada gracias a Renaulution la estrategia global de la marca, el nuevo SUV híbrido de Renault llega por primera vez a Latinoamérica, comenzando por México, el primer país del mundo después de Corea en recibir este modelo.

En dos versiones: Techno, en un exclusivo color Cobre Mineral, y Esprit Alpine, con un elegante tono Gris Satinado. Con un precio inicial de \$699,000 MXN y \$799,000 MXN que la posicionan como una opción de compra bastante atractiva en el segundo semestre del año.

Por su diseño exterior la marca del rombo decidió mutarla agregando más músculo visible sobre todo en la parte frontal con una parrilla diamantada de líneas protuberantes y ángulos dinámicos que se miran futuristas y elegantes mayormente notables en el color cobre (disponible solo en la versión de entrada).

Por su parte, la versión Esprit Alpine combina elegancia y eficiencia en cada detalle. Su sistema híbrido de última generación reúne un motor de combustión 1.5L turbo de 142 hp y un motor eléctrico de 134 hp, alcanzando juntos una potencia combinada de 241 hp. Esta arquitectura híbrida se gestiona con una transmisión híbrida (DHT), diseñada para maximizar el aprovechamiento de la energía y ofrecer un consumo combinado de hasta

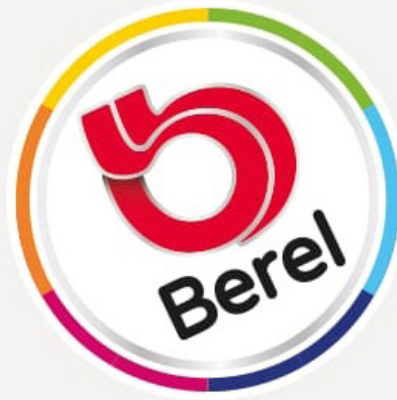
21.1km/l. Esta configuración no solo reduce el consumo de combustible y las emisiones de CO₂, sino que permite una conducción fluida, silenciosa y adaptable a diferentes condiciones urbanas y de carretera.

Interiormente destaca por sus tres pantallas panorámicas de 12.3": una para el conductor, una central y otra para el copiloto donde este tiene la opción personal de conectividad individual Bluetooth para audífonos, visualización y acceso a contenidos como películas o música mediante la app Cinema de ScreenHitsTV, compatible con servicios como Prime Video y Apple TV.

Esta nueva versión estará disponible a partir del 13 de junio de 2025, en todas las agencias en territorio nacional. 📺

Si quieres conocerla a fondo ve a nuestro canal de youtube Adrenalina Music Motor.

Renault Koleos se convierte en el único vehículo del segmento en ofrecer un sistema de Cancelación Activa de Ruido (ANC) desarrollado con BOSE®. Tres altavoces dedicados neutralizan los sonidos del motor, brindando una atmósfera interior más silenciosa y sofisticada.



COLORES
que **purifican el aire**

¡PINTA Y GANA! UN
Auto Eléctrico
Con Berelex Green



Pinta con **Confianza** Pinta con **Berel**

Todas tus compras de la línea **Berelex Green** te dan la oportunidad de ganar uno de los seis **TESLA® Modelo Y** en nuestros Sorteos Bimestrales.

DAH 
Distribuidor Autorizado
VISÍTANOS
EN:

Tienda División del Norte:

División del Norte 110 esquina
San Francisco, Col. Del Valle,
Alcaldía Benito Juárez

Tel. 55 5682 5567

 56 1016 0482

Tienda Eje Central:

Eje Central 777,
Col. Narvarte,
Alcaldía Benito Juárez

Tel. 55 5682 5572

 56 1016 0432



*Lic. Armando Xicoténcatl Jaramillo,
Presidente de AMPPPAC*

AMPPPPAC celebra su XXXI Congreso Nacional en Monterrey

En entrevista,
Lic. Armando
Xicoténcatl Jaramillo,
Presidente de AMPPPPAC
compartió la historia
y evolución de la
asociación.

La Asociación Mexicana de Profesionales en Prevención de Pérdidas, Administración de Riesgos y Seguridad, AMPPPPAC, celebró su XXXI Congreso Nacional los días 11 y 12 de junio de 2025 en la ciudad de Monterrey, Nuevo León. Reconocida como la asociación de seguridad privada más longeva del país, AMPPPPAC mantiene desde su fundación en 1982 una firme misión: profesionalizar el sector de la seguridad patrimonial y fomentar la colaboración entre expertos para prevenir pérdidas y proteger los activos de las empresas mexicanas.

“AMPPPPAC nació en 1982 por iniciativa de un grupo de personas visionarias dedicadas a la protección, prevención de pérdidas y seguridad en general. En un principio, la idea era intercambiar experiencias entre colegas del sector. Para 1985, la asociación ya había sido legalmente constituida, y desde entonces, ha crecido de manera continua”, recordó.

Con más de tres décadas de existencia, AMPPPPAC se ha mantenido como un referente nacional. Sus esfuerzos se han enfocado en temas clave como la seguridad patrimonial, la logística, la gestión de crisis y la continuidad del negocio.



Armando Zúñiga Salinas Vicepresidente de COPARMEX y Presidente de ASUME y GRUPO IPS, Consejo del CCE Y CONCAMIN (tercero de izquierda a derecha)



Mario Arroyo-Juárez, Especialista en políticas de seguridad, prevención y reducción de delitos (al centro)

Respecto a su gestión, Armando explicó que la presidencia de la asociación cambia anualmente y es elegida por el consejo directivo:

“Cada año se elige un vicepresidente, quien se convierte en el presidente del año siguiente. Eso permite una continuidad en el liderazgo y nuevas visiones para cada ciclo. En mi caso, he tenido la fortuna de encabezar este 2025, con el firme objetivo de fortalecer nuestra presencia y actualizar nuestras estrategias”, comentó.

Uno de los logros más destacados de este año fue la organización del Congreso Nacional, que reunió a ponentes nacionales e internacionales de alto nivel:



Lic. Armando Xicoténcatl Jaramillo, Presidente de AMPPAC

“Este Congreso lo hemos realizado durante 31 años consecutivos. Solo lo interrumpimos durante la pandemia. La edición 2025 fue muy especial porque reunimos a expertos en logística, manejo de crisis, continuidad operativa, ciberseguridad y liderazgo empresarial. Fue una experiencia muy enriquecedora tanto para los socios como para las nuevas generaciones que se están integrando al sector”, expresó.

