

ENLACE EMPRESARIAL

AÑO XVII, NÚMERO 171, JUNIO 2020

Actitud

CONCANACO SERVYTUR



CONCANACO
SERVYTUR
MEXICO

EN ESTE REGRESO

#YoCuidoMiNegocioParaTi

**PRESENTAMOS LOS PROTOCOLOS
PARA LA REAPERTURA DE
EMPRESAS COMERCIALES,
DE SERVICIOS Y TURÍSTICAS**

#SomosConcanaco

AVIS[®]

avis.mx

Editorial

Preparados para iniciar una nueva normalidad

Amás de tres meses del inicio de la pandemia en México el sector terciario del país es el que más pérdidas ha registrado por el cierre de negocios, generando miles de personas desempleadas, así como parálisis económica en otros sectores productivos.

Para nadie es desconocido que el Covid-19 llegó a cambiar la forma de convivir y trabajar en México y el mundo, dejándonos una nueva realidad que nos obliga a modificar la forma de hacer negocios.

Esta llamada nueva realidad nos impondrá innovaciones en la forma de comunicación y de interactuar, como hoy lo estamos haciendo, así como en la manera de convivir para salvaguardar la salud de todos y preservar nuestras vidas.

Por ello, en Concanaco elaboramos un documento con los protocolos para el regreso de los comercios y los servicios a la actividad económica durante la emergencia sanitaria Covid-19.

Ese documento contiene los lineamientos esenciales para seguir cumpliendo con responsabilidad nuestra labor, basados en las recomendaciones emitidas por las autoridades de salud federal y de los estados.

Como empresarios tenemos claro que la actividad comercial irá de la mano de las modificaciones para atender a los consumidores, por ello, es importante que los negocios comiencen a implementar las medidas impuestas en materia de higiene, para la entrega de productos, cobro al cliente, así como en la convivencia entre el personal que labora en los establecimientos.

En Concanaco trabajamos con nuestras 256 cámaras y 650 Delegaciones en todo el país para que los establecimientos que reanuden actividades se adapten a la nueva normalidad y no pierdan clientes por no cumplir los protocolos necesarios de atención.

Las actividades están iniciando de manera paulatina, como establecieron las autoridades, y las empresas que ya están trabajando están apegadas a protocolos y procesos, establecidas por las autoridades de salud y del trabajo, tanto federal como estatal, para la atención a sus clientes y a la protección de sus empleados y colaboradores.

En esta etapa se demanda un mayor esfuerzo de los gobiernos de los tres niveles, iniciativa privada y sociedad civil, para retomar la hoja de ruta del crecimiento que se interrumpió en 2020, y que todos juntos de manera responsable trabajemos por el desarrollo de México y mejores niveles de bienestar para los mexicanos.

José Manuel López Campos. Presidente



@Concanaco



@jm_lopezcampos

Índice.

Julio 2020. #171



PRESENTAMOS LOS PROTOCOLOS PARA LA REAPERTURA DE EMPRESAS COMERCIALES, DE SERVICIOS Y TURÍSTICAS

DE SOCIOS PARA SOCIOS

CONCANACO SERVYTUR POTENCIALIZARÁ EL USO DEL CODI EN SUS EMPRESAS AFILIADAS

Se sumará al sistema financiero para potenciarlo en 900 ciudades del país en que tiene representación el Cobro Digital, (CoDi) como una forma de adaptarse a los nuevos hábitos de consumo y comerciales... [Pág. 6](#)

LANZA CONCANACO SERVYTUR PROGRAMA DE MENTORÍAS PARA EMPRENDEDORES. Las mentorías, consisten en acompañar al emprendedor durante un semestre, para guiarlos y ayudarlos cuando su proyecto tenga complicaciones o dificultades, y asesóralos en el manejo de las mejores prácticas empresariales... [Pág. 10](#)

POSITIVA LA APERTURA GRADUAL DEL SECTOR TURISMO EN MÉXICO POR COVID-19: CONCANACO SERVYTUR. Propone incrementar las acciones de promoción en el territorio nacional, coordinar programas con los gobiernos estatales e intensificar las acciones de verificación en base a los lineamientos técnicos, normas y medidas de sanidad y salud.... [Pág. 14](#)

CUANDO CERRAR UN NEGOCIO.

Trazar, idear, estudiar los mercados, para finalmente llegar a la conclusión de cual será mi modelo de negocio con el que le haga frente a los mercados de mi Localidad, de mi Ciudad, de mi País o del Mundo en sí, es la etapa de mayor disfrute para todos aquellos quienes amamos el emprendurismo... **Pág. 26**



NEGOCIOS “DO IT” IMPLEMENTA EL PRESENTE DE LAS FRANQUICIAS

Se ha podido avanzar con los temas de biosanidad, a la fecha llevamos ya más de 10 talleres de “Regresa con Certeza” Verifícate y un número similar de auditorías in situ para varias de las franquicias sobre todo de los giros de alimentos... **Pág. 30**



¿QUÉ ES EL MARKETING SOCIAL?

Este tipo de marketing se centra en reunir esfuerzos para modificar ideologías y el comportamiento público hacia uno más deseable por la comunidad... **Pág. 34**

RECURSOS HUMANOS, PIEZA CLAVE EN LA REAPERTURA HACIA LA “NUEVA NORMALIDAD

Lo primero que Recursos Humanos debe hacer es identificar los grupos de la organización para conocer las necesidades de cada uno. Por ejemplo, están los que no dejaron de ir a trabajar, quienes viven con personas vulnerables, los de alto riesgo de contagio, quienes atraviesan crisis económicas por la pérdida de empleo de sus parejas, quienes ya están presentando problemas emocionales... **Pág. 46**



INVERTIR BIEN NO ES TAN COMPLICADO COMO PIENSAS

La industria maneja siempre términos complicados o rimbombantes como “La Bolsa ha tenido un comportamiento lateral debido al efecto negativo del empleo en Europa, contrastado con una menor producción en el sector automotriz”... **Pág. 38**

DIRECTORIO

Concanaco Servytur

Presidente, José Manuel López Campos;
Tesorero, José Héctor Tejada Shaar;
Secretario General, Enrique Octavio García Méndez; **Pro Tesorero,** Javier Solís Ruiz; **Pro Secretario,** Gustavo Adrián Cavazos Marroquín; **Vicepresidente Regional Zona Sur,** Javier Saldívar Rodríguez; **Vicepresidente Regional Zona Sureste,** Juan José Abraham Daguer; **Vicepresidente Regional Zona Noroeste,** Jorge Alberto Menchaca Sinencio; **Vicepresidente Regional Zona Noreste,** Idalia López Loya; **Vicepresidente Regional Zona Centro,** José Espinosa Rivera; **Vicepresidente Regional Zona Centro Occidente,** Salvador Sebastián Mauricio; **Director,** Belgio Amaya Rizo; **Subdirectora,** Virginia Martínez Ortega.

Actitud - Concanaco Servytur

Directora, Erika Alcántara Sánchez.
Colaboradores: Luis Repper Jaramillo; **Consultores Internacionales, S.C.® (CISC);** Juan José García Díaz Hurtado; Edi Alberto Martínez Tejada; Erika Alcántara Sánchez; Fernando Rojas Sánchez; Antonio Can; Enrique U. Alcázar; Gerardo Hernández; Joan Lanzagorta; Alba Servín; Nelly Toche; Conduseft. **Diseño Editorial:** Fabiola Rangel Quintanilla. **Imágenes:** Depositphotos. **Fotografía:** Félix Guerrero Zetina.

Enlace Empresarial Actitud Concanaco

Servytur es una publicación mensual de reflexión, crítica, debate y dispersión, editada y distribuida por la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo de los Estados Unidos Mexicanos. Balderas 144, piso 3, Centro, 06070, México, D.F. Tel.: (0155) 5722 9300. Con Certificado de Reserva otorgado por el Indautor número 04-2009-033112240800-102, Certificado de Licitud de Título número 12927 y Certificado de Licitud de Contenido número 10500. Certificado de Circulación, cobertura y perfil del lector folio 00137-RHY emitido por Romay Hermida y CIA S.C. y registrado en el Padrón Nacional de Medios Impresos de la SEGOB. **Imprenta:** La Planta, Asesores en Diseño e Impresión, Av. Tlatilco 229-5, Col. Tlatilco, Del. Azcapotzalco, 02860, México, D.F. Tel.: 55561910. Los artículos publicados expresan la opinión del autor y no necesariamente representan el punto de vista de la Concanaco Servytur México sobre el tema tratado. Dirija sus comentarios y sugerencias a: erika.alcantara@concanaco.com.mx, frangel@concanaco.com.mx o a los teléfonos 55 5722 9300 ext. 9437 y 9431

Concanaco Servytur POTENCIALIZARÁ el **USO DEL CODI** EN SUS EMPRESAS AFILIADAS

En el periodo pos-pandemia la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco) se sumará al sistema financiero para potenciarlo en 900 ciudades del país en que tiene representación el Cobro Digital, (CoDi) como una forma de adaptarse a los nuevos hábitos de consumo y comerciales.

Para dar a conocer las ventajas que ofrece después de la contingencia de salud ocasionada por el coronavirus, a las micro, pequeñas y medianas empresas la operación de esta plataforma creada y puesta en función por el Banco de México, la Concanaco Servytur organizó un taller virtual sobre el cobro Codi para las Cámaras de Comercio de todo el país.





En el marco de la conferencia que fue impartida por Miguel Díaz Díaz, Director General de Sistemas de Pago e Infraestructura de Mercados del Banco de México, el presidente de la Concanaco Servytur, José Manuel López Campos, señaló que con el uso de la plataforma de Cobro Digital los negocios de comercio, servicios y turismo en México darán un paso importante a la modernización en la atención de sus clientes.

“Por medio de un teléfono celular el micro o pequeño empresario, contará con una herramienta tecnológica, que le permitirá usar menos efectivo, participará del servicio de comercio electrónico e incorporarse al sistema financiero, propiciando la inclusión de más Mipymes en la economía formal”.

El líder empresarial indicó que la pandemia en México y el mundo, ante la necesidad de evitar la cercanía social, mostró los beneficios de usar el sistema de pagos digitales y las ventajas de realizar las transacciones comerciales por medio del comercio electrónico.

Destacó que esta plataforma digital se promoverá en las Cámaras de Comercio de las 900 ciudades del país, en donde la Concanaco tiene representación, a fin de dinamizar este cambio tecnológico en las empresas afiliadas.

Por ello, anotó, se prevé que el CoDi en el comercio al menudeo reemplazará el pago en efectivo, tarjetas de crédito y débito por ser muy accesible y gratuito, así como una forma eficiente y fácil para realizar pagos desde un equipo móvil.

“Luego de un paréntesis en la actividad comercial, de más de dos meses en que permanecen cerrados los establecimientos para mitigar contagios por Covid 19, la Concanaco se sumará al sistema financiero para potencializar el Cobro Digital”, acentuó.

José Manuel López Campos consideró que después del coronavirus ni México ni el mundo serán los mismos, se cambiarán los hábitos de consumo, comerciales y la forma de pago, situación a la que tendrán que adaptarse las empresas en sus modos de operar y en sus instalaciones.

