

mejores empleos

Turismo médico,
oportunidades de negocio

Empleos verdes,
por un futuro sostenible

**Inteligencia
emocional,**
cómo aplicarla en el trabajo

Turismo,
una industria en crecimiento
Entrevista con Enrique de la Madrid, titular de la Sector





Tus empleados son muy importantes
*acércalos a los mejores y los más
prestigiados servicios
de salud en el mercado*

Elige su bienestar, *elige* VRIM

- Más de 4,700 **médicos especialistas** a Nivel Nacional
- Más de 10,000 pesos en **cupones de cortesía** y descuentos
- **Asistencia médica telefónica** sin costo las 24 hrs.
- **Asistencia emocional**
- **Asesoría nutricional**
- Consultas a \$300.00 **precio fijo**
- **Descuentos** en más de 3,000 establecimientos comerciales
- Todas nuestras membresías incluyen un **seguro de accidentes personales**



Contacto empresarial 4209-3333 Ext. 3001
negocioscorporativos@medicavrim.com.mx



www.medicavrim.com

Menciona este anuncio y recibirás precios exclusivos

PRESIDENTE EJECUTIVO
Carlos Sandoval Gómez
carlos.sandoval@mejoresempleos.com.mx

DIRECTOR GENERAL
Erick Baena Crespo
erick.baena@mejoresempleos.com.mx

COORDINADOR DE CONTENIDOS
Edwin Alejandro Mendoza Morales
ale.mendoza@mejoresempleos.com.mx

DIRECTORA DE ARTE Y DISEÑO
María Luisa Soler Aguirre
marialuisa@mejoresempleos.com.mx

ASISTENTES DE DISEÑO
Valeria Cervantes Bielma

INVESTIGACIÓN
Patricia Pérez Martínez
paty@mejoresempleos.com.mx

CORRECCIÓN DE ESTILO
Penélope Silva Guzmán

DIRECTOR ADMINISTRATIVO
Carlos Villanueva Mendoza
cvillanueva@mejoresempleos.com.mx

DIRECTOR COMERCIAL
Francisco Uribe Mayen
furibe@mejoresempleos.com.mx

COLABORADORES
Gustavo Ambrosio Bonilla, Iñigo Arizmendiarieta, Jorge Andere Martínez, Luis Berango Irizar, Margarita Chico, Rodrigo García Martínez, Rocío Alejandra Juárez Rodríguez, Gustav Juul, Arleth Leal Metlich, Rafael Martínez de la Borbolla, Benjamín Núñez, Julio Portales, Óscar Rodríguez.

PUBLICIDAD
contacto@mejoresempleos.com.mx

DIRECTOR DE TECNOLOGÍA
Carlos Alberto Luna Ruiz
cluna@mejoresempleos.com.mx

FOTOGRAFÍA
Pedro García Castro
Luis García López

CONSEJO EDITORIAL
Carlos Sandoval, Gabriela Breña, Cristina Jáuregui, Fernando Gutiérrez, Hugo F. Gutiérrez, Agustín Domínguez, Bernardo Chavero, Luis Ramón Carazo, Pablo Rivera, Jorge Forastieri, Jorge Vizcaino, Elizabeth Verduzco Garduño y Julio Portales

Mejores Empleos es socio activo de:



VENTAS Y SUSCRIPCIONES
México
5335-2164 ext. 122
contacto@mejoresempleos.com.mx
www.mejoresempleos.com.mx

Inscrito en el
Padrón Nacional de Medios Impresos

Mejores Empleos. Tercer bimestre del 2017. Editor Responsable: Erick Baena Crespo. Número de Certificado de Reserva Otorgado por el Instituto Nacional de Derechos de Autor: 04-2011-121317565300-102. Número de Certificado de Licitud de Título y Contenido 15662. Domicilio de la publicación: Gabriel Mancera 1121 interior 104 Col. Del Valle, México, D.F. 03100. Imprenta: Editorial Impresora Apolo, S.A. de C.V. Centeno 1506 Col. Granjas Esmeralda CP 09810, México, D.F. Tiroje: 10,000 ejemplares. Mejores Empleos está inscrito en el Padrón Nacional de Medios Impresos. Las opiniones expresadas por los autores y/o colaboradores no necesariamente reflejan la postura de la casa editorial. Esta revista considera sus fuentes como confiables y verifica los datos que figuran en su contenido en la medida de lo posible; sin embargo, puede haber variantes en la exactitud de los mismos, por lo que los lectores utilizan esta información bajo su responsabilidad. Prohibida la reproducción parcial o total, sin el previo consentimiento de los editores.

Editorial

Turismo como generador de empleo

El turismo está de regreso. En 2016, en la generación de empleo, la actividad turística alcanzó un máximo histórico al registrar un crecimiento de 5.14 por ciento durante el primer trimestre. De acuerdo a la Secretaría de Turismo (Sectur), 3 millones 845 mil 89 personas se emplearon durante ese periodo en actividades relacionadas de forma directa con dicha industria. Lo que, sin duda, son buenas noticias para nuestro país.

Si bien aún existen aspectos por mejorar, como la conectividad, la saturación del aeropuerto de la Ciudad de México y la demora de los sistemas de peaje en las carreteras de cuota, la industria del turismo en México vive su mejor momento.

Por esa razón, en Mejores Empleos decidimos ocuparnos del tema. Y en este especial abordaremos la "Industria del Turismo" desde diferentes perspectivas. Nos complace contar con la visión de Enrique de la Madrid Cordero, Secretario de Turismo del Gobierno Federal, quien en entrevista exclusiva nos habla de los logros, retos y oportunidades del sector. A esta conversación la acompañan dos reportajes: el primero, acerca del turismo médico, un área con grandes oportunidades de crecimiento, y el segundo, sobre conectividad terrestre, un eje de inversión prioritario que, sin duda, representará nuevas fuentes de trabajo.

Mejores Empleos renueva su imagen y sus contenidos. Y en esta nueva etapa nos comprometemos a ofrecer a nuestros lectores, además de las tendencias más actuales en materia de capital humano, a través del acercamiento a fuentes de gobierno, academia e iniciativa privada, información que propicie la reflexión sobre los temas más importantes del mundo laboral. Esperemos, como hasta ahora, contar con la confianza y preferencia de nuestros lectores.

Como hemos insistido, el futuro laboral representará retos, pero también oportunidades. Y ahí estaremos para, desde nuestra trinchera editorial, fomentar más y mejores empleos en México.

Carlos Sandoval Gómez
Presidente Ejecutivo





Contenido

LO QUE NECESITAS SABER...