Armando destacó conferencias como la de Enrique Tapia, quien abordó el futuro de la seguridad empresarial, y la de Armando Zúñiga Salinas, que ofreció un emotivo recorrido sobre su trayectoria como empresario de la seguridad:

“Fue muy importante mostrar la historia de un empresario como Armando, para que las nuevas generaciones vean que este sector, aunque

exigente, también ofrece muchas oportunidades de éxito. Fue una de las conferencias que más resonó entre los asistentes”, afirmó.

De cara al futuro, Armando Xicoténcatl tiene planes concretos:

“Estamos impulsando una mayor presencia en redes sociales para compartir contenido educativo, casos reales, experiencias y recursos útiles. Queremos que AMPPAC sea un referente también en el entorno digital. Además, trabajamos en alianzas con otras asociaciones como ASIS Capítulo Norte y con instituciones como la Secretaría de Seguridad del Estado de Nuevo León, con quienes firmamos recientemente un convenio de colaboración”, compartió. 

Finalmente, subrayó la importancia de continuar generando comunidad y compartiendo conocimientos:

“Somos la asociación de seguridad más antigua del país, con una experiencia acumulada desde 1982. Nuestro compromiso sigue siendo el mismo: profesionalizar al sector, generar sinergias, y preparar a las nuevas generaciones para los retos que vienen en materia de seguridad y prevención de riesgos”



Enrique Tapia Padilla, Consultor en Seguridad, Conferencista, Empresario (al centro)



CAPÍTULO
MÉXICO 217

RENUEVA HOY TU MEMBRESÍA

*Mantén el acceso exclusivo a la
más grande red de seguridad*

ASIS
INTERNATIONAL
MEMBRESÍA
INTERNACIONAL

125
USD

ASIS
INTERNATIONAL
CAPÍTULO
MÉXICO 217
RENOVACIÓN
CAPÍTULO MÉXICO

\$3,750
MXN

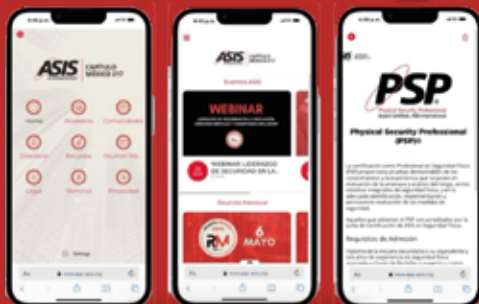
¡RENUEVA AHORA!

Tu membresía es válida por
12 meses a partir de la renovación

**¡TE
ESPERAMOS!**

ASIS **MÉXICO**
LATAM & CA
2025
Congreso de Seguridad Integral
25 - 26 agosto

**¡LLEVA EN
TU BOLSILLO!**



DESCÁRGALA AHORA



Android



iOS

**PROGRAMA
LATINOAMERICANO
DE PREPARACIÓN PARA
LA CERTIFICACIÓN
INTERNACIONAL COMO
CPP**

7 AGOSTO

CONTACTO: Laura Arévalo
socios@asis.org.mx | 55 1321 1289

La seguridad como inversión estratégica:

Gerardo de Lago, Presidente de ASIS Capítulo México



En esta entrevista, conversamos con el Lic. Gerardo de Lago, presidente de ASIS Capítulo México 217, sobre los desafíos actuales de la industria, el papel de la tecnología, la colaboración con autoridades y la importancia de construir una cultura empresarial enfocada en la gestión estratégica de riesgos.

A **SIS International** es la organización global más reconocida dedicada a la promoción y profesionalización de la seguridad en todos sus niveles. Fundada en 1955, ASIS reúne a profesionales de la seguridad de todo el mundo y ofrece certificaciones internacionales, educación continua y una plataforma de intercambio de mejores prácticas. En México, el Capítulo ASIS Ciudad de México 217 se ha consolidado como una de las voces más influyentes en el fortalecimiento del sector de la seguridad privada.

ME.- ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta el sector de la seguridad privada en México actualmente?

Gerardo de Lago.- Uno de los principales desafíos es la falta de homologación en la regulación a nivel nacional, lo que genera disparidades en estándares, requisitos y cumplimiento según cada estado. Esto encarece la presencia regional y nacional. A esto se suma la informalidad de muchos prestadores de servicios, la baja capacitación del personal operativo y la competencia desleal de empresas que operan sin cumplir con la normatividad.

Además, la seguridad privada se sigue considerando como un "gasto necesario" y no como una ventaja competitiva o valor agregado. Esto provoca que se busque el menor gasto posible, lo cual repercute en bajos salarios y una alta rotación de personal, lo que genera una reputación negativa para el gremio.

ME.- ¿Cómo ha evolucionado el rol de la seguridad privada en la protección de empresas ante la creciente incertidumbre económica y política?

Gerardo de Lago.- La seguridad ha pasado de ser un elemento periférico a una función estratégica en muchas organizaciones. Hoy, el director de seguridad participa activamente en la gestión de riesgos, la continuidad del negocio y la toma de decisiones.

En este contexto, la seguridad privada funge como brazo ejecutor de esta gestión estratégica, aportando valor y no sólo representando un costo operativo.

ME.- ¿Qué medidas deberían tomar las empresas para fortalecer su seguridad ante el aumento del crimen organizado y la violencia?

Gerardo de Lago.- Lo primero es realizar un análisis integral de riesgos que permita identificar vulnerabilidades. Toda estrategia de seguridad debe basarse en este análisis, para asegurar que cada peso invertido tenga un impacto real.

Luego, se debe diseñar una estrategia con tres pilares: 1) inteligencia, 2) prevención y 3) resiliencia. Esto incluye protocolos claros, capacitación constante e integración tecnológica inteligente.

Finalmente, la seguridad es responsabilidad de todos. Delegarla no implica olvidarse de ella; hay que fomentar una cultura de seguridad en todos los niveles.

ME.- ¿Cómo ve el futuro de la tecnología aplicada a la seguridad en México? ¿Qué innovaciones están marcando la pauta?

Gerardo de Lago.- El futuro es prometedor y está marcado por la inteligencia artificial: análisis predictivo, reconocimiento facial en tiempo real, videovigilancia inteligente y ciberseguridad avanzada.