Estos cambios, señaló, permitirán ser más eficientes y estar adecuados a la nueva realidad para ser competitivos, ya que por el Covid-19 el uso de efectivo disminuirá, propiciando que esta aplicación se convierta en la primera opción para realizar compras o pagar servicios. <<



Inicia Concanaco Servytur preparativos para la apertura de la **Casa México en Irlanda**



Para anticiparse a la reactivación y la demanda de productos que requiera Europa después de la pandemia del Covid-19, la Concanaco Servytur inició los preparativos para la apertura de las Casas México en ese continente, iniciando con Irlanda, país con el que en tiene un intercambio comercial de más 2 mil millones de dólares.

El presidente de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo, José Manuel López Campos, indicó que, ante la crisis económica ocasionada por el coronavirus, es prioritario plantear alternativas de negocios con otros mercados del mundo.

Consideró que la actividad comercial, las importaciones y exportaciones, no se detendrán, porque la economía mundial requiere reactivarse para evitar una crisis mayor que impacte severamente la economía global.



Al participar en el foro virtual “Hacer Negocios en Irlanda: Una Perspectiva Mexicana”, y la “Modernización del Tratado de Libre Comercio México Unión Europea (TLCUEM)”, destacó el gran potencial que tiene el viejo continente para las empresas de nuestro país.

En México, señaló, tenemos todo para aprovechar las oportunidades en las relaciones comerciales que surgen con el Tratado de Libre Comercio México Unión Europea, donde existe una gran demanda de productos y servicios que empresarios mexicanos pueden satisfacer.

En la reunión organizada por Concanaco Servytur, en la que participaron la embajadora de Irlanda en México, Barbara Jones; y el embajador de México en Irlanda, Miguel Malfavon Andrade; el dirigente empresarial expuso los planes para abrir nuevos mercados a las exportaciones mexicanas y promoción de los destinos turísticos del país.

“A consecuencia de la contingencia sanitaria a nivel mundial las oportunidades de negocios cambiaron, tomando como un eje impulsor a la tecnología que se convirtió en un aliado indispensable para concretar transacciones y aprovechar mercados que andan en busca de nuevos productos o servicios”, anotó.



José Manuel López resaltó que a pesar de la parálisis de la economía en varios países por el Covid-19, en Concanaco se trabaja para mantener las relaciones y tratos comerciales con empresarios de otras naciones como Irlanda.

Con la Casa México, subrayó, se abrirá la posibilidad en Irlanda de contar con un escaparate de productos mexicanos de la más alta calidad para satisfacer la demanda actual y conquistar nuevos mercados.

“El intercambio comercial que fomentarán las Casas México permitirá a pequeñas y medianas empresas posicionarse en otras naciones, competir en mercados internacionales, así como crecer y desarrollarse productivamente, apuntó”.

También, dijo, se busca que las Casas México en Europa sean centros de exhibición y promoción de los destinos turísticos que ofrecen los estados y enlace de negocios con vendedores y compradores de esas naciones.

El líder de la Concanaco expuso que durante los próximos meses los empresarios mexicanos presentarán a las cadenas compradoras sus productos y conocerán la logística de exportación, así como la reglamentación correspondiente que deben cumplir para la venta en esas naciones. «

Lanza Concanaco Servytur PROGRAMA DE MENTORÍAS PARA EMPRENDEDORES

Para acompañar en el desarrollo de empresas que inician en los mercados locales, Concanaco Servytur implementó un programa de asesoría en el que reconocidos empresarios aportarán su experiencia y tiempo para guiar a los emprendedores para la consolidación de sus proyectos.

El presidente de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco Servytur), José Manuel López Campos, destacó que con este programa se pretende que los emprendedores tengan una visión más clara y certera del mercado al que pretenden llegar, ya que el inicio de cualquier negocio es muy complicado, y muchos desisten de continuar ante las dificultades iniciales.

Indicó que mediante este esquema de asesoría y acompañamiento se tendrán más oportunidades de que los nuevos negocios sean exitosos, y que sobrevivan en el tiempo.



“Se pretende que al relacionar a empresarios con experiencia con los emprendedores, que se beneficiarían con los conocimientos de mentores y tutores, se reduzca la curva de aprendizaje que puede ser fatal para las micro y pequeñas empresas”, anotó.

Resaltó que este proyecto, que fue diseñado por la vicepresidencia de Propiedad Intelectual y Franquicias de Concanaco Servytur, se desarrollará en seis meses, con sesiones de asesorías de dos horas mensuales por mentores, que proceden del sector empresarial pertenecientes esta confederación, así como franquiciantes que representan varios sectores económicos de México, subrayó.

Las mentorías, precisó, consisten en acompañar al emprendedor durante un semestre, para guiarlos y ayudarlos cuando su proyecto tenga complicaciones o dificultades, y asesorarlos en el manejo de las mejores prácticas empresariales, tanto comerciales, de mercadotecnia, jurídicas y fiscales.

Durante dos horas al mes se reunirán para verificar avances, presentar propuestas que ayuden a mejorar el proyecto y enfocarlas a ser más competitivas, enfocadas a las necesidades de consumo y de servicios que se tienen en la actualidad, detalló.



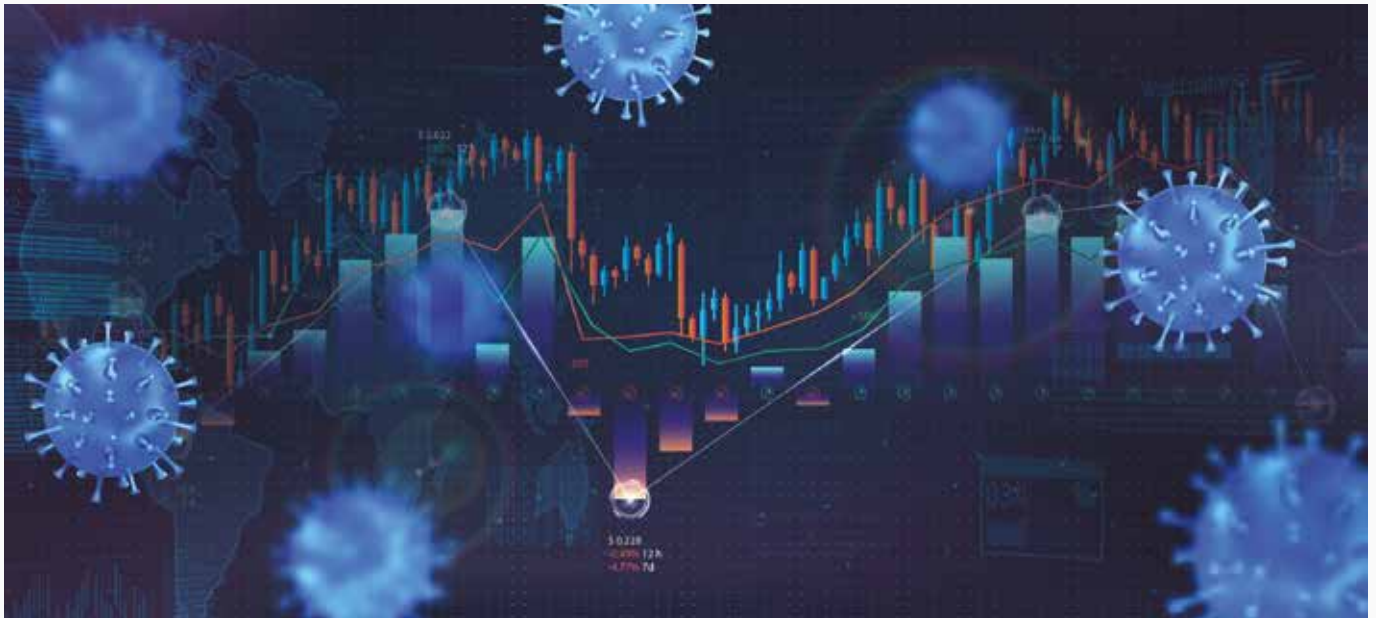
El dirigente empresarial anotó que la relación del mentor con el emprendedor se realizará con la certeza de que el empresario que asesora tiene la experiencia del giro del cual se le solicita la mentoría.

En la Concanaco Servytur, dijo, estamos confiados en que este proyecto, permitirá el crecimiento empresarial en México, aportará a la generación de empleos y a la profesionalización de los empresarios en el país.

Los interesados en participar como mentor o tutor pueden inscribirse en:

<https://forms.gle/nGVUffmshyhik8Dm6>





Por el cierre de negocios para mitigar contagios se dejan de ingresar **MÁS DE 8 MIL 400 MILLONES DE PESOS DIARIOS**

El sector terciario en México, que en su mayoría han mantenido su planta laboral aun sin tener más **del 80 por ciento** de los ingresos desde hace dos meses

La Concanaco Servytur estima que los negocios de los sectores comercio, servicios y turismo dejaron de recibir ingresos por 590 mil 177 millones de pesos, del 17 de marzo al 25 de mayo, como consecuencia de la parálisis económica que se vive en el país por la contingencia sanitaria del Covid-19.

El presidente de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco Servytur), José Manuel López Campos, indicó que en México hay casi 4 millones 800 mil establecimientos del sector terciario, que a diario, desde el 17 de marzo, y hasta este 25 de mayo, dejaron de percibir 8 mil 400 millones de pesos diarios.

Precisó que el cálculo de las pérdidas del sector terciario en todo el país se realizó con base en datos estadísticos del INEGI, y de la información generada por las encuestas realizadas con el apoyo de las Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo del país.

Con esta cifra, señaló, se percibe la magnitud del problema económico que tienen las empresas del sector terciario en México, que en su mayoría han mantenido su planta laboral aun sin tener más del 80 por ciento de los ingresos desde hace dos meses.

López Campos insistió en que debe buscarse la manera de reactivar la economía del país, respetando normas y medidas de prevención, para que los comercios puedan reiniciar operaciones y empiece la reactivación económica en el país, pues no podría aguantar la planta productiva otro mes de inactividad.



En esta crisis del Covid-19, sostuvo, los negocios más afectados son los micro, pequeños y medianos, por ello es urgente plantear acciones, coordinadas entre las autoridades y la iniciativa privada, que ayuden a la reactivación de manera más segura, disminuyan el impacto económico y marquen la hoja de ruta para la recuperación, el crecimiento y en consecuencia el desarrollo de México.

José Manuel López Campos apuntó que el sector empresarial demanda, de manera urgente, alternativas y mecanismos de financiamiento acordes a las necesidades de los diferentes sectores productivos para solventar los efectos de la pandemia, que tiene a miles de empresas al borde de la quiebra.





Positiva la apertura gradual del **SECTOR TURISMO EN MÉXICO** por Covid-19: Concanaco Servytur

Ante el anuncio del gobierno federal de reanudar la actividad turística del país en algunos estados, Concanaco Servytur propone incrementar las acciones de promoción en el territorio nacional, coordinar programas con los gobiernos estatales e intensificar las acciones de verificación en base a los lineamientos técnicos, normas y medidas de sanidad y salud para evitar un rebrote o incremento de casos de Covid-19.

El presidente de Concanaco Servytur, José Manuel López Campos, calificó de positivo el anuncio de la reactivación de la actividad turística en Quintana Roo, uno de los principales destinos turístico del país y el Caribe, porque es el sector más dañado por el confinamiento y cierre de negocios.





Vista panorámica de Hierve el Agua, fuente termal en los valles centrales de Oaxaca, México

Consideró importante que debido a las circunstancias en que se encuentra el país es preciso reforzar las medidas de seguridad en las carreteras, ya que muchas personas preferirán viajar en sus vehículos para evitar el paso por los aeropuertos.