- 4 Estoy sobrecalificado, ¿qué hago?
Margarita Chico
- 6 Recurso humano vs valor humano
Jorge Andere Martínez
- 8 Generación Z en el mercado laboral. ¿Estamos listos?
Iñigo Arizmendiarieta
- 10 Los *Millennials* y la vida laboral
Gustav Juul
- 12 6 claves sobre marketing turístico (o cómo salir bien en la foto)
Luis Berango Irizar

PORTADA

- 14 Turismo, en ruta de ascenso. Entrevista a Enrique de la Madrid, titular de la Secretaría de Turismo
Erick Baena Crespo

ESPECIAL

- 20 Transporte terrestre, entre logros y desafíos
Patricia Pérez
- 24 Turismo médico, retos y oportunidades
Por Rocío Alejandra Juárez Rodríguez

PANORAMAS

- 28 Empleos verdes: un sector prometedor
Penélope Silva

EMPRENDEDORES

- 32 Clases de inglés en la palma de tu mano
Gustavo Ambrosio Bonilla



28

CAPITAL HUMANO

- 34 Mónica Flores: "Encontrar trabajo es un trabajo en sí mismo"
Erick Baena Crespo

- 38 ¿Qué piensa el talento en México?
Mejores Empleos

- 42 En el área de RH, líderes más que directores
Rodrigo García Martínez

- 44 Breves del empleo

OFICIOS EJEMPLARES

- 46 Un ángel en el camino
Redacción Mejores empleos



48

DELEITE

- 52 Placeres para la vida... y el trabajo

ETIQUETA

- 54 ¿Cómo vestir para una junta?

ARTE + CULTURA

- 56 El hombre que vio demasiado

MUJER - MEJORES EMPLEOS

- 58 ¿Las emociones influyen en el éxito de las empresarias?
Penélope Silva

- 62 Autoexclusión de las mujeres
Arleth Leal Metlich



14



24

VIDA + IDEAS + MOVIMIENTO

- Inteligencia emocional, claves para aplicarla en el trabajo
Patricia Pérez



Estoy sobrecalificado, ¿qué hago?



Margarita Chico

Directora General de Trabajando.com

“Lo siento, usted no cumple con el perfil del cargo. Está sobrecalificado”, es una frase que a menudo reciben como respuesta los postulantes a una oferta de trabajo. Por lo mismo, tanto título en el currículum, más que ofrecer una buena oportunidad cuando se busca trabajo, en ocasiones cierra puertas.

Por algo, el caso de los profesionales con varios grados académicos, pero sin empleo, se ha vuelto un tema recurrente de conversación.

Tendencias en RH

Los colaboradores como Unidad de Negocio

¿Que hay detrás de todo esto? Es un fenómeno con una doble veta: por un lado, existe un grupo de profesionales que se resiste a "rebajarse" y tomar un cargo de menor envergadura; por el otro, las empresas temen que el sobrecalificado se vaya en cuanto encuentre un cargo que le acomode.

LOS TÍTULOS NO ABREN PUERTAS

Por eso, a la hora de postular a algún trabajo debes tener cuidado de no adornar mucho tu currículum. Uno de los errores más comunes de los jóvenes es creer que entre más títulos mayores oportunidades, sin embargo, esto puede dificultar aún más la búsqueda de trabajo, ya que la pirámide se va achicando cuando las expectativas laborales son mayores.

El empate de las competencias del candidato y las requeridas es fundamental para un puesto de trabajo, de lo contrario existirá frustración laboral, y lo más probable es que el capital humano termine migrando al poco tiempo.

CONSIDERACIONES

A continuación, te presentamos algunos tips para obtener ese empleo, aun cuando estés sobrecalificado:

- **Aclara tus ideas**

Analiza tus razones para aceptar un trabajo con un nivel académico o exigencias menor al que tienes, de esa forma no te sentirás frustrado si consigues el trabajo.

- **Haz un compromiso de al menos 18 meses**

Los empleadores temen que los trabajadores experimentados abandonen el barco tan pronto como encuentran un trabajo mejor. Promete quedarte por lo menos un año y medio.

- **Sé honesto**

Sé honesto contigo y con la empresa, expresa tu interés en el puesto y el compromiso de trabajar duro.

- **Desvía las discusiones sobre dinero**

Si bien es un tema importante, no debe ser la principal motivación por el cargo, ya que esto alertará al reclutador que puedes migrar en cualquier momento ante otra mejor oportunidad.

Para las empresas es un riesgo muy alto contratar personas con una formación o experiencia superior a la que el cargo requiere, porque además de no cumplir con el perfil, las posibilidades de frustración, desmotivación y movilidad aumentan considerablemente. Existe también el tabú de que una persona sobrecalificada pide mucho dinero y que en ese momento no lo tiene la empresa, ahí tendrán que usar su habilidad para negociar con la compañía que contrate.

De ahí la importancia de lograr un equilibrio entre la oferta y demanda del mercado, no solo en que todos quienes buscan trabajo, o lo tengan, sino también de acuerdo a sus expectativas, formación y experiencia.

En la recta final de la década es evidente que la gestión de las personas se ha vuelto un tema estratégico para las empresas. En ese sentido, una tendencia con mucho desarrollo en la actualidad, porque representa la estabilidad, crecimiento y expansión de las empresas –además de una medición de objetivos–, es la de "Convertir a las personas en Unidad de Negocio". Es vital medir la productividad de las personas, además de la medición de cada una de las áreas de la organización.

La función del área de Recursos Humanos se vincula cada vez más con los resultados del negocio, y de ahí la necesidad de contar con indicadores que midan el desempeño de la función y de cada uno de los colaboradores, garantizando la aportación individual a los resultados del proyecto.

Lo anterior no quiere decir que dicha labor no se realizara antes, sino que –en la época actual– por la dinámica laboral, es imprescindible contar con estas métricas y asegurar que estén vinculadas con los indicadores de resultados clave del negocio y así permita visualizar su contribución en el resultado final.

No hablo de los indicadores tradicionales de horas de capacitación, vacantes, incidencias de nómina, tablero de comunicación, entre otros. Ahora se debe analizar las necesidades de operación del negocio y establecer indicadores que midan el objetivo planteado, asegurando no solo su cumplimiento sino su contribución en el resultado final, que es por el que reconocerán la contribución de Recursos Humanos como miembro del equipo y no solo un resultado individual como área. Los encargados del área estamos obligados a desarrollar habilidades numéricas y de medición.

Hoy en día, en los negocios, nuestras posiciones están siendo reemplazadas por Ingenieros, Economistas y personas con habilidades numéricas, por lo que el llamado es a complementar nuestra formación desarrollando estas habilidades requeridas hoy por los negocios en la medición de objetivos y las necesarias al convertir a las personas en unidad de negocio.



Oscar Rodríguez
@familialaboral



Recurso humano VS valor humano



Jorge Andere Martínez
Director General Grupo Andere

El lenguaje refleja conocimiento. La forma que tenemos para identificar la esencia de las cosas es la palabra. Hoy en día existe una pobreza del lenguaje y una constante equivocación en los comunicadores -políticos, periodistas, locutores, empresarios- que confunden, como suele decirse, la gimnasia con la magnesita. Un locutor de fútbol dice: "El capitán se volca en sus jugadores..." Abundan los ejemplos. A fin de ilustrar: un empresario sigue empleando un término obsoleto, como lo es "Recursos Humanos", para referirse al personal de su organización, en vez de considerarlo, con visión renovada y mucho más precisa, "Valor", "Capital", "Talento organizacional" o "Factor humano".