La clave está en la interoperabilidad y en una interfaz operativa sencilla. El reto no es la tecnología en sí, sino su correcta configuración e integración para asegurar el retorno de inversión esperado.

ME.- ¿De qué manera la colaboración entre el sector privado y las autoridades puede mejorar la seguridad empresarial?

Gerardo de Lago.- La colaboración permite compartir inteligencia, coordinar respuestas y fortalecer la presencia institucional. Debe haber canales de comunicación ágiles y participación activa en mesas de seguridad.

El sector privado aporta tecnología y conocimiento del entorno; el público, autoridad y fuerza institucional. Ambos sectores estamos del mismo lado: buscamos entornos seguros para nuestras comunidades, y debemos organizarnos mejor que el crimen organizado, que ya lo hizo.

ME.- ¿Qué papel juega ASIS Capítulo México en la profesionalización y certificación de los profesionales de seguridad en el país?

Gerardo de Lago.- ASIS Capítulo México ha sido un pilar en la formación de profesionales. Destacan nuestras certificaciones internacionales: CPP, PSP y PCI, reconocidas como estándares globales.

Fomentamos el intercambio de buenas prácticas, educación continua y networking entre especialistas a través de comunidades de práctica en seguridad logística, manejo de crisis, ciberseguridad, seguridad escolar, entre otras.

Con más de tres décadas de trayectoria, hemos elevado significativamente el perfil del profesional de seguridad en México.

ME.- ¿Cómo pueden las empresas justificar la inversión en seguridad en tiempos de recortes presupuestarios y crisis económica?

Gerardo de Lago.- La seguridad debe entenderse como inversión en continuidad operativa, reputación y confianza. Un incidente puede costar mucho más que una buena estrategia preventiva.

El profesional de seguridad moderno debe saber priorizar y demostrar el valor de cada peso invertido. Las empresas proactivas están mejor preparadas para enfrentar crisis que aquellas que esperan que "nada pase".

ME.- ¿Qué mensaje le daría a los empresarios que aún subestiman la importancia de contar con estrategias de seguridad bien estructuradas?

Gerardo de Lago.- En el entorno actual, la seguridad ya no es opcional: es una condición para operar. Subestimarla es exponerse a pérdidas evitables.

Una estrategia sólida protege activos y brinda certeza a clientes, socios y colaboradores. Invertir en seguridad es invertir en la viabilidad futura de la empresa. 



Lo que debes saber antes de comprar un vehículo blindado

Ingeniería que protege

Comprar un vehículo blindado no es una transacción más: es una decisión que involucra mucho más que potencia, diseño o confort. Aquí, lo que está en juego es la integridad, la confianza y, en muchas ocasiones, la vida misma. Con más de 33 años protegiendo a personas, empresas y gobiernos, en **TPS Armoring** entendemos que la verdadera seguridad no comienza al cerrar una puerta... sino mucho antes, en la forma en que eliges blindarte.



En **TPS Armoring**, cada unidad blindada que sale de nuestra planta es el resultado de un proceso de fabricación con altos estándares de calidad, precisión e ingeniería certificada.

Hoy, más que nunca, existen en el mercado diversas opciones de blindaje, pero no todas ofrecen el mismo nivel de profesionalismo, compromiso ni resultado. Por eso, antes de firmar cualquier contrato o dejar un anticipo, es fundamental observar más allá del vehículo. ¿Cómo reconocer un blindaje real? La respuesta está en los detalles.

Lo primero es confirmar que la empresa tenga instalaciones físicas verificables. Es vital que cuente con planta operativa, dirección formal y una presencia digital transparente. Solicitar un recorrido presencial o virtual, así como una prueba de manejo en unidades nuevas y otras con al menos cinco años de uso, puede revelar mucho sobre la calidad del producto y la honestidad del servicio. Si lo que se busca es protección de verdad, hay que ver más allá del showroom.

La trayectoria también importa. Saber cuántos años lleva en operación una blindadora, qué tipo de certificaciones maneja, y si tiene experiencia exportando unidades a mercados exigentes, es clave para medir su seriedad y alcance. Empresas que producen constantemente, mes a mes, con entregas inmediatas y procesos estandarizados, demuestran que no improvisan. Otro punto esencial es la garantía.



TPS Armoring: la única blindadora en Latinoamérica con certificación VPAM BRV en vehículo completo, garantía de protección real y comprobada bajo los más altos estándares internacionales.



La cotización debe incluir una póliza mecánica que cubra de defensa a defensa al menos por dos años o 40,000 kilómetros. Pero aún más importante es que esa garantía contemple los materiales balísticos: el blindaje opaco en la carrocería debe estar garantizado por 10 años, y los cristales blindados, por un mínimo de cuatro. Si no está claramente estipulado por escrito, simplemente no existe.

En cuanto a certificaciones, no basta con mostrar pruebas en probetas. Se debe exigir una certificación VPAM BRV sobre el vehículo completo, es decir, validación real sobre una unidad ya blindada, donde se evalúe todo el sistema en conjunto: ensamblaje, materiales, adhesivos y estructura. Esto distingue un blindaje profesional de uno improvisado.

La calidad también debe respaldarse con estándares internacionales. El certificado ISO 9001:2015, por ejemplo, debe estar vigente y enfocado en los procesos reales de blindaje, no solo en administración. Y en el caso de México, es obligatorio que la empresa esté registrada ante la Comisión Nacional de Seguridad (CNS). Sin este registro, cualquier garantía de cumplimiento legal queda en duda. 

Y al concluir la compra, es fundamental exigir una carta de autenticidad emitida por la CNS, que certifique que el vehículo ha sido blindado por una empresa formalmente reconocida, y no por intermediarios sin control ni estándares. Esa carta es tu respaldo legal y técnico. adquirir un vehículo blindado no es comprar un auto, es invertir en confianza, en prevención y en tu propia tranquilidad. Cuando se trata de proteger lo que más valoras, no hay espacio para lo improvisado. En **TPS Armoring**, lo sabemos, y por eso no fabricamos vehículos... construimos seguridad desde el origen.



SOEM Summit 2025: México reúne a los líderes de la seguridad y organización en eventos masivos

Con más de 150 especialistas y representantes de empresas, recintos y gobierno, la primera edición del SOEM Summit posiciona a México como epicentro regional en profesionalización de la industria del entretenimiento en vivo.