Además, al brindar seguridad a los viajeros se incrementará el flujo de visitantes en los diferentes destinos turísticos del país y se fomentará el turismo regional en los diferentes segmentos del gran mosaico cultural y diversidad en atractivos naturales que es México, asentó.

Por ello, destacó, las empresas del sector turismo consideramos buena la disposición del gobierno federal para reiniciar operaciones y reactivar la actividad económica, y en consecuencia la planta laboral, ya que la mayor parte de las empresas seguían pagando los salarios sin contar con ingresos porque permanecían cerradas.

Consideró importante realizar un trabajo conjunto entre gobierno e iniciativa privada para que los negocios que reabrirán cumplan las adecuaciones, protocolos y medidas de las autoridades para garantizar la seguridad y la salud de trabajadores y empleados.

Reiteró que a través de las cámaras de comercio, servicios y turismo del país hicieron llegar a sus afiliados los protocolos para la reactivación de actividades, la cual debe darse conforme a los lineamientos emitidos por la Secretaría de Salud y del Trabajo.

José Manuel López Campos aseveró que, si bien los negocios están en una crisis económica, no es argumento para reabrir sin aplicar las recomendaciones de las autoridades, pues ello solo ocasionaría que los turistas no tengan confianza y seguridad para visitar algunos de los sitios turísticos que tiene México.





PRESENTAMOS LOS **PROTOCOLOS** PARA LA REAPERTURA DE **EMPRESAS** **COMERCIALES, DE SERVICIOS Y TURÍSTICAS**

**Establecer
procedimientos de
prevención y control
para evitar contagios
de coronavirus a
empleados, proveedores
y clientes que ingresen a
las instalaciones de los
establecimientos**

Al concluir la contingencia sanitaria, la nueva normalidad exigirá a los negocios, empresas y comercios modificar la forma de atención al público, así como los procesos productivos, con el objetivo de mantener la seguridad y la salud de los empleados y los consumidores para evitar rebrotes de contagios por Covid-19.

Para iniciar los preparativos de inicio a la reactivación de las empresas del sector terciario, la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo presentó los protocolos que aplicarán los negocios al momento de su reapertura para prevenir contagios de coronavirus.

El presidente de la Concanaco Servytur, José Manuel López Campos, destacó que este manual de procedimientos de higiene y seguridad fue elaborado con aportaciones de las Cámaras de Comercio del país, y con las indicaciones emitidos por las autoridades de salud federal y mundial.

El líder empresarial subrayó que con la reactivación económica del país iniciará una nueva forma, que requerirá de lineamientos esenciales para cumplir con la responsabilidad en las labores que realizan.

“Con estos protocolos los negocios de los sectores del comercio, los servicios y el turismo, retomarán sus actividades, que tuvieron que suspender durante la emergencia sanitaria Covid-19, con un cambio en la forma de atender a los consumidores, que consistirá en extremar las acciones de higiene, adaptar los espacios físicos para respetar la sana distancia entre el personal y compradores, al igual que mantener el control de la afluencia”, anotó.

Las empresas, indicó, tendrán que establecer procedimientos de prevención y control para evitar contagios de coronavirus a empleados, proveedores y clientes que ingresen a las instalaciones de los establecimientos, así como la activación y aplicación de planes de contingencia, el seguimiento y reporte de las personas sospechosas de haber contraído la enfermedad.



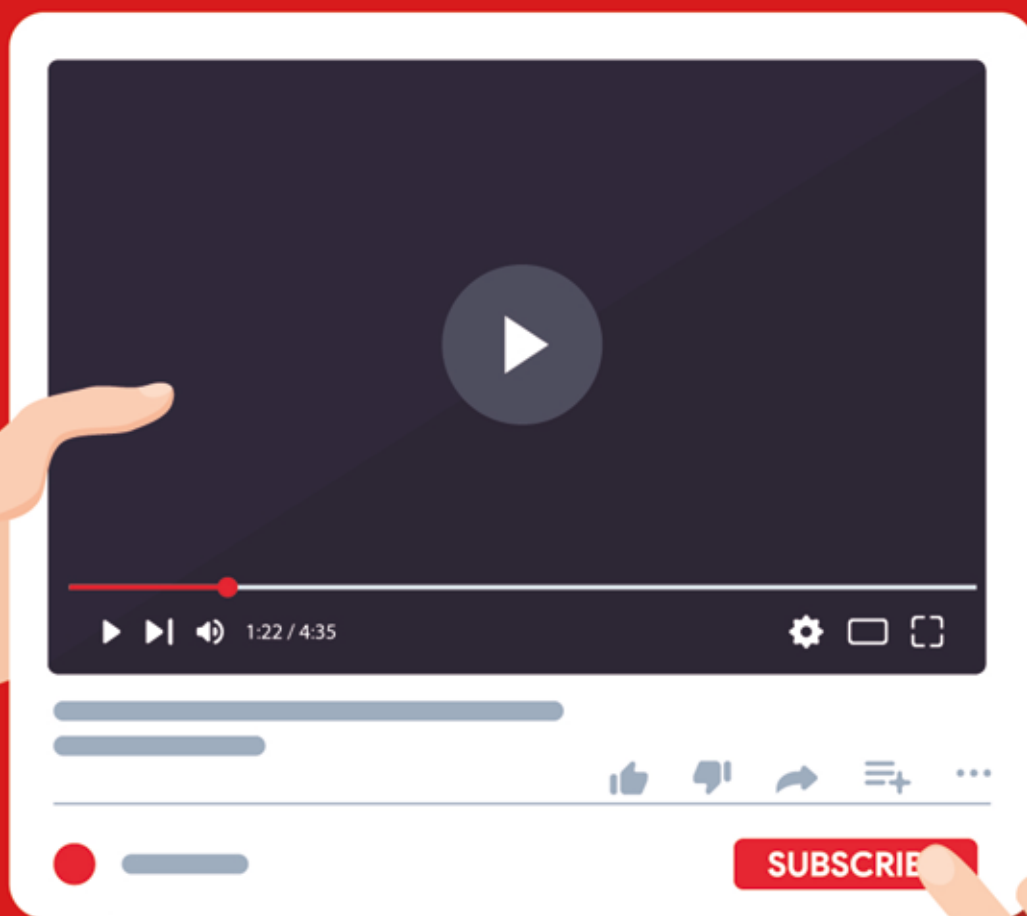
La Concanaco Servytur, aseguró, pretende orientar a sus empresas afiliadas para iniciar actividades en el marco de la estrategia de la nueva normalidad, que será una reapertura gradual, paulatina, ordenada, cauta y segura, con la implementación de una nueva cultura laboral en materia sanitaria y de protección de los trabajadores con énfasis en aquellos que son más vulnerables en caso de contagio del Covid-19.

“Este documento está dirigido para negocios como establecimientos comerciales, hoteles, restaurantes, sitios de paseos turísticos, espacios de reuniones, suministro de proveedores, eventos, transporte, y todas las actividades en las que se tenga atención directa con las personas”, subrayó.



SUSCRÍBETE A NUESTRO CANAL DE

You Tube



Búscanos como

concanacoservytur
y presiona la campana

para estar en contacto con nosotros



AMPLIACIÓN DE MEDIDAS DE PROTECCIÓN ANTE LA EMERGENCIA SANITARIA POR COVID-19 HASTA EL 31 DE AGOSTO



Ampliamos el plazo de recepción de solicitudes para proteger el patrimonio de las y los trabajadores y apoyar a las empresas a conservar las fuentes de empleo.

ACREDITADOS:

- Seguro de Desempleo, hasta por tres meses sin copago.
- Prórrogas, hasta por tres meses sin intereses.
- Paro Técnico, reducción de mensualidad.

Quienes ya recibieron alguna medida de protección serán contactados de forma directa para determinar si requieren extensión del apoyo hasta por tres meses más. El contacto se hará al finalizar el plazo original de apoyo. Al concluir el periodo máximo de 6 meses de beneficio, el acreditado reanudará sus pagos.

En todos los casos, debe existir validación del acreditado para acceder y continuar con los beneficios de las medidas de protección.

La duración del beneficio de Paro Técnico es la vigencia del mismo.

Acreditados sin recepción de medidas previa.

Ingresa a **Mi Cuenta Infonavit** con tu usuario y contraseña para aplicar por las medidas para **acreditados**.
micuenta.infonavit.org.mx

Aplican términos y condiciones conforme las reglas de operación.

EMPRESAS:

- Prórrogas o pago a plazos de aportaciones de trabajadores sin crédito.
- Suspensión de acciones fiscales.

Prórroga para empresas de más de 250 empleados, de 1 a 2 bimestres; y para Pequeñas y Medianas empresas (PyMEs), de 2 a 3 bimestres.

Los patrones que deseen adherirse a las medidas o que ya lo hayan hecho conforme a las reglas anteriores, podrán acceder al Portal Empresarial para solicitar la prórroga por los bimestres adicionales que les apliquen o para ampliar la fecha límite de pago prorrogado.

Los pagos se podrán reanudar a más tardar en noviembre de 2020.

Ingresa al **Portal Empresarial** con tu usuario y contraseña para aplicar a las medidas para **empresas**.
empresarios.infonavit.org.mx

Conoce más detalles en nuestro portal.
www.infonavit.org.mx

LUIS REPPER JARAMILLO
lrepperjaramillo@yahoo.com.mx

Su leal equipo de trabajo le ayudará a reactivar el negocio



La definición literal de lealtad, nos detalla que es “un sentimiento de respeto y fidelidad a los propios principios morales, a los compromisos hacia alguien”. Bajo este principio personal me atrevo a sostener que en medio de esta crisis y perversa situación sanitaria que azotan al país, señor comerciante, emprendedor, empresario, creador de empleos, etc. con trabajo en equipo y el apoyo de su staff, asociados, podrá revivir el negocio, que por más de 5 meses ha sido obligado (por las circunstancias) a mantener puertas y cortinas cerradas.

De suyo, antes de golpear “la circunstancia” al sector productivo; en medio de una recesión económica y desempleo atroz en el actual sexenio, usted mantenía confianza, respaldo, solidaridad a sus colaboradores, quienes mantenían funcionando y exitosa la firma con empeño, responsabilidad, entrega y afinidad, pues la tienda da sustento familiar

a empleados y renta financiera a la misma, al operar bien y servicial.

No esperábamos que la naturaleza nos tundiera con la presencia del Coronavirus, pero estamos expuestos a eso y mucho más. ¿Estábamos preparados para enfrentar y reaccionar a tiempo?, NO, ningún sector. Los resultados lo demuestran. Pero... “las crisis son oportunidades de éxito”... si se enfrenta con habilidad, seguridad y lealtad del staff.

Justamente a eso referiré esta entrega. Recárguese, oriente y vayan mano a mano su equipo de trabajo y el líder de grupo (empresario, comerciantes, emprendedor) no en rescate de la firma, sino revitalizar el negocio porque está ahí, física, administrativa, legalmente. Impúselo –como reto- y unidos despertar a la empresa obligada a “hibernar”. “No hay mal que dure 100 años y negocio que los resista” dice el refrán.

La fidelidad de un empleado es un factor determinante para lograr buenos resultados en la compañía, por ello es fundamental que las organizaciones reconozcan su valor para reemprender la funcionalidad del comercio.

El empleado emocionalmente fiel quiere ayudar y permanecer en el negocio. Los indicadores importantes para identificar la fidelidad son responsabilidad, respeto por la institución, entrega y compromiso. El secreto para el éxito es la gente.

