MUNDO EMPRESARIAL

CÚPULAS EMPRESARIALES | DIPLOMACIA INTERNACIONAL | MOVILIDAD | SEGURIDAD | LIBROS Y MÚSICA | EMPRESAS CON CAUSA

LÍDER FARMACÉUTICO



Juan Luis Morell, Presidente de Pfizer: Cumplimos 75 años siendo un aliado de la ciencia y la salud en México

MOVILIDAD



Eduardo Aranda, Director General de XPENG en México: Inteligencia que transforma la movilidad

ELECTROMOVILIDAD



José Antonio Sánchez, CEO de E-MotoBike: Transformar el transporte en México

José de Jesús Rodríguez, Presidente de AICO: Negocios sin fronteras para las empresas Iberoamericanas



AÑO 18 - No. 113
NOVIEMBRE - DICIEMBRE 2026



ESR · Great Place To Work. · crese · SÚPER EMPRESAS PARA MUJERES EXPANSIÓN 2026 TOP · COPARMEX®



ASUME
Agrupaciones de Seguridad Unidas por México

CCE CONSEJO COORDINADOR EMPRESARIAL

grupoipsmexico.com



Planear no es predecir el futuro.

Es prepararse para decidir mejor y a tiempo.

2027 traerá cambios en la economía, la tecnología, la regulación y los mercados. Ninguna empresa puede controlarlos, pero sí puede anticiparse y definir cómo responder. Una planeación estratégica útil parte de cuatro prácticas:

01 **Leer el entorno**
Para identificar riesgos y oportunidades.

02 **Construir escenarios**
Que preparen a la empresa para distintos futuros posibles.

03 **Elegir pocas prioridades**
Bien definidas, que concentren esfuerzos y recursos.

04 **Revisar y ajustar el rumbo**
Con indicadores y decisiones a tiempo, con disciplina.

Una estrategia rígida envejece rápido.

Una estrategia que se revisa y se ajusta se convierte en una ventaja competitiva.



ACTUALIZAR LA ESTRATEGIA

¿Lo que ya hacemos sigue generando valor?

Actualizar la estrategia no es solo fijar nuevos objetivos: da una nueva referencia para revisar lo que ya está en marcha. Casi siempre revela proyectos que ya no aportan, procesos que se duplican entre áreas y recursos que podrían concentrarse mejor.

Priorizar

Lo que tiene impacto visible en los resultados estratégicos.

Integrar

Complementariedades, dependencias y sinergias entre áreas.

Depurar

Duplicidades, iniciativas sin impacto y brechas.

No es recortar por recortar: es enfocar la organización en lo que realmente impulsa los resultados.

En Tantum Consulting acompañamos a empresas y organizaciones a definir su rumbo, alinear su operación y gestionar su estrategia, de acuerdo con su realidad y sus aspiraciones.

Planeación estratégica	**Ejecución y alineación operativa**	**Gestión estratégica y gobierno corporativo**	**Tecnología para gestionar el desempeño**

+26 años
de trayectoria en México

+300
proyectos en sectores privado, social y público

Certificación PRIME
Despacho autorizado en gobierno corporativo

¿Tu estrategia 2027 está preparada para el cambio? Conversemos.

+52 55 9156 1810 · contacto@tantumconsulting.mx · **tantumconsulting.mx**

TANTUM CONSULTING
LIDERAZGO VISIÓN ACCIÓN

undo Empresarial presenta en esta edición historias que reflejan cómo la innovación, la visión estratégica y la colaboración abren oportunidades para las empresas y contribuyen al desarrollo de México. En un entorno marcado por la transformación tecnológica y los cambios económicos, competir exige liderazgo, confianza y capacidad para anticiparse a los desafíos.

Celebramos los **75 años de Pfizer en México,** una trayectoria que destaca el valor de la ciencia, la investigación y la innovación para fortalecer la salud. Su experiencia demuestra la importancia de la colaboración entre empresas e instituciones para ampliar las soluciones médicas y generar beneficios para la sociedad.

En el ámbito internacional, **José de Jesús Rodríguez Cárdenas, presidente de AICO**, aborda las oportunidades de los negocios sin fronteras para las empresas iberoamericanas. La integración comercial y las alianzas estratégicas son fundamentales para ampliar mercados, fortalecer vínculos y convertir la cooperación en proyectos de crecimiento.

La tecnología también redefine la movilidad. **Eduardo Aranda, director general de XPENG** en México, comparte la visión de una industria automotriz en la que la inteligencia artificial, el software y la electrificación transforman la experiencia de conducción. Por su parte, **José Antonio Sánchez, CEO de E-MotoBike**, destaca la importancia de desarrollar servicios, mantenimiento y atención posventa para consolidar nuevas alternativas de transporte.

Asimismo, la **Quinta Convención Binacional México-Estados Unidos 2026**, organizada por American Society of Mexico, puso sobre la mesa temas estratégicos para la región, como el T-MEC, la inteligencia artificial, la energía, la seguridad y las cadenas de suministro. El diálogo entre empresarios, autoridades y especialistas confirma que la cooperación bilateral es clave para impulsar la inversión y la competitividad.

Estas historias comparten una convicción: el progreso requiere visión de largo plazo, innovación responsable y capacidad para construir alianzas. Desde Mundo Empresarial, reconocemos a quienes convierten los desafíos en oportunidades y contribuyen a fortalecer el entorno económico.

México tiene ante sí grandes retos, pero también posibilidades para crecer, innovar y consolidar su presencia internacional. Aprovecharlas dependerá de la confianza, la colaboración y el compromiso de sus líderes.

El reto no es solamente avanzar al ritmo del cambio, sino convertirlo en una oportunidad para crecer, innovar y trascender.

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



CONTENIDO

11 FINANZAS

MÉXICO 2027: CRECIMIENTO, RIESGO E INVERSIÓN CON VISIÓN DE LARGO PLAZO

14 DIPLOMACIA INTERNACIONAL

15 QUINTA CONVENCIÓN BINACIONAL 2026 MÉXICO - ESTADOS UNIDOS

18 CÚPULAS EMPRESARIALES

19 CCE CELEBRA 50 AÑOS CON LLAMADO A FORTALECER LA INVERSIÓN Y LA COMPETITIVIDAD DE MÉXICO

22 AMEDIRH IMPULSA UN LIDERAZGO CENTRADO EN LAS PERSONAS ANTE LA TRANSFORMACIÓN DEL TRABAJO

24 CNCPIE CELEBRA DIEZ AÑOS DE IMPULSAR EL GOBIERNO CORPORATIVO EN MÉXICO

26 CANAZMEX MINING 2026 BUSCA ATRAER CAPITAL CANADIENSE Y FORTALECER LA MINERÍA MEXICANA

28 MOVILIDAD

29 XPENG: INTELIGENCIA QUE TRANSFORMA LA MOVILIDAD

32 E-MOTOBIKE APUESTA POR LA POSVENTA Y LA MICROMOVILIDAD ELÉCTRICA PARA TRANSFORMAR EL TRANSPORTE EN MÉXICO

36 FORO "ENERGÍA EN MOVIMIENTO 2026"

38 LÍDERES EMPRESARIALES

39 "EL EMPRESARIO DEBE SERVIR, NUNCA SERVIRSE" JOSÉ DE JESÚS RODRÍGUEZ CÁRDENAS

45 75 AÑOS DE PFIZER EN MÉXICO: UN ALIADO DE LA CIENCIA Y LA SALUD DEL PAÍS

48 EMPRESARIAL

49 ...LO QUE EL CONSEJO IGNORA

50 FAMILIA LABORAL: UN LEGADO QUE COMIENZA CON LA TRANSFORMACIÓN CULTURAL

53 ¿QUIÉN ELECTRIFICARÁ LA ÚLTIMA MILLA?

54 GESTIÓN ESTRATÉGICA EN UN ENTORNO DE CAMBIOS: PREPARAR A LA EMPRESA PARA EL 2027

57 LA ODISEA CORPORATIVA DE ULISES Y EL ARTE DE NO PERDER EL RUMBO

59 YO TE CONEKTO: LA LLAVE QUE CONECTA A LAS EMPRESAS CON EL CAPITAL PARA CRECER

60 EMPRESAS CON CAUSA

61 GRUPO BIMBO, BBVA Y GRUPO MODELO ENCABEZAN EL RANKING MERCO EMPRESAS MÉXICO 2026

64 RENACE LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE LA PUBLICIDAD CON EL EVENTO "SUMARTE" Y PRESENTA SU PLAN DE CARA AL FUTURO

66 DE UNA SEMANA DEL CLIMA A 52 SEMANAS DE ACCIÓN

68 SEGURIDAD

69 GRUPO X SEGURIDAD PRIVADA APUESTA POR LA INNOVACIÓN Y LA GESTIÓN ESTRATÉGICA DE RIESGOS

72 LA NUEVA ERA DE LA SEGURIDAD PRIVADA: ROBOTS, INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y TALENTO HUMANO

74 RIESGOS OCULTOS PARA LAS EMPRESAS DERIVADOS DE LAS DESIGNACIONES FTO

76 SEGURIDAD DE EVENTOS: ANTICIPAR, PREVENIR Y GESTIONAR

78 LIBROS Y MÚSICA

78 7 ÁLBUMES PARA LA NAVIDAD

80 SIN RESPETO DE BYUNG-CHUL HAN

DIRECTORIO

MUNDO EMPRESARIAL

NOVIEMBRE - DICIEMBRE 2026

PRESIDENTE Y DIRECTOR GENERAL
Enrique Bustamante Martínez

VICEPRESIDENTE Y DIRECTOR EDITORIAL
César Villatoro Ramírez

CORRECCIÓN DE ESTILO
Mariano Botey Hernández

EDITORA DE DISEÑO
Tessy Bustamante González

CREATIVIDAD Y DISEÑO
Jazmín Rodríguez González

DIRECTOR COMERCIAL
José Cruz de Jesús

COLABORADORES
Antón Martínez
Enrique Bustamante
Francisco Suárez
Janette Rodríguez
Javier Grifaldo
Javier Vega
Karlo Villalpando
Mariano Botey
Manola Zabalza

FOTOGRAFÍA
Viktoria Czegledi
www.executivephotography.mx

PRESIDENTE DEL CONSEJO EDITORIAL
Armando Zúñiga Salinas
Presidente de Grupo IPS México

CONSEJEROS

Antonio Arranz
CEO de DHL Express México

Carlos Chávez Icaza
Socio Director de Relaciones Interinstitucionales de MW Group

Carlos Herrero
Presidente de Extrategía Comunicación y Medios

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

Guillermo Rosales Zárate
Presidente ejecutivo de la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores

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

Perla Ruiz
CFO México y Centroamérica - Korn Ferry

Ricardo Homs Quiroga
Presidente de la Academia Mexicana de la Comunicación



¡CONOCE NUESTRA REVISTA DIGITAL!

MUNDO EMPRESARIAL, es una publicación bimestral. Editada por Palabras Aladas, S.A. de C.V. Domicilio de la publicación: Lázaro Cárdenas No. 1004, Int. 104, Colonia Portales Sur, Alcaldía Benito Juárez, Ciudad de México, C.P. 03300. Editor responsable: César Leobardo Villatoro Ramírez. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo del Título: Número 04-2025-061014084200-102, otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Certificado de Licitud de Título y Contenido No. 17848. Fecha de impresión 01 de noviembre de 2026. Impresión: LD Empaques y Medios Gráficos, S.A. de C.V.

Domicilio: Obrero Mundial No. 819, Col. Álamos, Alcaldía Benito Juárez, Ciudad de México, C.P. 03400. Distribución: Paquete LIT Domicilio: Agustín González de Cossío No. 23, Colonia del Valle Norte, Alcaldía Benito Juárez, Ciudad de México, C.P. 03103.

Los artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente la opinión del editor.

Queda prohibida la reproducción total o parcial del contenido de esta publicación por cualquier medio sin autorización previa y por escrito del editor.

El contenido de los anuncios es responsabilidad exclusiva de los anunciantes.

SÍGUENOS EN REDES SOCIALES



BM Financial
an IB&BM company

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









Las grandes decisiones siempre comienzan con una estructura sólida.

Toda organización aspira a crecer. Sin embargo, el verdadero crecimiento no depende únicamente de incrementar ventas, expandir operaciones o conquistar nuevos mercados. Depende, ante todo, de la solidez de la Estructura que sostiene cada decisión.

Las Empresas que trascienden comparten una característica fundamental: Construyen primero los cimientos sobre los cuales desarrollarán su futuro. Fortalecen su Gobierno Corporativo, consolidan sus procesos internos, impulsan una Cultura de Compliance y establecen mecanismos que les permiten enfrentar con confianza un entorno empresarial cada vez más dinámico, competitivo y regulado.

En **Global Business Advisor**, entendemos que la competitividad sostenible comienza mucho antes de cualquier proyecto de expansión. Comienza con una Estructura Jurídica, Fiscal y Organizacional diseñada para proteger el patrimonio empresarial, prevenir riesgos, fortalecer la operación y respaldar cada decisión con Seguridad Jurídica Total.

Nuestro Modelo Integral de **Asesoría Fiscal de Alta Empresa** incorpora las **Mejores Prácticas de Compliance Empresarial, Soluciones Legales Integradas** y un enfoque preventivo orientado a fortalecer la institucionalidad de las Organizaciones, optimizar su rentabilidad y generar condiciones sólidas para un crecimiento sostenible.

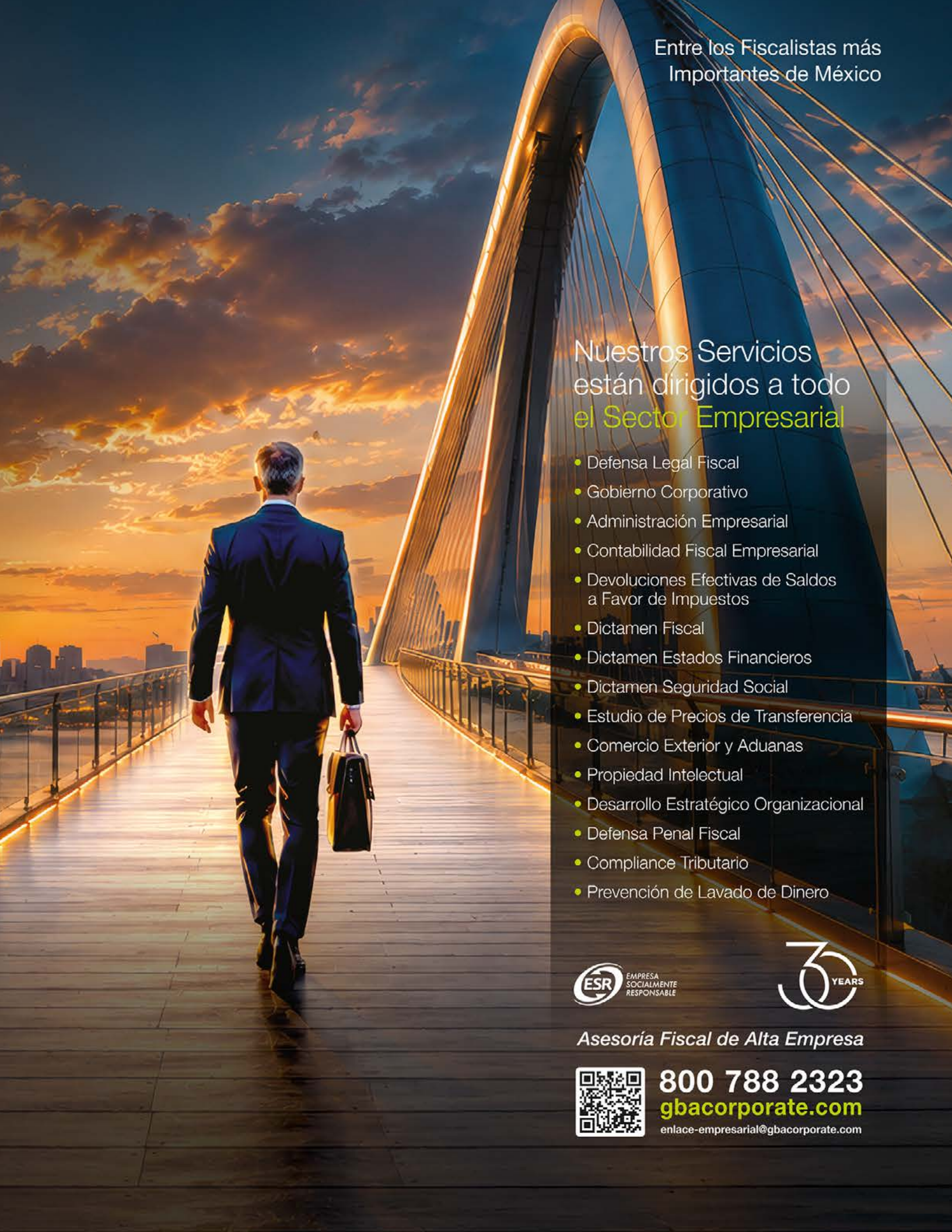
Durante tres décadas hemos acompañado a Empresarios, Grupos Corporativos y Consejos de Administración en la construcción de Estructuras sólidas capaces de responder a los desafíos del presente sin comprometer las oportunidades del futuro. Nuestro compromiso ha sido impulsar empresas más fuertes, más preparadas y con una Visión Empresarial orientada al largo plazo.

Hoy, la verdadera ventaja competitiva no consiste únicamente en reaccionar ante los cambios. Consiste en anticiparlos. En fortalecer permanentemente la Estructura interna de las Organizaciones mediante la Implementación de Mejores Prácticas de Administración y Compliance, Prevención de Riesgos y un modelo de fortalecimiento institucional que genere confianza, estabilidad y crecimiento sostenible.

Las Organizaciones que perduran no son aquellas que enfrentan mejor los retos; son aquellas que decidieron prepararse ante estos.

Porque las Estructuras Sólidas no sólo generan resultados. Generan futuro que permite trascender.

gba MR
Global Business Advisor



Entre los Fiscalistas más Importantes de México

Nuestros Servicios están dirigidos a todo el Sector Empresarial

- Defensa Legal Fiscal
- Gobierno Corporativo
- Administración Empresarial
- Contabilidad Fiscal Empresarial
- Devoluciones Efectivas de Saldos a Favor de Impuestos
- Dictamen Fiscal
- Dictamen Estados Financieros
- Dictamen Seguridad Social
- Estudio de Precios de Transferencia
- Comercio Exterior y Aduanas
- Propiedad Intelectual
- Desarrollo Estratégico Organizacional
- Defensa Penal Fiscal
- Compliance Tributario
- Prevención de Lavado de Dinero

ESR EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

30 YEARS

Asesoría Fiscal de Alta Empresa

800 788 2323

gbacorporate.com

enlace-empresarial@gbacorporate.com



Embajador Ronald Johnson y Francisco Fernández durante la 5ª Convención Binacional México–Estados Unidos.

México 2027: Crecimiento, Riesgo e Inversión con Visión de Largo Plazo



De izquierda a derecha: José Carlos Sánchez, Economista en Jefe para México de HSBC; Laura Ripani, Representante del Grupo BID en México; Francisco Fernández, CEO de GBA Global Business Advisor y moderador del panel; y Luis Pazos Jr., ejecutivo de negocios y comentarista económico.

La Quinta Convención Binacional de The American Society of Mexico reunió a líderes de ambos países para analizar los factores que hoy están redefiniendo la agenda de Norteamérica, bajo un contexto de mayor colaboración, crecimiento, inversión, productividad, certidumbre y competitividad.

La relación bilateral entre México y Estados Unidos atraviesa un momento de especial relevancia para el presente y el futuro de Norteamérica. La evolución en la revisión del T-MEC ó USMCA, las perspectivas económicas para México, la inversión, la inteligencia artificial, la energía, la seguridad, la competitividad, las instituciones y el Estado de Derecho forman parte de una agenda que exige análisis, colaboración y visión de largo plazo.

Bajo este contexto se llevó a cabo la **Quinta Convención Binacional de American Society of Mexico**, un espacio de alto nivel que congregó a más de 40 voces calificadas provenientes de los sectores público, privado, diplomático y académico, reuniendo a diplomáticos, líderes empresariales, funcionarios públicos, gobernadores, especialistas, académicos y representantes de ambos países para discutir los retos y oportunidades que comparten México y Estados Unidos como una de las regiones económicas más relevantes a nivel global.

Uno de los espacios centrales del programa fue el panel **"Mexico 2027: Growth, Risk and Investment Outlook"**, moderado por **Francisco J. Fernández Díaz, CEO Partner de GBA Global Business Advisor**, con la participación de **Iván Arias, Director de Estudios Económicos de Banamex; José Carlos Sánchez, Economista en Jefe para México de HSBC; y Laura Ripani, Representante del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en México**.

La conversación permitió analizar el entorno económico actual, los factores externos e internos que inciden en el crecimiento de México y las condiciones necesarias para generar un diferenciador que garantice mayor inversión, productividad, certidumbre y competitividad dentro del mercado global.



México ante un Escenario de Transformación

El panel partió de una pregunta esencial: **¿dónde se encuentra México hoy y cuáles son las condiciones que deberán fortalecerse para impulsar un crecimiento sostenible hacia 2027?**

La posición geográfica y económica del país dentro de Norteamérica continúa representando una ventaja estratégica. Sin embargo, esa posición convive con un entorno internacional de mayor complejidad, marcado por ajustes en las cadenas de suministro, cambios en la política comercial, nuevas exigencias regulatorias y la evolución de la relación económica con Estados Unidos.