La seguridad en eventos masivos dejó de ser un asunto operativo para convertirse en una estrategia integral que se diseña desde el primer plano. Así lo demostró el SOEM Summit (Seguridad y Organización en Eventos Masivos), congreso pionero en su tipo, que en su primera edición reunió a más de 150 especialistas, directivos y funcionarios públicos en torno a los principales retos de la industria del entretenimiento en vivo.



El evento, celebrado en la capital mexicana, se convirtió en un espacio clave para analizar buenas prácticas, casos de éxito, tecnologías emergentes y marcos de cooperación institucional orientados a garantizar la seguridad, experiencia del usuario y continuidad operativa de espectáculos de gran escala.

Entre los ponentes destacados estuvieron Pedro Tomás Boticario (La Liga), Giovanne Domínguez (OCESA), Rodrigo Martínez-Celis Wogau (FIFA WC2026), Ana María Arroyo (Ticketmaster México), Arturo Olivé (NFL México) y Geoffrey Fernández (Mextenis), quienes compartieron su experiencia desde el frente de las operaciones más complejas del sector.

Tecnología, prevención y cultura de seguridad

Uno de los grandes consensos del congreso fue que la seguridad ya no es solo una reacción ante incidentes, sino una planificación anticipada que involucra diseño, tecnología y análisis de datos. Giovanne Domínguez, de OCESA, expuso cómo herramientas predictivas y plataformas de monitoreo han revolucionado la capacidad de anticipar y responder ante fenómenos como tormentas, aglomeraciones o situaciones críticas.

Desde el ámbito operativo, Liliana Flores Rocha, de Arena CDMX, detalló la aplicación del modelo POEE (Planeación, Organización, Ejecución y Evaluación), como marco clave para reducir riesgos desde la concepción de cada evento hasta su cierre.

En el rubro de la experiencia del fan, Ana María Arroyo, directora general de Ticketmaster México, destacó la relevancia de la nube y el análisis de datos en tiempo real para optimizar procesos, reducir tiempos de espera y elevar la seguridad sin sacrificar comodidad.

La profesionalización como pilar de la industria

Más allá de la tecnología, varios expertos coincidieron en la urgencia de contar con protocolos definidos, ética

profesional y capacitación constante. David Anguiano, exdirector de seguridad de Televisa Univisión, subrayó que ningún plan es sólido sin manuales claros y entrenamiento continuo.

Por su parte, Fernando Famanía (ifahto) y Víctor Cabrera (ASIS México Norte) recalcaron que la seguridad no debe depender del presupuesto, sino de la planificación y la voluntad de hacer las cosas bien.

OCESA compartió un ejemplo concreto de infraestructura avanzada: más de 1,300 cámaras activas, monitoreo 24/7 y protocolos activables en segundos, lo que les permite gestionar múltiples eventos simultáneamente con altos estándares internacionales.

Una industria de alto impacto

El SOEM Summit reveló también las dimensiones económicas del sector: más de 300 mil eventos al año en México, que aportan hasta el 15% del PIB nacional de manera directa e indirecta. A nivel global, según datos de Statista, se estima que el mercado de eventos en vivo superará los 37 mil millones de dólares para 2028.