“En tiempos de crisis económica y sanitaria tener empleados leales significa la diferencia entre sobrevivir o no. La manera para que las organizaciones mejoren fidelidad es crear y mantener una cultura de trabajo basada en la confianza”, asegura The Great Place to Work (GPW) del Reino Unido.

A lo largo de la relación patrón/empleados se ha comprobado los principios que impactan en el compromiso de sus asociados: la identificación con los valores corporativos del negocio, la sensación de disfrutar las tareas que realizan, desafío o retos que les generan sus tareas. Aprovechando esas cualidades no desperdicie la oportunidad de apoyarse en ello para retomar las actividades del negocio y dejar atrás las vicisitudes de la pandemia, en “espera” de la reacción del Gobierno de México por reactivar la economía, las finanzas y los empleos para superar la recesión, que tanto agobia al país.

Para reiniciar la vida de la empresa, ambas instancias (dirección y empleados) deben considerar varios factores que de aplicarse correcta y eficazmente dará el resultado buscado.

Los equipos de trabajo deben estructurarse correctamente, comunicarse e interactuar entre sí. Motivación, participación, organización, compromiso, confianza, objetivos comunes y resolución de problemas son las características del trabajo en común. Muchas cualidades se realizan mucho antes de la llegada de ambos descalabros nacionales: recesión y COVID.

La fidelidad de su cliente, motivación para la “nueva realidad” comercial

Un buen plan organizacional y cohesión serán las líneas de acción para impulsar “la nueva realidad” de la tienda, el almacén, el abarrote, ferretería, agencia de asesoría, de servicios, restaurante, sastrería, etc. que – insisto- siguen ahí en espera de la inyección que rescate del confinamiento negocios y consumidores.

Existe una realidad insoslayable, nadie sale de una crisis jugando a la defensiva, se debe atacar (como en ajedrez) reinventándose y proponiendo todos los días. Como dijo Darwin “los sobrevivientes no son los más fuertes, son los que mejor se adaptan”.

Y justamente este mensaje tiene el objetivo de motivar y orientar para que después de más de 120 días de cesación de actividades, con inteligencia, coherencia y contundencia patrón y empleados “rescaten” el negocio, que sólo espera la apertura o levantamiento de cortinas para retomar las actividades comerciales y de servicios.

Nadie, absolutamente nadie, ajeno a la empresa la revivirá, sólo el esfuerzo unido dueño/asociados y alma volverá a sanar este bien que por años y/o generaciones se formó con pasión, amor, responsabilidad y visión.

Adelante señor comerciante, emprendedor, industrial, micro, pequeño, mediano empresario, su herencia lo llama, responda apoyado, como dije líneas arriba, por su equipo de trabajo; ese empleado fiel, leal, comprometido, responsable, porque ya quiere volver a atender, vender, asesorar, brindar servicios a lo más importante de la cadena productiva: el consumidor. Ambos se extrañan.

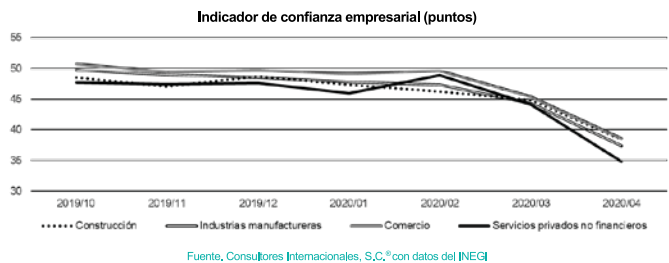
Miembro de la Academia Nacional de Periodistas de Radio y Televisión (ANPERT) y de Latitud Megalópolis (LM)



La confianza de los empresarios a la baja y no toca fondo

En junio INEGI publicará los resultados de la Encuesta Mensual de Opinión Empresarial (EMOE) para los sectores Construcción, Industrias Manufactureras, Comercio y Servicios Privados no Financieros. Este instrumento, tiene como objetivo “generar indicadores mensuales de carácter cualitativo sobre la tendencia y confianza a partir de las opiniones de los dirigentes empresariales de las unidades económicas, para conocer anticipadamente el comportamiento de la actividad económica de los sectores en estudio, contribuyendo a la toma de decisiones de todos los sectores de la sociedad.”

La incertidumbre y falta de confianza serán constantes para los empresarios



En abril pasado, observamos la caída más fuerte en esta serie de indicadores de confianza, por supuesto, reflejo de las expectativas asociadas al COVID-19, a la crisis económica y por supuesto a la incertidumbre.

De manera generalizada, los cuatro sectores observados por la encuesta registran una tendencia a la baja. En abril, el sector de servicios no financieros fue el que reportó una mayor caída en su confianza, con 34.8 puntos, lo que significó una diferencia mensual de -9.3 y anual de -14.3; seguido de industrias manufactureras con 37.4 puntos, lo que significa una caída mensual de -6.9 puntos y -14.0 anual.

Los resultados de la encuesta se presentan a través de cinco subindicadores para cada sector económico: "momento adecuado para invertir", "situación económica presente del país", "situación económica futura del país", "situación económica presente de la empresa" y "situación económica futura de la empresa". Observamos que el subindicador que mayor caída registró fue el de "mejor momento para invertir", en promedio, cada sector tuvo una diferencia de -25 puntos respecto de abril de 2019 y en este caso, las empresas manufactureras son las que mayor desconfianza mostraron.

Mejor momento para invertir (diferencia anual abril 20 – abril 19)

Construcción	Manufacturas	Comercio	Servicios no financieros
-22.8	-26.8	-24.2	-26.2

Fuente. Consultores Internacionales, S.C.® con datos del INEGI

La confianza empresarial seguirá cayendo en los siguientes meses

Nuestra estimación es que la confianza empresarial seguirá cayendo y no vemos que toque fondo. Los empresarios seguirán con fuertes restricciones para invertir, desde su falta de liquidez hasta la falta de certidumbre sobre la rentabilidad futura de dichas inversiones a lo que hay que agregar otros elementos como la falta de apoyos al sector empresarial.

Si bien, al igual que todos quisiéramos ver un cambio en la tendencia, pasarán varios meses antes de que esto suceda, en principio, dependerá de la tan

De febrero a abril de 2020, la confianza empresarial, medida por INEGI, cayó en promedio 22%

esperada reactivación, de la forma en que se dé y por supuesto, de los efectos de una posible segunda oleada de contagios por COVID-19 en México y el mundo.

En los siguientes meses y quizás años, veremos un fuerte invierno económico en México y prácticamente en todo el mundo, la incertidumbre y falta de confianza serán constantes que los empresarios tendrán que administrar.

Al respecto, las empresas y sus equipos de trabajo deberán mantener una vigilancia permanente de las oportunidades que vayan generándose, aprovecharlas podría ser la diferencia entre la permanencia y el cierre de operaciones, por supuesto, también es importante que se realice un trabajo serio en la identificación de riesgos, medición de impactos para la organización y su mitigación, esto podrá dar claridad de posibles acciones en el corto y mediano plazo que permitan una transición más fluida hacia la recuperación.

Los empresarios identifican claramente que no es un buen momento para invertir, principalmente por la fuerte incertidumbre



CISComentario D.R. es una publicación semanal de: Consultores Internacionales, S. C. ®

JUAN JOSÉ GARCÍA DÍAZ HURTADO
jgarcia@concanaco.com.mx



EL CONSEJO DE ESTABILIDAD DEL SISTEMA FINANCIERO ACTUALIZA SU **BALANCE DE RIESGOS**

Considerando la información económica reciente, las perspectivas económicas mundiales y nacionales se han deteriorado de manera importante como resultado del impacto sobre la actividad económica de la pandemia de COVID-19 y las medidas sanitarias que se han debido implementar para contener su propagación.

En particular, persisten el riesgo de una mayor desaceleración de la economía global y la incertidumbre

asociada a su recuperación, así como un incremento de la volatilidad en los mercados financieros internacionales.

En cuanto a los riesgos internos, prevalece el de la incertidumbre sobre la profundidad de la contracción de la economía nacional y la velocidad de la recuperación, debido principalmente a la necesaria gradualidad de la reapertura para evitar un crecimiento en los contagios de COVID-19, así como ajustes adicionales a las calificaciones crediticias soberana y de Pemex.

En este contexto, el sistema financiero continúa enfrentando los siguientes retos:

- i. contar con buenas condiciones de operación en los mercados financieros nacionales, y mantener un funcionamiento apropiado de los sistemas de pagos;
- ii. evitar que la reacción de las instituciones financieras ante la crisis amplifique los problemas de liquidez y operatividad que puedan enfrentar los agentes económicos;
- iii. mantener el flujo de crédito que requieren las empresas, los hogares y algunos intermediarios financieros y conservar condiciones de liquidez adecuadas, tanto en moneda nacional como extranjera, procurando la estabilidad del sistema financiero;
- iv. evitar que los agentes económicos solventes vean comprometida su situación a causa de problemas de liquidez; y
- v. gestionar de forma adecuada el aumento en los riesgos de mercado, crédito y operativos de las instituciones financieras.

En este entorno, en México las autoridades han implementado un amplio espectro de medidas con el propósito de que el sistema financiero continúe cumpliendo con su función de intermediación de recursos, incentivando el flujo continuo de financiamiento a la economía y fomentando el comportamiento ordenado de los mercados financieros.

Lo anterior muestra que el sistema financiero mexicano en su conjunto enfrentó el inicio de la pandemia en una posición de liquidez y capital sólida. No obstante lo anterior, si bien la situación del sistema financiero se mantiene estable, persisten riesgos que podrían intensificarse y afectar el adecuado funcionamiento del mismo.

Por otra parte, el Consejo analizó y aprobó las reglas de operación del Comité de Finanzas Sostenibles, con el objeto de que dicho Comité inicie sus labores, fomentando así la transición hacia finanzas sostenibles y a la adopción de mejores prácticas internacionales que contribuyan a la estabilidad del sistema financiero.

El Consejo de Estabilidad del Sistema Financiero está conformado por el Secretario de Hacienda y Crédito Público, quien lo preside, el Gobernador del Banco de México, el Subsecretario de Hacienda y Crédito Público, dos Subgobernadores del Banco Central, el Presidente de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, el Presidente de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, el Presidente de la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro y el Secretario Ejecutivo del Instituto para la Protección al Ahorro Bancario.



Fuente: Banco de México

EDI ALBERTO MARTÍNEZ TEJEDA
contacto@edialbertomartinez.com



CUANDO CERRAR UN NEGOCIO...

Una de las etapas más maravillosas en el mundo de los negocios, es la etapa de EMPRENDER, que consiste en fantasear y buscar mil ideas para iniciar un nuevo proyecto, una etapa llena de sueños y emociones en donde todo parece miel sobre hojuelas.

Trazar, idear, estudiar los mercados, para finalmente llegar a la conclusión de cual será mi modelo de negocio con el que le haga frente a los mercados de mi Localidad, de mi Ciudad, de mi País o del Mundo en sí, es la etapa de mayor disfrute para todos aquellos quienes amamos el emprendurismo como un estilo de vida en sus distintas modalidades. Sin embargo cuando por fin vemos materializados nuestros proyectos y pasamos al siguiente nivel ¡Convertirnos en dueños del balón! Esta etapa trae consigo algo totalmente distinto a lo que

fueron nuestros inicios en donde lo más importante consistía en tener una buena idea y de qué manera podríamos llevarla a cabo.