Desde HSBC y Banamex se abordaron las perspectivas macroeconómicas, la confianza, la inversión, las finanzas públicas y las variables que las empresas deberán observar con especial atención durante los próximos meses. La conversación también puso sobre la mesa la necesidad de analizar con objetividad qué factores están funcionando, cuáles requieren ajustes inmediatos y qué decisiones podrían acelerar el crecimiento económico del país.

La participación de Laura Ripani del BID amplió el análisis hacia las capacidades estructurales de México. Infraestructura, talento, tecnología, manufactura avanzada, logística, conectividad y productividad forman parte de los elementos que pueden fortalecer la posición del país dentro de Norteamérica y ampliar su capacidad para atraer nuevas inversiones.

De la Perspectiva Económica a la Decisión Empresarial

Uno de los objetivos de la moderación de **Francisco J. Fernández Díaz/CEO Partner de GBA**, fue llevar la conversación más allá del diagnóstico macroeconómico y escenario real con visión global, a las oportunidades objetivas para las empresas e inversionistas en este próximo 2027.

En un entorno de transformación económica y geopolítica, la inversión requiere algo más que oportunidades de mercado. Requiere condiciones que generen confianza y permitan tomar decisiones con visión de largo plazo.

Desde la perspectiva de **GBA Global Business Advisor**, conceptos como la certeza jurídica, el cumplimiento regulatorio, la simplificación, el Estado de Derecho, la gobernanza corporativa y la planeación empresarial forman parte de una estructura indispensable para promover inversiones seguras, sostenibles y competitivas dentro del mercado global.

Francisco J. Fernández Díaz ha insistido en que la posición estratégica de México debe traducirse en acciones concretas capaces de generar valor real, competitividad e impacto positivo, fortaleciendo al mismo tiempo la colaboración entre México y Estados Unidos, cabe mencionar, la relación bilateral de mayor importancia a nivel global.

Una Relación Binacional que exige Colaboración

La Quinta Convención Binacional permitió abordar una idea recurrente a lo largo de la jornada: el futuro económico de Norteamérica no depende exclusivamente de las decisiones de un solo sector.

Gobiernos, empresas, instituciones financieras, organismos multilaterales, academia y sociedad civil forman parte de una misma conversación. De ahí la importancia de construir una cultura de colaboración, liderazgo y responsabilidad compartida que permita aprovechar de mejor manera las oportunidades de integración regional.

Liderazgo y Diálogo Binacional

La Convención contó además con una importante presencia institucional encabezada por el **Embajador de los Estados Unidos en México, Ronald Johnson**, cuya participación inicial reforzó el carácter binacional del encuentro y la relevancia de mantener espacios permanentes de diálogo entre ambos países.

Durante el encuentro, **Larry Rubin, President of The American Society of Mexico**, reconoció su esencia y misión que data desde 1942 y que es el fortalecimiento de los vínculos entre ambos países que concuerdan geográficamente, teniendo una historia creciente que los relaciona y compromete dentro de una cultura de liderazgo, alianza y colaboración comercial, cabe decir, de mayor importancia a nivel global.

La **Quinta Convención Binacional** representa precisamente un punto de encuentro donde las distintas voces de la relación bilateral pueden intercambiar perspectivas, identificar retos y construir nuevas rutas de colaboración dentro de una nueva era de tecnología e inteligencia artificial.

Para **GBA Global Business Advisor**, participar activamente en estos espacios de alto nivel, forma parte de una convicción empresarial de largo plazo: **la colaboración y la alianza entre todos los sectores deben combinar visión con estructura, confianza con certidumbre y oportunidades con resultados.**



Larry Rubin, Presidente de The American Society of Mexico, durante la 5ª Convención Binacional México–Estados Unidos.





Larry Rubin,
Presidente de American Society of Mexico.

Quinta Convención Binacional 2026
México - Estados Unidos

Encabezado por Larry Rubin, presidente de American Society of Mexico, y Francisco Pérez Cisneros, presidente de la convención y CEO de Deloitte Spanish Latin America, el encuentro reunió a más de 40 representantes para analizar los retos y oportunidades de la relación bilateral, con énfasis en comercio, inversión, seguridad, energía e inteligencia artificial.

La revisión del Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC) ocupó un lugar central, ante la necesidad de fortalecer la integración productiva, brindar certidumbre a las inversiones y consolidar las cadenas de suministro de América del Norte.

Gobernadores destacan el potencial económico de México

En el panel "La ventaja exportadora de México: tecnología, manufactura y agronegocios", los gobernadores Pablo Lemus Navarro, de Jalisco; Mauricio Kuri González, de Querétaro; Libia Dennise García Muñoz Ledo, de Guanajuato, y Alfredo Ramírez Bedolla, de Michoacán, expusieron las fortalezas productivas de sus entidades.

Lemus destacó el potencial tecnológico y de innovación de Jalisco; Kuri señaló que Querétaro había captado cerca de 800 millones de dólares de inversión estadounidense durante 2026, con oportunidades en los sectores aeroespacial y automotriz.

Por su parte, García Muñoz Ledo subrayó la importancia de consolidar a México, Estados Unidos y Canadá como una región comercial aliada, mientras Ramírez Bedolla resaltó las oportunidades de Michoacán en agroindustria y logística.

La quinta edición de la Binational Convention 2026, organizada por American Society of Mexico, *se realizó el 23 de septiembre en el hotel Camino Real Polanco, con la participación de gobernadores, diplomáticos, legisladores, empresarios y especialistas de ambos países.*



De izquierda a derecha: Mauricio Kuri González, gobernador de Querétaro; Libia Dennise García Muñoz Ledo, gobernadora de Guanajuato; Alfredo Ramírez Bedolla, gobernador de Michoacán; Pablo Lemus Navarro, gobernador de Jalisco, y Larry Rubin, presidente de American Society of Mexico.



De izquierda a derecha: Simón Vargas Aguilar, Armando Zúñiga, Marisela Morales Ibáñez, Jorge Fernández Menéndez y Chad Wolf. Durante el Panel de Seguridad.





Las intervenciones coincidieron en que aprovechar las capacidades regionales permitirán atraer capital, ampliar exportaciones y fortalecer la participación de México en las cadenas productivas norteamericanas.

Seguridad y cooperación bilateral

Ronald Johnson destacó la importancia de profundizar la cooperación entre ambos países para enfrentar al crimen organizado transnacional. Señaló que Estados Unidos busca una relación con un México soberano y libre de la interferencia de organizaciones criminales.

La seguridad se posicionó así como un componente esencial de la relación bilateral, junto con el intercambio de información, la coordinación institucional y la colaboración económica.

En el encuentro también participaron José Medina Mora Icaza, presidente del Consejo Coordinador Empresarial (CCE); Alejandro Malagón Barragán, presidente de CONCAMIN, y Juan José Sierra Álvarez, presidente nacional de COPARMEX, quienes aportaron la perspectiva empresarial sobre competitividad, inversión y certidumbre.

La agenda incluyó especialistas como Ildefonso Guajardo Villarreal, exsecretario de Economía y negociador mexicano del T-MEC; Chad Wolf, exsecretario interino de Seguridad Nacional de Estados Unidos, y Ariane Ortiz-Bollin, responsable del análisis de riesgo soberano para las Américas en Moody's Ratings.

Tecnología, energía e integración regional

La convención también abordó el impacto de la inteligencia artificial, el desarrollo tecnológico y la infraestructura energética, temas estratégicos para modernizar operaciones, elevar la productividad y responder a las exigencias de los mercados internacionales.

La cooperación bilateral representa una oportunidad para impulsar proyectos industriales, ampliar la capacidad energética, fortalecer infraestructura y desarrollar talento especializado.

Una relación estratégica para América del Norte

La quinta Binational Convention 2026 destacó que el crecimiento regional depende tanto de los acuerdos comerciales como de la capacidad de gobiernos y empresas para generar certidumbre, desarrollar infraestructura y fortalecer las cadenas productivas.

Ante la revisión del T-MEC y la competencia internacional, el reto para México consiste en convertir sus ventajas industriales, tecnológicas, agroalimentarias y logísticas en inversiones, exportaciones y empleos de mayor valor agregado.

La coordinación entre los sectores público y privado será determinante para aprovechar las oportunidades de América del Norte y consolidar una relación económica que favorezca el desarrollo de ambos países.

FORTIS ONE
INTELIGENCIA LABORAL PARA EMPRESAS

Las 40 horas se acercan.

¿Tu empresa está lista?

A partir de 2027, la reducción gradual de la jornada laboral **exigirá mayor control y planeación.**



Digitaliza horarios

Organiza turnos de forma ágil y sin errores

Centraliza asistencias

Toda la información de tu personal en un solo lugar

Optimiza la gestión de tus equipos

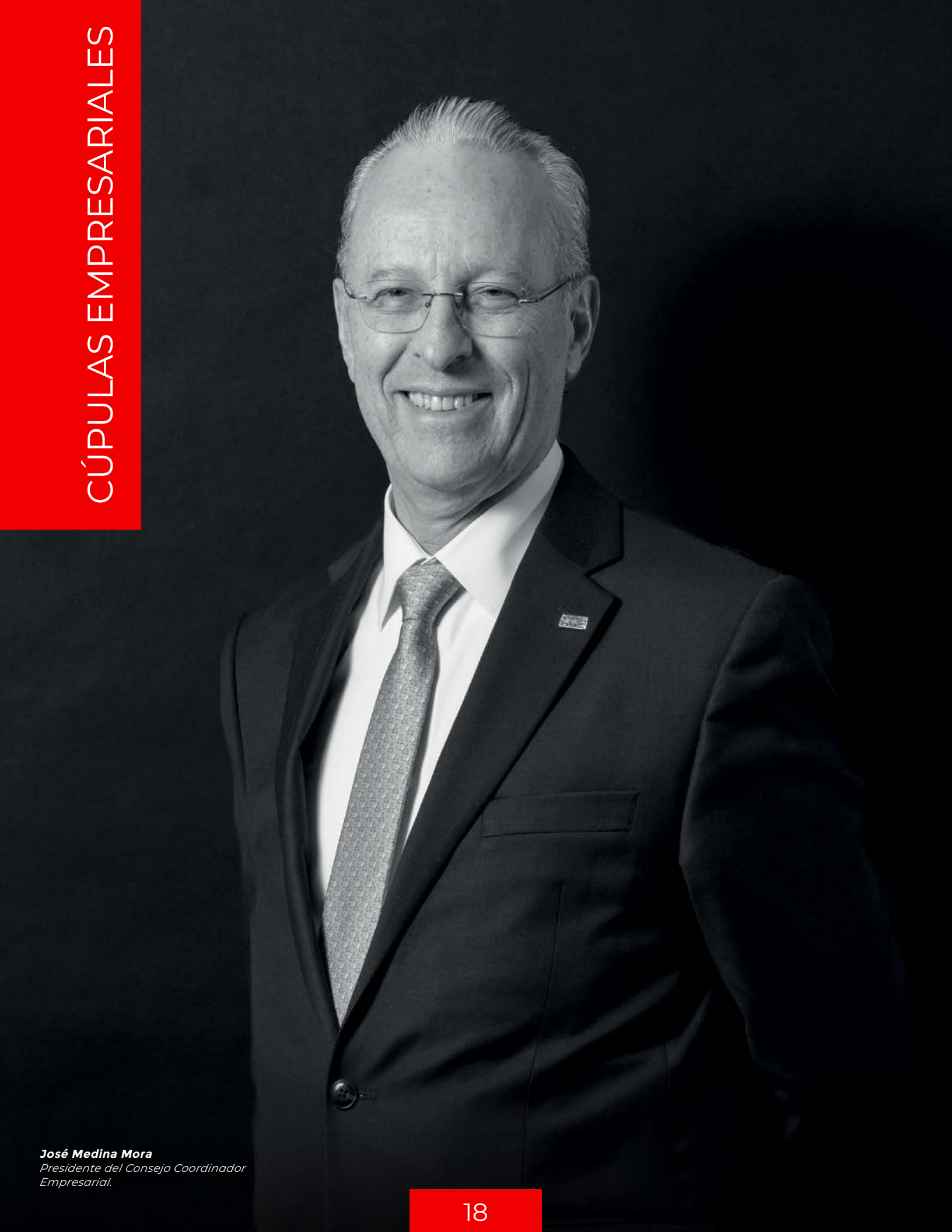
Toma decisiones informadas y mantén tu operación activa

Transforma tu gestión laboral.
Prepárate para el futuro.

fortisone.mx

contacto@fortisone.com

55 1329 6103



José Medina Mora
Presidente del Consejo Coordinador Empresarial.



Claudia Sheinbaum *anuncia una cartera de inversión pública y mixta por 8.4 billones de pesos; el sector empresarial plantea retos en certeza jurídica, seguridad e infraestructura.*

CCE celebra 50 años con llamado a fortalecer la inversión y la competitividad de México

El Consejo Coordinador Empresarial (CCE) conmemoró su 50 aniversario el pasado 13 de octubre con la participación de la presidenta de México, Claudia Sheinbaum Pardo, y representantes de los principales sectores productivos del país. El encuentro estuvo marcado por el compromiso de fortalecer el diálogo entre el Gobierno y la iniciativa privada, así como por el anuncio de una cartera de inversión pública y mixta por 8.4 billones de pesos para los próximos cuatro años.

La celebración, encabezada por el presidente del CCE, José Medina Mora Icaza, puso sobre la mesa una agenda económica centrada en el desarrollo de infraestructura, la generación de empleos formales, la atracción de capital y la competitividad nacional, en un entorno internacional que exige fortalecer las cadenas productivas y aprovechar las oportunidades comerciales de México.

Inversión en infraestructura y facilidades para las empresas

Durante su intervención, Sheinbaum destacó que la inversión pública y mixta proyectada por su administración contempla sectores estratégicos como carreteras, ferrocarriles, generación eléctrica, gasoductos, puertos, agua y vivienda, además de proyectos vinculados con Petróleos Mexicanos y el desarrollo tecnológico.

Entre los montos presentados figuran 700 mil millones de pesos para infraestructura carretera; 886 mil millones para trenes de pasajeros; 794 mil 109 millones para generación eléctrica; 140 mil 905 millones para gasoductos y 180 mil millones para proyectos estratégicos de agua. También destacó una inversión cercana a tres billones de pesos para Vivienda para el Bienestar.



> *“Alcanzar el objetivo de elevar la inversión dependerá de que los anuncios se conviertan en proyectos, y los proyectos en empleos formales y desarrollo regional”*
>
> **José Medina Mora**

La mandataria señaló que la estrategia busca impulsar el crecimiento mediante infraestructura y mecanismos de financiamiento que permitan la participación pública y privada. Precisó que los 8.4 billones de pesos corresponden a inversión pública y mixta, sin incluir el conjunto de la inversión privada nacional.

Asimismo, destacó los acuerdos alcanzados con empresas y sindicatos en materia de incrementos al salario mínimo, estabilización de los precios de los combustibles y avance hacia una jornada laboral de 40 horas semanales. También planteó facilitar la regularización de adeudos fiscales mediante incentivos previstos para 2027.

Certeza jurídica y seguridad, prioridades empresariales

Por su parte, José Medina Mora Icaza subrayó la importancia de mantener un diálogo institucional con el Gobierno, sin renunciar a la independencia del organismo empresarial ni a la posibilidad de expresar diferencias.

Entre los desafíos señalados por el sector privado se encuentran la reducción del déficit fiscal, la preservación del grado de inversión, el fortalecimiento del Estado de derecho, la disponibilidad de energía y agua, la infraestructura y la seguridad. Estos factores inciden directamente en las decisiones de inversión y en la capacidad de las empresas para ampliar sus operaciones.

El dirigente empresarial también destacó la necesidad de transformar los anuncios económicos en proyectos ejecutables, inversiones productivas y empleos formales, particularmente ante los retos que plantea la revisión del Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC).

La coordinación entre autoridades y empresarios será determinante para que los proyectos anunciados se traduzcan en nuevas capacidades productivas, mejores condiciones logísticas y mayores oportunidades para las empresas mexicanas.

Seguridad privada, parte de la competitividad nacional

En representación de las Asociaciones de Seguridad Unidas por México (ASUME) y de la industria de







la seguridad privada, Armando Zúñiga Salinas, presidente de la organización, participó en la conmemoración y destacó la relevancia del encuentro para fortalecer la colaboración entre Gobierno e iniciativa privada.

Desde su perspectiva, la presencia de la presidenta y su disposición al diálogo con los representantes empresariales constituyen una oportunidad para impulsar acuerdos que contribuyan a la inversión, la competitividad y la seguridad del país.

Zúñiga Salinas señaló que la seguridad privada desempeña una función relevante en la protección de instalaciones industriales, centros logísticos, infraestructura crítica, hospitales, instituciones financieras, comercios y cadenas de suministro. Por ello, consideró necesario reconocer las capacidades de esta industria e impulsar su coordinación con las instituciones de seguridad pública.

La profesionalización, la regulación, la incorporación de tecnología y la prevención de riesgos son elementos que contribuyen a proteger los activos empresariales y garantizar la continuidad de las operaciones. En este sentido, las condiciones de seguridad forman parte de los factores que las compañías consideran al evaluar nuevas inversiones y la expansión de sus actividades.

Medio siglo de **representación empresarial**

Fundado en 1976, el CCE ha articulado durante cinco décadas la representación de organismos empresariales y la interlocución del sector privado con las autoridades. Su aniversario representa también una oportunidad para revisar los retos que enfrenta México en materia de crecimiento, productividad, innovación y desarrollo económico.

La participación de la presidenta Sheinbaum y los planteamientos de los representantes empresariales reflejaron la importancia de mantener canales de comunicación que permitan construir acuerdos, atender diferencias y establecer compromisos verificables.

El reto para los próximos años será convertir la agenda de inversión en proyectos concretos, fortalecer las condiciones para hacer negocios y asegurar que el crecimiento productivo se traduzca en empleos formales y bienestar para la población.

A 50 años de su creación, el CCE mantiene una agenda en la que la inversión, la certeza jurídica, la seguridad y la colaboración público-privada ocupan un lugar central para el futuro económico de México.

> *“Es una inversión total de 8.4 billones de pesos. No es por nada, pero es algo nunca antes visto en un sexenio y eso es gracias a la colaboración conjunta”*
>
> **Claudia Sheinbaum Pardo, Presidenta de México**



AMEDIRH impulsa un liderazgo centrado en las personas ante la transformación del trabajo

*El **Congreso Mundial de Recursos Humanos reunió en la Ciudad de México a especialistas y líderes empresariales** para analizar el futuro del talento, la inteligencia artificial, la evolución del liderazgo y los desafíos de las reformas laborales.*



La gestión del talento es un factor estratégico para la competitividad y el crecimiento de las empresas. Así lo plantea **Mauricio Reynoso, director general de la Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos (AMEDIRH)**, organización con cerca de ocho décadas de trayectoria en el desarrollo de la gestión humana y el fortalecimiento de las organizaciones.

La importancia de **AMEDIRH** radica en su capacidad para vincular a los responsables de recursos humanos con los principales desafíos del mundo empresarial, promover mejores prácticas de liderazgo y contribuir a que las organizaciones se adapten a los cambios tecnológicos, culturales y laborales. En un entorno donde la inteligencia artificial transforma los procesos productivos y las nuevas generaciones demandan otras formas de trabajar, la asociación impulsa una visión en la que el desarrollo de las personas es indispensable para alcanzar los objetivos del negocio.

Bajo esta perspectiva, el bienestar de los colaboradores, la preparación de los líderes y la capacidad de adaptación se convierten en elementos fundamentales para construir empresas más competitivas, innovadoras y sostenibles.

México, sede de un encuentro internacional sobre talento

Con este propósito, AMEDIRH organizó los días 23 y 24 de septiembre de 2026, en Expo Santa Fe, Ciudad de México, el 20° Congreso Mundial de Recursos Humanos (20th World HR Congress), que coincidió con la 61.ª edición de su congreso anual. El encuentro contó con la colaboración de la World Federation of People Management Associations (WFPMA) y la North American Human Resources Association (NAHRA), y reunió a representantes del ámbito empresarial y especialistas en gestión de personas.

La realización de este foro internacional reafirmó la relevancia de México en la conversación global sobre el futuro del trabajo. Además, representó una oportunidad para intercambiar experiencias, conocer tendencias internacionales y fortalecer redes de colaboración entre directivos y profesionales responsables de impulsar el talento en sus organizaciones.

Bajo el lema Leadership in Motion: Transforming Culture and Talent (Liderazgo en movimiento: transformación del talento y la cultura), el congreso propuso una visión dinámica del liderazgo, capaz de responder a un entorno marcado por la innovación tecnológica, la diversidad generacional y la transformación de las expectativas laborales.

La identidad visual del encuentro tomó como referencia los alebrijes mexicanos, figuras que combinan elementos diversos para crear seres únicos. La metáfora representó la manera en

que las organizaciones integran diferentes habilidades, generaciones, culturas y perspectivas para fortalecer sus equipos y convertir el talento individual en resultados colectivos.

Reformas laborales y bienestar de los colaboradores

Otro de los desafíos abordados fue la adaptación de las empresas a los cambios en la legislación laboral mexicana. La eliminación del outsourcing, el incremento de los días de vacaciones, la implementación de la Ley Silla y la discusión sobre la reducción de la jornada laboral a 40 horas forman parte de un entorno que exige revisar procesos, costos y modelos de organización del trabajo.