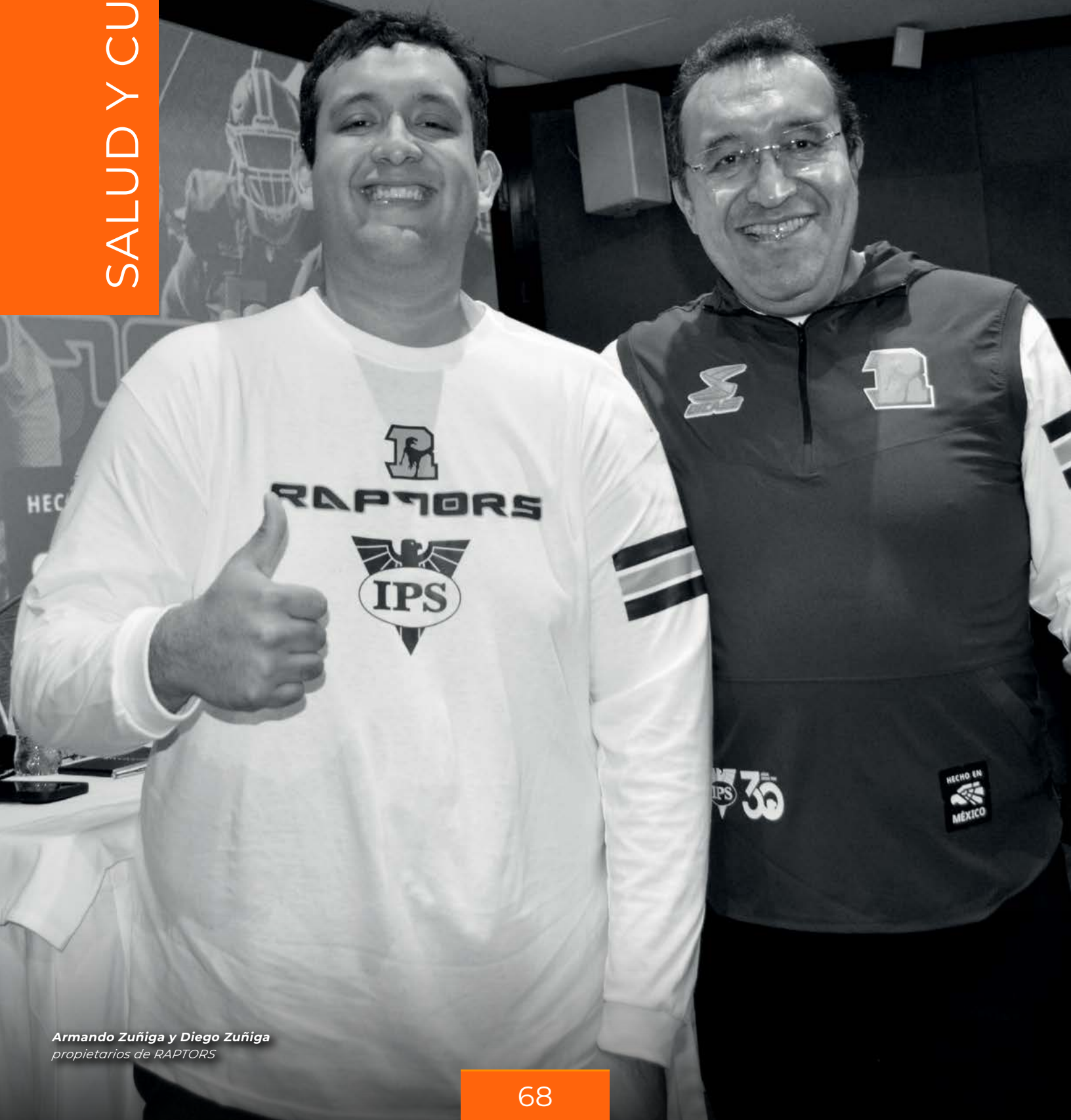
Hacia una comunidad de alto nivel

Los cofundadores del evento, Vanessa López y Víctor Vergara, aseguraron que el SOEM Summit es solo el inicio de una comunidad en crecimiento, comprometida con profesionalizar, conectar y elevar los estándares de la industria. “No queremos que este sea solo un congreso de dos días, sino el germen de una transformación colectiva para que cada evento en México y la región sea seguro, exitoso y memorable”, enfatizaron.

Con esta primera edición, el SOEM Summit se perfila como el referente regional en la estandarización de protocolos de seguridad y operación, construyendo puentes entre iniciativa privada, recintos, empresas tecnológicas y autoridades para consolidar una cultura preventiva y de excelencia organizativa. 



Vanessa López y Víctor Vergara, cofundadores del SOEM Summit (a los extremos)



Armando Zuñiga y Diego Zuñiga
propietarios de RAPTORS



RAPTORS:

Orgullo hecho en México, impacto más allá del emparrillado

Hecho en México, con visión global

Este año, RAPTORS logró un hito institucional que lo posiciona como referente en el deporte nacional: la Secretaría de Economía otorgó al equipo el derecho de usar el distintivo “Hecho en México” en su uniforme, convirtiéndolo en el primer equipo deportivo del país en portar esta insignia. Este reconocimiento no es solo simbólico; representa una apuesta real por la manufactura nacional, el impulso al talento mexicano y una identidad de marca que enaltece el orgullo de representar a México dentro y fuera del campo.

Del campo al corazón de México: transmisiones nacionales

Este 2025, RAPTORS también dio un paso crucial en su proyección nacional al lograr que sus partidos



En un momento clave para el desarrollo del fútbol americano profesional en México, RAPTORS se consolida no solo como un equipo competitivo, sino como un modelo de proyecto deportivo con visión formativa, identidad nacional y profundo compromiso social.

fueran transmitidos en vivo por el canal 3.4 de Grupo Imagen, con cobertura a nivel nacional. Esto representa una plataforma clave no solo para el equipo, sino para todo el ecosistema del fútbol americano en México. Las transmisiones abren nuevas oportunidades para atraer patrocinadores, generar comunidad y consolidar el producto deportivo como un activo mediático de valor.



La filosofía Zúñiga: deporte como agente de transformación

Todo este proyecto cobra sentido bajo la filosofía de la familia Zúñiga, propietarios del equipo, quienes creen firmemente que el fútbol americano tiene el potencial de transformar el tejido social. Su visión no se limita al espectáculo: buscan incidir en la vida de niños, jóvenes y familias a través de valores como la disciplina, el trabajo en equipo y la constancia.

RAPTORS es más que un equipo

*Es identidad. Es esfuerzo colectivo.
Es visión de largo plazo.*

Y es también una muestra de que en México sí se puede hacer deporte profesional con ética, estrategia y resultados.

Porque cuando el deporte se hace con propósito, el impacto va mucho más allá del marcador.

Esta filosofía guarda paralelismos con los valores de IPS, Empresa de seguridad privada que los patrocina, la única en el sector reconocida como Great Place to Work.

Invitación a los líderes empresariales de México

El deporte profesional necesita del impulso de quienes creen en el país, en su talento y en su capacidad de trascender. Hoy, RAPTORS representa una plataforma real para que marcas con propósito se vinculen con un proyecto que promueve valores, identidad nacional y alto rendimiento.

Apoyar a **RAPTORS** no es solo patrocinar un equipo:

Es apostar por una narrativa positiva del México que trabaja, que compete, que inspira.

Es posicionar su marca frente a miles de personas cada semana, en transmisiones nacionales, redes sociales y eventos presenciales.

Es conectar con audiencias que valoran el esfuerzo, la familia, la constancia y el orgullo de ser mexicano.

En una era donde los consumidores exigen coherencia y responsabilidad social, asociarse con RAPTORS es alinear su marca con una causa que genera impacto: formar ciudadanos a través del deporte. 🇲🇽

Súmese como patrocinador y sea parte del cambio.

Construyamos juntos el futuro del deporte profesional en México.

Para más información sobre patrocinios y activaciones: Direccion@raptorslfa.mx, www.raptorslfa.mx



Mario A. Hernández Zepeda: el ciclista que pedalea por la vida y la salud renal

En entrevista con Mundo Empresarial, Mario Alberto Hernández Zepeda nos compartió su historia personal y su labor que realiza con la Fundación Rostros de la Insuficiencia Renal A.C, una organización que lleva jornadas de salud a comunidades marginadas, muchas veces olvidadas por el sistema.

Desde Querétaro, Mario Alberto Hernández Zepeda ha convertido su experiencia con insuficiencia renal en una cruzada nacional por la salud. Tras recibir un trasplante de riñón hace más de 14 años, dejó su trabajo en mantenimiento automotriz para volcarse al ciclismo y activismo, llevando jornadas médicas a comunidades marginadas a través de la Fundación Rostros de la Insuficiencia Renal A.C.

Lo que empezó como una forma de sobrellevar la hemodiálisis se transformó en un recorrido en bicicleta por todo el país y hasta el extranjero, con el fin de concientizar sobre la prevención, detección temprana y donación de órganos. Equipado con dispositivos médicos, realiza pruebas gratuitas para detectar enfermedades silenciosas, promoviendo además hábitos alimenticios más saludables.

Mario busca evitar que otros lleguen a etapas críticas como la hemodiálisis, y ofrece charlas, asesoría y campañas de salud en empresas y comunidades. Su mensaje es claro: cuidar la salud antes de enfermar, porque “la salud no se nota hasta que se pierde”.

¿Cómo contactarlo?