Pareciera que esta distinción es una simple formalidad del lenguaje organizacional, un simple cambio de léxico, un cambio de moda en las palabras; sin embargo, el nombre, el verbo, el adjetivo, usados con precisión, manifiestan la esencia, son lo que da consistencia, sentido y contacto con la realidad de las cosas, lo que transforma.

Hay que ser impecables con las palabras al designar y al comunicar: una rosa es una rosa, un ser humano es un ser humano.

LA IMPORTANCIA DE NOMBRAR

Existen nombres y palabras que no reflejan la esencia y durante años no han ayudado en el desarrollo del factor humano en las empresas, por ejemplo, cuando fui gerente en Teléfonos de México se hablaba con naturalidad de dos grupos de personas, los de confianza y los sindicalizados. Es impresionante que durante años se haya hecho esta diferencia que solo crea conflictos en las relaciones entre dos grupos necesariamente interdependientes en el logro de resultados, calidad y servicio.

Actualmente, muchas empresas siguen utilizando la palabra "recurso" para referirse al ser humano; tal vez para algunos no tenga importancia. "Se entiende, ¿no?", aducen. Pero el impacto en el significado va contra la esencia del ser humano como trabajador, del talento y su naturaleza, y esta palabra impacta en la vida cotidiana. He escuchado a un líder referirse a personal con frases como: "Este sí me sirve o este no me sirve". ¿Son sillas? ¿Son aplicaciones de computadora? ¿Son instalaciones?

El cambio del lenguaje persigue un impacto, no solo una moda. Transforma un paradigma, útil en su momento, para hacer que el talento pase de operativo (recurso) a estratégico (poder). Nombrar de otra forma al personal de una organización, empodera al individuo, afina el trato sensible y exigente, además de otorgarle una carga positiva a la influencia de los líderes, lo que erradica de forma orgánica el autoritarismo y la arrogancia gerencial. Con dicho cambio en la forma de nombrar se logra un mejor ejercicio de la autoridad, menos jerárquico y prepotente.

DE LA PALABRA A LA ACCIÓN

Cierto: no basta cambiar las palabras. Es necesario convertir el verbo en hechos, en acciones, por ejemplo si cambiamos "Recurso Humano" por "Valor Humano" hay que transformar los sistemas y estrategias de la organización que estén centradas en el respeto a la calidad de vida de los individuos, creando lugares, espacios, ambientes dignos de trabajo. Si la persona se siente valorada, se siente tomada en cuenta en la toma de decisiones que después habrá de implementar, siente aprovechado su talento, trabajará mejor, se exigirá más, aportará más ideas, se implicará por sí misma en el proyecto. El factor humano es el capital más valioso. Solo con una buena dirección de las personas conseguiremos mejorar los procesos y la rentabilidad de una empresa.

Las consecuencias prácticas del cambio de paradigma en la forma de nombrar, como consecuencia de una revaloración de nuestro personal, son las siguientes:

1. Entrenamiento de manera rápida y eficiente para fomentar el nuevo aprendizaje, que reduzca los índices de errores y acelere el despliegue de programas, productos y servicios.
2. Cuidar la calidad de vida. Hoy en día la generación *Millennial* no acepta trabajos que van en contra de una vida "verde" sino los de una vida humana, sustentable.
3. Apalancar los éxitos pasados, y también los fracasos, para mejorar sus procesos y servicios continuamente.
4. Haciendo conciencia de que los primeros clientes están dentro de la organización y propiciando una actitud positiva con motivación que venga de dentro para lograr la innovación inmediata.
5. Reducir los ciclos de tiempo y simplificar los procesos con estructuras horizontales y menos complejas.
6. Crear esquemas que propicien el empoderamiento y adaptar conductualmente los estilos gerenciales a dichos esquemas.

Para entender a México

2017: creación de empleo récord en 30 años. ¿Si es para celebrarse?

Si bien criticar al presidente Enrique Peña Nieto se ha convertido en deporte nacional, existe un rubro en donde dicha tarea se vuelve difícil: el empleo. En materia de creación de empleos tiene las cifras más alentadoras de su administración y de cinco sexenios anteriores.

Datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) arrojan que, del primer trimestre de 2013 al segundo trimestre de 2016, se adicionaron 3 millones 346 mil 723 personas a la Población Económicamente Activa (PEA). En el referido periodo se crearon 2 millones de empleos formales, a los que en los últimos nueve meses se sumaron cerca de 700 mil. Es decir que EPN podría lograr los 3 millones de empleos formales para el primer semestre de este año.

Muchos de esos empleos no son de calidad y escasamente llegan a dos salarios mínimos. No obstante, un 60 por ciento son un buen comienzo de incorporación de mexicanos a la formalidad y a un marco de prestaciones sociales.

Ahora bien, ¿en dónde se están creando esos empleos? Todo indica que los sectores de las reformas han sido impulsores de los mismos y otros sectores que se han vuelto dinámicos por su relación con el exterior. Sin duda, el sector energético será uno de los impulsores, además de las telecomunicaciones y tecnologías de la información. Y también los sectores de la construcción, el turismo y la agricultura.

Ahora bien, casi llegaremos a 3 millones de empleos creados. Sin embargo, ¿cuántos se han perdido? No olvidemos que tenemos 2 millones de desempleados a la fecha. Y la única manera de disminuir esos números es con inversión. En este punto es donde la administración Peña tropieza: la inversión del sector público ha caído en un 96 por ciento en tan solo 4 años, llegando a su punto más bajo desde 1940. Esta situación ha venido a ser sustituida por la iniciativa privada y no por políticas públicas de fomento al empleo.

Crecemos en la creación de empleos formales con y a pesar del gobierno. Imagínense que fuese resultado de esfuerzo colectivo, de una sinergia entre academia, iniciativa privada y gobierno. ¡Eso, sin duda, sería un motivo para celebrar!



Julio Portales
@julioportales



Generación Z en el mercado laboral. ¿Estamos listos?



Iñigo Arizmendiarieta
Zavala Civitas Executive Search

Está por integrarse, al mercado laboral, la Generación Z, que engloba a las personas que nacieron entre 1995 y 2010. Siempre que hablamos de nuevas generaciones es necesario entender que, a pesar de la globalización, la realidad del mercado laboral mexicano, como las de cada país, pondrán ciertos límites a las “tendencias naturales” de esta joven nueva generación. Es en las grandes empresas multinacionales y en el sector servicios donde vamos a ver los cambios de una manera más clara.

Se ha hablado mucho de los *Millennials*, y no siempre bien. No obstante, esta generación es la que en este momento está imponiendo los estándares y haciendo sudar la gota gorda a los responsables de Recursos Humanos (RRHH),

con el establecimiento de nuevas políticas de compensaciones para retener talento, programas de integración cultural en las empresas, etcétera.

Para entender a la Generación Z, hay que tomar en cuenta la grave recesión económica que a la mayor parte de esta generación le ha tocado vivir.

¿QUÉ CARACTERIZA A LA GENERACIÓN Z?

Emprendedores, pragmáticos, trabajadores, realistas y con ganas de que su trabajo tenga un impacto en la sociedad, esto refleja la encuesta sobre la Generación Z que aparece en el *Chicago Tribune* el 2 de abril de 2017. Nos los presentan, por lo tanto, como profesionales más serios y maduros.