Ante este panorama, la asociación destaca la importancia de analizar los cambios con prudencia, evaluar sus implicaciones y buscar alternativas que permitan cumplir con las disposiciones laborales sin comprometer la productividad ni la continuidad de los negocios.

La gestión del talento también ha evolucionado hacia una visión que reconoce el bienestar, la tranquilidad y el compromiso de los colaboradores como factores relacionados con el desempeño organizacional. En este contexto, la calidad del liderazgo resulta determinante para construir ambientes laborales capaces de responder a la incertidumbre y mantener equipos comprometidos.

Vinculación y desarrollo del talento

El congreso también puso de relieve la importancia de acercar a las universidades con el sector empresarial, especialmente para facilitar que estudiantes y jóvenes profesionales conozcan las necesidades de las organizaciones, desarrollen competencias y construyan redes de contacto que favorezcan su incorporación al mercado laboral.

Para AMEDIRH, el reto consiste en preparar a las personas para un entorno en el que los conocimientos y las habilidades deben actualizarse de manera permanente. Esta tarea involucra tanto a las empresas, mediante programas de formación y desarrollo, como a los profesionales, quienes necesitan mantener una actitud de aprendizaje continuo.

Con la realización del 20.° Congreso Mundial de Recursos Humanos, AMEDIRH consolidó un espacio de diálogo internacional sobre el papel estratégico de las personas en el desarrollo empresarial. Las reflexiones del encuentro apuntan a que la tecnología, por sí sola, no determina el éxito de una organización: la diferencia está en la capacidad de sus líderes para desarrollar talento, integrar distintas perspectivas y transformar los cambios en oportunidades de crecimiento.







CNCPIE celebra diez años de impulsar el gobierno corporativo en México



El Colegio Nacional de Consejeros reconoció a Georgina Kessel con el Premio Nacional Consejera de Excelencia 2026

El **Colegio Nacional de Consejeros Profesionales Independientes de Empresa (CNCPIE) celebró su décimo aniversario** del 7 al 9 de octubre con tres encuentros enfocados en fortalecer el gobierno corporativo, profesionalizar los consejos de administración y promover el liderazgo empresarial.

Como parte de la conmemoración, la doctora Georgina Kessel Martínez, exsecretaria de Energía de México, recibió el Premio Nacional Consejera de Excelencia 2026 durante una ceremonia de gala en el Museo Soumaya. El presidente del CNCPIE, José Antonio Quesada Palacios, destacó los avances del organismo y el compromiso de sus integrantes con las mejores prácticas de gobernanza.

Las actividades continuaron el 8 de octubre en la Universidad de la Libertad con la Jornada de Gobernanza, donde especialistas analizaron la participación de las mujeres en los consejos de administración y el papel de los consejeros en las startups, particularmente en innovación, crecimiento y gestión de riesgos.

El programa concluyó el 9 de octubre con el Sexto Simposio Nacional de Gobierno Corporativo, realizado en el Hotel Presidente InterContinental bajo el lema Consejos de Administración que Trascienden. Durante el encuentro se abordaron temas como inteligencia artificial, ciberseguridad, geopolítica, sostenibilidad, riesgos empresariales,

reforma laboral y criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG). Entre los participantes destacaron Sergio Contreras Pérez, presidente del COMCE, y José Medina Mora, presidente del Consejo Coordinador Empresarial (CCE).

Consejeros independientes, clave para la continuidad empresarial

Angélica Gómez Castillo, directora general del CNCPIE, señaló para Mundo Empresarial que los consejeros independientes aportan una visión objetiva y estratégica que ayuda a fortalecer la toma de decisiones, prevenir conflictos y garantizar la continuidad de las empresas, especialmente las familiares. Su participación resulta relevante en los procesos de sucesión, cuando los vínculos personales pueden dificultar decisiones necesarias para preservar el negocio y el patrimonio.

La directiva subrayó que el gobierno corporativo no debe limitarse a las grandes compañías que cotizan en bolsa, pues también representa una herramienta para las pequeñas y medianas empresas que buscan institucionalizarse y trascender generaciones. En este sentido, destacó que el Colegio impulsa la formación, actualización y certificación de consejeros mediante programas especializados, educación continua y comités técnicos, además de promover estos conocimientos entre universidades y jóvenes emprendedores.

Respecto al simposio, Gómez Castillo resaltó la participación de más de 200 asistentes presenciales, así como de especialistas, universidades y representantes de organismos de gobernanza de América Latina y España. Afirmó que estos espacios permiten intercambiar experiencias y extender las buenas prácticas empresariales.

Por su parte, José Antonio Quesada Palacios, Presidente del Colegio Nacional de Consejeros Profesionales Independientes de Empresa (CNCPIE), destacó la importancia de organizar encuentros



José Antonio Quesada Palacios Presidente del Colegio Nacional de Consejeros Profesionales Independientes de Empresa (CNCPIE).

> *"El verdadero legado de un consejo de administración se mide por el valor que genera y la trascendencia que deja en las organizaciones y en la sociedad"*

especializados para actualizar a los consejeros y dotarlos de herramientas que les permitan orientar estratégicamente a las organizaciones. Señaló que la profesionalización y certificación de esta función contribuyen a consolidar estructuras de gobierno corporativo capaces de enfrentar riesgos, fortalecer la gestión y favorecer la permanencia de las empresas.

A diez años de su fundación, el CNCPIE refrenda así su compromiso con la formación de consejeros independientes y la promoción de órganos de gobierno más preparados, éticos y estratégicos, que contribuyan a generar valor sostenible y fortalecer el desarrollo empresarial en México.



Angélica Gómez Castillo, directora general del CNCPIE.



José Medina Mora, presidente del Consejo Coordinador Empresarial (CCE).



José Luis Rubio Pino, fundador y director general de RP&H Corporativo.

El encuentro reunió a cerca de 350 empresarios e inversionistas de México, Canadá y Estados Unidos *para impulsar proyectos mineros, desarrollar proveedores y ampliar las oportunidades de negocio en Norteamérica.*

CANAZMEX Mining 2026 busca atraer capital canadiense y fortalecer la minería mexicana

Atraer capital internacional, facilitar el financiamiento de empresas mineras y fortalecer la proveeduría nacional fueron los principales objetivos de CANAZMEX Mining 2026, encuentro celebrado el 6 de octubre en el hotel Sheraton María Isabel, en la Ciudad de México, con la participación de cerca de 350 empresarios, inversionistas y especialistas.

Impulsado por José Luis Rubio Pino, fundador y director general de RP&H Corporativo, y R. Glenn Williamson, fundador y CEO del Canada Arizona Business Council (CABC), el foro reunió a representantes de la industria, instituciones financieras, mercados bursátiles y academia para conectar proyectos mexicanos con capital, tecnología y oportunidades comerciales de Norteamérica.

La estrategia busca aprovechar la experiencia y el financiamiento de Canadá, los recursos minerales y las capacidades productivas de México, así como el potencial industrial y comercial de Estados Unidos.

Financiamiento y oportunidades para las empresas

Uno de los ejes centrales fue la posibilidad de facilitar el acceso de compañías mexicanas a inversionistas internacionales. Dean McPherson, responsable global de minería de Toronto Stock Exchange (TSX) y TSX Venture Exchange (TSXV), destacó la relevancia de los mercados bursátiles canadienses como alternativas para financiar proyectos y acompañar el crecimiento empresarial.

La importancia de este sector en Canadá quedó reflejada en que 18 de las 30 empresas incluidas en el índice TSX30 en 2026 pertenecían a la industria minera.

Por su parte, Yansi Verónica Salazar Andrade, gerente de operación del Fideicomiso de Fomento Minero (FIFOMI), destacó la necesidad de fortalecer las cadenas de valor y ampliar la participación de las micro, pequeñas y medianas empresas.

En tanto, Eugenio Kuri, director asociado de Global Banking and Markets de Scotiabank, planteó la oportunidad de consolidar un corredor minero regional que articule financiamiento, proyectos industriales y negocios entre los tres países.

Aunque el encuentro no reportó montos de inversión comprometidos ni créditos aprobados, las propuestas presentadas identificaron oportunidades para ampliar operaciones, incorporar tecnología y desarrollar proveedores especializados.

Más valor agregado para la minería mexicana

De acuerdo con las cifras citadas por los organizadores, el valor de la producción minera nacional alcanzó 317 mil 460 millones de pesos en 2024, un incremento de 19.6% respecto al año anterior. México también mantiene el liderazgo mundial en producción de plata y una posición relevante en diversos minerales metálicos e industriales.

Sin embargo, el potencial de crecimiento no se limita a la extracción. CANAZMEX Mining 2026 puso énfasis en atraer recursos para el procesamiento de minerales, la manufactura avanzada, la ingeniería, la logística y la incorporación de empresas mexicanas a las cadenas de suministro internacionales.

La robótica, la automatización y la inteligencia artificial representan otras áreas de oportunidad para elevar la productividad, reducir riesgos y modernizar las operaciones. Su aprovechamiento requerirá inversión en tecnología y formación de profesionales especializados.

Sonora, punto estratégico para la integración regional

La iniciativa también destaca el potencial de Sonora, el norte de Sinaloa y Arizona para conectar recursos minerales, infraestructura fronteriza, capital internacional y empresas proveedoras.

Para aprovechar estas oportunidades será necesario fortalecer a las pequeñas y medianas empresas, desarrollar proveedores certificados y atender necesidades estratégicas de agua, energía y capacitación técnica.

El reto será transformar los contactos empresariales en inversiones verificables, alianzas comerciales y proyectos productivos. Más allá de atraer capital para la extracción, México busca ampliar el valor agregado que permanece en el país mediante procesamiento, innovación, manufactura y generación de empleos especializados.

La primera edición de CANAZMEX Mining 2026 abrió un espacio de vinculación entre los tres países. Su impacto dependerá de que las oportunidades identificadas se traduzcan en financiamiento, proyectos en operación y beneficios sostenibles para la industria y las regiones mineras mexicanas.



R. Glenn Williamson, fundador y CEO del Canada Arizona Business Council (CABC).



Yansi Verónica Salazar Andrade, gerente de operación del Fideicomiso de Fomento Minero (FIFOMI).





Eduardo Aranda,
Director General de XPENG en México.



Las actualizaciones remotas convierten al automóvil eléctrico en una plataforma tecnológica capaz de ***evolucionar mediante software.***

XPENG: inteligencia que transforma la movilidad

La inteligencia artificial, los sistemas avanzados de asistencia a la conducción y la personalización digital están transformando la industria automotriz. En esta evolución, **XPENG** apuesta por desarrollar vehículos eléctricos concebidos desde una plataforma tecnológica, con capacidad de procesamiento, actualizaciones remotas y funciones inteligentes que buscan adaptar la experiencia de manejo a las necesidades de cada conductor.

En entrevista exclusiva con Mundo Empresarial, Eduardo Aranda, director general de XPENG en México, explicó que uno de los principales diferenciadores de la compañía es su origen como empresa tecnológica, una visión que le permite acelerar el desarrollo de nuevos modelos e integrar soluciones digitales directamente en sus vehículos.

Con 26 años de experiencia en la industria automotriz, Aranda señaló que le interesó incorporarse a una marca que desarrolla automóviles con una dinámica distinta a la de los fabricantes tradicionales. Mientras que el desarrollo de un modelo en estos últimos puede tomar entre cuatro y seis años, explicó que XPENG ha llegado a desarrollar vehículos en periodos cercanos a un año, gracias a su enfoque en la simplicidad, la integración tecnológica y el desarrollo interno.

Inteligencia artificial al servicio del conductor

La tecnología de XPENG se refleja en funciones que van más allá de la propulsión eléctrica. Entre ellas destaca el estacionamiento remoto, que permite al conductor maniobrar el vehículo desde su teléfono inteligente, tanto para estacionarlo como para moverlo hacia adelante o hacia atrás sin estar dentro del automóvil.

La marca también incorpora sistemas avanzados de asistencia a la conducción (ADAS), diseñados para apoyar al conductor durante los trayectos. De acuerdo con Aranda, estas herramientas pueden intervenir en funciones como el frenado, la aceleración y el seguimiento de las curvas, además de contribuir a mantener el vehículo dentro de una trayectoria adecuada.



> *“El auto se tiene que acoplar a ti, no tú al auto”*
>
> **– Eduardo Aranda, director general de XPENG en México.**

A ello se suma un sistema de monitoreo que identifica señales de distracción o somnolencia y emite alertas cuando detecta que el conductor necesita prestar atención al camino. Estas funciones buscan fortalecer la seguridad mediante la combinación de sensores, cámaras y procesamiento de información.

Aranda subrayó que se trata de sistemas de conducción semiautónoma que requieren la supervisión permanente del usuario; la tecnología funciona como un apoyo, no como un sustituto de la responsabilidad al volante.

Actualizaciones remotas y vehículos personalizables

Otro de los avances relevantes es la posibilidad de actualizar el software del automóvil de manera remota, mediante un proceso similar al de un teléfono inteligente. Esto permite incorporar actualizaciones sin que cada intervención tenga que realizarse necesariamente en un taller, de acuerdo con las características de cada actualización.

La digitalización también permite configurar diferentes funciones según los hábitos y las necesidades del propietario. A través de los llamados X-Combos, los usuarios pueden establecer rutinas específicas, como activar seguros infantiles, bloquear las ventanas traseras o ajustar la temperatura del vehículo a determinadas horas.

La personalización también contempla funciones de protección y monitoreo. El modo de vigilancia, por ejemplo, puede utilizar las cámaras del automóvil para observar su entorno y enviar alertas ante determinadas situaciones.

“El auto se tiene que acoplar a ti, no tú al auto”, expresó Aranda al explicar la filosofía de la marca, orientada a que la tecnología se adapte al estilo de vida de cada usuario.

Baterías y recarga de alta velocidad

La infraestructura de carga es otro de los componentes fundamentales para la expansión de la movilidad eléctrica. En este ámbito, Aranda informó que XPENG firmó un acuerdo con Electronity para facilitar el acceso de sus clientes a una red de estaciones de carga, con condiciones preferenciales y herramientas para localizar los puntos disponibles.

Según lo explicado en la entrevista, la red contempla cargadores de hasta 240 kW. Con esta infraestructura, los vehículos podrían recuperar aproximadamente 60% de la batería en 30 minutos, aunque el tiempo efectivo depende de las condiciones de carga y del vehículo.

El directivo añadió que los automóviles están diseñados para admitir capacidades de carga de hasta 800 voltios, una característica que abre la posibilidad de aprovechar infraestructura de mayor capacidad conforme esté disponible. Bajo las condiciones adecuadas, señaló que alcanzar 80% de carga podría tomar alrededor de 12 minutos.

Estas prestaciones buscan reducir los tiempos de espera y facilitar el uso cotidiano de los vehículos eléctricos, uno de los factores que más influyen en la decisión de compra.

Tecnología respaldada por capacidad de procesamiento

El desarrollo tecnológico de XPENG no se limita a las funciones visibles para el conductor. Aranda destacó el papel de los chips y de la capacidad de procesamiento de datos que la compañía desarrolla internamente para sus vehículos.

Durante la entrevista, mencionó chips con una capacidad de procesamiento de hasta 700 TOPS (billones de operaciones por segundo), de acuerdo con la cifra expuesta por el directivo. Esta capacidad de cómputo resulta relevante para procesar grandes cantidades de

información procedente de sensores y cámaras, especialmente en sistemas avanzados de asistencia y conducción automatizada.

El ejecutivo también explicó que la compañía trabaja en la integración de inteligencia artificial con sistemas físicos, una estrategia que abarca otras áreas de desarrollo, como la robótica humanoide. Este enfoque refleja una visión en la que las tecnologías creadas para distintas aplicaciones pueden contribuir al avance de la movilidad inteligente.

Aunque las capacidades de conducción autónoma que describió Aranda corresponden a desarrollos y experiencias en otros mercados, su exposición permite dimensionar la dirección hacia la que evoluciona la industria: vehículos capaces de interpretar su entorno, tomar decisiones dentro de los límites de sus sistemas y responder a condiciones de circulación cada vez más complejas.

Una oferta eléctrica para el mercado mexicano

En México, XPENG inició formalmente su comercialización el 25 de marzo de 2026. Su oferta inicial comprende los modelos G6, una SUV eléctrica disponible en versiones Long Range, Performance, Black Edition, y G9, una SUV de orientación familiar con versiones Long Range y Performance.

De acuerdo con Aranda, los precios de la gama presentada en la entrevista van de 799 mil a un millón 250 mil pesos. La propuesta combina equipamiento tecnológico, sistemas de asistencia, acabados y servicios digitales para competir en un segmento donde la innovación constituye un factor diferenciador.

El directivo también señaló que la compañía ha priorizado la infraestructura de posventa, el inventario de refacciones y la capacitación técnica antes de ampliar su operación comercial. La estrategia contempla que los distribuidores integren venta, servicio y disponibilidad de partes, con el propósito de acompañar al cliente durante la vida útil del vehículo.

La apuesta de XPENG refleja una transformación más amplia del sector automotor: el automóvil eléctrico deja de ser únicamente un medio de transporte para convertirse en una plataforma tecnológica que combina software, inteligencia artificial, conectividad, procesamiento de datos y servicios digitales.

Para Aranda, el reto es consolidar una marca confiable y acercar estas innovaciones a los consumidores mexicanos. El objetivo es que la tecnología no solo mejore las prestaciones del vehículo, sino que también simplifique la experiencia de manejo y permita una relación más personalizada entre el conductor y su automóvil.



E-MotoBike

apuesta por la posventa y la micromovilidad eléctrica para transformar el transporte en México

La electromovilidad de dos ruedas representa una oportunidad de negocio para México, pero su crecimiento depende de superar desafíos como la autonomía de las baterías, los costos de adquisición, la infraestructura y la falta de servicios especializados. Ante este panorama, **E-MotoBike** apuesta por integrar la venta de vehículos eléctricos con un ecosistema profesional de mantenimiento, reparación y atención al cliente.

José Antonio Sánchez González, CEO de E-MotoBike SA, explicó que la empresa surgió de la experiencia de su grupo empresarial, Capital Network, en el sector de la posventa automotriz, donde identificó que la tecnología y la calidad del servicio pueden generar confianza, fidelidad y nuevas oportunidades de negocio.

La iniciativa parte de una necesidad concreta: ofrecer a quienes adquieren una bicicleta o motocicleta eléctrica la certeza de que contarán con asistencia técnica, refacciones y mantenimiento durante la vida útil de su vehículo.

“Si queremos que esto funcione, tenemos que apostar a la posventa”, señaló Sánchez González al explicar que el desarrollo de la micromovilidad requiere mucho más que comercializar unidades: necesita servicios que profesionalicen el mercado y garanticen una mejor experiencia para los usuarios.

La confianza, clave para consolidar el mercado

Uno de los principales obstáculos para la adopción de vehículos eléctricos de dos ruedas es la percepción de que un menor precio de compra representa una mejor inversión. Sin embargo, la experiencia de E-MotoBike muestra que los modelos de bajo costo pueden implicar dificultades posteriores, particularmente cuando las baterías fallan o las reparaciones resultan demasiado caras en relación con el valor del vehículo.



***La empresa busca profesionalizar el mantenimiento de bicicletas y motocicletas eléctricas**, fortalecer la confianza de los usuarios y desarrollar una red de centros de servicio que impulse el crecimiento del sector.*

Frente a esta situación, la empresa busca diferenciarse mediante productos de mayor calidad y una estructura de servicio que permita atender las necesidades de los clientes. La estrategia incluye recibir las unidades mediante procesos de inspección, informar sobre su estado y ofrecer seguimiento a las reparaciones.

El directivo destacó que una batería de calidad puede tener una vida útil aproximada de tres a cuatro años, dependiendo del uso y del mantenimiento. Asimismo, señaló que los avances tecnológicos han permitido mejorar la autonomía de los vehículos eléctricos, con modelos que pueden alcanzar hasta 150 kilómetros, aunque el desempeño depende de sus características y condiciones de operación.

No obstante, la autonomía continúa siendo una limitante para ciertos usuarios, especialmente para

quienes utilizan motocicletas como herramienta de trabajo y necesitan recorrer largas distancias diariamente. Por ello, Sánchez González considera que las tecnologías híbridas podrían convertirse en una alternativa para ampliar las posibilidades de uso, aunque su incorporación al mercado mexicano todavía requiere desarrollo y evaluación.

Una oportunidad para empresas y negocios

La micromovilidad eléctrica también abre posibilidades para empresas que buscan mejorar sus operaciones y reducir costos. Entre los segmentos con potencial se encuentran hoteles, centros comerciales, almacenes, desarrollos habitacionales y comercios que requieren desplazamientos internos o servicios de reparto.

En hoteles y complejos de grandes dimensiones, por ejemplo, los vehículos eléctricos pueden facilitar el traslado de personal, mercancías y equipos. En los negocios de entrega a domicilio, las bicicletas eléctricas asistidas y las motocicletas eléctricas pueden contribuir a ampliar la capacidad operativa de los repartidores.

De acuerdo con el directivo, la reducción de gastos en combustible y mantenimiento, junto con una mayor eficiencia en los recorridos, puede representar ventajas para las empresas. Sin embargo, la rentabilidad depende del tipo de operación, la utilización de las unidades, su costo inicial y la infraestructura disponible.