Mario pone a disposición de empresas, comunidades y gobiernos locales su experiencia y su equipo. “Podemos llevar estas campañas de salud a cualquier parte del país”, asegura. 📞

Contacto:

Correo: rostrosirc@gmail.com
Instagram: [@rostrosirc](https://www.instagram.com/rostrosirc)





(Izquierda a derecha con placa en mano: en representación de Eustaquio Andrés, Karla Simón, Jorge Zárate, Francisco Suárez)

Líderes que Inspiran un cambio real

Por Dr. Francisco Suárez Hernández

*Director de Asuntos Públicos y Relaciones
Estratégicas FEMSA. Ex Presidente del Consejo del
World Environment Center.
francisco.suarezh@gmail.com*



**Francisco
Suárez Hernández
entre los galardonados
con el Reconocimiento
Iberoamericano al
Liderazgo Consciente y
Responsable Juan
José Almagro.**

En el marco de la **Misión Empresability Salamanca 2025**, una experiencia transformadora organizada por el Movimiento Iberoamericano de Responsabilidad Social en colaboración con la Universidad Pontificia de Salamanca, se celebró la ceremonia de entrega del Reconocimiento Iberoamericano al Liderazgo Consciente y Responsable Juan José Almagro, una distinción que celebra a los líderes que colocan a las personas, la ética y la sostenibilidad en el centro de sus decisiones empresariales.

Este año, los **galardonados** fueron:

- **Francisco Suárez Hernández (México)**
- **Karla Simón (Honduras)**
- **Eustaquio Andrés (España)**
- **Jorge Zárate (México)**

Líderes iberoamericanos que, desde sus trincheras, están transformando el paradigma empresarial tradicional hacia uno más humano y sostenible. El reconocimiento lleva el nombre de Juan José Almagro, referente en responsabilidad social, y busca rendir homenaje a quienes no solo dirigen empresas, sino que elevan la conciencia colectiva de cómo se debe ejercer el liderazgo en el siglo XXI.

Entre los homenajeados, Francisco Suárez Hernández fue reconocido por su estilo de liderazgo único: estratégico, valiente y comprometido con el bien común. Su capacidad para traducir ideas en acciones responsables ha generado puentes sólidos entre empresa y sociedad. Empresability lo definió como un “pensador en movimiento”, un líder que observa, transforma y deja huella. Su mirada va más allá del corto plazo; su influencia es inspiración para nuevas generaciones de empresarios conscientes.

En sus palabras de agradecimiento, **Francisco Suárez** expresó:

“Este galardón no solo honra mi labor, sino también celebra a todos aquellos líderes que comparten el compromiso de poner a las personas en el centro de nuestras decisiones. Se trata de asumir una responsabilidad activa hacia el bienestar de nuestras comunidades y el entorno que nos rodea”.

Durante el evento, los asistentes fueron testigos de una ceremonia cargada de significado, en la que también se entregó el VÍTOR, un emblema tradicional de la Universidad Pontificia de Salamanca, reservado a quienes dejan huella por su excelencia, sabiduría y contribución a la sociedad. Este símbolo, que forma parte del Reconocimiento Juan José Almagro, perpetúa la memoria de quienes lideran con conciencia y compromiso.

¿Qué es **Empresability**?

Empresability es un movimiento iberoamericano que agrupa a más de 10,000 profesionales de España y América Latina que creen en un modelo empresarial más humano, ético y sostenible. Su misión: conectar, colaborar y transformar el tejido empresarial para

afrontar los retos sociales y ambientales del presente con soluciones concretas y responsables.

La Misión Empresability Salamanca 2025 reunió durante cuatro días a líderes empresariales, académicos y expertos de Iberoamérica para compartir ideas, co-crear soluciones y consolidar una comunidad comprometida con el liderazgo transformador.

Un mensaje que trasciende

Este reconocimiento no solo celebra trayectorias, también invita a una reflexión profunda: en tiempos de complejidad, incertidumbre y retos globales, el liderazgo consciente ya no es una opción, es una necesidad.

Como lo expresó **Empresability**:

“Hay líderes que dirigen... y hay líderes que también elevan la conciencia colectiva. Esos son los que transforman el futuro”. 

¡Enhorabuena a todos los galardonados por demostrar que sí es posible liderar con propósito!



(Izquierda a derecha con placa en mano: en representación de Eustaquio Andrés, Karla Simón, Jorge Zárate, Francisco Suárez)



Al que madruga, la Inteligencia Artificial lo ayuda

de Por Ricardo Bolaños
Editorial Gestiana, 2025
120 páginas

¿Quién dijo que la inteligencia artificial era solo para ingenieros y programadores? En *Al que madruga, la Inteligencia Artificial lo ayuda*, Ricardo Bolaños nos demuestra que la sabiduría popular tiene mucho que decir sobre el futuro. Este libro, tan ingenioso como revelador, utiliza refranes tradicionales —de esos que escuchamos desde niños— para explicar de manera sencilla y cercana los conceptos clave de la IA.

Con refranes como “El que es perico, donde quiera es verde” o “A buen entendedor, pocas palabras”, el autor construye puentes entre generaciones, entre la tradición oral y la revolución tecnológica. Lo que podría parecer complejo se vuelve entendible; lo que parecía lejano, se vuelve cotidiano.

Dirigido especialmente a personas mayores de 40 años, el libro no solo enseña qué es la IA y cómo funciona, sino que lo hace con calidez, humor y profundidad humana. Cada capítulo es una conversación entre el ayer y el mañana, entre la voz de nuestros abuelos y los algoritmos del presente.

Pero más allá de lo pedagógico, hay una intención poderosa: empoderar a quienes sienten que se están quedando atrás, mostrarles que nunca es tarde para aprender, y que entender la IA no es un lujo, sino una necesidad. Y lo mejor: se puede hacer desde la cultura y con identidad.

Una lectura refrescante, útil y profundamente original. Ideal para quienes buscan comprender la IA sin perderse en tecnicismos, y perfecta para quienes quieren aprender con sentido común, sin perder la esencia de lo humano. 

Este libro no solo informa. Inspira.

***Y eso, en tiempos de tanta confusión,
es oro molido.***

Una lectura
refrescante, útil y
profundamente original.
Ideal para quienes buscan
comprender la IA sin
perderse en tecnicismos,
y perfecta para quienes
quieren aprender con
sentido común, sin
perder la esencia de
lo humano.