“Una Generación que ha aprendido a tener que luchar para ganar, una generación extremadamente competitiva”, así la define David Stillman, autor del libro *GenZ@Work*.

Datos obtenidos de encuestas realizadas en el trabajo de investigación de Stillman nos dicen que el 75% de estos jóvenes están dispuestos a empezar desde abajo para llegar a la cima; el 60% están dispuestos a permanecer hasta 10 años en la misma empresa, un aspecto totalmente contrario de los *Millennials* y otro dato muy curioso: solo el 8% está interesado en espacios de trabajo abiertos (justo lo contrario de las nuevas tendencias en el diseño de espacios de trabajo).

¿NOSTALGIA DEL PASADO LABORAL?

No exactamente. En los referidos estudios se habla de que la mitad de los jóvenes de la nueva generación quiere diseñar la descripción de su puesto de trabajo y como consecuencia la tendencia de estas nuevas generaciones será la de trabajar en compañías pequeñas y medianas frente a grandes compañías, más del agrado de los *Millennials* (encuesta de Accenture 2016).

Otra encuesta de *Monster.com* menciona que la nueva generación, al menos en los Estados Unidos, sí está dispuesta a trabajar fines de semana, cambiarse de ciudad e incluso trabajar turnos de noche por un mejor salario. Otro dato significativo es que la mitad de los miembros de la Generación Z buscan tener su propio negocio frente al 33% en el caso de los *Millennials*.

Uno de los aspectos importantes a tener en cuenta por los responsables de RRHH, es que habrá una mayor demanda de capacitación personalizada; es decir, estamos tratando con la primera generación totalmente integrada en la era digital, acostumbrada a tener personalizadas desde su lista de música en el celular hasta poder diseñar sus propias playeras por internet y recibirlas en casa.

Según una encuesta de EY en 2016, los miembros de la Generación Z buscarán y exigirán igualdad de oportunidades en los puestos de trabajo. No tolerarán, bajo ninguna circunstancia, que las mujeres reciban salarios más bajos, la discriminación por el color de la piel o por orientación sexual.

Respecto a la relación con los jefes, exigirán una mayor cercanía. Una generación acostumbrada a la inmediatez demandará jefes que proporcionen *feedback* con mayor frecuencia que hasta ahora. Para mantener a esta generación motivada y satisfecha se requerirán jefes disponibles en todo momento.

Estamos hablando de una Generación ambiciosa, preparada para trabajar y que quiere hacer la diferencia. Son buenas noticias, sin duda alguna. Falta esperar que las expectativas se cumplan.

Para entender el mundo

Trump, los primeros cien días

Los primeros cien días de todos los gobiernos recién instaurados destacan porque indican el rumbo y el estilo de gobierno que las recién administraciones tendrán durante el resto de su periodo.

El magnate inmobiliario Donald Trump nada más llegó al poder y mediante la firma de un Acta Ejecutiva impulsó un veto migratorio para los musulmanes de 7 países árabes, desembocando en protestas masivas no vistas desde la Guerra de Vietnam. Lo ha intentado dos veces y, en ambas, ha sido frenado por la justicia. El segundo revés de su administración ocurrió a solo tres semanas de mandato, cuando Michael Flynn, el flamante y poderoso consejero de seguridad nacional, dimitió tras revelar a la prensa que tuvo contactos secretos con el embajador ruso en Washington y que mintió al respecto a los altos cargos del gobierno.

A principios de marzo -en medio del escándalo por la presunta intervención de hackers rusos que pudiera haber modificado los resultados de las elecciones- el “rey del tuit” acusó al expresidente Barak Obama de espionaje durante la campaña electoral, desatando el infierno. El propio FBI fue quien salió a negar la presunta intervención de las comunicaciones del entonces candidato.

En un primer intento trató de cancelar el ‘Obamacare’ y presentó el plan republicano denominado ‘TrumpCare’, con el cual millones de ciudadanos quedarían endeudados como antes de la era Obama. El informe emitido por la Oficina de Presupuesto del Congreso determinó que con este programa 14 millones de estadounidenses perderán su seguro médico en 2018. A cambio, el gobierno ahorrará 337 mil millones en los próximos diez años. El 23 de marzo Paul Ryan, presidente de la Cámara, a petición de Trump retiró la iniciativa para no someterla a votación, pues el presidente estadounidense no tenía garantizado el apoyo del ala más conservadora de su partido. Pero no todo estaba perdido. El 4 de mayo la Cámara de Representantes aprobó una propuesta de ley que dismantelará el ‘Obamacare’. Primer triunfo para Trump, aunque la batalla pudo desgastar a la nueva administración de forma permanente.



Rafael Martínez
de la Borbolla
@rafaborbolla



Los *Millennials* y la vida laboral



Gustav Juul

Presidente & CEO / RHHR Group

La generación del milenio nació entre 1985 y 2005. Es la generación con los mejores estudios en la historia y parece ser la más controversial, pero cuando se trata del balance entre la vida personal y laboral, no están dispuestos a renunciar a su estilo de vida por una carrera. Valorán tener flexibilidad; la multitarea es su forma de vida y al no gustarles el “tiempo muerto”, están muy cómodos al pasar de una actividad a otra continuamente.

Entonces, ¿qué hacer si eres un Director que busca hacer crecer su negocio en un mundo del que se está en poder de los *Millennials*?

CONSEJOS PARA SER UN BUEN LÍDER DE ESTA GENERACIÓN

Comunicación:

Brinda un enfoque de equipo y no de jerarquía. Mantén tu puerta abierta y las líneas de comunicación; escucha las ideas de todos.

Objetivo:

Construye una cultura que se centre en resultados y establece indicadores para su medición. Deja que los colaboradores decidan cómo hacer su trabajo y cuándo lo deben hacer, esto inspira a mejores resultados.

Flexibilidad:

Comprende que el trabajo se puede hacer desde cualquier sitio con conexión a la red, así como entender la importancia de la flexibilidad de la empresa. Los *Millennials* piensan que se puede lograr más en menos tiempo sin importar dónde y cuándo lo hagan.

Compensación por mérito:

Sé justo al decidir cómo compensar al equipo y pagar lo que el empleado realmente vale.

Bonos e incentivos:

Genera o rediseña los paquetes que vayan acorde a cumplir las necesidades de las nuevas generaciones.

Personalidad frente a conocimientos:

No existe una persona que tenga el perfil personal idóneo para cualquier posición, pero existen herramientas de evaluaciones de personalidad que permiten identificar los rasgos para las empresas, y así puedas replicarlos en futuras contrataciones.

Visión y futuro:

Asegúrate de que tus empleados entiendan el propósito de la empresa y lo que ella les ofrece, porque los *Millennials* trabajan para lograr un objetivo laboral que vaya con sus metas personales.

Retroalimentación:

Tendrás mejores resultados si das a tus empleados una retroalimentación frecuente y les haces saber cuándo sus esfuerzos están haciendo una diferencia. No quieren ser micro-administrados, pero si tocas base con ellos frecuentemente los harás sentirse valiosos y los mantendrás motivados.