Otro campo de oportunidad está en los sistemas de bicicletas compartidas, que podrían funcionar en hoteles, desarrollos habitacionales y espacios urbanos con estaciones de préstamo y aplicaciones digitales para controlar el uso de las unidades.

Sánchez González considera que la colaboración entre empresarios y autoridades será fundamental para desarrollar estos modelos, mejorar las condiciones de movilidad y facilitar la integración de vehículos eléctricos en las ciudades.

Una red de servicio que también genere empleos

Uno de los proyectos estratégicos de E-MotoBike consiste en establecer alianzas con talleres y pequeños empresarios para ampliar la cobertura de mantenimiento sin tener que construir por cuenta propia cientos de centros de servicio.

La propuesta contempla capacitar y certificar a los prestadores, incorporar metodologías de trabajo y proporcionar herramientas tecnológicas y software en la nube que contribuyan a profesionalizar sus operaciones.

Este modelo permitiría que los talleres desarrollen nuevas capacidades técnicas, mientras la empresa amplía su red de atención y genera una estructura de soporte para los vehículos que comercializa.

Para el CEO de E-MotoBike, la consolidación de este ecosistema podría convertirse también en una fuente de empleos especializados, particularmente para jóvenes interesados en adquirir conocimientos sobre tecnología eléctrica, diagnóstico y reparación.

El directivo reconoció que el negocio todavía atraviesa una etapa de maduración y que la operación enfrenta retos financieros. Por ello, la estrategia consiste en ajustar el modelo comercial, fortalecer las alianzas y desarrollar gradualmente el mercado, en lugar de apostar únicamente al crecimiento inmediato de las ventas.







> *"Más que comercializar vehículos eléctricos, buscamos generar confianza mediante mantenimiento, reparación y un servicio profesional"*
>
> **José Antonio Sánchez González, CEO de E-MotoBike**



El reto de construir un ecosistema de electromovilidad

La transición hacia vehículos eléctricos de dos ruedas requiere atender factores que van más allá de la oferta comercial. La infraestructura de carga, la regulación, el financiamiento, la disponibilidad de refacciones y la capacitación técnica son elementos que inciden directamente en la decisión de compra.

Sánchez González también planteó oportunidades para la distribución urbana de mercancías mediante vehículos eléctricos de última milla, con esquemas en los que las unidades de mayor tamaño trasladen productos hasta centros logísticos y, desde ahí, se realice el reparto en vehículos más pequeños.

Este tipo de soluciones podría contribuir a mejorar la eficiencia logística y reducir la presencia de vehículos pesados en zonas urbanas, siempre que existan coordinación entre autoridades y empresas, así como condiciones adecuadas de operación.

La visión de E-MotoBike consiste en demostrar que la micromovilidad eléctrica puede ser una alternativa funcional para el transporte cotidiano y las actividades productivas. Para lograrlo, la empresa busca combinar tecnología, servicio posventa y formación de especialistas, con el objetivo de construir un mercado más confiable y sostenible.

Más que vender bicicletas y motocicletas eléctricas, el desafío es desarrollar la infraestructura de servicio y la confianza necesarias para que estos vehículos se conviertan en una opción viable para las personas y las empresas en México.

isa

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

MEJORES EMPRESAS MEXICANAS · Great Place To Work. · Premio Nacional de Calidad · FUNDIBEQ · Guinness World Records RECORD HOLDER · ESR Empresa Socialmente Responsable · Súper Empresas Expansión · IMEC

WWW.ISA.COM.MX · TEL: +52 (55) 1719 0000 · ISA Corporativo



De izquierda a derecha, Alejandro Escandón, CEO de Abent3T, Miriam Grunstein, Moderadora, Juan Carlos Arroyo, director de Strategyk, Gonzalo Gómez, gerente de Energía Digital en Huawei Digital Power Latam.

En medio de los cambios que atraviesa el sistema energético mexicano, EL UNIVERSAL realizó la primera edición del ***Foro Energía en Movimiento 2026****, en el Foro Allende 5, en el Centro Histórico de la Ciudad de México.*

Foro "Energía en Movimiento 2026"

El encuentro reunió a líderes empresariales, especialistas y autoridades del sector para analizar los desafíos del país en energía, infraestructura, tecnología y movilidad, y fue transmitido en vivo por YouTube, Facebook y LinkedIn de EL UNIVERSAL. El foro se desarrolló en dos paneles principales, con el respaldo de Grupo Andrade, XPENG México, ABT3, Huawei, Strategyk y Alles Corporativo.

Panel 1: La Energía que México necesita para crecer

Moderado por Miriam Grunstein, participaron:

- Alejandro Escandón, CEO de Abent3T
- Juan Carlos Arroyo, director de Strategyk
- Gonzalo Gómez, gerente de Energía Digital en Huawei Digital Power Latam

La conversación abordó uno de los principales retos para el crecimiento del país: no solo generar energía suficiente, sino contar con la infraestructura capaz de llevarla hasta donde se necesita.

Escandón destacó la necesidad de ampliar las redes ante una economía cada vez más electrificada, mientras que Arroyo señaló que ya existen empresas con inversión y proyectos listos para crecer, siempre que se garantice el suministro energético.

Gómez destacó el potencial de los sistemas fotovoltaicos, el almacenamiento y los nuevos esquemas de generación para avanzar hacia una mayor autosuficiencia.

Los especialistas coincidieron en la importancia de contar con reglas claras que permitan desarrollar proyectos de largo plazo y fortalecer el Sistema Eléctrico Nacional.

En el mismo marco, el director general de GMEC, Gonzalo Monroy, advirtió en entrevista para el foro que México tiene infraestructura de 2018 para atender la demanda de 2026, lo que explica apagones en las penínsulas y el retraso de casi tres años en las inversiones de CFE, particularmente en transmisión, un sector reservado al Estado desde 1960.

Panel 2: La nueva movilidad: Energía y tecnología

Moderado por la periodista Ivette Saldaña, participaron:

- Jazmín Hernández, CEO de Alles Corporativo
- José Antonio Sánchez González, CEO de E-MotoBike
- Eduardo Aranda, director general de XPENG México

En este panel se debatió la infraestructura eléctrica, las redes de carga rápida, las barreras arancelarias y la dependencia tecnológica como los principales desafíos para una mayor adopción de vehículos eléctricos en México.

Hernández destacó que el crecimiento de los vehículos eléctricos exige desarrollar desde ahora infraestructura, microrredes, almacenamiento y sistemas capaces de responder a los picos de demanda, con apoyo de la inteligencia artificial.



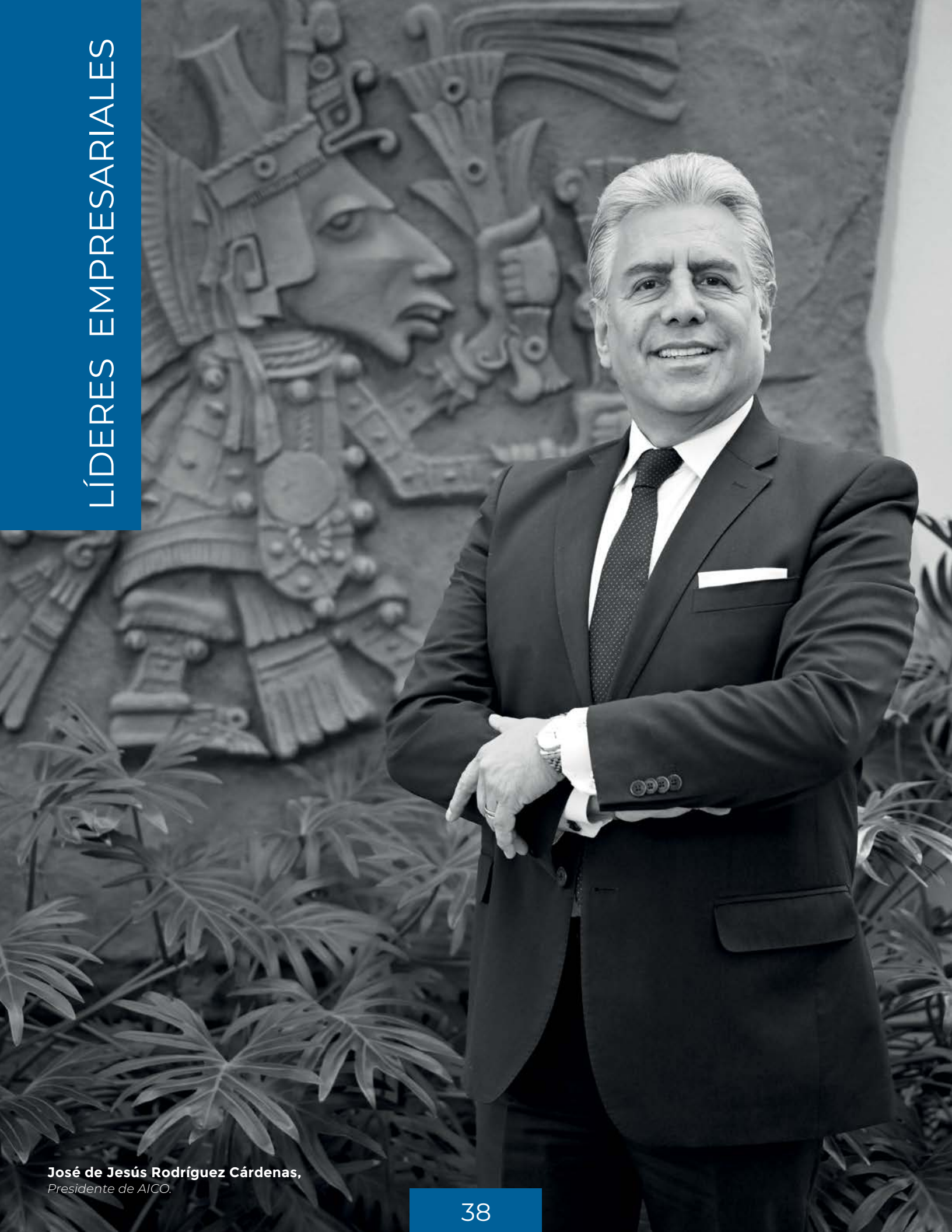
De izquierda a derecha, José Antonio Sánchez González, CEO de E-MotoBike, Ivette Saldaña, Moderadora, Jazmín Hernández, CEO de Alles Corporativo, Eduardo Aranda, director general de XPENG México.

Conclusión

Energía en Movimiento 2026 se posicionó como un nuevo espacio de "EL UNIVERSAL" para impulsar la conversación sobre la transición energética, la soberanía energética y la movilidad sostenible, y para poner sobre la mesa que el futuro eléctrico de México depende de inversión, planeación e infraestructura, no solo de generación.



EL UNIVERSAL realizó la primera edición del Foro Energía en Movimiento 2026



José de Jesús Rodríguez Cárdenas,
Presidente de AICO.

"El Empresario debe servir, nunca servirse"
José de Jesús Rodríguez Cárdenas

El primer mexicano en presidir la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio, Industria y Servicios (AICO) *en casi tres décadas, nos habla en exclusiva de su plan para acercar a las pequeñas empresas al mercado iberoamericano, la agenda que llevará a la Cumbre de Madrid y el consejo que transformó su vida a los 22 años.*

> *"A los 22 años empecé mi primer negocio, y no habría sido posible sin la Cámara de Comercio de la Ciudad de México"*



Habla con la energía de quien lleva casi cuatro décadas en el gremio y no ha perdido el asombro. **José de Jesús Rodríguez Cárdenas** llegó a la presidencia de AICO la *Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio*, Industria y Servicios el pasado 14 de abril como candidato de unidad, sin competencia en las urnas, al frente de una red que agrupa a las cámaras empresariales de **23 países** y que este año cumple **52 años de historia.**

En apenas seis meses de gestión, su equipo puso en marcha una plataforma digital de negocios, abrió puertas hacia África, India y el Mediterráneo, y **sumó a la industria mexicana** a la organización. A lo largo de la charla, una idea vuelve una y otra vez: ***el protagonismo de una organización empresarial debe estar en sus integrantes, no en quien la encabeza.***

Un honor y una responsabilidad para México

¿Qué significa para México que usted haya sido electo presidente de AICO, después de casi 30 años sin un mexicano al frente?



Comenzó por dimensionar a la organización: “Son 52 años de historia y su importancia radica en lo que aglutina: es una red empresarial donde están las cámaras de toda Iberoamérica. Esa es su fortaleza, una *mirada verdaderamente internacional”.* AICO es una red empresarial en donde están las Cámaras Iberoamericanas. Una mirada Internacional.

Con orgullo evidente, añadió: “Nos toca representar a nuestro país y **mostrar a la región el talento y las oportunidades empresariales que hay desde México, para toda Iberoamérica.** Nos sentimos honrados, pero también muy comprometidos”.

La candidatura de unidad

Rodríguez Cárdenas participa en AICO desde hace años a través de la Cámara Argentina de Comercio y Servicios de la Ciudad de México. Fue postulado dos veces, ya no solo por su cámara, sino por el país. La primera ocasión recuerda que también aspiraba Natalio Mario Grinman, presidente de la Cámara Argentina de Comercio: “Conversamos, llegamos a un buen acuerdo y me sumé a su candidatura”. En la segunda aparecieron otros dos aspirantes: uno de España de Gran Canaria, “que además es mi amigo”, y otro de Colombia.

“Cada quien creíamos tener lo suficiente para ganar”, admitió. Por eso, visiblemente conmovido, se sintió honrado cuando los países se inclinaron por un candidato de unidad: “no hubo competencia ni votación. Esto también da relevancia al sector empresarial frente a nuestro propio gobierno, porque AICO ofrece herramientas muy importantes para trabajar desde la política pública en beneficio de México”.

El lenguaje universal de los empresarios

Llegar respaldado por quienes pudieron ser sus contrincantes fortalece su proyecto y la unidad, tan necesaria en una organización de esta dimensión.

El Presidente de AICO explicó un matiz del proceso. “En Colombia, la afiliación a las cámaras es diferente a nuestro país, en aquel país es obligatoria y el gobierno participa en ellas. Cuando eso sucede, hay un sesgo político”, señaló. El candidato colombiano, don Ovidio Claros, abogado y gran empresario pero también expresidente de la Corte Suprema de Justicia, fue percibido como cercano al gobierno de Gustavo Petro.

Ahí fue enfático: **“El sector empresarial tiene un lenguaje universal.** Dejamos de lado lo político porque nuestro derrotero es otro: *la generación de empleo y el intercambio comercial”*. Al final, esa circunstancia dejó un solo candidato.

Una plataforma para hacer negocios

¿Cuáles fueron los objetivos que llevaron a su candidatura al triunfo y cómo avanza hoy su plan de trabajo?

Lo primero era construir un canal más eficiente de comunicación entre los organismos de la asociación. “Todo se reduce a algo muy concreto: **que un empresario, del tamaño que sea, pueda ver oportunidades internacionales y convertirlas en realidad”**, puntualizó.

La meta ya se cumplió: “En estos seis meses logramos una plataforma tecnológica robusta que genera lo que se necesita: negocios”. La herramienta resuelve también las **barreras no arancelarias** que muchos desconocen —qué pide cada país para exportar y qué debe cumplir la contraparte—, acompaña la operación e identifica los tratados de libre comercio que la facilitan.

Capacitación al alcance de todos

El segundo eje es la capacitación, sobre todo para las pequeñas empresas. “Imagínate compartir la experiencia de cada país, con sus distintos mercados y sectores. Eso no tiene precio”. AICO incorporó a **Unikemia**, una institución académica que permite especializarse y obtener un documento oficial. “Gracias a la fortaleza financiera que hemos logrado, decidimos que **la inscripción sea gratuita durante los primeros 12 meses”**. El resultado, dijo satisfecho, “ha sido un boom, un boom muy poderoso”.

Las mipymes, el corazón de la economía

Destaca que usted y sus pares reconozcan a las pequeñas y medianas empresas como el denominador común de la región. ¿Cómo las están acercando a AICO?

“Tocas tal vez el punto más importante”, -respondió de inmediato-. Estos organismos suelen verse como espacios para grandes empresas, pero **en Iberoamérica las mipymes generan el 73% del empleo.** “Son ellas las que tienen bajo su responsabilidad el empleo y la economía de nuestros países”.

Al mismo tiempo, son las más vulnerables: una gran empresa absorbe un cambio regulatorio; para una pequeña, ese costo puede significar el cierre. *“Nuestra obligación es ser el vehículo facilitador de su progreso”,* sentenció. El primer paso es la digitalización: “Hablamos mucho de inteligencia artificial, pero momento: muchas de estas empresas son familiares, vienen de la informalidad y desconocen las herramientas que harían eficiente su operación”.

Arte, cultura y rueda de negocios

Con especial entusiasmo anunció que, **por primera vez en la historia de AICO, se creó la Comisión Iberoamericana de Arte y Cultura**: “Ahí confluye una industria muy grande, hecha de los más pequeñitos: artesanos, empresarios y artistas que tienen un producto que quieren compartir, pero no saben cómo”.

En la rueda de negocios de su gestión participaron alrededor de 240 empresas. “Hicieron negocios, sí, pero el negocio más grande fue entender que podían exportar e importar sus productos”.

Tecnología e idioma: el gran aparador

El español es una de las lenguas con mayor presencia en internet, con más de 550 millones de hablantes y un comercio electrónico en auge. Eso abre un potencial enorme para el pequeño empresario con visión de crecimiento internacional.

> **“En Iberoamérica, las mipymes generan el 73% del empleo”**



"Más bien te voy a entrevistar yo a ti", bromeó, antes de coincidir. La tecnología da a las empresas oportunidades que de otra forma no tendrían, "y además a un **costo muy bajo**"; el idioma permite resolver cualquier duda con la contraparte.

Recordó la pandemia como "un detonante muy importante". Cuando ya no se pudo abrir la cortina, muchas empresas desaparecieron. Desde la Cámara de Comercio de la Ciudad de México, el reto fue mostrar que podían vender en línea. "El comercio electrónico nos permitió levantar la mirada. ***Tu aparador ya no lo ven una o dos personas que pasan por la calle; lo pueden ver millones".***

Pero muchas empresas familiares no tenían las herramientas. **"El desconocimiento genera temor, y el temor paraliza"**, lamentó. Hoy, una empresa de cinco personas puede ser vista por millones, y capacitarlas para llegar a nuevos mercados es una de las tareas de AICO.

Alianzas que abren el mundo

Una organización con las fortalezas de AICO seguramente recibe muchas propuestas. ¿Qué objetivos se ha trazado en materia de alianzas estratégicas?

Las dividió en dos grupos. En el primero están las organizaciones que participan en la operación de AICO: así nacieron la plataforma "AICO-Negocios" que en una segunda etapa conectará con empresas de otras potencias económicas— y la alianza con "Unikemia".

El segundo, de mayor relevancia, es la figura de **socio adherente**, creada para empresas que no pertenecen a ninguna cámara, pues la afiliación no es obligatoria en todos los países, México entre ellos. Se han sumado compañías de todos los tamaños, incluso grandes corporativos que buscan un contacto más directo con la región.

Y hay alianzas, anticipó, "todavía de mayor relevancia":

- **África.** "Un continente con una economía totalmente distinta, que ha crecido no solo en lo agropecuario, sino también en lo tecnológico". AICO creó una comisión específica.
- **India.** La alianza se formalizó durante la asamblea de AICO, con autoridades y empresarios indios.
- **El Mediterráneo.** Se sumó Asociación de Cámaras de Comercio e Industria del Mediterráneo, impulsada por Josep Santacreu, presidente de la Cámara de Barcelona: "Vamos a todo el Mediterráneo".

"El protagonismo de cualquier organización empresarial debe fincarse en sus integrantes, no en quienes la encabezan, y debe tener una utilidad real y tangible para ellos", remató.

Arbitraje: certeza jurídica para los pequeños

AICO trabaja de la mano de la Comisión Interamericana de Arbitraje Comercial (CIAC). Sin embargo, para muchos empresarios el arbitraje sigue pareciendo terreno exclusivo de grandes empresas. ¿Cómo lo están acercando a las pymes?

"Tienes toda la razón", concedió. Y en tono serio advirtió: "Voy a decir algo complejo para México: **ha habido una grave pérdida de autonomía del Poder Judicial.** Eso genera incertidumbre, y la *falta de Estado de derecho ahuyenta la inversión"*. En las controversias comerciales, la respuesta es el arbitraje y la mediación.

La alianza de AICO con la CIAC, presidida de forma brillante por la panameña Liliana Sánchez, busca que se entienda que el arbitraje está diseñado para todos, pero especialmente para los pequeñas empresas. "Las grandes pueden contratar a gigantescos despachos de abogados. Pero **el pequeño enfrenta una controversia que puede acabar con su negocio". El arbitraje ahorra tiempo y dinero a las pymes** y su laudo es obligatorio y definitivo, sin apelaciones interminables.

"El reto es saber comunicar que el acceso al arbitraje para este tipo de empresas es *muy simple, muy sencillo y muy barato"*.

Rumbo a la cumbre de Madrid

Tras la Declaración de Valladolid, su mirada está puesta en la Cumbre Iberoamericana de Madrid. ¿Cómo dará seguimiento AICO a sus propuestas y qué puntos quiere destacar?

El documento recoge las inquietudes de las cámaras que integran AICO y ya tiene un lugar en la mesa. Sus planteamientos son fundamentales y no debe quedarse únicamente en el discurso. "Los discursos van y vienen y pueden convencer, pero lo que tenemos que hacer es pasar del discurso a la concreción y lograr que lo escuchen los Jefes de Estado de Iberoamérica". No se presentará como un reclamo, sino como una contribución para que las economías crezcan con sostenibilidad. Los puntos centrales:

1. **Defender el libre comercio.** “Es una bandera ineludible”. El proteccionismo daña a las economías, empezando por la del país que lo aplica.