Esta etapa de empresario consiste en convertirnos de emprendedores a empresarios, vaya desafío que en la mayoría de las ocasiones no estamos preparados para enfrentar, pensamos que la etapa más difícil es decidir sobre los productos o servicios que estaremos ofertando, así como la realización de estudios de mercado que nos den una mayor certeza en relación al éxito de mi proyecto, tal como una buena ubicación, un nombre y logo que logren hacer clic con nuestros consumidores y listo, ir tras el éxito en donde nuestro principal objetivo consistirá en ofrecerle a mis consumidores mediante esa idea de negocio, un lugar donde puedan encontrar soluciones a sus necesidades.

La lógica indica que ningún emprendedor cuando decide dar el siguiente paso consistente en la idea al proyecto en sí, lo hará con la intención de cerrar sus puertas en algún momento de su vida empresarial, sino por el contrario, emprender un nuevo proyecto viene acompañado de grandes sueños e ilusiones, ver tu creación materializada, una creación que viene acompañada seguramente de muchos desvelos, de miedos e incertidumbre. Sin embargo el tiempo pasa y junto con él aparecen distintas modas, nuevas tendencias que terminaran por imponerse y con ello si tu modelo de negocio no se va adecuando a estas nuevas tendencias podrías enfrentarte a serios problemas de subsistencia.

Como su nombre lo dice, *un modelo de negocio es para ganar, para generar ingresos por encima de los egresos y que mediante sus ingresos permitan la competitividad en los mercados*, pero en la etapa de empresario debemos ser cuidadosos ya que podríamos estar ante un escenario en donde el resultado financiero sea negativo y sin embargo decidamos aferrarnos a seguir, esta incertidumbre se manifiesta de forma clara en una incógnita común en estos casos: "si dejo mi empresa, ¿qué haré entonces?" Ante un escenario de esta naturaleza, una de las claves consistirá en volver a ser tú mismo desde el momento en que decidiste emprender, descubrir nuevamente tus capacidades para volver a desarrollar alguna otra idea que pudiera ser más funcional. Puedo compartirles que conozco muchos emprendedores, gente de negocios que cambian radicalmente su giro en los mercados, tal es el caso de un buen amigo que cambió su modelo de negocio del sector industrial por otro de servicios.

A lo largo de la carrera empresarial nos vamos enfrentando a distintos escenarios, algunos de ellos nos pueden traer beneficios, pero no todos son puntos a favor, lamentablemente existen momentos muy complicados que pueden llevar a un empresario a la disyuntiva de mantener o cerrar su empresa o negocio. ¿Pero que determinan estos factores? Los motivos pueden ser muchos, desde ser superado por la competencia, tener un ciclo de ventas complicado o bien no poder ofrecer a los clientes los productos o servicios que ellos requieren, un ciclo de ventas complicado, ser superado por la competencia, enfrentar un cambio radical en la demanda de los clientes o bien, ser incapaz

de ofrecer un producto o servicio en los términos que el mercado demanda.

Ante escenarios como los que mencione anteriormente, muchos empresarios optan por bajar la cortina de su negocio para que este no genere más perdida y por ende más deuda. Este es un tema complicado porque pareciera que es lo contrario a EMPRENDER, sin embargo vale la pena resaltar que no pretendo mediante estas líneas desanimar a nadie, por el contrario mi misión consiste en motivar y despertar a ese emprendedor que todos llevamos dentro, pero no debemos olvidar que como en todos los ámbitos de nuestra vida, la etapa de empresario no está exenta a enfrentarnos a grandes desafíos los cuales en su mayoría no los tenemos previstos y llegaran momentos difíciles que nos pondrán en jaque.

Un empresario debe tomar decisiones difíciles todo el tiempo. Decisiones complicadas como el determinar el mejor momento para incrementar el precio de los productos o servicios que ofertamos, dar de baja a personal muy cercano a nosotros cuyo estancamiento no permite el buen desarrollo de la empresa entre otras cuestiones, sin embargo la decisión más difícil que debe enfrentar el dueño de una empresa o negocio es la decisión de cerrar su negocio, su fuente de ingresos, su creación misma.



Un empresario debe tomar decisiones difíciles todo el tiempo. Decisiones complicadas como el determinar el mejor momento para incrementar el precio de los productos o servicios que ofertamos, dar de baja a personal muy cercano a nosotros cuyo estancamiento no permite el buen desarrollo de la empresa entre otras cuestiones, sin embargo la decisión más difícil que debe enfrentar el dueño de una empresa o negocio es la decisión de cerrar su negocio, su fuente de ingresos, su creación misma.

Quienes estamos al frente de algún modelo de negocio, cualquiera que sea su giro, estamos en la obligación de estar constantemente revisando números que nos ayuden a determinar la sostenibilidad. Una de las claves fundamentales para determinar la rentabilidad de en cualquier empresa, se encuentra en el área contable, sin duda esta área será finalmente la que ayude a determinar la viabilidad a largo plazo de su empresa, pero ante el peor escenario, varias son las razones que puedan determinar el cierre de un negocio, muchos son los factores que determinan esta situación, algunos de ellas pueden ser las siguientes:

Condiciones económicas

La situación económica global, es una de las razones por las que hoy día vemos a tantas compañías estableciendo alianzas comerciales incluso hasta con sus mismos competidores y lo hemos constatado por ejemplo en nuestra banca comercial, los cuales han establecido alianzas con otras cadenas bancarias internacionales, marcas de autos tal es el caso de DODGE-FIAT-CHYSLER, NISSAN-RENAULT, por poner tan solo algunos ejemplos. El bajo crecimiento económico a nivel mundial trae como consecuencia una recesión o depresión que sin lugar a dudas afecta directamente a la empresa y a las operaciones de la misma.

Inventario excesivo

Es muy común que quienes están al frente de algún negocio gasten en inventario innecesario. Pensar que si tenemos inventario demás nos ayudara a vender más, podría ser contraproducente ya que se corre el riesgo de que nuestro inventario caduque,

otro problema a que podríamos enfrentarnos es el robo hormiga entre otras cosas.

Recursos no disponibles

Toda empresa necesita de recursos económicos para poder producir bienes de consumo y servicios. En muchas ocasiones se puede estar gastando más de lo que se produce, gastos incensarios que nos impiden canalizar los pocos recursos disponibles en beneficios de quienes nos prefieren, que es el consumidor final, por lo que debemos estar muy atentos a cerca de los gastos del negocio y en que se están canalizando, pues él no obtener suficiente cantidad de un recurso económico puede ser un factor más que influya en el cierre de operaciones si no somos capaces de producir valiosos productos de consumo o canalizar bien nuestros gastos.

La férrea competencia

Cuando hablamos de competencia. Hablamos del número de empresas en el mercado económico que compiten por los consumidores dentro de un mismo giro. Competir hoy día no consiste en ser mejor que el de enfrente, en estos tiempos la competencia debe centrarse en ser mejores cada día, en ser únicos y no hablo de ser únicos en el mercado, hablo de establecer estrategias que permitan ser un referente dentro del área donde compites.

Finalmente y como lo decía en párrafos anteriores, cerrar tu empresa no es una decisión sencilla, pero en muchas ocasiones es necesaria y si por cualquier circunstancia, la conclusión a la que llegaste es en definitiva llegar a este punto, ten en cuenta que la decisión no debe prolongarse por mucho tiempo, debe ser lo más fría y lo más reflexionada posible. Cerrar un negocio es doloroso pero forma parte de aprendizaje, todos quienes estamos en esta carrera tal maravillosa pero tan exigente, hemos pasado por esas etapas que finalmente nos servirán para entender más nuestro negocio y conocernos más a nosotros mismos.



Director general Hojaldras King





**Todo lo que necesitas para tu salud,
alimentación, belleza, cuidado personal, el bebé, hogar
y fotoelectrónica las 24 horas del día.**



***Super
Farmacia***

¡Siempre ahorrando, siempre contigo!

www.farmaciasguadalajara.com.mx

Negocios

“DO IT” IMPLEMENTA

el presente de las Franquicias



Semanas pasan y la situación parece mejorar algunos días y empeorar los siguientes, siguen siendo fechas de incertidumbre, de semáforos cambiantes que al final parece que el mensaje es abramos los negocios, pero sólo al 30 o 40% cuidándonos los unos a los otros. Se ha podido avanzar con los temas de biosanidad, a la fecha llevamos ya más de 10 talleres de “Regresa con Certeza” Verifícate y un número similar de auditorías en sitio para varias de las franquicias sobre todo de los giros de alimentos y bebidas, belleza y venta al detalle; sin embargo la gran pregunta sigue siendo, si con estos requerimientos de sana distancia, es decir, trabajar sólo a ese 30 o 40% de nuestra capacidad instalada y con las medidas de higiene necesarias, nuestras franquicias serán negocio de nuevo.

Y es una excelente pregunta porque su respuesta más probable, es que no, no sigan siendo negocio de esta forma. Tal vez logremos salir con los gastos fijos, pero es muy probable que ese “EBITDA” esas utilidades antes de impuestos que teníamos en meses promedio antes de la pandemia no vuelvan a ser de esa manera, aunque en dado caso, ese sería hoy un problema menor. ¿Qué pasa

si no es incluso suficiente para estar en números negros y nuestra franquicia empieza a estar en rojos mes con mes? ¿Qué hacemos? Tenemos que operar porque seguramente tuvimos que prescindir de una o dos personas del equipo para bajar un poco nuestra nómina o tuvimos que negociar con nuestros colaboradores es que sólo cobren una parte de su sueldo para los siguientes meses, ¿serán soluciones suficientes?


Tal vez se logre tener una vacuna pronto y regresemos a un mercado más parecido al que conocíamos antes de la pandemia, pero que pasa si esto no sucede o no sucede en los próximos meses. ¿podemos aun mantener nuestra operación? ¿podemos seguir ofreciendo nuestros productos y/o servicios? ¿podemos seguir cumpliendo nuestros compromisos? Y como hemos escrito en otros artículos, no existe realmente algún apoyo de gobierno en el cual pudiéramos tener un pequeño respiro, nada; así que tendremos que salir adelante con nuestros propios recursos, con nuestro propio trabajo, con el talento de nuestro equipo y por supuesto, reinventando nuestro negocio. Suena lógico... ¿pero ¿qué reinvento, por donde inicio, como lo hago?

Estas preguntas se han vuelto cada día más recurrentes entre nuestros clientes y amigos de la firma y claro nosotros mismos estamos inmersos en esta realidad y por consiguiente no hemos sido ajenos a todas estas preguntas, incertidumbre y cambios. Iniciando claro con el gran apoyo solidario y subsidiario de todo nuestro equipo de colaboradores que desde esta tribuna, les rindo mi homenaje y sincero agradecimiento porque han apoyados de mil formas posibles, no solo con parte de sus nóminas, si no también, con ideas y trabajo distinto que nos permite decir claramente que somos el ejemplo claro de esta metodología que hemos lanzado al mercado recientemente el pasado 15 de Julio, la metodología "Do It" IMPLEMENTA.

En proceso de consultoría normal, una aceleración de negocios para expandirte como franquicia o una incubación de alto impacto, generalmente tomaríamos un par de meses en tener un diagnóstico profundo y un plan de negocios acorde a las necesidades y posibilidades de la empresa con la que estuviéramos trabajando, el punto medular es que en estos días probablemente no tengamos esos dos meses, tenemos que hacer actividades de impacto que nos den resultados inmediatos para poder sobrevivir primero y poder seguir creciendo. Estos "sprints" son parte de la innovación metodológica que Alcázar & Compañía ha podido trabajar y sintetizar, iniciando con un "check list" situacional y obteniendo de inmediato los 3 o 4 puntos fundamentales sobre los que tiene que trabajar esta franquicia o negocio para que, en un máximo de 2 a 3 semanas, estemos operando con los cambios planteados, claros, objetivos y conforme a las posibilidades reales del negocio.