La resistencia al cambio

No se trata de relegar a los que llevan décadas en la empresa a un tercer plano y dejar que los *Millennials* se instalen directamente en la oficina del Director, y no se trata de un favoritismo por la juventud o entrega de favores para captarlos. Se trata de crear un ecosistema dentro de la empresa en el que puedan aprovechar las fortalezas principales de esta gran generación y así, a través de ellos, abrir un nuevo abanico de posibilidades para nuestras empresas.

Si solo se tratara de unos pocos con una forma diferente de ver la vida, seguramente no sería tan notorio, sin embargo, por ser la generación más grande que ha llegado al mercado laboral desde los *Baby Boomers* (quienes ya se están retirando), las empresas se han visto obligadas a hacer los ajustes necesarios en sus modelos de negocio para atraer talento joven. Estas deben considerar de manera cuidadosa lo que quieren lograr y a quiénes necesitan para lograrlo, pero la realidad del asunto es que todo se trata de comprender en qué consiste la brecha generacional y cerrarla con los ingredientes clave ya mencionados.

Inspiración para llevar

Siete Family Food, del comal al éxito

No es de sorprender que los emprendedores con mayor éxito en el mundo son aquellos que ven una oportunidad donde los demás solo ven dificultades. Ejemplo de ello es Siete Family Food, empresa familiar propiedad de los Garza y comandada por Miguel Garza, quien encontró el éxito en medio de la adversidad.

Todo comenzó cuando la hija mayor de los Garza, quien padecía una serie de enfermedades autoinmunes, presentó fuertes complicaciones de salud al consumir tortillas de trigo o maíz. Como buenos mexicanos, la dieta de la familia se complementaba de dicho alimento y la situación se volvió incómoda para los padres y hermanos de la joven.

Como gesto de solidaridad, la familia dejó de consumir tortillas por un tiempo. Sin embargo, decidieron dejar de evadir el problema y buscaron alternativas hechas por ellos mismos. Entre ellas, probar con tortillas hechas de diversas harinas, una de ellas, la harina de almendras.

Después de elaborar tortillas sin granos y recibir pedidos de amigos y familiares, Miguel, el menor de la familia, decidió llevar el producto al siguiente nivel y colocarlo en el mercado estadounidense. La decisión resultó en un negocio millonario. Tras dos años de crecer como empresa, Forbes ha considerado a Miguel dentro de los 30 emprendedores latinos con menos de 30 años, reconocimiento que se otorga a las jóvenes promesas de los negocios.

Actualmente, Siete Family Food experimenta con yuca o mandioca, coco y chía. Han ampliado su catálogo de productos y se han extendido a más puntos de venta. A pesar del éxito logrado, Miguel considera que los latinos en EU siguen teniendo dificultades para acceder a socios estratégicos de negocios y/o inversionistas potenciales. Dicha situación no le nubla el panorama, por el contrario, se siente con confianza para seguir adelante y alcanzar nuevos horizontes.



Edwin Alejandro
Mendoza Morales
@alerock77



6 claves sobre marketing turístico (o cómo salir bien en la foto)



Luis Berango Irizar

CEO & founder, TALÉNTICA

🐦 @luisberango

Las empresas de turismo se enfrentan a un enorme reto, que también representa un área de oportunidad: adaptarse al cambio que nos ha impuesto el tsunami digital.

El desarrollo de las nuevas tecnologías y la hiperconectividad de los usuarios han revolucionado por completo el consumo de nuestro tiempo de ocio. Ya no se entienden sin el uso de dispositivos móviles, aplicaciones o redes sociales.

En este escenario en el que toda experiencia se consulta, se compara y se cuenta públicamente, un valor intangible como la reputación de marca es un

tesoro que nadie puede permitirse el lujo de descuidar. Porque ya no la defines tú, como sucedía hace años, sino tus clientes, que serán o no tus mejores embajadores. Esto obliga a cualquier empresa, tenga la dimensión que tenga, a analizar, definir e implementar estrategias de marketing que les ayuden a posicionar su propuesta de valor, a segmentar públicos, a aprovechar el *big data* y a medir resultados.

Da igual que seas un hotel de lujo en una capital europea o un pequeño restaurante en un rincón rural. Hay una serie de claves o tendencias que no se pueden pasar por alto:

- 1. El qué dirán, más importante que nunca.** La marca define lo que tú eres, pero ahora es el público el que pone la etiqueta. Según una encuesta de Webcredible, a la hora de realizar una reserva online, el 29% de los usuarios considera que las opiniones positivas online son el factor más influyente, frente a un 38% que opta por precio y ofertas. Es decir, las estrellas en los portales de recomendaciones y los comentarios de otros clientes son sinónimo de facturación, así que es indispensable saber gestionarlos.
- 2. No sin mi móvil.** Hay estudios que ya vaticinan que en el año 2019 el móvil supondrá el 46% de las ventas digitales de viajes. Así que el marketing móvil será una de las estrategias crecientes en los próximos años. Espacios web *responsive*, usables, intuitivos, así como aplicaciones y sistemas como la geolocalización van a abrir las puertas para una conversación directa y personalizada con los usuarios.
- 3. Todo se cuenta.** El 76% de los viajeros comparte sus experiencias a través de las redes sociales. Los clientes potenciales están ahí y, por tanto, cualquier empresa turística debería estar. Escoger adecuadamente aquellas redes que más se adecúen a nuestro negocio, compartir contenido útil con nuestros seguidores y establecer diálogos con los principales influencers en tu sector, serán algunas de las prioridades. También serán escaparates de venta. Para muchos, Instagram, con más de 400 millones de usuarios y un potente enfoque visual, va a ser el nuevo canal de comercio electrónico para hoteles.
- 4. El video y la imagen mandan.** El video es uno de los formatos más consumidos en el sector turístico y las fotografías otro importante elemento de *engagement*. Permiten comunicar experiencias y momentos de un modo directo y personal. Las emisiones en *streaming* a través de Snapchat, Periscope o Facebook Live serán herramientas habituales de video marketing.
- 5. Vendemos experiencias y emociones.** La competencia en este sector es brutal, la calidad y la excelencia se presuponen. Buscamos algo más, una experiencia global y única de la que nos sintamos partícipes. En esta línea, surgirán nuevas iniciativas en el ámbito de la economía colaborativa y los alojamientos alternativos.
- 6. Contar y contar...** La estrategia en *storytelling*, la capacidad de transmitir historias que toquen la fibra del usuario, será vital para conectar y diferenciarse. El marketing de contenidos y el posicionamiento en buscadores a través de técnicas combinadas SEO/SEM serán imprescindibles para cualquier empresa turística.

Entorno financiero

¿Por qué se ha apreciado el peso mexicano?

A partir del día 19 de enero pasado, cuando el precio del dólar alcanzó un máximo de 21.90 pesos, el peso mexicano ha reducido paulatinamente su volatilidad y se ha apreciado frente al dólar hasta alcanzar un mínimo de 18.69 el pasado lunes 10 de abril. Las causas de dicha apreciación son claramente un aumento de la demanda de pesos y de la oferta de dólares.