2. **Estado de derecho.** “Si hay certeza, hay inversión; si no hay certeza, no hay nada”. Y no solo la extranjera, también la nacional.

3. **Más tratados, con los empresarios en la mesa.** Sin aquellos que hacen el intercambio, un tratado se vuelve una herramienta política y debemos procurar sobre todo, que los tratados tengan viabilidad.

4. **Unidad.** Alianzas entre lo político y lo empresarial que, por encima de la geopolítica, faciliten el comercio con menos regulación.

5. **Reciprocidad normativa.** “Lo que detiene al comercio no es la falta de interés en hacer negocios. Es darte cuenta de que **tienes que cumplir con una regulación tan excesiva que ya no es costeable”.** Las pruebas de laboratorio son necesarias, reconoció, “pero si un laboratorio ya lo verificó en mi país, que tenga reconocimiento mutuo con el del otro. ***Eso abarataría brutalmente las exportaciones e importaciones”.***

Por eso celebró la incorporación de la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA), parte de la red internacional ILAC, como punto de partida para sumar a las entidades de otros países. “Estos acuerdos no pueden quedarse en lo privado. Para cruzar fronteras tienen que llegar a lo público”.

La industria llega a AICO

En esta gestión se incorporó **la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos, la primera confederación en sumarse a AICO**, “algo que nunca había sucedido”. Alejandro Malagón, “un amigo muy querido”, entendió las oportunidades para el sector. “Nos habíamos abocado al comercio y dejado de lado la industria, pero el *sector secundario es el que le da razón de ser al comercio”.*

Tras acompañar a AICO a Valladolid, el efecto fue inmediato: España pidió sumar a su industria y Brasil levantó la mano para encabezar la comisión del Mercosur. **“La misión de cualquier líder empresarial es no quedarse en el discurso, sino ejecutar acciones que den a los asociados un beneficio tangible”.**

Inteligencia artificial con conciencia

Un tema fundamental en nuestro tiempo.





> **“La tecnología nunca va a sustituir la conciencia del ser humano”**

Quiso detenerse en un tema que considera urgente. “Debemos entender algo como empresarios: la empresa no se reduce a hacer negocios. ***Su mayor activo son sus colaboradores”.*** Detrás de cada uno hay una familia y muchos se sienten amenazados por la inteligencia artificial. Advirtió su doble filo: puede ser el mejor aliado de un empresario o “el tema más perverso que pueda haber”, una herramienta para engañar, defraudar o robar información.

“La tecnología nunca va a sustituir la conciencia del ser humano. Nosotros la creamos”. Por eso, el sector empresarial debe privilegiar los valores y la ética para usarla y reiteró: “La conciencia, la ética y los valores son los que van a diseñar una muy buena inteligencia artificial, una que jamás sustituya la mano, la mente ni la conciencia del ser humano”.

Un mensaje para los nuevos emprendedores

Usted fue empresario desde muy joven. ¿Cómo motivar a las nuevas generaciones a emprender, sabiendo que existen organismos como el suyo que les abren puertas?

“Te agradezco mucho esta pregunta”, respondió, y se le iluminó el rostro. **“A los 22 años empecé mi primer negocio, y no habría sido posible sin la Cámara de Comercio de la Ciudad de México. Yo tenía el deseo, pero no sabía el camino”.** Entró por la incubadora de la Cámara hace 39 años. “Imagínate, hoy tengo 61”.

A quien tiene un sueño le pide, ante todo, **humildad**, y encauzarse con alguien que sepa más. “Un negocio no es solo la renta del local y el salario de tus colaboradores. Implica a qué regulaciones te vas a enfrentar. *Sin guía, lo que era un deseo se puede convertir en tu peor pesadilla”.*

El fracaso como gimnasio

Encauzarse no garantiza el éxito, aclaró, “y los fracasos también ayudan muchísimo”. Lo explicó con una imagen: “Cuando vas por primera vez a un gimnasio, te cuesta levantar las pesas. A la mañana siguiente te duele todo. ***Pero te está fortaleciendo. Así es el fracaso”.***

Del banco a la incubadora

A los 16 años entró a un banco con una beca de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores. A los 21 ya era **gerente regional de nóminas** en un banco para Ciudad de México, Puebla, Toluca y Querétaro, uno de los más jóvenes en la historia del banco. Después pasó al sector empresarial: *“Y fracasé rotundamente como empleado”*, confesó entre risas. Esa experiencia le permitió aprender el negocio y emprenderlo; es la misma empresa que dirige hoy.

“¿Y usted qué hace aquí?”

Años después lo nombraron consejero suplente de la Cámara. “Llegar al Consejo era como pisar algodones”. Se sentaba en la fila más lejana, “rozando la cortina”. Un día lo llamaron a ocupar el lugar de un consejero ausente, junto a don Juan Sánchez Navarro, quien le preguntó: “¿Y usted qué hace aquí?”.

“De lo grande que me sentía, de pronto no alcanzaba ni la mesa”, contó divertido. Pero respondió sin dudar: **“Aprender, don Juan. Aprender de ustedes”**. Aquella respuesta le ganó un mentor: “Me adoptó, me quiso, me instruyó”.

Servir, nunca servirse

De ahí su convicción: “***Si un empresario no tiene vocación de servicio, no va a progresar”.*** Esa vocación lleva a hacer el mejor producto o servicio posible, sin que una regulación lo exija. **“Hay que aprender a servir, empeñarte en que las cosas salgan bien y nunca jamás servirse”.**

Y con esa frase cerró la conversación:

“La vocación de servicio es lo único que nos marca en la vida”.



75 años de Pfizer en México: un aliado de la ciencia y la salud del país

Durante 75 años, Pfizer ha sido un aliado de la ciencia y de la salud en México. *Ha trabajado junto al Gobierno de México para fortalecer el sistema de salud y ampliar el acceso a la innovación, con una convicción compartida: trabajar en salud es trabajar en el futuro del país.*

Esta trayectoria tiene también una base industrial. En la planta de Toluca se lleva a cabo el proceso de manufactura de la vacuna contra el neumococo. El acuerdo de entendimiento firmado en marzo de 2026 con la Secretaría de Salud y Birmex refleja la voluntad de seguir colaborando para acercar tecnología de última generación a México. En diciembre de 2020, en uno de los momentos de mayor incertidumbre para la salud global, la vacuna contra COVID-19 de Pfizer y BioNTech fue la primera en llegar a México. Hoy la compañía concentra su ciencia en cuatro áreas: oncología, medicina interna, inmunología e inflamación, y vacunas, y mantiene un compromiso firme con la innovación en oncología.

Entrevista con Juan Luis Morell

Pfizer cumple 75 años en México. ¿Qué significa esta fecha para la compañía?

Como mexicano, me llena de orgullo representar a esta gran compañía. Celebramos 75 años de historia, compromiso y pasión por la vida. Nuestro objetivo es que ningún paciente se quede sin alternativas ni esperanza. Desde hace 75 años colaboramos con el Gobierno de México para fortalecer el sistema de salud y ampliar el acceso a la innovación. Hoy renovamos ese compromiso y seguiremos trabajando juntos en favor de los objetivos del Plan México, especialmente en materia de salud.

¿Cómo se traduce ese compromiso en la vida de los pacientes?

Todas las personas que trabajamos aquí sabemos que lo que hacemos cambia la vida de millones de mexicanos. Cuando una nueva vacuna llega a los centros de salud, puede salvar la vida de bebés, madres y abuelos. Cuando traemos tratamientos oncológicos a México, pueden brindar más momentos de vida y de mejor calidad. Y cuando hacemos disponibles en cuidados intensivos soluciones ante infecciones por bacterias resistentes, ofrecemos una alternativa que puede evitar un desenlace fatal. Esa pasión por la vida es el motor que nos impulsa a innovar.

> “La innovación y la colaboración serán fundamentales para construir un sistema de salud más efectivo, accesible, equitativo y centrado en las personas”
> **Pfizer México**



Las vacunas son uno de los legados de Pfizer. ¿Qué resultados han tenido en el país?

Gracias a la vacuna contra el neumococo, cuyo proceso de manufactura se lleva a cabo en Toluca, México ha registrado una reducción significativa en hospitalizaciones y muertes por neumonía, y ha logrado ahorrar más de 32 mil millones de pesos en gastos médicos en la última década. A partir de este año distribuimos la vacuna de 20 serotipos para bebés, niños y adultos. También celebramos que la vacuna contra el virus sincicial respiratorio, la más nueva en México, fue integrada a las guías de vacunación nacional y empieza a estar disponible en todo el país.

La vacuna contra COVID-19 fue la primera en llegar a México en un momento de incertidumbre global. ¿Qué sigue en esa historia?

Fue una respuesta firme y decidida ante el mayor desafío de nuestra era, y demostró que juntos podemos superar cualquier adversidad. Ahora damos un paso más con el acuerdo de entendimiento firmado en marzo de 2026 con la Secretaría de Salud y Birmex, como parte de nuestra colaboración para seguir acercando tecnología de última generación al país. Fortalece la infraestructura, la investigación clínica y la formación de talento especializado. Además, la nueva tecnología permite distribuir la vacuna en refrigeración común y tiene una mayor vida útil, lo que facilita llegar a comunidades con acceso limitado y reducir la merma. Ese avance vendrá a nuestra planta en Toluca.

Hitos de Pfizer en México

- 75 años de colaboración con el Gobierno de México para fortalecer el sistema de salud.
- Planta de Toluca: manufactura de la vacuna contra el neumococo y sede de la futura transferencia de tecnología de ARN mensajero.
- Diciembre de 2020: la vacuna contra COVID-19 es la primera en llegar a México.
- Planta de Toluca: parte de la manufactura de la vacuna contra el neumococo de 20 serotipos, y la vacuna contra el virus sincicial respiratorio con indicación para embarazadas fue integrada a las guías de vacunación nacional.
- Oncología: resultados a siete años de seguimiento en cáncer de pulmón y mayor acceso a terapias para cáncer colorrectal y de mama.
- Más de mil colegas activos y una inversión constante en capacidades, investigación clínica y operaciones.

Instituto Científico Pfizer de América Latina

El Instituto Científico Pfizer (ICP) de América Latina impulsa la educación médica continua en América Latina a través de alianzas estratégicas con sociedades científicas y universidades. Su propósito es elevar el conocimiento y la práctica clínica en la región, con cursos en línea, videos, podcasts, artículos, webinars e infografías respaldadas por las sociedades científicas, y con herramientas digitales y soluciones de inteligencia artificial que llegan a la práctica clínica.

El Instituto amplía su propósito para impulsar, además de la educación médica, proyectos de generación de evidencia, investigación y colaboración público-privada orientados a las necesidades de salud de la región. Una región, una estrategia, impacto médico medible.

¿Cómo se ve la innovación de Pfizer en oncología y en otras áreas terapéuticas?

En Pfizer, innovar es una forma de cuidar a las personas. “En oncología hoy contamos con resultados del estudio CROWN a siete años de seguimiento, que muestran un beneficio sostenido en supervivencia libre de progresión en pacientes con cáncer de pulmón de células no pequeñas avanzado ALK positivo, y seguimos ampliando el acceso a terapias para cáncer colorrectal y de mama”. En enfermedades raras marcamos un nuevo hito con un tratamiento para Hemofilia A y B, y en amiloidosis cardiaca impulsamos la detección oportuna en las comunidades afectadas. Además, exploramos nuevas alternativas en investigación para enfermedades cardiometabólicas, de tanta relevancia en nuestro país.

¿Qué sigue para Pfizer en México?

Miramos hacia adelante con la convicción de contribuir a un sistema de salud cada vez más efectivo, accesible, equitativo y centrado en las personas. Ante el envejecimiento poblacional, las enfermedades crónicas y las brechas de acceso, la innovación y la colaboración serán fundamentales. Nuestra visión es duplicar nuestro impacto en los pacientes de México, porque detrás de cada cifra hay un rostro, una historia, una familia. Con más de mil colegas y una inversión constante, mientras exista una necesidad médica sin resolver, Pfizer seguirá aquí, invirtiendo, innovando y trabajando por la vida.

> “Mientras exista una necesidad médica sin resolver, **Pfizer seguirá aquí, invirtiendo, innovando y trabajando por la vida**”





Janette Rodríguez.

…Lo que el consejo ignora

Por Janette Rodríguez

CEO de DIA1 y Executive Director de la Cámara de Comercio México–Estados Unidos, Capítulo Aguascalientes. Especialista en liderazgo, toma de decisiones y sostenibilidad organizacional.

> *"**La experiencia de quienes sostienen el negocio**, su capacidad para ejecutar y el liderazgo que determina los resultados"*

Una empresa puede presentar cifras extraordinarias ante su consejo de administración y, al mismo tiempo, acumular un riesgo que no aparece en el estado de resultados: la distancia entre lo que promete y lo que sus equipos pueden sostener. Una meta cumplida puede reflejar una operación sólida, pero también jornadas insostenibles, improvisación o dependencia de unas cuantas personas. Para saber si el éxito puede repetirse, la dirección debe mirar más allá de los indicadores.

La primera dimensión es la experiencia de quienes sostienen el negocio. No se limita a prestaciones o encuestas de satisfacción; se manifiesta en la confianza en los líderes, el trato justo, la escucha y la coherencia entre los valores declarados y las decisiones. La confianza resulta especialmente importante cuando las personas pueden señalar errores o comunicar riesgos sin temor a consecuencias arbitrarias. Una investigación de Amy Edmondson, publicada en *Administrative Science Quarterly* y realizada en 51 equipos de una empresa manufacturera, encontró una asociación entre seguridad psicológica y comportamientos de aprendizaje. El entorno de trabajo, por tanto, merece atención directiva.

La segunda dimensión es la capacidad humana de ejecución. Contar con talento no garantiza que la estrategia se convierta en resultados: hacen falta prioridades claras, coordinación, comunicación oportuna y recursos adecuados. Una empresa puede cumplir un contrato de expansión aunque las autorizaciones se concentren en los mandos medios y las áreas trabajen con objetivos incompatibles. Si lo consigue a costa de retrabajo, desgaste y dependencia de personas clave, habrá confundido una hazaña operativa con una capacidad sostenible.

La tercera dimensión es el liderazgo. Los directivos influyen en las condiciones que permiten a otros alcanzar sus objetivos mediante la distribución de autoridad, la explicación de prioridades, la escucha de objeciones y la resolución de conflictos. Esto no significa atribuirles todos los problemas, pues también intervienen la estructura, el presupuesto y los procesos; sí implica reconocer su responsabilidad en la forma de conducirlos.

Para el gobierno corporativo, la conclusión es concreta: escuchar a los colaboradores sin entender la operación puede desconectar las iniciativas de los resultados; medir productividad sin considerar las condiciones de trabajo puede normalizar el desgaste; y evaluar a los líderes solo por el presupuesto puede ocultar conductas que debilitan la confianza y la coordinación.

No corresponde al consejo administrar cada conflicto cotidiano, pero sí preguntar si existen capacidades para ejecutar la estrategia, qué obstáculos se repiten, cuánto dependen los resultados del esfuerzo excepcional y si las personas pueden comunicar información incómoda sin exponerse. Las respuestas requieren evidencia, confidencialidad y contexto, no percepciones aisladas.

Las organizaciones sólidas conectan lo que las personas experimentan, lo que pueden ejecutar y el liderazgo que orienta ambas dimensiones. No se trata de sustituir los indicadores financieros, sino de comprender qué los hace posibles y qué podría ponerlos en riesgo. Tal vez la información decisiva ya circule dentro de la empresa, en conversaciones que aún no llegan a quienes deciden. Un consejo fortalece su capacidad de gobierno cuando escucha lo que sus cifras todavía no saben contar.

Familia Laboral:
un legado que comienza con la transformación cultural



La firma del Manifiesto por la Transformación Cultural de las Empresas en México: *Factor Legado abre una nueva etapa para Familia Laboral y plantea una comunidad permanente de líderes comprometidos con transformar la cultura de las organizaciones.*

La transformación cultural de las empresas no termina con la firma de un documento; comienza con la decisión de convertir una filosofía en prácticas, aprendizajes y acciones capaces de trascender a las personas que hoy encabezan las organizaciones.

Con esa visión, **Familia Laboral Podcast inició su cuarta temporada** con un marco institucional consolidado y el propósito de impulsar una comunidad de práctica permanente entre directivos. El objetivo es que los principios contenidos en el manifiesto puedan evolucionar a partir de las experiencias de quienes participan en ella y convertirse en conocimiento compartido para las organizaciones.

El planteamiento parte de una premisa: **el legado no se hereda, sino que se construye colectivamente.**

Así lo destacó **Oscar Rodríguez González**, Founder de Familia Laboral y Chief People Officer (CPO), al subrayar el carácter voluntario de los líderes que decidieron suscribir el documento como una expresión de convicción y compromiso con una nueva visión de la cultura empresarial.

El legado como resultado

El **Manifiesto por la Transformación Cultural de las Empresas en México: Factor Legado** plantea que transformar una organización no debe limitarse a obtener mejores resultados financieros.



Su propósito es contribuir a formar personas mejor preparadas y construir instituciones más sólidas, capaces de permanecer, evolucionar y generar valor incluso después de que sus actuales dirigentes hayan dejado sus posiciones.

La filosofía está sustentada en siete pilares: **Personas, Cultura, Liderazgo, Confianza, Innovación, Productividad y Propósito.**

Estos elementos sintetizan una aspiración que va más allá de la empresa: contribuir a lograr un México, Próspero, más Justo y más Humano.

El manifiesto establece, además, que las empresas están constituidas por personas y que cualquier transformación cultural comienza en el liderazgo, antes que en los procesos o en la tecnología.

En un entorno marcado por la inteligencia artificial y la aceleración tecnológica, el documento coloca el cambio cultural como uno de los grandes desafíos de las organizaciones.

La tecnología puede acelerar la transformación, pero **la cultura determina la manera en que una empresa asimila el cambio y convierte esa transformación en resultados sostenibles.**

Desde esta perspectiva, servir tampoco significa debilidad. Por el contrario, implica generar las condiciones para que las personas desarrollen su talento, asuman responsabilidades y contribuyan al crecimiento de las organizaciones.

26 líderes, una visión compartida

El manifiesto fue suscrito por 26 fundadores y directivos, quienes participaron en una sesión privada celebrada el 10 de septiembre en las instalaciones de **ePya, German Centre, Santa Fe.**



Oscar Rodríguez González, creador de Familia Laboral.



Entre los firmantes estuvieron **Charles Hamparzumian**, de Grupo Fisher's; **Flavio Servitje Curzio**, de El Sello del Sabor; **Carlos Roberts**, de El Fogoncito; **Vladimir Ramírez**, Franquicia Master & Churrerías Porfirio; **Ricardo Galicia**, de Pizza Hut México; **Fredel Romano**, de NOUmi; Alfredo Hong, de P@M y China Girl, **David Ramos**, de EPYA; **David Daniel**, de NUA; **Adriana Fuentes Díaz**, del Consejo Nacional de Empresarias de México; **Pedro Luis Grasa**, ex Rector Regional del ITESM; **Laura Michua**, de Desafiando la Edad y **Ángeles de la Cerda Honda**, de Be Woman2Woman, entre otros, grandes amigos.





Primero fue un libro. *Después, una plataforma de conversación. Ahora, un manifiesto y una comunidad.*

A la iniciativa también se sumaron líderes que, aunque no pudieron estar presentes, enviaron mensajes de respaldo en video. Entre ellos estuvieron **Guilherme Loureiro**, Ex-CEO de Walmart México, Centroamérica y Canada, **Mónica Flores Barragán**, Presidenta de Manpower Group LATAM, **Gerardo Romero**, Vicepresidente de Operaciones Toyota México, **Luz Adriana Ramírez**, Ex-CEO de Grupo VISA, y **Rudy Tercero**, de La Fiesta del Siglo y Baby'O.

La participación voluntaria fue uno de los elementos centrales del encuentro. La firma no fue planteada como una obligación institucional, sino como una decisión personal de quienes comparten la convicción de que la transformación cultural requiere participación, liderazgo y continuidad.

Catorce años construyendo una filosofía

Para comprender el alcance de esta iniciativa es necesario remontarse a los orígenes de **Familia Laboral®.**

La filosofía comenzó a tomar forma en **2012**, con la publicación del libro Familia Laboral, presentado en Centro Banamex y prologado por **Don Lorenzo Servitje Sendra**, fundador de Grupo Bimbo.

Desde entonces, el concepto ha evolucionado durante 14 años hasta incorporar una visión integral sobre las personas, el liderazgo y la cultura dentro de las organizaciones.

La experiencia profesional de Oscar Rodríguez González en **Grupo Palacio de Hierro** y **Grupo Industrial Peñoles** también forma parte del marco desde el cual se desarrolló esta propuesta.

El resultado de ese recorrido es una filosofía que busca colocar a las personas en el centro de las decisiones empresariales y entender a la cultura como un factor determinante para la permanencia de las instituciones.

Del libro al podcast y del podcast al manifiesto

La evolución de Familia Laboral continuó con la creación de **Familia Laboral Podcast**, plataforma que durante su primer año alcanzó más de **30 episodios** y **37 líderes convocados.**

El podcast se convirtió en un espacio para conversar sobre liderazgo, talento, cultura y los desafíos que enfrentan las organizaciones.