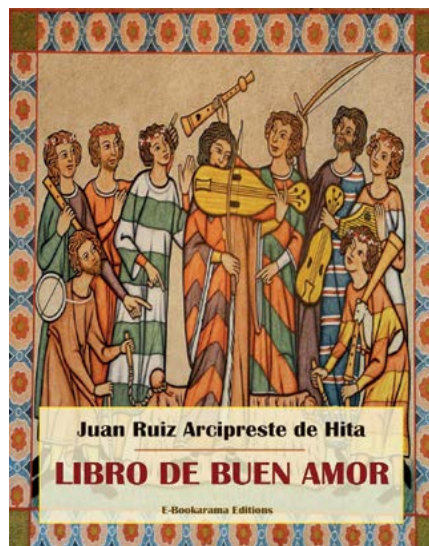


Por Mariano Botey
Hernández,
mboteyh@gmail.com



Libro de buen amor,

de Juan Ruiz Arcipreste
de Hita, 2016



Visitar librerías de viejo es encontrar ese amor por la palabra oral y escrita incitando un diálogo infinito, es una revelación a otros encuentros y maneras de ver el amor impulsado por el sufrimiento o el enamoramiento fugaz, es el hallazgo de libros que fueron de otras manos y piel geográfica; es la cita sin teléfonos ni redes sociales, para darse esa oportunidad de sostener un diálogo; trasladarse a otros espacios que ya no podemos establecer contactos sino a través de la lectura preñada de atención. Hay libros que te quita la ignorancia como la vida misma te recuerda que no tienes que ignorar la moral que puedes cultivar. *"Non ha mala palabra sin su buen adán; / non ha mal libro que non tenga algo de bien. / Por ende este mi libro, si bien leides, / fallaredes en él cosas que vos aprovechen."* Arcipreste parece justificar la aparente "inmoralidad" de su obra, sugiriendo que incluso de lo que parece malo se puede extraer una enseñanza. Es un ejemplo de su habilidad para que no tenga expectativas el lector y con los preceptos morales. Abundan ediciones encontrándose en los anaqueles de viejo, escaseándose en las librerías de nuevo -así los encuentros amorosos, unos los edita un corazón con ese polvo enamorado o perdiéndose al olvido- así uno se va adentrando a esos laberínticos espacios de páginas con un salto de fe como este deslumbrante *"Libro de buen amor"* de Juan Ruiz Arcipreste de Hita; donde cada una de sus frases aflora una microscópica observación de la naturaleza humana. Revela Arcipreste de Hita su maestría en este libro, reflejado en el uso del lenguaje, su gran capacidad para entrelazar lo didáctico con lo lúdico, y una habilidad para entretener un complejo de reflexiones en especial sobre el amor y la sociedad de su tiempo. Cada una de sus frases siguen resonando con frescura en nuestra época. La voz principal de la obra es la del

propio Arcipreste sin alardear ni sentirse superior al humano, éste se presenta como un personaje pícaro y a la vez contradictorio; un clérigo que, a pesar de sus intentos de predicar el *"buen amor"* (el amor a Dios), se ve constantemente arrastrado por los encantos del *"loco amor"* (el amor mundano y carnal). La obra es, en esencia, una profunda reflexión sobre la condición humana y sus contradicciones. El Arcipreste, con su agudo sentido de la observación, desnuda las hipocresías de la sociedad de su tiempo, criticando tanto la corrupción clerical como la vanidad de la nobleza. Sin embargo, esta crítica nunca es amarga, sino que está teñida de un humor irreverente y una sorprendente vitalidad. *"El Libro de Buen Amor"* es una obra maestra de la literatura medieval que, a través de su humor, su ironía y su profunda humanidad, nos sigue interpelando hoy en día. Es un reflejo de su tiempo y, al mismo tiempo, un testimonio atemporal de las complejidades del amor. La frase *"Do non es amor, non ay alegría; / do es alegría, allí es buen día"* es una de las reflexiones más concisas sobre el bienestar humano. Si no hay amor, no hay alegría; Si hay alegría, hay un buen día. Sitúa al amor como la raíz. En la visión del Arcipreste, la alegría no es un estado que surja de la acumulación de bienes materiales; debe nacer de una fuente más trascendente: El amor, en sus múltiples manifestaciones, es el cimiento sobre el cual se construye la alegría, y esta última es el verdadero indicador de una vida que vale la pena vivir. 

¡ES MOMENTO DE REVELAR A ALGUNOS DE LOS
CONFERENCISTAS QUE SERÁN PARTE DEL MEJOR
EVENTO DE SEGURIDAD INTEGRAL EN LA REGIÓN!



**Inmaculada
Crespo González**

Analista de Inteligencia
FCC



**Cristian
Molina, CSMP**

Analista de Inteligencia
senior, FCC



**Efrén Vera
Torres, CPP**

Especialista en
Seguridad Bancaria y
Corporativa



**Julián Puentes,
CPP, PSP**

CEO
Organización GDC



**René Gonzalo
Navajas**

Security Specialist
Consultant
World Bank Group



**Daniel
Linsker**

Socio Director
Control Risks, México,
Centroamérica y el
Caribe



**Jaime
Gómez**

Socio Fundador
Ética Integral



**Asmeth Ramiro
Castillo Quintero**

Director de Seguridad &
HSE
Sanofi



**Grecia
de la O Abarca**

Gerente de Seguridad
Internacional
Banco Interamericano
de Desarrollo (BID)



**Mario
Arroyo Juárez**

Director
Instituto
Iberoamericano de
Liderazgo en Seguridad
Privada



**Rubén Fajardo,
CPP, PSP, PCI**

Director de Consultoría
SIPROSI Corporativo



**Lee
Oughton**

Vicepresidente LATAM
Concentric



**Tino
Urbina**

Country Manager
Commend México



**Tácito
Leite**

CEO
t-Risk



**José Paulino
González**

Especialista en
Seguridad, Autor, Coach
ejecutivo



**Rodrigo
Martínez-Celis**

Director Ejecutivo
Safety & Security
FIFAWC Mexico 2026

**INSCRÍBETE AHORA
CON EL CÓDIGO**

MUNDOEMPRESARIAL

**Y OBTÉN
10% OFF**

www.asisonline.lat

DESDE EL ESTUDIO de ENRIQUE BUSTAMANTE

enriquebm1@gmail.com



Los Discos que no pueden faltar en tu colección

A partir de este número de la **Revista MUNDO EMPRESARIAL**, cada reseña incluirá un código QR que te permite escuchar al instante, desde donde estés, para que el viaje no sea solo de palabras, sino de ritmos, melodías y quizá, algunos recuerdos.