¿Por qué han aumentado la oferta de dólares y la demanda de pesos en México en las últimas semanas? La respuesta es sencilla, porque el Banco de México (Banxico) ha aumentado la tasa de interés de referencia. El día 9 de febrero pasado, la tasa aumentó de 5.75 por ciento a 6.25 anual.

El aumento de dicha tasa, aunque con rezago de algunos días, tiene un doble efecto. Por un lado, al aumentar dichas tasas, nuestro país se hace más atractivo para los inversionistas financieros que en cualquier parte del mundo están buscando el mejor lugar para invertir financieramente sus divisas; ellos traen sus divisas para invertir en México y eso es un aumento de la oferta de dólares (u otras divisas) en la economía nacional lo cual presiona a la baja del precio del dólar en ella. Por otro lado, derivado de que para invertir sus divisas aquí, los inversionistas extranjeros deben convertirlas a pesos y de que tal conversión representa un aumento de la demanda de nuestra moneda, hay una presión para que el precio del peso suba.

En síntesis, el alza de las tasas de interés de referencia que genera presiones a la baja del dólar y al alza del peso, resultó en una apreciación de nuestra moneda y eso es lo que estamos viendo en la realidad en las últimas semanas en nuestro país.

Por supuesto que el alza de las tasas de interés no es la única causa por la que el peso mexicano se ha apreciado en las últimas semanas, hay al menos otra y, es la política monetaria tipo "twist" que ha ejecutado Banxico, de ella hablaremos en el próximo número.



Benjamín Núñez
@benuza9



“La satisfacción del viajero depende más de dos factores: la calidad del trato y que perciba un impacto positivo de su visita al lugar”.



Entrevista a Enrique de la Madrid,
titular de la Secretaría de Turismo

Turismo, en ruta de ascenso

Por Erick Baena Crespo

El sector ha repuntado en los últimos años, gracias al impulso que ha recibido tanto del gobierno como de la iniciativa privada. En materia de empleo, de los 53.8 millones de mexicanos que conforman la Población Económicamente Activa (PEA), 9 millones trabajan en la industria turística. Conversamos con el Secretario de Turismo sobre los logros, retos y oportunidades de una industria tan dinámica como exigente.

En comparación con el año 2013, México ha avanzado 22 sitios (pasó del lugar 44 a la posición 22, de un total de 136 países) en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo, elaborado por el Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés). A nivel latinoamérica, nuestro país se colocó como el más competitivo en viajes y turismo, superando a países como Brasil (posición 26), Chile (48) y Argentina (50).

Para Enrique de la Madrid, Secretario de Turismo del Gobierno Federal, el gran momento por el que pasa el sector se explica por dos factores: uno, la apuesta del gobierno para que el turismo sea un factor fundamental de desarrollo del país; dos, las estrategias que se han llevado a cabo, desde la Secretaría, para impulsar su crecimiento de forma integral.

"Implementamos", ejemplifica, "una serie de acciones y políticas coordinadas con el sector privado y con los gobiernos locales, que van desde una estrategia de promoción a través de eventos con impacto internacional, hasta acciones que benefician a algún destino en específico, mejora en la conectividad terrestre y aérea o programas de impulso a micro y pequeñas empresas".

A la fecha, en comparación con el año 2012, se ha incrementado la llegada de turistas internacionales en un 50 por ciento. En la última década, México ha superado el promedio de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) en el arribo de turistas internacionales, colocándose en el cuarto país de la OCDE que tuvo el mayor crecimiento en turistas internacionales (datos actualizados a 2014). En 2016, de acuerdo a la Secretaría de Turismo (Sectur), México recibió 35 millones de turistas.

La estrategia para promover a México como destino turístico, al parecer, ha rendido frutos. "Nos ha funcionado la estrategia de asociarnos con empresas y marcas de gran impacto y presencia para generar visibilidad y atraer visi-

tantes. Las fechas de campeonatos deportivos de la F1, la NFL, ATP, WTA, Longines Global Championship, entre otros, son un ejemplo, así como los espectáculos alusivos a algún elemento de nuestro país, tal es el caso del show *Luzia* de Cirque du Soleil, la película de James Bond y el desfile de Día de Muertos. Le hemos dado impulso al concepto de diversificación en un sentido amplio", detalla el Secretario.

No obstante, en el mismo reporte de WEF, México ocupa posiciones poco privilegiadas en temas de sostenibilidad ambiental (116), seguridad y protección (113), y de ambiente de negocios (96).

En ese sentido, De la Madrid ha hecho énfasis en la Responsabilidad Empresarial Turística que, a través de programas de voluntariado, invitan a las empresas del sector, más allá de los servicios que prestan, a hacer algo extra por la comunidad.

"Las empresas del sector tienen la responsabilidad de hacer del Turismo una actividad sostenible. Y con ello me refiero no sólo a la sostenibilidad del

medio ambiente, lo cual sin duda es imprescindible, sino también a generar un entorno social positivo a través de empleos de calidad, con equidad de género y acciones que benefician a las comunidades en donde operan".

Sostiene que la viabilidad de largo plazo de cualquier destino o producto turístico solo es posible a través de la protección de los atractivos naturales.

"La satisfacción del viajero cada vez depende más de dos factores, de la calidad del trato que reciba, y de que perciba un impacto positivo de su visita al lugar. Ambos dependen de la conservación del ambiente y de comunidades satisfechas con lo que el turismo les devuelve".

En entrevista exclusiva con Mejores Empleos, el Secretario de Turismo destaca los logros de su administración, sin menospreciar los retos, oportunidades y temas pendientes en el sector.





EL CAMINO DEL EMPLEO

México es el tercer país de la OCDE cuyo turismo aporta más al Producto Interno Bruto (PIB), con un 8.7 por ciento, aunque en cuestión de empleos genera apenas 5.9 por ciento del total.

No obstante, la industria turística mexicana ocupa el lugar número 13 entre las 34 naciones de la OCDE en cuanto a la generación de empleos. Los doce países que le anteceden aportan desde 6 hasta 12.7 por ciento del total de puestos de trabajo, de acuerdo con estadísticas que, cabe señalar, no han sido actualizadas desde 2014.

En 2016, por ejemplo, se obtuvo un máximo histórico en generación de empleo en el sector turístico, al registrar un crecimiento de 5.14 por ciento durante el primer trimestre con respecto al mismo periodo del año anterior.

De acuerdo a la Sectur, 3 millones 845 mil 89 personas se emplearon durante ese periodo en actividades relacionadas de forma directa con el turismo en México.

“El sector turismo es intensivo en mano de obra y en ese sentido es una de las mayores fuentes de empleo del país. Y lo es aún más para la población joven, pues el 21 por

**En 2016,
México recibió
35 millones de
turistas**

ciento de los trabajadores turísticos tiene 24 años o menos, la mayor proporción de cualquier sector de la economía”, señala de la Madrid.

El turismo, detalla el funcionario, tiene la ventaja de ser un sector muy transversal, que impacta al transporte, la construcción, hospitalidad, el comercio, las comunicaciones, y toda clase de actividades creativas.