Un año después de su lanzamiento, esa conversación dio un nuevo paso: dejó de estar únicamente en el terreno de los contenidos para convertirse en una iniciativa colectiva formalizada mediante un manifiesto.

Así, el encuentro del 10 de septiembre representa el punto de convergencia de una trayectoria iniciada en 2012 y proyectada ahora hacia una nueva etapa.

El siguiente desafío será convertir los principios de **Factor Legado** en prácticas capaces de permanecer, evolucionar y transmitirse entre generaciones empresariales.

Porque, bajo la filosofía de Familia Laboral, **el verdadero legado de una empresa no está solamente en lo que produce, sino en las personas que forma y en la institución que deja después de ellas.**

¿Quién electrificará la última milla?

CDMX: MOTOR DE DESARROLLO

Por Manola Zabalza Aldama,

Secretaria de Desarrollo Económico de la Ciudad de México



En 1900, un tranvía eléctrico recorrió por primera vez el camino entre el centro de la ciudad y Tacubaya. Después llegaron los trolebuses y, en 1969, el Metro. Desde hace más de un siglo, la ciudadanía de la capital ha invertido en trasladarse con electricidad. Sus mercancías, en cambio, siguen viajando con gasolina y diésel. En logística se le llama última milla al tramo que va de la bodega a la puerta del negocio: el más corto, el más caro y, hoy, el más rezagado de la transición energética y en movilidad. En esta semana de acción climática, vale la pena revisar el tema y compartir cómo se propone atenderlo.

Pasajeros eléctricos, carga con diésel

La electromovilidad de pasajeros es un esfuerzo continuo. En esta administración, la Ciudad invierte más de 21 mil millones de pesos en 140 kilómetros de electromovilidad, de los cuales 100 ya operan. La capital es, además, el primer mercado de vehículos eléctricos del país: entre enero y agosto de este año, aquí se vendió casi uno de cada cuatro vehículos electrificados de México.

La carga es otra historia. De los más de 10 mil vehículos comerciales vendidos en el país entre enero y abril, solo 70 fueron eléctricos. Y el problema pesa: en la zona metropolitana, el transporte consume casi la mitad de la energía y genera más de la mitad de los gases de efecto invernadero.

Detrás de esa flota hay una economía concreta. El 99.6% de las 425 mil unidades económicas de la Ciudad son micro, pequeñas y medianas empresas, que emplean a casi dos millones de personas, más de la mitad de quienes trabajan aquí. Son la distribuidora que surte a las tienditas, el proveedor que lleva fruta y verdura de la Central de Abasto a los mercados, la purificadora que reparte garrafones y el fletero que entrega a domicilio.

Una falla de mercado

Un vehículo eléctrico cuesta menos de operar, pero más al comprar. Las grandes empresas cubren esa diferencia con capital propio; las medianas y pequeñas no pueden. Cuando consiguen crédito, pagan entre 20 y 25% anual, porque la banca comercial las considera apuestas riesgosas. Si esta dinámica queda intacta, la transición energética en movilidad avanzará para quien ya tiene acceso al capital y dejará atrás a quienes sostienen el empleo de la capital.

La banca de desarrollo como palanca

ElectroPyME, el programa que Nacional Financiera presentó en la Ciudad de México con C40 Cities y The Climate Pledge, es el primer producto financiero de México y América Latina diseñado para que las PyMEs electrifiquen su transporte de carga. Cada peso de garantía pública moviliza casi 16 pesos de crédito: 17.5 millones abren 278 millones para financiar a cientos de pequeñas y medianos negocios con su primer vehículo eléctrico de trabajo. La tasa máxima es de 16.5%, y de 15.5% para empresas dirigidas por mujeres. El periodo de recuperación de la inversión baja de 15 a 6.7 años, y cada vehículo sustituido ahorra alrededor de 125 mil pesos al año en costos de combustible.

Este apoyo también es política industrial: cada unidad eléctrica crea demanda de técnicos, talleres, instaladores y cargadores. Con Olinia próxima a producir un modelo de reparto de última milla, el país tiene la oportunidad de que esa cadena de valor se quede aquí para el beneficio de toda la zona metropolitana.

Bajo la conducción de la Jefa de Gobierno, Clara Brugada, la Ciudad se ha propuesto reducir 35% sus emisiones hacia 2030, y no lo logrará sin las pequeñas empresas que mueven su economía. La transición energética requiere, además de tecnología, una arquitectura financiera que incluya a quienes difícilmente pueden costearla. Hace más de un siglo, esta ciudad electrificó a sus pasajeros; ahora empieza a electrificar su última milla. Si la transición llega primero a los pequeños, será también una transición con justicia económica.

Por Angel García-Lascurain Valero

Vicepresidente Nacional de Desarrollo Económico de COPARMEX y Socio Director de TANTUM CONSULTING.



Gestión estratégica en un entorno de cambios: preparar a la empresa para el 2027

El Banco de México realiza una encuesta mensual que recoge las expectativas de especialistas del sector privado sobre la economía mexicana. *Sus resultados ofrecen una referencia para evaluar el clima de negocios, las condiciones para invertir y los riesgos que las empresas deben considerar en su planeación.*

Entre enero y septiembre de 2026, la encuesta mostró una evolución irregular de las expectativas sobre el clima de negocios y las condiciones para realizar inversiones. En promedio, 31.7% de los especialistas esperaba una mejoría del clima de negocios y 56.4% anticipaba que permanecería igual. Respecto al momento para invertir, apenas 2.9% lo consideró favorable, mientras que el 48% lo juzgó desfavorable y 49.6% manifestó incertidumbre. Aunque en septiembre la proporción que consideraba favorable invertir aumentó a 10%, todavía predominaba la cautela, sin una recuperación sostenida de la confianza.

Esta cautela coincide con los obstáculos al crecimiento que identificaron los especialistas consultados: inseguridad pública, política comercial, ausencia de cambios estructurales, problemas de Estado de derecho, incertidumbre política interna y corrupción. Aunque la encuesta no establece una relación directa entre cada factor y la opinión sobre el momento para invertir, estas preocupaciones ayudan a comprender el entorno en el que las empresas deben evaluar riesgos y decidir dónde comprometer sus recursos en el 2027.

Para los empresarios, este panorama plantea una tarea concreta: proteger la rentabilidad y la liquidez, mientras fortalecen sus posibilidades de crecimiento. Preparar la estrategia y el presupuesto de 2027 requiere definir cómo mejorar la competitividad, atender mejor al cliente y desarrollar las capacidades necesarias para lograrlo. También exige decidir dónde asignar los recursos disponibles, revisar gastos y actividades que se mantienen por costumbre, pero que han dejado de aportar valor, y orientar el presupuesto hacia los factores

que realmente impulsan el desempeño. Repetir el presupuesto anterior con ajustes de precios y metas puede perpetuar ineficiencias, dejar pasar oportunidades relevantes y generar riesgos innecesarios.

Las empresas que trascienden generaciones y se mantienen vigentes, tanto en épocas favorables como en circunstancias desafiantes, suelen compartir cuatro capacidades fundamentales: analizar y comprender el momento que viven, con visión estratégica; desarrollar un plan realista, que considere el entorno, sus oportunidades y riesgos, así como las fortalezas y limitaciones internas; ejecutar la estrategia con eficiencia y eficacia, alineando la estructura operativa, los recursos y las responsabilidades con los nuevos objetivos; y gestionar la estrategia de manera dinámica. Los objetivos estratégicos se definen en la planeación, pero deben gestionarse. Ello permite medir la contribución de la operación diaria a los resultados de largo plazo, favorece la toma de decisiones y facilita ajustar el rumbo, manteniendo la operación y la estrategia conectadas.

En este recorrido, cada etapa es relevante y complementa a las demás: comprender el entorno da sustento al plan, la ejecución lo convierte en acciones y la gestión permite evaluar resultados y ajustar el rumbo. Sin embargo, muchas empresas dedican tiempo y recursos importantes a planear y encuentran mayores dificultades al ejecutar. El reto consiste en conectar las oportunidades identificadas y la visión estratégica con los impulsores del desempeño dentro de la organización: proyectos, procesos, competencias de los colaboradores y tecnología. Esa conexión exige traducir las prioridades en cambios concretos en la forma de trabajar y desarrollar las capacidades organizacionales necesarias para alcanzar los resultados esperados.

Resulta fundamental también que la planeación que se lleva a cabo desde la alta dirección pueda desdoblarse hacia toda la estructura de la empresa. Cada área necesita comprender cómo contribuye a los objetivos estratégicos y traducirlos en objetivos más específicos y operativos dentro de su ámbito de responsabilidad, con objetivos compartidos entre áreas, indicadores homologados y procesos y proyectos alineados. Este ejercicio permite identificar duplicidades, gastos que no generan valor y actividades críticas para la estrategia que carecen de responsables, recursos o soporte en la operación. Así, la alineación convierte el rumbo estratégico en compromisos concretos y ayuda a concentrar los esfuerzos de la organización en los resultados que la empresa busca alcanzar.

De cara a 2027, las expectativas de crecimiento moderado y la cautela para invertir hacen especialmente relevante la capacidad de cada empresa para construir sus propias oportunidades. Comprender el entorno, definir prioridades realistas, alinear la operación y gestionar la estrategia de manera dinámica permite proteger la rentabilidad y la liquidez, al tiempo que se desarrollan nuevas fuentes de crecimiento. La innovación debe formar parte de ese esfuerzo, orientando los recursos hacia mejores soluciones para el cliente y capacidades que fortalezcan la competitividad. Las empresas que logren conectar estas decisiones estarán mejor preparadas el próximo año para aprovechar una mejoría del mercado y ajustar oportunamente su rumbo si las condiciones resultan más exigentes.



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



Antôn CONSULTING & Asoc.

La Odisea Corporativa de Ulises y el Arte de No Perder el Rumbo

Una historia y leyenda sobre el peso que carga un consejero

Escuché a un colega parafrasear la historia de Ulises del célebre poeta Homero, y me dejó la mosca en la oreja por volver a ver la película que dirigió Christopher Nolan y descubrir cómo pueden pasar siglos y lo esencial, continúa siendo vigente. Ni siquiera la famosa y tan de moda inteligencia artificial sustituye la lógica, faltaba más. Hay historias que explican mejor la gobernanza que cualquier manual del sabelotodo. Está muy en boga que todos escribamos nuestras verdades absolutas, sin ser genuinamente de apoyo para lo demás, y en cambio, como cuando a cambio de nada, solo por el placer de construir más información útil, lo hacemos. No sé si es porque la vida corporativa tiene algo de épica o porque, en el fondo, todos navegamos mares que no controlamos. Pero ahora, que repaso la historia de Ulises, me queda claro que las empresas viven odiseas permanentes.

Las Asambleas de Accionistas deciden el rumbo, los Consejos de Administración supervisan y corrigen el camino, para que ese rumbo tenga sentido, y la Dirección Ejecutiva es la que termina enfrentando tormentas, monstruos y tentaciones. Y sí: la travesía de Ulises tiene más que ver con esto de lo que parece.

El Caballo de Troya: cuando pensar diferente es la única salida

Los griegos pasaron décadas intentando conquistar Troya. Décadas. Y nada. Las murallas seguían ahí, impenetrables, como esos mercados donde nos aferramos a luchar por captar a nuestros clientes o retenerlos de la misma forma y no somos capaces de desarrollar estrategias que lo hagan diferente. El Caballo de Troya es el mejor ejemplo de una estrategia disruptiva, como hoy lo son los unicornios y las empresas clásicas que se atreven…tan solo con un puñado de soldados escondidos en el vientre del caballo, lograron abrir las puertas de Troya, que miles de guerreros bien entrenados, nunca lo habían logrado.

Hasta que a alguien se le ocurrió pensar diferente…"Odiseo".

El caballo no fue un golpe de suerte: fue una decisión estratégica que rompió la inercia del "así se ha hecho siempre". Un recordatorio

para las Asambleas: si no permiten ideas nuevas, la empresa se queda afuera de su propia Troya. Para los Consejos: si solo administran la muralla, nunca la cruzan. Para la Dirección: si no ejecuta con precisión, el caballo se queda en maqueta.

Las Sirenas: el riesgo que seduce… y cómo evitar chocar en los arrecifes.

El canto de las sirenas es hermoso y a la vez, letal. Como esas oportunidades que parecen irresistibles, pero que pueden hundir a la empresa si se toman sin cabeza.

En el episodio anterior a éste, titulado “El Consejo de los Animales” sentenciamos que “La peor decisión es la que no se toma”, y dado que Ulises y sus guerreros la vivieron en carne propia, la exaltamos ahora a: “La mejor decisión es la que se toma con la información disponible”.

Ulises sabía que debía escuchar el canto, (saber con precisión qué cuernos está pasando afuera de nuestras empresas, incluso en detalles muy delicados) pero también sabía que no podía dejarse llevar. Los marinos se pusieron cera en los oídos. Ulises se amarró al mástil.

Esa es la diferencia entre arriesgar y ser imprudente. Esa es la diferencia entre navegar y aprovechar la información disponible desde el timón del barco y liderar con eficacia a la tripulación sin poner en riesgo la sostenibilidad de la empresa.

En el mundo corporativo, el riesgo no es el enemigo. El enemigo es no tener contención. Las Asambleas deben distinguir entre audacia y locura inercial. Los Consejos deben poner límites claros y cuestionarse a sí mismos y al staff permanentemente. La Dirección debe saber cuándo ejecutar… con qué velocidad y con la estructura adecuada. No dudar en quedarse solo con los marineros aptos, con los mejores y retenerlos a toda costa. Los muy buenos siempre estarán tentados a irse, a escuchar el canto de otras sirenas, y, por lo tanto, si no los seduces lo suficiente para quedarse a tu lado siempre, te quedarás solo con los peores, los que no tienen a donde ir. No, invierte el sentido de la brújula. Solo con los mejores podrás hacer que la mayoría llegue a puerto seguro, sí, varios se quedarán en el camino, serán bajas en la travesía y lo sabes bien, como los supo Ulises desde el principio.

Calipso: la comodidad que droga e inmoviliza

Siete años varado en la isla de Calipso. Siete.

La comodidad es peligrosa porque funciona. Y cuando algo funciona, te droga y te hace alucinar con la inmortalidad. Te hace creer que ya no necesitas moverte, mejorar, incomodar, crecer. Esa belleza te seduce, te adormila, te inmoviliza en los placeres más sofisticados que solo una diosa, Calipso, te pone en charola de plata. Porque aun pasados los siglos, la humanidad sigue siendo rupestre, cavernaria, mejor en tecnología a pasos agigantados, y se mantiene igual o a veces peor en empatía, dispersión, y genuino interés por evitar



conflictos y enemistades. Así somos, es lo que hay, y distinguirlo nos hace diferentes, aunque sea en granitos de arena que impulsan la mejoría de la vida perenne de las empresas.

Calipso es el área de confort: ese lugar donde todo está bien... hasta que ya no. Las empresas que se quedan ahí pierden competitividad sin darse cuenta. Las Asambleas deben evitar la complacencia. Los Consejos deben incomodar, pero no por receta, sino por evitar a toda costa que ese letargo de confort se apodere de la institucionalidad del negocio. La Dirección debe mantenerse retada, permanentemente.

El Cíclope Polifemo: lo que es más grande que todas nuestras fuerzas

Hay crisis que no se resuelven con músculo. Hay problemas que son demasiado grandes, demasiado complejos, demasiado monstruosos.

El cíclope representa eso: lo que rebasa nuestras capacidades.

Ulises no lo venció con fuerza. Lo venció con astucia y recordando los consejos de otros reyes y súbditos leales y sabios.

En la empresa, hay momentos donde la observación y volver a lo básico, vale más que el presupuesto. Las Asambleas deben entender que no todo se arregla con dinero. Los Consejos deben pensar estratégicamente.

La vanidad que transforma en animales

Hay un episodio en la Isla de Circe, donde la vanidad corrompe a los hombres de Ulises y los transforma en cerdos. No es casualidad: la soberbia degrada.

En las empresas pasa igual. Cuando los líderes se sienten invencibles, dejan de escuchar. Cuando los Consejos se creen infalibles, se vuelven más vulnerables que nunca. Cuando las Asambleas se intoxican de poder, se convierten en singulares miembros del zoológico más distinguido.

La Dirección debe ser más lista que inteligente. Conocemos todos a personas super inteligentes que saben de un montón de temas, que cultural y académicamente está nbien preparados y que funcionan para aderezar temas y contar con perfiles analíticos,(esos qué provocan parálisis por análisis), pero no los pongas al frente del negocio, porque lo llegan a estrellar, en cambio esos otros que quizás no son tan inteligentes, pero sí son listos (listo promedio, nada de Premios Nobel), esos si, tienen olfato, sentido comercial, la gente los sigue y respeta y siempre ven la famosa frase: “Veamos y exploremos el Cómo SÍ”.

La vanidad corporativa es la antesala del fracaso.

El regreso al reino: visión de largo plazo y humildad

Ulises regresa veinte años después. Diez años de guerra, siete años varado, tres años de aventuras increíbles y unas semanas finales para llegar a su reino. Regresa sin haber perdido todo... aunque pudo haber pasado.

Ese regreso es una lección de gobernanza:

- La visión de largo plazo es lo que salva.
- La paciencia estratégica es un activo.
- La audacia prudente, es parte toral del liderazgo.

Los consejeros que aportan valor son los que entienden que la odisea no se gana en un ejercicio fiscal que arrojó algún buen resultado. Son los consejeros que tienen que llevar a la mesa de los directores, la visión de las amenazas y la prioridad de ejecución de los temas importantes, para las urgencias están los remeros del barco.

Las empresas viven odiseas.

- Las Asambleas son el punto de partida.
- Los Consejos son la brújula.
- La Dirección es la tripulación.

Y todos, sin excepción, enfrentan sirenas, hechiceras, cíclopes, calipsos y murallas.

La gobernanza es navegar manteniendo el rumbo.

> “Ulises no regresó para presumir su travesía, sino para recordar que el rumbo se mantiene solo cuando alguien decide sostener el mástil”

Yo te conekto: la llave que conecta a las empresas con el capital para crecer



En México, miles de empresas con proyectos sólidos no crecen porque no saben a qué puerta tocar. *El crédito y el capital existen, pero llegar a ellos suele ser largo, técnico y desgastante. Para cerrar esa brecha nació* ***Yo Te Conekto****, firma de consultoría financiera que acompaña a empresas y personas desde el diagnóstico hasta el cierre de su financiamiento.*

Una sola puerta, más de 35 opciones

En lugar de que el empresario recorra institución por institución, Yo Te Conekto hace ese trabajo por él. Gracias a sus alianzas con más de 35 Bancos, Intermediarios Financieros No Bancarios como Sofomes, Sofipos, fondos e inversionistas, compara alternativas, negocia condiciones y presenta cada proyecto ante el fondeador que mejor se ajusta a su perfil. El resultado: respuestas más rápidas, mejores condiciones y mayor probabilidad de aprobación.

Soluciones para cada etapa del negocio

Para operar día a día, la firma gestiona créditos simples y revolventes, factoraje, arrendamiento financiero y tarjetas de crédito corporativas. Para crecer, estructura levantamientos de capital y conecta a las empresas con inversionistas. Para proteger lo construido, diseña estructuras fiduciarias, alternativas de inversión y planeación patrimonial.

Antes de tocar cualquier puerta, Yo Te Conekto prepara a sus clientes: ordena su información financiera, anticipa las preguntas del fondeador y realiza due diligence, para que lleguen listos a negociar. Todo bajo criterios ESG y un enfoque de triple impacto: económico, social y ambiental.

Experiencia que abre puertas

La firma está encabezada por María de Lourdes Arias Enríquez, fundadora y directora general, con más de veinte años en el sector financiero: dirigió el Consejo Mexicano de Uniones de Crédito (ConUnión) y el fondo de capital privado Fortante, cuenta con amplia experiencia en estructuras fiduciarias y hoy es Chief Advisor de Negocios y Financiamiento de Coparmex Nacional. Su socio, Alfredo Rojas Ruiz, ex director general de la Unión de Crédito Concreces y director internacional de cumplimiento normativo y fondeo en un grupo fintech con operaciones en siete países, suma dos décadas en finanzas, regulación y fondeo institucional, con formación en el Tec de Monterrey, EGADE, MIT y Harvard School, donde actualmente cursa una maestría en Computer Science e inteligencia artificial.

“Cada empresa tiene una historia distinta y merece una solución a su medida. Nuestro trabajo es que el empresario se enfoque en crecer mientras nosotros le abrimos las puertas correctas”, afirma María Arias.

Un aliado para crecer

Desde PyMEs en expansión hasta corporativos y familias que buscan proteger su patrimonio, Yo Te Conekto se ha convertido en el aliado financiero que acompaña cada decisión: conectar el presente de sus clientes con su futuro financiero.

www.yoteconekto.com

atencion@yoteconekto.com

LinkedIn: Yo Te Conekto

Escanea el código y escríbenos por WhatsApp

Yo Te Conekto

WhatsApp Business Account

Yo Te Conekto

Conectamos tu presente con tu futuro financiero



Itzel Torres,
Directora general de Merco México y
Juan Francisco Ealy Lanz Duret,
Vicepresidente Ejecutivo y Director General de EL UNIVERSAL.

La 14ª edición del monitor de reputación corporativa incorpora la evaluación de Inteligencia Artificial y la valoración de líderes empresariales en su metodología.