Pocas cosas conectan tanto a una persona con sus raíces, con la calle, con su historia o con sus emociones más profundas como la música. Esta selección de discos de cumbia, salsa y jazz latino no solo es una guía de escucha: es una invitación a vivir.

Escanea y escucha



1. La Voz – Héctor Lavoe (1975)

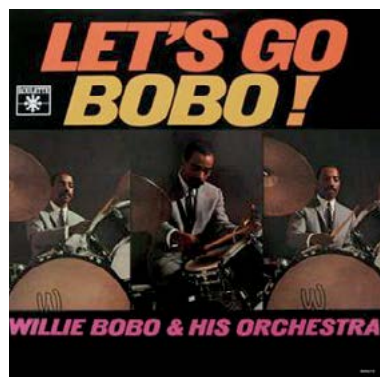
Género: Salsa

Héctor Lavoe no cantaba: narraba, confesaba, lloraba. La Voz no fue solo su primer disco como solista, sino el primer grito de libertad de una estrella que, a pesar de su fragilidad personal, brilló con un talento vocal fuera de lo común. Con la producción de Willie Colón, el álbum es una sinfonía callejera que convirtió la melancolía en arte. Escuchar Mi gente en vivo es como estar en el corazón palpitante de El Bronx en los 70.

Duración: 34 min

“Yo soy de un pueblo humilde y sincero...”

Escanea y escucha



2. Let's Go BOBO – Willie Bobo (1965)

Género: Latin Jazz / Boogaloo

En este disco, el barrio latino de Nueva York se encuentra con el cool jazz del Village. Willie Bobo, con ascendencia puertorriqueña, fusionó funk, jazz y ritmos caribeños como si toda la ciudad bailara al mismo tiempo. Spanish Grease es un tema icónico, sí, pero todo el disco es una invitación a moverse sin prejuicios. Bobo no solo tocaba las congas: las hacía hablar.

Duración: 29 min

"Feel the grease!"

3. Celia & Johnny – Celia Cruz y Johnny Pacheco (1974)

Género: Salsa

¿Puede una canción cambiarlo todo? Quimbara, primer corte de este álbum, lo hizo. Fue un estallido de energía, carisma y ritmo que consolidó a Celia Cruz como la guarachera del mundo. Johnny Pacheco, su director musical y cómplice sonoro, entendió que su voz no necesitaba ornamentos, solo espacio para brillar. El álbum es una fiesta que nunca termina, aún cinco décadas después.

Duración: 33 min

"¡Azúcar!"

Escanea y escucha



Escanea y escucha



4. Buena Vista Social Club – Ry Cooder & Compay Segundo et al. (1997)

Género: Son Cubano

Un proyecto que comenzó como una grabación modesta y terminó siendo una revelación cultural para el mundo. Ry Cooder reunió a músicos veteranos de Cuba y los dejó hacer lo que sabían: tocar con el alma. La nostalgia de Dos gardenias, la cadencia de Chan Chan, la elegancia de Ibrahim Ferrer... todo aquí es oro sonoro. Escucharlo es visitar La Habana de otra época, sin moverse de casa.

Duración: 60 min

"Las flores de tu jardín viven en mi corazón"

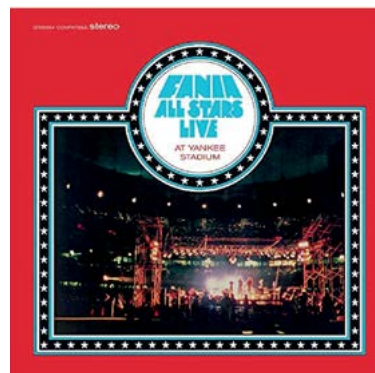
5. Fania All - Stars Live at Yankee Stadium (1973)

Género: Salsa

Un estadio de béisbol transformado en templo salsero. Más de 40 mil almas, entre ellas muchos afrocaribeños y latinos de Nueva York, se reunieron para ver a sus héroes. Rubén Blades, Ray Barretto, Lavoe, Colón, Ismael Miranda. La salsa, aquí, es rebelión, fiesta, comunidad. Escuchar Mi Gente en esta versión es estar ahí, sintiendo el rugido del Bronx.

Duración: 1h 20 min

"Salsa es mi idioma, mi bandera y mi razón de ser"



Escanea y escucha





■ 6. Presentando a Rubén González – *Rubén González (1997)*

Género: Son cubano / Jazz afrocubano

Este disco no solo presenta a Rubén González: lo revela, lo rescata y lo celebra. Grabado cuando el pianista cubano tenía más de 70 años y tras décadas de relativo anonimato, este álbum es un testimonio de cómo el arte verdadero nunca envejece. Su estilo es tan elegante como travieso, moviéndose entre el danzón, el son y el jazz como si las teclas del piano fueran parte de su respiración. El disco fue grabado en solo dos días, casi en una toma continua, porque Rubén decía que no necesitaba ensayar. Y no, no lo necesitaba. Desde el primer tema, La engañadora, hasta el cierre íntimo de Como Siento Yo, su toque es puro sentimiento. Escucharlo es entrar a un salón antiguo donde las parejas bailan lento, pero el alma va rápido.

Duración: 45 min

"Lo que Rubén toca no es solo música: es memoria con swing." 



Escanea y escucha



Naveguemos juntos hacia un Nuevo Rumbo:

LA SOSTENIBILIDAD.

¿Qué haces y cómo lo comunicas?



Contáctanos




DRAGORINI
NETWORK ON FIRE

VUELA HACIA EL LUJO INFINITO

HORAS DE VUELO | VUELOS PRIVADOS | COMPRA Y VENTA DE AVIONES



 +52 55 4264 3547

 @mm_aviacionprivada

 www.mmaviacionprivada.com

 @aviacionprivada



LÍDERES EN PUBLICIDAD
EN MEDIOS DE TRANSPORTE



Metro
más de **50mil**
espacios

Aeropuerto
más de **700**
espacios



ISA TV más de
550 pantallas
44 paneles
digitales

IPKON
194 túneles



Tren **MAYA**



WWW.ISA.COM.MX



TEL: +52 (55) 1719 0000



ISA Corporativo