Por supuesto que para nosotros ha sido triste ver como varias franquicias no la han librado y por eso vamos con #FranquiciasporunMéxicoInquebrantable, usando "Do it" IMPLEMENTA de manera oportuna, rápida y por supuesto a un precio muy empático para el momento en el que estamos viviendo. A pesar de que los apoyos están muy escasos, les digo con mucho cariño a las PyMEs de nuestro hermoso país, no están solas, somos parte de un ecosistema de una comunidad más poderosa de lo que muchas veces nosotros mismos creemos y de esta pandemia saldremos más fortalecidos que nunca, si lo hacemos bien, seremos PyMEs mucho más productivas, que por muchos años ha sido el gran pendiente. Y como Franquicias, pasaremos el bache y estaremos listas para reiniciar nuestra expansión, pero de manera más eficiente y eficaz. #ContigoenCadaMomento.



 Vicepresidente de Propiedad Intelectual & Franquicias
CONCANACO Servitur México;
Presidente Alcázar & Compañía

GERARDO HERNÁNDEZ
gerardo.hernandez@eleconomista.mx

Tiempos de Covid-19, el **70%** de las personas **trabaja más** haciendo home office

El teletrabajo ha sido una de las estrategias implementadas por las empresas para continuar operando en la pandemia, sin embargo la mayoría de los colaboradores percibe mayor carga laboral

El home office fue implementado por algunas empresas para proteger a los trabajadores de contagios y continuar con las operaciones del negocio. Y aunque el 85% de los trabajadores se siente a gusto con el teletrabajo, **el 70% de las personas considera que trabaja más bajo esta modalidad.**





A pesar de que la percepción de carga laboral es alta, la mitad de los trabajadores invierte entre cinco y ocho horas diarias en home office, y cuatro de cada 10 empleados, **entre nueve y 12 horas**, reveló la encuesta Home Office, elaborada por OCC Mundial y la Asociación de Internet.mx.

Por grupos de edad, los jóvenes concentran la mayor proporción de trabajadores que conserva una jornada laboral de máximo ocho horas bajo la modalidad de trabajo remoto. **El 59% de los empleados de entre 18 y 24 años trabaja entre cinco y ocho horas, el 57% de las personas de entre 25 a 29 años también realiza sus actividades en ese lapso. La cifra disminuye a 48% entre los teletrabajadores con 30 a 39 años.**

Aunque los trabajadores perciben que trabajan más y no están de acuerdo en las horas que pasan haciendo teletrabajo, el 70% de ellos considera que **el trabajo desde casa los hace más productivos.**

ESTRÉS A LA ALZA

Pero el home office no sólo trajo consigo la percepción de más trabajo y más horas invertidas en las actividades laborales, también ha desencadenado en daños a la salud mental. El estrés está presente en los trabajadores a distancia, **el 30% de ellos se ha sentido muy estresado** y otro 30% ha sentido poco estrés.

“A pesar de que las empresas tuvieron que tomar decisiones rápidas para implementar el trabajo bajo el esquema remoto, los resultados han sido muy positivos, tanto para las organizaciones como para los colaboradores”, comentó Sergio Porrugas Moreno, Director de Operaciones de OCCMundial, y Vicepresidente de Recursos Humanos de la Asociación de Internet MX.

“Esta forma de **trabajo a distancia se va a mantener** y va a seguir evolucionando; tenemos la certeza de que continuará cambiando la estructura de las empresas y su operación”, concluyó.



Reportero de Factor Capital Humano

¿QUÉ ES EL *MARKETING SOCIAL*?



El marketing social es la aplicación de las herramientas, técnicas y estrategias del marketing convencional, para fomentar e incrementar la adopción de ideas, causas y movimientos de alto consenso en la sociedad.

Este tipo de marketing se centra en reunir esfuerzos para modificar ideologías y el comportamiento público hacia uno más deseable por la comunidad. Por ejemplo, en los últimos días se han levantado diversas manifestaciones, marchas y movimientos a favor de los derechos de las personas afroamericanas que día con día, durante años han recibido discriminación, injusticias y desigualdad sistémica.

De igual forma, conocemos movimientos por los derechos de la comunidad LGBTTTIQ, el feminismo, la conservación de reservas naturales, del medio ambiente o especies específicas de flora y fauna.

A estos movimientos, diversas marcas las han apoyado sacando productos especiales o adaptando su contenido a lo que está pasando.

Es muy importante recalcar que el objetivo del marketing social no es vender, sino, humanizar la marca, empatizar con la comunidad y ayudar de forma positiva a la sociedad, como efecto secundario, la marca se va divulgando y posicionando de forma positiva.

A continuación, te dejamos algunos ejemplos de marketing social:

Se dice que el marketing social tuvo su origen en el año 1971 cuando Kotler y Zaltman adaptaron por primera vez las herramientas del marketing convencional para desarrollar una campaña que benefició una causa.

Básicamente, este tipo de marketing busca convencer o persuadir a su público de encontrar una solución que beneficie a toda la comunidad, como la visibilidad de ciertos grupos, la igualdad de derechos, la concientización de problemáticas como la contaminación, la deforestación, la falta de oportunidades, entre muchas otras.

El marketing social, contribuye a la responsabilidad social de la empresa. Es decir, la marca puede exponer sus valores al interesarse en los problemas que afectan a su público consumidor. De esta manera hace uso de su proyección y su poder de agente transformador del medio social, para ayudar a visibilizar la situación. con esto la empresa propone una solución que la sociedad es más propensa a adoptar por identificarse con la misma o bien lo que esta representa.



Hoy en día, los consumidores no quieren marcas que sólo se preocupen en vender a cualquier costo, buscan una empresa que dependiendo de su giro aporte y ayude a su entorno social. Un ejemplo claro son las marcas de maquillaje, ningún cosmético será socialmente aceptado si sale a relucir que hace sus pruebas con animales o si algún producto necesita deforestar extensas áreas de bosques y selvas para su realización.

Entonces, una buena implementación del marketing social es cuando una empresa identifica y se preocupa por las problemáticas de su público objetivo para desarrollar productos, inversiones y campañas para colaborar positivamente a la sociedad y a estas problemáticas.

Además de proyectar ser una empresa socialmente responsable, el marketing social trae consigo múltiples **beneficios**, como:

- **MEJORA EL ENTORNO.**

Todos vemos las problemáticas más fuertes que afectan al mundo y al igual que las personas, las empresas deben querer lo mejor para todos y utilizar sus medios para contribuir al cambio.

- **MEJORA LA IMAGEN DE LA EMPRESA.**

Si bien muchas marcas utilizan este tipo de marketing para salvar su prestigio después de haber cometido un error catastrófico, este tipo de marketing debe implementarse para hacerle saber a tu público que te importa y que haces algo para ayudarlo. Por ende, tu imagen por si sola se va posicionando como una empresa humanista y responsable.

• GENERA EMPATÍA.

Hilado al punto anterior, cuando se generan este tipo de campañas de marketing social, el efecto inmediato es crear un vínculo de confianza entre cliente-empresa. No hay nada más fructífero que eso. Una vez que tu cliente te identifica como una marca socialmente responsable y que le aportas algo que necesita, nunca dejará de ser leal a tu marca.

Como todo en la vida, el marketing social puede llegar a tener algunas **desventajas**, como:

• RESULTADOS LENTOS.

Muchas veces, convencer a una persona es un trabajo bastante complicado, por ello no debes estresarte si tu campaña no obtiene los resultados que esperabas al instante, recuerda que trabajas para mejorar una problemática que a lo mejor ha estado ahí por años, el cambio llevará su tiempo.

• CRÍTICAS.

Como en cualquier situación, al desarrollar una campaña de marketing social, estarás expuesto a las opiniones del público, es importante que tengas en cuenta que estás posicionándote a favor de una ideología y/o movimiento, por ende, muchas personas estarán en desacuerdo y puede provocar polémicas o comentarios negativos. Piensa muy bien cada parte de tu estrategia y visualiza cómo puedes contrarrestar estas situaciones.

Si tienes una empresa u organización es importante que comiences a desarrollar tu campaña de marketing social para que hagas notar a tu marca como una empresa socialmente responsable y que en verdad aportes a la comunidad y no sólo "aproveches" el momento.

El marketing social, lejos de una tendencia es una necesidad que las empresas tienen que adaptar para seguir vendiendo y aportando con sus medios para lograr un mundo mejor.

En estos tiempos es de suma importancia que las marcas utilicen su poder, influencia y alcance para ir transformando el medio en el que vivimos en un lugar donde se respeten los derechos de todos y todas, donde se preserve la vida de las especies y se tome en serio la salud física y emocional de todos los individuos. Como empresa es necesario que sepas manejar tu poder de agente transformador del medio social para lograr grandes cambios e impactar de forma positiva en cada una de las personas que forman tu público objetivo.

Si te gustó este blog no olvides comentarnos, nos encantará leer tus resultados y aportaciones, recuerda que nos puedes encontrar en nuestras redes sociales.





AFILIA A TU EMPRESA

La afiliación de las empresas al Instituto Fonacot permitirá que más trabajadores tengan acceso a créditos competitivos en el mercado, que pueden destinar para lo que deseen. Con acciones como ésta, el Instituto Fonacot reafirma su labor de fomentar el desarrollo integral de los trabajadores y el crecimiento de su patrimonio familiar.



Incrementa la satisfacción laboral de los empleados, al facilitarles una prestación adicional que no tiene ningún costo para la empresa.



Evita el sobreendeudamiento de los trabajadores, al favorecer su concentración en el trabajo y aumentar su productividad.



La empresa no adquiere responsabilidad solidaria por el trámite del crédito.



Fomenta la paz laboral y mejora las relaciones sindicales, al promover activamente los derechos de los trabajadores.

¡El crédito Fonacot beneficia a todos!

@ www.fonacot.gob.mx

f @fonacot.official

t @fonacot_oficial

☎ 01 800 FONACOT
3662268

JOAN LANZAGORTA
contacto@planeatusfinanzas.com



INVERTIR BIEN NO ES TAN COMPLICADO COMO PIENSAS

Mucha gente piensa que invertir es algo muy difícil. Podría decirse que eso es lo que la industria financiera quiere que pensemos, ya que así nos venden productos empaquetados, sencillos, pero que a ellos les producen márgenes elevados.

La industria maneja siempre términos complicados o rimbombantes como "La Bolsa ha tenido un comportamiento lateral debido al efecto negativo del empleo en Europa, contrastado con una menor producción en el sector automotriz". Claro, uno no puede

entender esto a menos que sea economista y esté al tanto de las múltiples interrelaciones que tiene la economía global.

El hecho es que hay demasiado ruido en información económica y financiera. Las notas y los reportes que sacan las áreas de análisis financiero de los bancos o corredurías parecen siempre enfocarse en el corto plazo: "Han cambiado las perspectivas de las tasas de interés, por lo cual sugerimos vender bonos de largo plazo y concentrar carteras en plazos no mayores a un año".

Nos incentivan, con esto, a hacer movimientos en nuestra cartera porque de esta manera ellos cobran comisiones. Nos hacen rotar nuestra cartera y por lo tanto vender un sector que “no se ve tan bien”, por otro que tiene “mejores perspectivas”. O bien, aunque todo vaya bien, siempre es sano “tomar utilidades”.