Grupo Bimbo es reconocida como la empresa con mejor reputación de México.

Grupo Bimbo, BBVA y Grupo Modelo encabezan el ranking MERCO Empresas México 2026

En un acto celebrado en la Universidad de la Libertad en Ciudad de México, dirigido por **Itzel Torres**, directora general de Merco México, y **Antonio Lechón**, director corporativo de Merco, se dieron a conocer de manera oficial los resultados de la **14ª edición del ranking Merco Empresas México 2026**.

Por un año más, **Grupo Bimbo** se reafirmó en la **1ª posición** de la clasificación reputacional al obtener la puntuación máxima de **10,000 puntos**. El podio de la reputación corporativa lo completan **BBVA** en el **2° lugar** (9,156 puntos) y **Grupo Modelo** en la **3ª posición** (8,539 puntos).

El **Top 10 general** y variaciones del ranking

El grupo de las diez empresas con mejor reputación corporativa en el país muestra cambios relevantes en sus posiciones respecto a la edición de 2025:

1. **Grupo Bimbo** (10,000 pts) — Mantiene el **1er lugar absoluto.**
2. **BBVA** (9,156 pts) — Asciende del **3° al 2° puesto.**
3. **Grupo Modelo** (8,539 pts) — Se ubica en **3er lugar** (tras ocupar la 2ª posición en 2025).
4. **Mercado Libre** (8,346 pts) — Avanza dos peldaños, escalando del **6° al 4° puesto.**
5. **Nestlé** (8,100 pts) — Se sitúa en la **5ª posición.**
6. **FEMSA** (8,091 pts) — Protagoniza un notable ascenso de seis lugares, pasando del **12° al 6° puesto.**
7. **Google** (7,943 pts) — Se coloca en el 7° lugar.
8. **Walmart de México y Centroamérica** (7,804 pts) — Conserva la **8ª posición**.
9. **Cemex** (7,737 pts) — Reingresa al Top 10 al escalar del **11° al 9° puesto.**





Al centro: Mauricio Pallares, Director de Comunicación e Identidad Corporativa en BBVA México.

10. **Liverpool** (7,323 pts) — Cierra el grupo de diez líderes en la **10ª posición.**

Líderes de la industria por sectores

El monitor presentó también los primeros lugares de las empresas evaluadas en sus respectivos ramos económicos:

- **Alimentación:** Grupo Bimbo (1°), Nestlé (2°), PepsiCo (3°).
- **Financiero:** BBVA (1°), Santander (2°), HSBC (3°), Nu México (4°).
- **Bebidas**: Grupo Modelo (1°), Coca-Cola México (2°), Heineken México (3°).
- **Medios de Comunicación:** EL UNIVERSAL (1°), Grupo ACIR (2°), Grupo Expansión (3°).
- **Comercio Electrónico:** Mercado Libre (1°), Amazon (2°).
- **Conglomerados:** FEMSA (1°), Grupo Carso (2°), Grupo México (3°).
- **Autoservicio y Departamentales:** Walmart de México y Centroamérica (1°), Liverpool (2°), El Palacio de Hierro (3°).
- **Tecnología de la Información:** Google (1°), Apple (2°), Microsoft (3°).
- **Educación y Formación:** Tecnológico de Monterrey (1°), Universidad Anáhuac (2°), IPADE (3°).
- **Automotriz:** Volkswagen (1°), Nissan (2°), General Motors (3°).
- **Farmacéutico / Laboratorio:** Pfizer (1°), AstraZeneca (2°), Novartis (3°).

Resultados en **rankings parciales**

Merco desglosó la valoración corporativa a través de métricas específicas según el perfil de los públicos consultados:

- **Merco Digital** (Ámbito Digital e IA): Encabezado por **Mercado Libre (1°), Grupo Financiero Banorte (2°), Google (3°), Amazon (4°) y Samsung (5°).**
- **Merco Sociedad (Población General):** En la valoración sobre ética y contribución social destacaron **Adidas (1°), Mercado Libre (2°), Amazon (3°), Farmacias Similares (4°) y Grupo Alpura (5°).**
- **Mejores Equipos de Comunicación:** Según periodistas de información económica, la mejor labor de comunicación corporativa la realizan **BBVA (1°), Grupo Bimbo (2°), Mercado Libre (3°), FEMSA (4°) y Google (5°).**

Innovaciones metodológicas de la 14ª edición

Esta entrega incluyó dos novedades principales en su metodología de evaluación:

1. **Integración de Merco Líderes:** La valoración de los líderes empresariales se incorporó a la evaluación global de las marcas, aportando un 2% del peso total en el ranking.
2. **Reputación Generativa (IA):** Se integró un análisis específico de la percepción que proyectan los motores de Inteligencia Artificial sobre las compañías, estruc-turado en etapas de contextualización, puntuación e integración comparativa.

Muestra, rigor e independencia

La elaboración del ranking **Merco Empresas México 2026** implicó **55,187 encuestas** procesadas mediante **7 evaluaciones y 28 fuentes de información.** La muestra estuvo compuesta por:

- **1,876 directivos** de grandes empresas con facturación anual superior a 40 millones de USD.
- **526 expertos** (analistas financieros, periodistas económicos, catedráticos, ONGs, asociaciones de consumidores, funcionarios de gobierno y social media managers).
- **4,620 ciudadanos** en la muestra de población general.
- **48,108 encuestas** de Merco Talento.
- **776,675 menciones digitales** analizadas junto a Nethodology.

El cumplimiento de la metodología del monitor fue sujeto a una **revisión independiente por parte de KPMG**, razón por la cual la firma auditora no publica su propia posición en la lista. La participación en Merco es gratuita, no acepta patrocinios ni realiza tareas de consultoría, financiándose de forma exclusiva a través de la venta de informes confidenciales de diagnóstico.



De izquierda a derecha: Sebastián Valverde (Director General de Google México), María Ariza (CEO de BIVA), Itzel Torres, directora general de Merco México, Tanya Avellan (CEO de Grupo Alpura), Mildred Villegas (Directora General de Unilever de México y Alimentos Latam), y Antonio Lechón, director corporativo de Merco.







***La ANP celebró su primera reunión oficial en el Club de Industriales de Polanco**, marcando el inicio de una nueva etapa enfocada en la integración de jóvenes, el uso de tecnologías como la IA y la defensa de la libertad de expresión.*

Renace la Asociación Nacional de la Publicidad con el evento *"SumARTE"* y presenta su plan de cara al futuro

La **Asociación Nacional de la Publicidad (ANP)** llevó a cabo con éxito su primer evento oficial denominado **SumARTE** en el Salón Tamayo del Club de Industriales / Polanco. La reunión, conducida por el comunicador **Alonso Castellot** y la actriz **Nelly Lacayo**, marcó el inicio formal de las actividades de la institución en una nueva era para la comunicación en México. Durante el encuentro, se enfatizó la importancia de consolidar una industria publicitaria más unida frente a los retos del país.

Los ejes estratégicos de la nueva gestión

En su primera intervención como presidente de la nueva ANP, **Arturo Huerta** destacó que la gestión buscará recuperar la grandeza de la asociación más antigua de México y dejar un legado consolidado de **103 años** a las nuevas generaciones. Huerta señaló que la organización trabajará sobre los siguientes ejes principales:

- **Integración y renovación:** Sumar a todos los actores para hacer renacer a la ANP y ceder paulatinamente la estafeta a los jóvenes.

- **Estructura digital e innovación:** Operar bajo una estructura propia de la era digital y estandarizar los conocimientos frente a los cambios generados por la Inteligencia Artificial (IA).
- **Vínculo Academia - Sector Productivo:** Promover desde las instituciones educativas que los planes de estudio coincidan con las necesidades reales de las empresas de comunicación.
- **Apertura institucional:** Expandir el alcance de la ANP al abrir la afiliación a **empresas, estudiantes y a todas las ramas de la industria de la comunicación**, superando el esquema tradicional centrado únicamente en personas.
- **Ética y representación:** Fungir como una voz activa que defienda a la industria e impulse el orden ético.

Asimismo, se anunció el sitio web: **anp.ong** y la coordinación de canales digitales en Facebook a cargo de **Francisco Javier García**, vocal de Comunicación. Se reconoció también a Antonio Delius como el principal impulsor de renovar la asociación y a **Gary Bermúdez** por su trabajo en el primer Decálogo de la ANP.

Defensa de la libertad de expresión y ética en los mensajes

El evento contó con intervenciones de líderes del sector:

- **Lic. Jesús Cuevas**, tesorero de la ANP, ofreció una reseña histórica de la asociación.
- **Dra. Lidia Camacho**, presidenta de la Academia Mexicana de la Comunicación, resaltó la urgencia de la unión interinstitucional para impulsar el desarrollo profesional del sector.
- **Francisco Javier Rodríguez**, presidente ejecutivo de A Favor de lo Mejor, abordó la importancia de la ética en los mensajes y de realizar comunicación con valores.
- **Francisco Javier Sánchez Campuzano**, secretario de la ANP, realizó un enérgico llamado a la acción para defender la libertad de expresión y proteger de manera conjunta a la Industria de la Comunicación.

Reconocimientos a la trayectoria e integración nacional

Durante la ceremonia, se entregó un reconocimiento especial a Rosita Rodríguez por sus décadas de trabajo y dedicación a la ANP. Asimismo, se rindió homenaje a expresidentes de la institución: Alfonso Pieza Canela, Jesús Cuevas Sánchez, Clemente Cámara Rojas y Raúl Camou Rodríguez (este último representado por su hermano, Hugo Camou Rodríguez).

A nivel nacional, se destacó la asistencia solidaria de la delegación de la ANP Sección Chihuahua / Sede Ciudad Juárez, representada por Miguel Reyes y Yeraldín Camacho, con quienes ya se iniciaron actividades para fortalecer la presencia de la asociación en el país. El evento culminó con un vino de honor y el compromiso de los asistentes de participar en las próximas actividades de la ANP.





ACCIONES SOSTENIBLES

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





Panel y discusión sobre la rehabilitación hídrica de las barrancas de Barrilaco, en el Bosque de Chapultepec.

De una Semana del Clima a 52 semanas de acción

La semana pasada tuve el privilegio de participar como maestro de ceremonias en México por el Clima: **Semana de Acción por el Clima y la Naturaleza 2026**. Mientras escuchaba a especialistas, empresarios, académicos, organizaciones sociales y ciudadanos compartir experiencias, una idea se hizo presente: el mayor desafío climático es acelerar las acciones para cambiar el rumbo.

Del 5 al 9 de octubre, la Ciudad de México reunió más de 150 paneles y 400 ponentes en torno a una pregunta: ¿cómo convertir los compromisos climáticos en acciones concretas? Agua, biodiversidad, infraestructura, tecnología, alimentación, economía circular, electromovilidad, transición energética y juventudes integraron una agenda diversa.

Mi principal aprendizaje fue claro: la crisis climática no tiene compartimentos; nuestras soluciones tampoco deberían tenerlos.

Un planeta de sistemas conectados

Como maestro de ceremonias, tuve una posición privilegiada: escuchar. Las distintas perspectivas permiten descubrir conexiones que perdemos cuando analizamos los problemas de manera aislada.

Las conversaciones sobre la rehabilitación hídrica de las barrancas de Barrilaco, en el Bosque de Chapultepec, y la infraestructura verde y azul para ecosistemas urbanos resilientes evidenciaron la relación entre agua, territorio, conservación y urbanización.

Árboles, bosques, humedales y barrancas cumplen funciones indispensables. El reto consiste en diseñar ciudades que trabajen con la naturaleza, en lugar de intentar dominarla.

Tecnología para transformar decisiones

En el panel sobre tecnología y transición justa, con Mauricio Ruiz Barroso, de NTT DATA, y otros especialistas, exploramos cómo la inteligencia artificial, los sensores, las imágenes satelitales y las plataformas digitales permiten conocer nuestro impacto ambiental.

Sin embargo, la tecnología climática más valiosa no será la que genere más datos, sino la que propicie mejores decisiones en energía, inversión, producción, logística y planeación urbana. Debemos reducir la distancia entre saber y actuar.

La sostenibilidad en nuestras decisiones cotidianas

Las conversaciones sobre desperdicio alimentario en el sector hotelero y sostenibilidad en grandes eventos mostraron que cada alimento desperdiciado implica perder agua, energía, tierra y trabajo. Combatirlo también es acción climática.

"La mesa que regenera" utilizó la gastronomía para hablar de territorio, biodiversidad y cultura. Reconocer la cadena previa a nuestro plato demuestra que comer es un acto ambiental.

La exposición HOPE, de Cristina Mittermeier y SeaLegacy, aportó otra dimensión indispensable: la esperanza. Comprender la gravedad de la crisis es necesario, pero también debemos imaginar lo que podemos proteger y regenerar.

Una transición que incluya a todos

México por el Clima llegó del Papalote Museo del Niño a las Utopías de la Ciudad de México, acercando la conversación a las comunidades. Destacó Mexiquito por el Clima, un espacio para niñas, niños, adolescentes y familias.

La pregunta es inevitable: ¿qué planeta les estamos dejando? Quizá también debamos preguntarnos qué generación estamos formando para cuidarlo. La educación, la cultura y el contacto con la naturaleza son inversiones fundamentales.

Ningún sector puede resolver estos desafíos por sí solo. Iniciativas como el Laboratorio de Activación Biorregional conectan conocimientos, proyectos regenerativos e inversión de impacto, mientras que las conversaciones rumbo al Foro Urbano Mundial recuerdan el papel decisivo de las ciudades.

De la conciencia a la acción

Paradójicamente, terminé la semana sintiéndome alumno. Escuchar tantas voces confirmó algo esperanzador: muchas soluciones ya existen. Contamos con conocimiento, tecnología, empresas innovadoras, organizaciones sociales, jóvenes y comunidades comprometidas.

El reto es conectar esas capacidades y multiplicar su impacto. La pregunta ya no es solamente por qué actuar, sino cómo hacerlo, con qué recursos y a qué velocidad.

La medida del éxito de México por el Clima no será la asistencia, sino lo que hagamos después del encuentro. ME

El planeta necesita que transformemos nuestras decisiones durante las próximas 52 semanas. El futuro sostenible no será heredado: será resultado de lo que decidamos hacer hoy.



Panel sobre la reducción del desperdicio alimentario en el sector hotelero



Francisco Suárez Armenta, Erica Valencia, directora general de México por el Clima y Francisco Suárez.


GRUPO X
SEGURIDAD PRIVADA
GRUPO X
SEGURIDAD PRIVADA
X-264
X-260



Grupo X Seguridad Privada apuesta por la innovación y la gestión estratégica de riesgos

La seguridad privada ha dejado de ser una función limitada a la vigilancia de instalaciones para convertirse en un componente estratégico de la competitividad empresarial. Frente a amenazas como el robo, la delincuencia organizada, los ataques cibernéticos y las interrupciones operativas, las organizaciones necesitan modelos capaces de anticipar riesgos, proteger sus activos y responder con mayor inteligencia. Bajo esta visión surge **Grupo X Seguridad Privada, encabezado por Ali Monreal Vázquez, CEO de la compañía**, quien busca impulsar una nueva generación de soluciones de protección para el mercado mexicano.

Con más de 20 años de experiencia en seguridad corporativa, prevención de pérdidas y dirección de operaciones, Monreal Vázquez ha desarrollado una trayectoria en los sectores financiero, logístico, retail y de seguridad privada. Esta experiencia constituye la base de una nueva etapa empresarial que emprende en colaboración con su socio Rodolfo González, como parte del grupo de empresas de Grupo Interacción.

La propuesta de Grupo X Seguridad Privada parte de una premisa: proteger una empresa implica mucho más que vigilar sus instalaciones. Significa comprender sus riesgos, identificar vulnerabilidades, optimizar recursos y establecer estrategias que permitan mantener la operación incluso ante escenarios adversos.

Ali Monreal Vázquez, CEO de Grupo X, impulsa un modelo de seguridad convergente que integra protección física, ciberseguridad, inteligencia artificial y análisis de riesgos para fortalecer la continuidad operativa y la competitividad empresarial.



Lic. Ali Monreal Vázquez, CEO de Grupo X Seguridad Privada

Seguridad convergente: anticiparse para proteger

Uno de los principales diferenciadores de la compañía es su apuesta por la Seguridad Convergente, un modelo que integra seguridad física, ciberseguridad, videovigilancia, inteligencia artificial y análisis estratégico de riesgos. Esta combinación permite abordar las amenazas desde una perspectiva integral, reconociendo que los riesgos físicos, tecnológicos y operativos pueden estar interconectados.

Como parte de esta visión, Ali Monreal impulsa el desarrollo de la MGR-SC, la Metodología de Gestión de Riesgos basada en Seguridad Convergente, alineada con los principios de gestión de riesgos de ISO 31000. El propósito es fortalecer la identificación, evaluación y tratamiento de las amenazas, para que las decisiones de seguridad respondan a las necesidades reales de cada organización.

En este esquema, la tecnología desempeña un papel fundamental, pero no sustituye la experiencia humana. Por el contrario, permite potenciar las capacidades del personal, mejorar la toma de decisiones y aprovechar los recursos de manera más eficiente.

La prevención de pérdidas también ocupa un lugar central. Para la compañía, una estrategia de seguridad bien diseñada debe traducirse en menos incidentes, menores pérdidas económicas y mayor capacidad para mantener las operaciones. De esta manera, la seguridad deja de percibirse exclusivamente como un costo y se convierte en una inversión que contribuye a proteger la rentabilidad.

Una oferta integral para el sector empresarial

Grupo X Seguridad Privada contempla las siete modalidades previstas en su propuesta

> “La seguridad no solo consiste en proteger lo que una empresa tiene hoy, sino en crear las condiciones para que pueda operar, competir y crecer mañana”
>
> **– Ali Monreal Vázquez, CEO de Grupo X Seguridad Privada**



de servicios: seguridad a personas; seguridad en bienes; traslado de bienes o valores; alarmas y monitoreo electrónico, seguridad de la información; sistemas de prevención y responsabilidades, y actividades vinculadas a la seguridad privada.

La oferta está orientada a atender las necesidades de empresas de distintos sectores, entre ellos el industrial, logístico, financiero, comercial y de infraestructura estratégica, con una visión de cobertura nacional, sujeta a las autorizaciones aplicables para cada servicio.

La profesionalización del personal es otro de los pilares de su modelo. La empresa plantea un esquema basado en procesos rigurosos de selección, evaluaciones de confiabilidad, capacitación continua y supervisión operativa, con el objetivo de contar con elementos preparados y comprometidos con la calidad del servicio.

A ello se suma el cumplimiento de las disposiciones federales y estatales correspondientes, así como la importancia de mantener mecanismos de control y supervisión que generen confianza entre clientes y socios comerciales.

De la prevención a la competitividad

La evolución de la seguridad privada responde a un entorno empresarial en el que la digitalización, la complejidad de las cadenas de suministro y la interconexión de los riesgos exigen soluciones cada vez más especializadas. Para Grupo X Seguridad Privada, esta transformación representa una oportunidad para desarrollar modelos adaptados a las particularidades de cada industria.

La compañía busca consolidarse como un referente nacional mediante la excelencia operativa, la innovación tecnológica y una gestión estratégica de riesgos que contribuya a proteger personas, instalaciones, información y activos.

Para Ali Monreal Vázquez, el valor de la seguridad debe evaluarse por su capacidad para prevenir pérdidas, reducir incidentes, optimizar recursos y garantizar la continuidad de las operaciones. Bajo esta perspectiva, anticiparse a las amenazas representa una ventaja para las organizaciones que buscan crecer en entornos cada vez más complejos.

El desafío para Grupo X Seguridad Privada será convertir esta visión en soluciones confiables, medibles y escalables, respaldadas por personal profesional, tecnología y cumplimiento normativo. Su apuesta es clara: la seguridad no solo consiste en proteger lo que una empresa tiene hoy, sino en crear las condiciones para que pueda operar, competir y crecer mañana.





> “La tecnología no sustituye la experiencia humana: la potencia”
>
> **– Ali Monreal Vázquez, CEO de Grupo X Seguridad Privada**

La nueva era de la seguridad privada: robots, inteligencia artificial y talento humano

El futuro de la seguridad privada ya llegó a México. *Y no viene a sustituir al ser humano, sino a llevarlo al siguiente nivel.*

Por Armando Zúñiga Salinas
Presidente de Grupo IPS y de ASUME



Esta semana vivimos uno de los acontecimientos más importantes en las tres décadas de historia de Grupo IPS: recibimos nuestros primeros dos robots autónomos, diseñados para realizar tareas de vigilancia y prevención de riesgos en plantas industriales, instalaciones logísticas y grandes superficies.

Detrás de esta incorporación hay años de investigación, acercamientos con fabricantes, evaluaciones y pruebas. El objetivo no era simplemente adquirir equipos, sino encontrar soluciones capaces de transformar la protección de las personas, las instalaciones y el patrimonio de nuestros clientes.

No buscamos reemplazar trabajadores, sino construir una operación más eficiente, mejores empleos y una industria competitiva.

La escasez de talento: un desafío para el sector

Uno de los principales problemas de la seguridad privada en México es la falta de personal. Estimamos que existe un déficit cercano a los 150 mil puestos de trabajo en el sector, mientras la demanda de protección aumenta y los riesgos se vuelven más complejos.