En relación a la captación de divisas por turismo internacional, según datos de la Sectur, el país obtuvo 16 mil 208 millones de dólares al cierre del 2014. Una cifra al alza que, se estima, impactará a corto/mediano plazo en la generación de empleos.

En México los prestadores de servicios en la industria de turismo generan 9 millones de empleos

OBSTÁCULOS POR SORTEAR

La Confederación de Cámaras Industriales (Concamin) reporta que en México la industria turística importa el 65 por ciento de lo consumido. ¿Cómo mejorar el mercado interno y promover la cadena de proveeduría en el sector?, se le pregunta al funcionario:

“Así como el movimiento ‘Viajemos Todos por México’ busca aumentar la actividad turística en temporadas bajas, el programa ‘Conéctate al Turismo’ está diseñado para ayudarles a las empresas a aprovechar esa oportunidad. Es una plataforma tecnológica donde concurren oferentes y demandantes de los más diversos productos y servicios, facilitando el contacto entre ellos y el eventual cierre de negocios. La plataforma hace una serie de validaciones para asegurar la seriedad de las ofertas, y está abierta a empresas de cualquier tamaño”, responde.

Respecto al tema de conectividad aérea y terrestre, de la Madrid afirma que algunos destinos requieren mayor conectividad para aprovechar al máximo sus atractivos e infraestructura.

“En materia de conectividad terrestre hay algunas regiones donde se debe mejorar en el tema de seguridad, al hacerlo automáticamente aumenta el número de turistas y la derrama económica a esas regiones. Aunque se ha venido avanzando, todavía vemos un área de oportunidad. También existe un área de oportunidad en generalizar y agilizar los sistemas de peaje en las carreteras de cuota, para evitar demoras y contribuir a mejorar la experiencia general de los viajeros”.

No obstante, confía en que la construcción del nuevo aeropuerto asegurará -a partir de 2020- la conectividad del país en el largo plazo.

DESTINO A LA VISTA

Estudios a nivel internacional refieren que la tendencia en el año 2030 será que el turista escoja un destino motivado más por sus necesidades que por un producto en particular. Lo anterior derivado de los nuevos nichos de clientes en el sector turístico.

En ese sentido, de la Madrid considera que México está preparado para atender dichos segmentos de viajeros.

“Hemos diversificado los destinos, así los grandes centros urbanos, ciudades coloniales, además de los Pueblos Mágicos y zonas arqueológicas, han incrementado su afluencia de visitantes”.

También, afirma, han atendido mercados objetivo. Y agrega: “Hoy ya no solo atraemos a los tradicionales segmentos de ocio y negocios, también vienen turistas a tratar su salud, por motivos religiosos, los que buscan experiencias gastronómicas, o las nuevas tendencias de turismo de aventura, LGTB, convenciones, por mencionar algunos”.

Actualmente, sostiene, somos competitivos en diversos nichos, como el turismo médico, religioso, de naturaleza y de convenciones, entre otros.

“Continuamente estamos monitoreando las tendencias globales para mantener una oferta acorde con lo que buscan los turistas. Y así seguiremos haciéndolo”, concluye.

En primera persona

“Hemos impulsado una mayor conectividad aérea a través de dos vías. Primero, un nuevo Acuerdo Comercial Aéreo con Estados Unidos, que a través de un uso más eficiente de las libertades aéreas, ha ampliado significativamente el número de vuelos y rutas; segundo, acciones individuales para atraer vuelos desde regiones y países con los que no teníamos conexiones directas. Así han llegado nuevos vuelos desde Europa, Sudamérica y, destacadamente, de Asia, región a la que hasta hace poco tiempo sólo existían dos vuelos directos”.

01 800 90 EXCEL
(39 23 5)
www.excel.com.mx



EXCEL
CONSULTORES

Recursos
Humanos

Asesoría
Fiscal

Asesoría
Legal



Asesoría a Municipios
y Gobiernos

Auditoría

Asesoría
Financiera
y Litigio

SOLUCIONES INTEGRALES A SU
SERVICIO

Cobertura Nacional
INTERNACIONAL
Centroamérica, el Caribe y España.



Transporte

terrestre,
entre logros y desafíos

La movilización de viajeros por las diferentes carreteras del país constituye un eje de inversión prioritario para el sector turismo en México, susceptible a continuar en desarrollo y a la apertura de nuevas plazas de empleo.



Por Patricia Pérez

Las unidades de transporte masivo terrestre son las más utilizadas a la hora de conocer México. Por carreteras y autopistas se movilizan millones de personas al año, entre ciudadanos mexicanos, viajeros frecuentes y turistas que deciden conocer, por ejemplo, desarrollos arqueológicos únicos.

Esta realidad se encuentra inmersa en un marco más amplio que nos remite al Barómetro de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la ubicación de México en el 9o lugar, como país más visitado. Sin dudas una condición que llena de orgullo a todas las autoridades e instituciones involucradas en el hecho turístico del país, pero también de retos en las necesarias transformaciones.

LÍMITES EN COMPETITIVIDAD

Preguntamos a los líderes de autobuses Mercedes-Benz sobre el panorama actual del sector de turismo terrestre, y a pesar de no referir quejas concretas en alguna de las 885 terminales de autobuses del país, sí dan cuenta de ciertas problemáticas, también avaladas por una investigación de la Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece), titulada "Regulación y Competencia en el Transporte Foráneo de Pasajeros".

El área afectada en este caso es la competitividad. "Muchas de las centrales de autobuses son operadas por empresas de transportación de pasajeros que limitan la competencia para obtener más ganancias. El hecho de que empresas de autotransporte sean dueñas de terminales y no permitan el acceso a más competidores, o que estos entren en condiciones adversas, es una barrera para que el mercado de autotransporte foráneo de pasajeros sea más competitivo", revela la investigación.

MÁS CONECTIVIDAD

Algunos retos del sector se evidencian al hacer coincidir dos variables: la disponibilidad de autobuses y la construcción de nueva infraestructura vial. Según afirma el líder del sector terrestre de la empresa ADO, Juan Carlos Abascal Álvarez, dos zonas se mantienen aún como nichos de oportunidad para el turismo en México: Puerto Escondido y Bahía de Huatulco. De mejorar la vialidad hacia estos destinos de Oaxaca, la afluencia de autobuses sería mayor y, como consecuencia, el impacto en el turismo detonaría nuevas plazas de empleo.

Con más de 75 años de trayectoria en la movilidad de pasajeros, la empresa ADO se ha sumado recientemente a la puesta en marcha del canal

85% del turismo en México es nacional

Entre **65% y 70%** de este turismo nacional se hace por vía terrestre

Fuente: Juan Carlos Abascal Álvarez
Sector ADO Terrestre

En el **80%** de las empresas de transporte de pasajeros, los autobuses no pasan los 8 años de antigüedad, lo cual garantiza la seguridad y calidad del servicio

Según datos de la COFECE y su estudio "Regulación y Competencia en el Transporte Foráneo de Pasajeros".

comercial www.miescape.mx, precisamente para influir en la oferta de pueblos turísticos, hacia localidades como San Cristóbal de las Casas y Palenque, en el estado de Chiapas. Los reconocidos Pueblos Mágicos, junto a las zonas arqueológicas, son destinos turísticos con potencial en la oferta del turismo terrestre.