Muchas personas creen que eso es invertir y buscan hacer lo mismo. Preguntan si es bueno hoy invertir en oro, o si recomiendo comprar dólares. Me piden mi opinión sobre si será mejor comprar Bonos (tasa nominal) que Udibonos, ambos al mismo plazo. Quieren conocer qué acciones se desempeñarán mejor en lo que resta del año o si el Bitcoin será rentable.

La verdad es que por más análisis que uno haga, las perspectivas económicas pueden cambiar significativamente de un día a otro. Lo hemos visto con la pandemia del Covid-19 que nadie, ni el analista mejor informado, podría haber anticipado. Pero también lo vemos con crisis financieras y con los ciclos económicos que se mueven cada día a una velocidad distinta. Cuando uno tiene esto claro, y quiere evitar el riesgo de equivocarse, cambia su manera de conceptualizar el mundo de las inversiones. No se trata de moverse de un lado a otro sino de diseñar un portafolio de inversión diversificado, que tome en cuenta su horizonte de inversión y tolerancia al riesgo.

Por ejemplo: si uno quiere invertir para crear un patrimonio largo plazo (10 años o más) y tiene un perfil de riesgo moderado, puede decidir hacer un portafolio 60% en instrumentos de deuda y 40% en renta variable.



Puede hacerlo de manera diversificada sólo con dos instrumentos: uno que replique el índice de la Bolsa Mexicana de Valores, y otro que replique un índice de instrumentos de deuda de largo plazo.

Claro, uno podría sofisticarse más y crear un portafolio que invierta 20% en el Índice S&P500 de Estados Unidos (o uno de “Mercado Total” que incorpora acciones de pequeña y mediana capitalización), 15% en mercados desarrollados (fuera de Estados Unidos) y 5% en mercados emergentes, más la parte de bonos que se puede diversificar 20% en México en instrumentos gubernamentales de largo plazo, 10% en bonos de mercados desarrollados y 10% en bonos de mercados emergentes.

Esto se puede lograr fácilmente con cinco o seis instrumentos indizados y a muy bajo costo. De esta manera el inversionista únicamente se tiene que preocupar por mantener el balance de su portafolio (hacer un rebalanceo una vez al año) e invertir en él de manera regular, para potenciar el crecimiento de su patrimonio

Columnista de Finanzas Personales en El Economista, y Coach en Finanzas Personales





Las **ventajas del ahorro** ante la *emergencia sanitaria*

**De acuerdo con de
Las Heras Demotecnia,
31% de los encuestados
dijo temer por su
situación económica**

A más de 50 días de que se decretó la emergencia sanitaria en México a causa del coronavirus, la vida de muchos mexicanos cambio, priorizando dos factores fundamentales: salud y economía.

En esta coyuntura la casa encuestadora **De Las Heras Demotecnia** realizó un levantamiento digital de la opinión de los mexicanos donde se mostró que el 67% de los sondeados cree que una vez que se reactiven las actividades y se termine el aislamiento las cosas cambiarán y la vida será completamente diferente.

En la séptima entrega de dicha encuesta también se dio a conocer que al 68% de los mexicanos les preocupa su salud, y un 31% dijo temer por su situación económica, cabe mencionar que en ambas inquietudes **la prevención juega un papel muy importante.**

Tomando en cuenta que existe una mayor conciencia en la población de que hay elementos que debemos de cambiar para mejorar nuestra situación económica, es momento de reorganizar prioridades.

REVISA TU PRESUPUESTO

Leonardo González, analista **Real Estate** del portal inmobiliario **Propiedades.com**, comentó que lo primero que debes hacer es revisar cuáles son tus ingresos y gastos. El presupuesto debe ser flexible para que borres o agregues conceptos. Esta lista te permite controlar tus gastos e identificar en qué desembolsas más. Además, puedes conocer tu nivel de ahorro y calcular tu capacidad de pago.

TARJETAS BANCARIAS

Si esta temporada vas a comprar algo con tu tarjeta de crédito, es importante que lo hagas con cautela aunque sea a meses sin intereses. Una deuda es un compromiso que se adquiere con dinero que todavía no se tiene", dijo **Joan Lanzagorta**, especialista en finanzas personales.

ESTABLECE PRIORIDADES

Aún es incierto el tiempo que va a durar la crisis por la pandemia, por lo cual los especialistas coinciden en que debes ser prudente con tus gastos y dejar de lado lo superfluo. La principal lección que dejará la pandemia es prepararse y a una manera es a través del ahorro.

AHORRO

Independientemente del monto de tus ingresos, el ahorro debe convertirse en una prioridad. Especialistas recomiendan apartar por lo menos el 10% de tus ingresos y destinarlos a una cuenta de inversión. Incluso en estas semanas puedes destinar al ahorro tus gastos de transporte o combustible, para aquellos que no tienen que desplazarse al lugar de trabajo o, lo que se destinaba al entretenimiento como salir al cine, teatro o solo salir a dar la vuelta a algún centro comercial.

En el mercado financiero mexicano hay muchas opciones en las que puedes iniciar a invertir desde 100 pesos a diferentes plazos, incluso hay instituciones que te ofrecen liquidez diaria, es decir, puedes disponer de tu dinero en el momento que lo requieras, no es necesario esperar un plazo.

Ante una crisis como la que se vive en estos días el saber que tienes los recursos para enfrentar una complicación económica o de salud, te lleva a tomar mejores decisiones además de que genera un respiro extra a tus finanzas.

Colaborador de El Economista



NELLY TOCHE



¿QUÉ RETOS TECNOLÓGICOS PLANTEA HACER HOME OFFICE DE MANERA MASIVA?

Especialistas recomiendan hacer uso óptimo, solidario y responsable de la red en un contexto de conexiones masivas debido al aislamiento social y el teletrabajo por el Covid-19.

La pandemia del Covid-19 tiene diversas aristas; la principal sin duda es la salud. Sin embargo, de manera natural varios sectores se han visto alterados. Uno de ellos es el digital. ¿Qué sucederá con la **masa crítica de 80% de la población que hace uso de Internet** y está comenzando a conectarse desde su casa al mismo tiempo? Rafael Pazarán, especialista en tecnologías y seguridad de la información de la Universidad La Salle platicó sobre este fenómeno con El Economista.

“Ya lo mencionaba Michael E. Porter en su libro La ventaja competitiva de las naciones, pero el Covid-19 fue un acelerador de un fenómeno llamado los emergentes o los sustitutos de las fuerzas competitivas”, refiriéndose a **los más preparados para esta transición digital**.

El especialista explicó que muchas empresas no tenían siquiera el plan para realizar trabajos en modalidad virtual, pero el tema hoy se ha complicado porque muchas organizaciones tuvieron que actuar en forma repentina; otras pudieron hacerlo de forma gradual y más o menos segura. Esto es importante, porque la migración y gobierno de datos también pueden perderse de no tener cuidado.

“La realidad es que en México y en general en América Latina las infraestructuras de Internet están en proceso de madurez”, dijo, “pero con un nivel aceptable”. Esto se mide en megas efectivos, tener Internet en todo momento, o la cantidad de caídas. “Hasta ahora ha sido lo suficiente para soportar la cantidad de operaciones que se están generando desde casa”.

Agregó que, “a nivel global, hemos detectado un **incremento de 40% en el tráfico de Internet desde que inició la pandemia** (de enero a la fecha)”.

Además, hay que distinguir entre una caída de Internet y el servicio de distintas aplicaciones. “La caída de Internet es muy remoto que ocurra. Las empresas están preparadas y se tiene una arquitectura sólida. Sin embargo, esto no la va a eximir de tener fallos en esta pandemia (caídas ligeras, momentáneas, servicios lentos)”.



Que el Internet se caiga, entonces, es poco probable, lo que sí es más probable es que las plataformas que tuvieron que crecer exponencialmente para prestar servicios y realizar trabajo a distancia se saturen y se caigan. La ventaja es que existen diversos aplicativos y opciones que permiten distribuir la carga, entre ellas, **Zoom, Hangouts, Moodle, Blue Jeans y Teams de Microsoft**.

Para el tema de entretenimiento, plataformas como Amazon Prime, Claro video, YouTube y Netflix sí han presentado horarios poco usuales en el uso de estos servicios, por tener mayor población en casa utilizando el *streaming*. Sin embargo, en el caso de Netflix, por ejemplo, se tiene una colaboración con Amazon y Microsoft, su información está en la nube, por lo que, si detectan cambios, de manera pronta y oportuna, se habilitan servidores.

El maestro Pazarán aseguró que el Internet y las tecnologías de la información son ya un elemento estratégico de cualquier organización y a veces faltan este tipo de situaciones para que líderes y tomadores de decisiones le den un poco más de relevancia en la mesa estratégica. “En este momento, la forma de asegurarse de que las actividades continúen es a través de actividades de home office, y para ello la tecnología es fundamental”.



En las compañías no hay pánico

El equipo de Technology de AT&T en México coincide con el especialista. "Hasta el momento hay una tendencia de consumo normal", dijeron a esta publicación. "Sabemos que la evolución natural del tráfico de la red en condiciones normales va en crecimiento. Sin embargo, lo que hemos visto hasta ahora se encuentra dentro del estándar".

Aseguran que garantizar la continuidad de sus servicios en condiciones adversas es lo más importante. Por ello, para atender esas contingencias ejecutaron un **plan de reacción que permite actuar oportunamente** mientras monitorean la evolución de la situación para estar preparados y tomar las medidas adicionales necesarias.

Cuentan con un Centro de Operaciones de la Red, con lo último en tecnología para la automatización y el control de redes. "Nuestro equipo de ingenieros monitorea las 24 horas, los 365 días del año, la infraestructura desplegada a lo largo y ancho del país para mantener la red activa y los servicios disponibles".

También cuentan con la Certificación ISO 22301, que asegura que su **Programa de Continuidad del Negocio** cumple con el estándar internacional, lo que contribuye a fortalecer a la organización ante posibles contingencias o situaciones de crisis.

Por su parte, Telefónica Movistar aseguró que se mantiene la monitorización de todos sus sistemas y

redes a fin de asegurar que la conectividad y que la red de telecomunicaciones funcione a pleno rendimiento, de una manera fiable, estable y segura. Además, han logrado importantes acuerdos con los principales operadores de contenidos digitales (Netflix, Google, Facebook) para **optimizar la transmisión de sus contenidos**.

Algunas recomendaciones para el trabajo en casa:

Rafael Pazarán, especialista en tecnologías

» Cualquier estrategia de esta naturaleza debe contemplar una cultura organizacional, con un programa y plantilla para poder medir el rendimiento desde casa y tomando en cuenta las nuevas condiciones. **Pueden funcionar los entregables y reuniones espaciadas**.

» Esto sin duda requiere de capacitación, pues el trabajo en casa es un desafío, ya sea por distractores, falta de práctica con las plataformas, necesidad de nuevas competencias, todo esto incluso para las nuevas generaciones, pues no es lo mismo usar las redes de manera recreativa que laboral.

» Hoy debemos identificar a los personajes dentro de las empresas **a las que se les facilita el trabajo organizacional y a distancia**, para que tomen el liderazgo y puedan organizar el trabajo.