Ante esta realidad, necesitamos evolucionar nuestro modelo operativo. Los robots pueden realizar recorridos programados, monitorear grandes superficies, identificar anomalías mediante sus sensores y transmitir información en tiempo real.

Estas funciones permiten que nuestros técnicos en seguridad patrimonial (TSP) se concentren en actividades de mayor responsabilidad, como el análisis de riesgos, la supervisión, la atención de emergencias y la toma de decisiones.

La automatización debe facilitar las tareas repetitivas y dejar en manos de especialistas aquellas que requieren criterio, experiencia y capacidad de respuesta.

Visión IPS 2030: evolucionar para competir

En Grupo IPS hemos construido durante más de tres décadas una cultura empresarial que reconoce el valor de nuestros colaboradores. Nuestra Visión IPS 2030 busca evolucionar de un modelo tradicional de seguridad, basado principalmente en personal operativo, a una organización de inteligencia y servicios especializados con capacidad de reacción en todo México.

Queremos que nuestros técnicos sean reconocidos como profesionales de la protección patrimonial, dominen nuevas herramientas y accedan a mejores oportunidades laborales. Esta evolución debe reflejarse también en mejores remuneraciones y calidad de vida para ellos y sus familias.

La incorporación de robots forma parte de una estrategia para rediseñar nuestros procesos, elevar la productividad y ofrecer soluciones más sofisticadas a los clientes. No se trata de adoptar novedades por moda, sino de responder a las nuevas necesidades del mercado.

De la vigilancia reactiva a la prevención inteligente

La seguridad privada del futuro no dependerá exclusivamente del número de elementos presentes en una instalación, sino de la capacidad para anticipar riesgos y responder oportunamente.

Imaginemos una planta industrial donde robots autónomos realizan patrullajes, cámaras detectan comportamientos inusuales y sensores identifican condiciones de riesgo. La información llega a un centro de monitoreo, donde especialistas evalúan las alertas y activan los protocolos correspondientes.

Este es el modelo que estamos construyendo: automatización para ampliar la cobertura, inteligencia artificial para fortalecer la prevención y personal capacitado para evaluar situaciones y actuar.

La integración de estas herramientas puede transformar la seguridad patrimonial e industrial, optimizar recursos y proporcionar información más precisa sobre las condiciones de cada instalación. El resultado será un servicio más preventivo, eficiente y especializado.

México ante una nueva oportunidad

Nuestro país cuenta con una importante industria manufacturera, talento en ingeniería y desarrolladores capaces de contribuir a esta transformación.

¿Por qué limitarnos a importar soluciones cuando podemos aspirar a desarrollarlas, integrarlas y, eventualmente, fabricarlas en México?

La colaboración entre empresas, universidades, centros de investigación y fabricantes puede impulsar un nuevo ecosistema de innovación. Desde ASUME, organización que tengo el honor de presidir y que reúne a más de 30 asociaciones del ecosistema de la seguridad privada, considero indispensable promover la profesionalización, la capacitación, una regulación adecuada y la adopción responsable de estas herramientas.

La seguridad privada debe consolidarse como una industria que genere innovación, empleos especializados y soluciones de alto valor.

Nuestra visión no es tener menos personas y más robots, sino contar con profesionales especializados, mejor remunerados y respaldados por herramientas avanzadas.



Watchbot, de Grupo IPS.

El futuro no se espera, se construye

La llegada de nuestros primeros robots representa mucho más que una inversión: es un paso concreto hacia la transformación de Grupo IPS y una muestra del potencial de la seguridad privada mexicana.

Sabemos que el camino apenas comienza. La robótica y la inteligencia artificial requieren inversión, supervisión, protocolos de seguridad y actualización constante. Las empresas que no se preparen enfrentarán mayores dificultades para competir en los próximos años.

En Grupo IPS queremos impulsar esta evolución y demostrar que México puede desarrollar servicios de seguridad de clase mundial.

La verdadera innovación consiste en aprovechar los avances disponibles para mejorar los servicios, fortalecer las capacidades de los colaboradores y generar nuevas oportunidades de crecimiento.

El futuro de la seguridad privada ya comenzó. Y en la Familia IPS hemos decidido ser parte de quienes lo construyen.

Riesgos ocultos para las empresas derivados de las designaciones FTO

Exposición jurídica, operativa y reputacional en jurisdicciones con presencia de grupos designados terroristas



Por Karlo Villalpando
Senior Enterprise Risk and Intelligence AdvisorELEVO Advisors.

La designación de organizaciones criminales como Organizaciones Terroristas Extranjeras (FTO) transforma el panorama de riesgos empresariales. Una operación habitual con proveedores, transportistas o intermediarios puede generar consecuencias legales, financieras y reputacionales si los recursos llegan, directa o indirectamente, a una organización designada. Por ello, las empresas deben integrar seguridad, cumplimiento, finanzas, asesoría jurídica y continuidad operativa.

El riesgo detrás de las operaciones cotidianas

La sección 2339B del Título 18 de Estados Unidos prohíbe proporcionar apoyo material a una FTO cuando se cumple el requisito legal de conocimiento. Este apoyo incluye dinero, servicios financieros, instalaciones, personal, capacitación y transporte.

Operar en una zona afectada no implica responsabilidad automática; sin embargo, exige controles para identificar alertas, documentar decisiones y actuar oportunamente. Pagos atípicos, cambios injustificados de cuentas, terceros opacos o intentos de ocultar al beneficiario real son señales que requieren atención.

El riesgo no siempre aparece en una factura. Puede ocultarse en proveedores indirectos, subcontratistas, rutas logísticas o beneficiarios finales no identificados. Revisar únicamente al proveedor directo resulta insuficiente: es necesario evaluar la propiedad corporativa, el control efectivo y las condiciones territoriales.

Mayor vigilancia y responsabilidad directiva

La Estrategia Nacional de Control de Drogas 2026 de Estados Unidos refuerza el combate a organizaciones criminales transnacionales, sus redes financieras y estructuras logísticas. Asimismo, la determinación presidencial del 16 de septiembre de 2026 incluyó a México entre los países señalados por tránsito o producción ilícita de drogas para el ejercicio fiscal 2027.

Este contexto incrementa la atención sobre quienes facilitan financiamiento, transporte y acceso a cadenas comerciales legítimas. Revisar listas de seguridad ya no basta: las empresas necesitan evaluar terceros, transacciones y operaciones reales.

Los consejos de administración y la alta dirección deben identificar sus vulnerabilidades, verificar la eficacia de sus controles y definir cómo actuar ante amenazas, sin separar la protección del personal de las obligaciones legales.

Las designaciones FTO incorporan una dimensión adicional al riesgo empresarial, con implicaciones legales, operativas, financieras y reputacionales que exigen una gestión integral y preventiva.

Refuerza la conclusión con acciones concretas. Aclara el alcance legal de la sección 2339B.

ASIS INTERNATIONAL™ | CAPÍTULO MÉXICO 217

Contáctanos en nuestro linktree

Escanea el código QR, afíliate hoy y empieza a disfrutar del mejor networking de la industria y la mejor oferta de profesionalización del sector.

Afíliate y sé parte *de nuestra comunidad.*

ASIS INTERNATIONAL™
MEMBRESÍA INTERNACIONAL
130 USD

ASIS INTERNATIONAL™ | CAPÍTULO MÉXICO 217
MEMBRESÍA CAPÍTULO MÉXICO
$5,650 MXN

ASIS INTERNATIONAL™ | CAPÍTULO MÉXICO 217
RENOVACIÓN CAPÍTULO MÉXICO
$4,687.50 MXN

BENEFICIOS *Membresía*

- Reuniones mensuales con conferencistas de 1.er nivel (sujeto a disponibilidad)
- Comunidades temáticas para intercambiar conocimiento.
- Webinars sin costo con instructores certificados y cursos que otorgan CPE´s.
- Newsletter semanal con información relevante.
- Presencia del capítulo en los mejores eventos de seguridad en México.
- Chat privado exclusivo para socios activos.
- Convenios con descuentos exclusivos en productos y servicios.
- Acceso a guías y estándares de ASIS Internacional.
- Bolsa de trabajo especializada en seguridad.
- Conexión con más de 34,000 profesionales de seguridad en el mundo.

Más información 55 1321 1289

socios@asis.org.mx



Víctor M. Vergara V., Owner & CEO de SOEM Partners Group, *especialista en protección de eventos, cofundador de SOEM Summit y Safety and Security Senior Manager en FIFA World Cup 2026, plantea que la seguridad de un evento masivo debe formar parte de la estrategia desde su diseño y no convertirse en una reacción ante los problemas.*

Seguridad de eventos: anticipar, prevenir y gestionar

Con más de 20 años de experiencia, destaca que proteger a los asistentes exige anticipar riesgos, profesionalizar al personal y coordinar a organizadores, autoridades y especialistas.

Mundo Empresarial (ME) .- ¿Cuál es el objetivo de SOEM Partners Group?

Víctor M. Vergara (VMV) .- Llevar la seguridad de eventos a un nivel estratégico, mediante el análisis de riesgos, la prevención y el diseño de soluciones. Integramos seguridad, operación, tecnología y experiencia del asistente para construir eventos más seguros y resilientes.

ME.- ¿Qué aporta SOEM Summit a la industria mexicana?

VMV.- Es un espacio de encuentro para organizadores, productores y especialistas. La industria del entretenimiento exige profesionalizar la gestión de riesgos y fortalecer la coordinación. Seguridad y experiencia del público son objetivos complementarios.

ME.- ¿Por qué la seguridad debe comenzar desde la planeación?

VMV.- Un evento seguro no se improvisa, se diseña. Desde la selección del recinto y el análisis de aforos hasta las rutas de evacuación, los servicios médicos y la coordinación con autoridades, cada decisión influye en la seguridad. Los incidentes más complejos se previenen antes del día del evento.

ME.- ¿Cuáles son los principales riesgos actuales?

VMV.- Además de aglomeraciones, incendios, emergencias médicas y condiciones meteorológicas, enfrentamos amenazas como violencia, ciberseguridad, desinformación y drones. Estos riesgos pueden relacionarse entre sí, por lo que debemos identificar señales tempranas y evitar que escalen.

ME.- ¿Qué prácticas debe fortalecer México?



Víctor M. Vergara V., Owner & CEO de SOEM y Martha Vanessa López, Cofundadora y Directora. SOEM SUMMIT.

VMV.- La gestión integral de riesgos, la capacitación y certificación del personal, la coordinación entre autoridades y organizadores, el análisis del comportamiento de las multitudes y los simulacros previos. Todos deben trabajar bajo un mismo plan y con responsabilidades claras.

ME.- ¿Qué aprendizajes le ha dejado participar en FIFA World Cup 2026?

VMV.- La planeación anticipada, la coordinación y la claridad de responsabilidades son esenciales. En eventos internacionales convergen culturas, autoridades, proveedores y tecnologías diferentes. El reto es lograr que todas las organizaciones funcionen como un solo equipo.

ME.- ¿Cómo contribuye la tecnología a la seguridad?

VMV.- La videovigilancia, la analítica de datos y la inteligencia artificial ayudan a identificar patrones y generar alertas tempranas, pero no sustituyen el criterio humano. La tecnología solo produce resultados cuando la información se convierte en decisiones. El modelo debe integrar personas, procesos, tecnología e infraestructura.

ME.- ¿Qué necesita México para consolidar una cultura de prevención?

VMV.- Profesionalizar al personal, establecer estándares comunes, impulsar certificaciones y fortalecer el intercambio de información. Debemos dejar de ver la seguridad como un gasto y reconocer el valor de prevenir incidentes.

> *"Un evento seguro no se improvisa, se diseña. Los incidentes más complejos se previenen antes del día del evento"*



Anticipar para proteger

La seguridad de los eventos masivos requiere planeación, capacitación, coordinación y tecnología al servicio de las personas. Para Vergara V., el objetivo es claro: "miles de personas puedan regresar a casa con la misma tranquilidad y seguridad con la que llegaron".

DESDE EL ESTUDIO *de* **ENRIQUE BUSTAMANTE**

enriquebm1@gmail.com



7 álbumes para la Navidad

Se acerca ese gran momento del año. Ese en el que tan sólo con unas cuantas notas de una canción, tu mente vuela a algún momento especial, esa magia que tiene la música para hacerte recordar. Basta que suenen los primeros acordes de un villancico para que llegue el olor a ponche en la estufa, la imagen de las luces del árbol parpadeando en la sala, la voz de los abuelos y la mesa larga donde siempre cabía uno más.

Muchas de estas grabaciones tienen más de medio siglo y, sin embargo, cada diciembre parecen nuevas. Ya no son solo discos: son parte de la tradición familiar, tanto como las posadas o el nacimiento. Por eso, esta edición de Los discos que no pueden faltar en tu colección está dedicada a siete álbumes navideños que se convirtieron en clásicos. Póngalos en su sala, en la oficina o en la cena de fin de año y deje que hagan lo que mejor saben hacer: reunirnos.

Los clásicos que nunca se van



1. Bing Crosby – *Merry Christmas* (1945)

Es, para muchos, el disco donde empezó la Navidad moderna. Aquí vive "White Christmas", la canción que se convirtió en el sencillo más vendido de la historia. La voz de barítono de Crosby, cálida y sin prisa, suena como una chimenea encendida. Es el álbum ideal para el adviento: sereno, nostálgico y profundamente hogareño.

No se pierda: "White Christmas", "Silent Night" y "I'll Be Home for Christmas".



2. Frank Sinatra - *Jolly Christmas from Frank Sinatra* (1957)

La Navidad con smoking. Con los arreglos orquestales de Gordon Jenkins y un coro que envuelve cada canción, Sinatra canta la temporada con la misma elegancia con la que interpretaba sus grandes baladas. El disco tiene dos caras: una festiva, con el swing que lo hizo famoso, y otra solemne, dedicada a los villancicos religiosos. Es la música perfecta para una cena de gala o una copa junto al árbol.

No se pierda: "Have Yourself a Merry Little Christmas", "The Christmas Waltz" y "Mistletoe and Holly".



3. Nat King Cole - *The Christmas Song* (1962)

Si la Navidad tuviera una voz, sería la de Nat King Cole. Terciopelo puro. Este disco reúne la versión definitiva de "The Christmas Song", esa que habla de castañas asadas junto al fuego, con arreglos orquestales elegantes y villancicos tradicionales. Es música para la sobremesa, cuando la casa por fin está en calma.

No se pierda: "The Christmas Song", "O Holy Night" y "Deck the Halls".

4. Vince Guaraldi Trio - *A Charlie Brown Christmas* (1965)



Nació como la banda sonora de un especial de televisión animado y terminó siendo uno de los discos de jazz más queridos de la historia. El piano de Guaraldi es travieso y melancólico a la vez, como la propia infancia. Pocos álbumes capturan tan bien esa mezcla de ternura y nostalgia que trae diciembre.

No se pierda: "Christmas Time Is Here", "Linus and Lucy" y "O Tannenbaum".

Los que se ganaron un lugar especial en la mesa

5. Barbra Streisand - *A Christmas Album* (1967)



Pocas voces han tenido la fuerza y la delicadeza de Barbra Streisand, y en este disco las usa todas. Pasa del juego y el ritmo de los clásicos populares a la emoción casi lírica de las piezas sacras, con un "Ave María" que estremece. Es un álbum de gran dama: refinado, intenso y profundamente conmovedor, ideal para la Nochebuena.

No se pierda: "Have Yourself a Merry Little Christmas", "The Christmas Song" y el "Ave María" de Gounod.

6. The Carpenters - *Christmas Portrait* (1978)



Karen Carpenter tenía una de las voces más puras de la música popular, y en este disco brilla con una mezcla de dulzura y tristeza que conmueve hasta hoy. Los arreglos de Richard Carpenter, con orquesta y coros, convierten cada canción en una postal navideña. Es el álbum perfecto para las noches de adviento, para envolver regalos o simplemente para recordar.

No se pierda: "Merry Christmas Darling" y "(There's No Place Like) Home for the Holidays".

7. Luis Miguel - *Navidades* (2006)



El Sol de México también le cantó a la Navidad, y lo hizo en español, con el sonido elegante de una gran orquesta. En este disco, los clásicos estadounidenses de la temporada se transforman en canciones nuestras, con el estilo de las grandes bandas que tanto admiró. Es la opción ideal para quien quiere el brillo de las navidades de Sinatra o Crosby, pero en nuestro idioma.

No se pierda: sus versiones en español de "Jingle Bells", "White Christmas" y "Santa Claus Is Coming to Town". ME

Para cerrar el año

Al final, estos discos valen por lo que despiertan. Son la excusa para bajar el ritmo, apagar el teléfono y sentarnos a la mesa con quienes queremos. Este diciembre, ponga uno de ellos, suba un poco el volumen y deje que la música haga su magia.

Desde Mundo Empresarial, le deseamos una Feliz Navidad y un próspero año nuevo lleno de bendiciones, riqueza y salud.

IBI CONCORDIA

UBI VICTORIA

Por Mariano Botey Hernández, mboteyh@gmail.com



Sin respeto

De Byung-Chul Han,

Editorial Planeta, 2026, México.

Mi recomendación de este libro de ensayos del filósofo Byung-Chul Han, surge a raíz de un sueño -basado también en los fecundos diálogos y la convivencia diaria en torno a una mujer maravillosa y psicóloga tenaz: Paola-, a quien conocí al inicio de mi carrera profesional y confieso, previo al conocerla -soñaba entablar una relación de pareja, implicando en valorarla y respetarla, y por ende, aplicar la reciprocidad sin prescindir de lo esencial y responsabilidad de cada uno: amor propio y respeto a sí mismo- *"Quien carece de respeto por sí mismo, quien no tiene autoestima o quien incluso se odia despreciará también a los demás"*. Por fortuna, su esencia misma, refresca un oleaje poético de amor en su nombre: Pa-ola, y así es mi mar de gratitud hacia ella, en hacer realidad mi sueño -aún sueño con ella- porque me enseñó entre otras cosas: a respetar aún en altamar. En aquellos tiempos, se podría llevar a cabo el diálogo y respetar las decisiones de cada uno, aunque muy pocas con esa calidad humana como la de ella en saber escuchar. Ahora toda relación de cualquier índole, se torna una competencia donde abriga el temor: *"en todas las capas de la sociedad reina el miedo en torno al status y al desprestigio. Cada cual se compara con todos los demás. Cada cual teme salir perdiendo, tomar una decisión incorrecta o convertirse en alguien de menor valor"*. John Rawls, en su Teoría de la justicia sostiene *"todos se benefician al vivir en una sociedad donde se estima el deber de mutuo respeto";* Byung-Chul Han, nos hace un profundo diagnóstico, donde la meritocracia neoliberal, produce perdedores odiándose a sí mismos y a la vez despreciando a los demás; claro ejemplo a nivel mundial en las redes sociales, que se está apoderando gratuitamente de las propias voluntades, en dejarlo por la ausencia del reconocimiento y la validez de otros, pues *"quien no recibe un feedback positivo se siente ofendido y humillado. En esos espacios, la falta de reconocimiento se vive como un rechazo social, como una exclusión"*. Nos sugiere en este libro, que vayamos más allá de las prácticas de comprometernos con lo bello, es decir, como el tacto y la cortesía. *"La ausencia de respeto, la descortesía, la desvergüenza y la desinhibición son rasgos característicos de la sociedad de la supervivencia"*, cada día nos está dominando la escasez y la necesidad por lo que tendríamos que enfocarnos y acercarnos al espíritu de lujo. *"Esa vida cuyo único cometido es funcionar y que solo se ocupa de resolver problemas no es vida, sino supervivencia"*. Así apresuremos el trámite de tratarnos con cuidado y tenernos consideración porque el tiempo de vida apremia *"también el respeto necesita tiempo, pero no tenemos tiempo para el respeto"*. Hoy en día, no es escasa la información ni los medios responsables de transmitirlas, sino más bien *"La red social como máquina de la persuasión debilita extraordinariamente nuestra relación con la verdad de los hechos, con el mundo objetivo"*. El único responsable en llegar a la cima de la verdad no son las redes sociales sino nosotros mismos en no llevar ese ascenso de búsqueda y de encuentro directo. Por lo tanto, *"el declive de esa verdad no solo genera una polarización y una fragmentación de la sociedad, sino también una crisis de la democracia"*. Así que resueltamente acudamos a saber escuchar -y a leer este tipo de libros de Byung-Chul Han- porque cada vez estamos perdiendo esa capacidad de escuchar al otro y nos volvemos más narcisistas. Mientras tanto, en el café que suelo frecuentar aún disfruto la cortesía del respeto mutuo, y deleitando de un café espresso que me invita a evocar a gente maravillosa y a quien enaltece la gente del campo y la sabia naturaleza que ofrece libertad invaluable; después de todo, la tecnología abarca y *"El ser humano se convierte en esclavo de sus propias creaciones"*.




CNB
CONGRESO NACIONAL
DEL BLINDAJE
UNA INDUSTRIA, UNA VISIÓN
24 Y 25 DE FEBRERO 2027
EXPO SANTA FE • CIUDAD DE MÉXICO
#CNB2027
El punto de encuentro
de la industria del blindaje
en todas sus modalidades
www.congresonacionaldelblindaje.com.mx


VUELA HACIA EL LUJO INFINITO
HORAS DE VUELO I VUELOS PRIVADOS I COMPRA Y VENTA DE AVIONES
MM
AVIACIÓN PRIVADA
+52 55 4264 3547
@mm_aviacionprivada
www.mmaviacionprivada.com
@aviacionprivada