—
Colaboradora de El Economista

AVALÜOS
SOLÜTIVAS

Valuación de marcas
Negocios en marcha
Maquinaria y equipo
Bienes agropecuarios
Bienes industriales
Bienes inmuebles
Bienes muebles
Bienes intangibles

El más alto sentido de ética
Permanente capacitación

48 Colegios
2,500 Valuadores

01 55 5534 6273
01 55 5534 6467
<http://fecoval.org>

Av. Insurgentes Sur #1480
Área privada 4
Col. Insurgentes Mixcoac
Del. Benito Juárez,
CP. 03920, CDMX



ELIZABETH LÓPEZ
El Empresario

Recursos Humanos, pieza clave en la reapertura hacia la “nueva normalidad



En la apertura escalonada de los centros de trabajo en medio de la pandemia del Covid-19 los gestores de talento serán elementales para infundir seguridad en los colaboradores y fomentar un buen clima organizacional.

“Así podrán activar para la compañía, acciones a partir del **ámbito legal, tecnológico, de contabilidad o financiero**”, indicó durante la charla Experiencia de empleado Covid-19.

Lo primero que Recursos Humanos debe hacer es identificar los grupos de la organización para conocer las necesidades de cada uno. Por ejemplo, están los que no dejaron de ir a trabajar, quienes viven con personas vulnerables, los de alto riesgo de contagio, quienes atraviesan crisis económicas por la pérdida de empleo de sus parejas, quienes ya están presentando problemas emocionales, los que enfermaron del virus o tienen familiares enfermos.

También, añadió, está el grupo que no tiene problemas de salud o no se encuentra en situaciones vulnerables, pero la idea de volver les genera miedo, estrés e incertidumbre. Muchas personas de este grupo se trasladan en transporte público, lo que aumenta la ansiedad. “Las empresas deben estar preparadas para responder a cada grupo”, detalló.

El 1 de junio es la fecha pactada por el gobierno federal para **reanudar las nuevas actividades esenciales** y, con el paso de las semanas, los otros sectores, siempre que se tomen las medidas de cuidado, por lo que las empresas deben crear su plan de retorno, ¿cómo comenzar?

Para Xóchitl Rosas, Talent & Transformation Business Manager en Everis, lo principal es entender que **el proceso de reapertura debe ser orquestado por Recursos Humanos**, ya que se deben identificar los momentos críticos en la organización e implementar medidas dependiendo las necesidades de los colaboradores.

LOS TRES PASOS

Hay tres momentos que se deben seguir para volver. El primero es pensar **qué necesitan habilitar para el retorno**. Se necesita dar certidumbre al volver al centro de trabajo que tenían antes, pero con medidas de precaución.

En segundo ámbito **es sobre el día del retorno como tal**, cuando paulatinamente los colaboradores se vayan reincorporando. Muchos se sentirán extraños por el ambiente o porque no estarán todos los compañeros, además que sus modos de trabajo y entorno se modificarán.

Cosas tan sencillas como no tener acceso a alimentos como antes "como los chilaquiles de los viernes", no salir a comprar tan fácil, cambiar las juntas a remoto o no poder tener artículos como antes, pueden afectar a los colaboradores, algo que la empresa debe anticipar y definir en los nuevos métodos, siempre cuidando la experiencia del empleado.

El primer día hay que recordar la importancia de seguir las medidas de seguridad, presentar la nueva forma de trabajo, tener la primera reunión de equipo respetando distancias y enlazando a los que sigan en casa, aplicar nuevas medidas de limpieza en el espacio de trabajo y fomentar el hábito de usar gel antibacterial por lo menos tres veces al día.

El tercer pilar es cómo **habilitar las nuevas formas de trabajo**, especialmente definir qué grupos seguirán trabajando en remoto y cómo gestionar la dinámica con los que nunca se fueron o tuvieron que volver. Lo importante aquí es ser transparente y sustentar cada decisión, para que los que sí acuden a las oficinas no se sientan discriminados o tengan cuestionamientos de por qué ellos sí y otros no.

"La **comunicación, sensibilización e información**, son los ejes para habilitar las estrategias que requiere la compañía".



OFICINA DE EXPERIENCIA

Santiago Hernández, Talent & Transformation Manager en Everis, indicó que esta situación representa una oportunidad para las empresas de posicionarse como **marca empleadora**, una que se preocupa por sus colaboradores, conoce sus necesidades y las da una adecuada experiencia.

Ante esto, es recomendable crear una oficina de experiencia del empleado, que se enfoca en **mejorar la experiencia laboral**, ayuda a reducir el impacto financiero, posiciona a Recursos Humanos como área estratégica y empuja el engagement de los empleados a la organización.

"En el futuro, los empleados recordarán **cómo las empresas actuaron ahora**. Este es momento de hacer que nuestros empleados quieran quedarse con nosotros", finalizó.

—
Reportera de Factor Capital Humano



Fumiga tus **GASTOS HORMIGA**

Conoce las *apps* que te ayudarán a evitarlo

Vivimos tiempos de modernidad cibernética. Hoy en día, los avances de la tecnología nos hacen la vida más cómoda, muestra de ello son las plataformas *streaming* donde podemos encontrar contenidos de series, películas, música y videojuegos.

¿Sabías que el uso de *streaming* tuvo un aumento considerable en lo que va del año? Un ejemplo es el servicio de *Netflix*, empresa que dio a conocer que tan solo en el primer trimestre de 2020, casi 16 millones de personas usuarias se suscribieron a su plataforma.

Aunado a lo anterior, en México las compras en línea tuvieron un aumento del 500% en las

últimas semanas, según un estudio realizado por la consultora *Kantar World Panel*.

Esto nos demuestra que los hábitos y consumos de las personas cada vez se inclinan más al uso de la tecnología para satisfacer sus necesidades, lo cual se vuelve peligroso para las finanzas personales ya que varios de estos gastos son hormiga.

En este artículo te decimos cómo identificar tus gastos hormiga y te damos algunos consejos para evitarlos.

Gastos Hormiga... ¿dónde?

Comencemos por comprender lo que es un gasto hormiga y porqué son perjudiciales para nuestra

cartera. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el gasto hormiga representa todas aquellas salidas de dinero que son casi imperceptibles en su monto, debido a que son gastos de muchos rubros, pero pequeños. No obstante, pueden llegar a representar entre el 9 y el 12% del ingreso de una persona.

De no controlar estos gastos hormiga, puede tener un efecto negativo para la economía personal o familiar, ya que perjudica nuestro presupuesto y obstruye nuestra capacidad de ahorrar, llevándonos incluso al endeudamiento innecesario.

Tal vez pienses que no tienes ningún gasto hormiga, debido a

que no utilizas ninguna de estas plataformas de *streaming*, pero aquí te mencionaremos otros gastos hormiga donde poco a poco se va tu dinero.

Tipos de gastos hormiga:

De acuerdo con la plataforma de comparación de servicios financieros en línea, Coru.com, existen los siguientes tipos de gastos hormiga:

• Comisiones bancarias:

muchas veces no tomamos en cuenta lo costosos que pueden llegar a ser los cargos por reposición de tarjetas por extravío o robo; la anualidad de tarjetas de crédito; transferencias a otros bancos; estados de cuenta adicionales y emisión de cheque de caja certificado.

Es por esto que se recomienda evitar el uso de cajeros automáticos de bancos distintos, contratar una tarjeta de crédito que no cobre anualidad, además de cumplir con los pagos de tus compras a meses sin intereses para evitar cargos adicionales.

• Gusto culposo: según Coru, en este rubro podemos englobar el consumo de alcohol y tabaco, que no solo representa un desembolso alto, sino también produce efectos negativos para nuestra salud. Aunado a lo anterior, podemos sumar el café matutino que compramos en el camino al trabajo, las galletas y golosinas, frituras, chicles, el boleado de zapatos, propinas, entre otros.

• Gastos en entretenimiento y *streaming*: según un sondeo publicado por Coru y BradEngagment, 45% de la población mexicana tiene contratado al menos un servicio de

streaming. El sondeo menciona que al menos el 33% utiliza algún tipo de servicio de transporte privado como *Uber* y *Cabify*. Menciona que, respecto a los servicios de entrega de comida, el 36% de la población mexicana utiliza este servicio al menos una vez a la semana, el 14.5% más de una vez a la semana, 19.5% una cada dos semanas y 29.5% menciona no haber utilizado alguno de estos servicios.

Por ello es importante que revises de forma continua las tarifas de tus servicios digitales, para evitar llevarte una sorpresa al recibir tu estado de cuenta. También se recomienda realizar una valoración sobre los servicios de *streaming* a los que estás suscrito, ya que seguramente muchos de estos no los utilizas y solo te generan un gasto innecesario.



Apps que te ayudarán a fumigar tus gastos hormiga

Es probable que varios de estos gastos hormiga se encuentren incorporados en nuestra vida diaria y por tanto creamos que son necesarios. Si este es tu caso te recomendamos algunas *apps* que te ayudarán a controlar y minimizar algunos de esos consumos, todas las opciones que te mostramos se encuentran disponibles para sistemas *iOS* y *Android*, además de ser totalmente gratuitas:

Presupuesto Familiar:

La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) creó esta *app* gratuita, la cual te permite llevar el registro de tus ingresos (sueldo, prestaciones, etc.) y tus egresos (alimentación, transporte, créditos y demás gastos). De esta forma, podrás conocer en qué gastas tu dinero, y controlar tus gastos hormiga.

Finerio:

Esta *app* de finanzas personales te permite crear presupuestos, saber cuánto y en qué gastas, poniéndole un tope a tus gastos hormiga. Además, permite vincular tus tarjetas bancarias para que registres tus gastos y realices transferencias de forma segura.

Monefy:

Es una aplicación muy fácil de utilizar y te ayuda a eliminar tus consumos hormiga ya que te orienta cómo dividir tus gastos en distintas categorías, además de mantener el control de tu dinero, cuánto ingresas y cuánto gastas; al final del día te entrega un reporte de tus actividades financieras. Cuentas con el plus de exportar la información de todos tus movimientos registrados a un Excel.

Spendee:

Es una aplicación muy útil para el cuidado de tus finanzas ya que te permite llevar un control de tus gastos e ingresos, poniéndote topes y alertas, lo que te ayuda a evitar gastos hormiga. Además, esta *app* te manda recordatorios para que no se te olvide ingresar tus gastos. También puedes controlar el pago de tus facturas y servicios como agua, gas, prestamos, entre otros.

Wally:

Esta es otra *app* de gran ayuda para controlar tus finanzas personales. Te permite establecer metas de ahorro, además de brindarte infografías y gráficas de tus salidas de dinero, con ésta te darás cuenta a dónde se van tus gastos, sobre todo, los hormiga.

Wallet:

Te ayudará a fumigar tus gastos hormiga ya que te involucra con el manejo de tu dinero, te permite vincular tus cuentas de banco, supervisar tus tarjetas de créditos y en caso de contar con alguna hipoteca, puedes consultar tu estado de cuenta desde la aplicación, incluso hasta gestionarla. Esta *app* puede sincronizarse con una gran cantidad de bancos a nivel mundial.

Si deseas comenzar a fumigar tus gastos hormiga ¡Ya lo sabes!, puedes descargar cualquiera de estas aplicaciones en tu dispositivo móvil. Además, si te interesa aprender a manejar mejor tus finanzas, visita: **www.condusef.gob.mx** ahí encontrarás información y consejos que ayudarán a tu cartera.



CAAAREM[®]

www.caaarem.mx



COCA-COLA

Industria Mexicana



www.coca-colamexico.com.mx