"150 millones de pasajeros se mueven en transporte terrestre al año", afirma Abascal y estima que esta situación puede mejorar aún más, de contar con sistemas de peajes más eficientes.

Por lo pronto, el cuidado de las rutas más visitadas también constituye un foco de atención. Según los líderes de autobuses Mercedes-Benz, las principales rutas turísticas van a ciudades con playas o puertos, como el caso de Acapulco, Cancún, Mazatlán, Vallarta, Boca del Río, Zihuatanejo, San Blas y Ziplite. Asimismo, las ciudades de Guadalajara, Monterrey, Toluca, Puebla, León, CDMX y Querétaro son las de mayor afluencia, según información compartida por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes de México (SCT).

CRECIMIENTO Y EMPLEO

"Seguimos creciendo en unidades de autobuses", menciona Abascal y estima 3,4% de incremento en las plazas de empleo para este año, con la atención puesta en aspectos como el profesionalismo, la capacitación y la actualización en sistemas de seguridad. A los trabajadores del volante los llama conductores, y a los clientes les asegura que "están consumiendo un producto de calidad europea". Por su parte, en Mercedes-Benz comúnmente hay vacantes para este tipo de labores, se suele pedir de 2 a 4 años de experiencia en el rubro, según la ruta y la hora del día en que se manejará o será operada. Además exige contar con licencia de manejo tipo federal.

El desarrollo del transporte terrestre para el turismo depende de muchos factores, pero sobre todo de las mejoras que se puedan dar en la disponibilidad y calidad de las unidades de transporte en los sistemas públicos actuales. Para los líderes de Mercedes-Benz, las estrategias varían acorde a la central o terminal de autobuses, y el tipo de servicio que se requiera, pero coinciden en que si es de tipo económico no cuenta con amenidades como comida, bebidas o asientos con más espacio; si es un servicio de lujo, cuenta con varios servicios y mayor espacio entre los ocupantes. Sin embargo, en todos los vehículos se debe contar con especificaciones de seguridad obligatorias, baños y mantenimiento adecuado.

¿Por qué viajar en autobús?

- Viajar en autobús es menos costoso que otros medios de transporte.
- Tomar un autobús puede romper la monotonía de conducir un automóvil por horas evitando así el estrés y cansancio.
- Las rutas más populares ofrecen un servicio frecuente con muchas opciones de horarios.
- Para tu viaje, puedes seleccionar diferentes estándares de autobuses y de servicios incluidos.
- Cuando viajas en autobús reduces la contaminación.



DIFERÉNCIATE Y CONSIGUE NUEVAS OPORTUNIDADES PROFESIONALES

¡Regístrate gratis en www.trabajando.com.mx, la Comunidad Laboral más importante de México!

Registra tu CV y haz de tu perfil una candidatura atractiva para las empresas registradas en nuestro portal.

www.trabajando.com

Turismo médico, retos y oportunidades

La falta de cobertura médica en EU, además de los altos costos de las cirugías, ha motivado el arribo de norteamericanos a nuestro país. A pesar de que el número de pacientes extranjeros crece año con año, aún no se diseñan políticas públicas para atender esta demanda.



El pasado 6 de marzo de 2017, el periódico *La Razón* anunciaba en su portada: "Trump tira en EU el 'Obamacare'... y activa aquí turismo médico por 5 mdd". Y en sus páginas interiores agregaba: "Gobierno federal espera que más de un millón y medio de pacientes estadounidenses se atiendan aquí...". Días después, el 24 de marzo, la fracción ultraconservadora del partido republicano, conocida como el Freedom Caucus (Caucus de la Libertad), retiró el proyecto de Trump, antes de que se votara. Pero el presidente estadounidense no dio su brazo a torcer y en los primeros días de mayo, tras un intenso cabildeo, la Cámara de Representantes aprobó, con 217 votos a favor y 213 en contra, un proyecto de ley que sustituye el 'Obamacare'. La iniciativa, al cierre de esta edición, será enviada al Senado.

En un entorno político en el que prevalece la incertidumbre, tomando en cuenta los hechos, ¿cuáles son los retos y oportunidades del turismo médico?

Mejores Empleos buscó respuesta a esa interrogante.

¿QUÉ ES EL TURISMO MÉDICO?

El portal News Medical define el turismo médico como el proceso de viajar fuera del país de la residencia con el fin de recibir asistencia médica. Es un fenómeno global: 7 millones de personas en el mundo viajan al extranjero en busca de servicios de salud, de acuerdo a cifras de ProMéxico.

Ese tipo de visitantes, por lo general, busca "tecnología avanzada, enfoques médicos de vanguardia, atención de calidad y menores costos".

A escala mundial, los estadounidenses son los principales consumidores de servicios de salud. Y como tales se distinguen por buscar ahorros en su gasto médico a través de alternativas de alta calidad pero a menor precio, que no están disponibles en su país.

Aunado a que, según datos de la Oficina del Censo de los Estados Unidos (EU), en su informe de "Cobertura de Seguro Médico en los Estados Unidos: 2015", 29 millones de estadounidenses no cuenta con cobertura de salud.

KPMG International, la firma mundial de asesoramiento financiero, legal y fiscal, estima que México se ha convertido en el destino de turismo médico preferido por estadounidenses. A la fecha, EU y Canadá se han convertido en los principales consumidores de servicios de exportación de salud de México.

LA FRONTERA DE LA SALUD

"México ha evolucionado de ser un destino famoso por sus servicios de odontología, oftalmología y cirugía cosmética

en las ciudades fronterizas a ser un centro mundial de cuidados de la salud que ofrece una gama completa de especialidades y procedimientos que compiten directamente con los ofrecidos en países desarrollados", señala el reporte de "Turismo de Salud", emitido por ProMéxico, fideicomiso del Gobierno de México que promueve el comercio y la inversión internacional.

Médicos especialistas en México 2011

9,676	8,383	8,315
Ginecobstetras	Cirujanos	Anestesiólogos
16.7%	14.5%	14.4%
7,591	4,320	19,578
Pediatras	Internistas	Otros especialistas
13.1%	7.5%	33.8%

La proporción de médicos especialistas entre médicos generales en México es del 63.4%, esta cifra es superior al promedio de los países de la OCDE (57.7%).

En la actualidad, México ocupa el segundo lugar entre los países con potencial de turismo médico, de acuerdo con la Economist Intelligence Unit (EIU) de *The Economist*. En 2014, recibió a 200 mil pacientes internacionales, reporta Patients Beyond Borders (Pacientes más allá de las fronteras). En un comparativo realizado por dicha consultora informa que en México un *bypass* cardíaco cuesta 27 mil dólares, mientras que en EU 144 mil, lo que deriva en un ahorro del 81 por ciento. Se infiere que la llegada de pacientes extranjeros, sobre todo estadounidenses y canadienses, a México se debe a las bajas tarifas de los servicios médicos en México.

La Secretaría de Turismo del Gobierno de la Ciudad de México (SECTURDF) estima que un turista americana gasta 1 mil dólares en 7 días. En el mismo lapso, un grupo de 10 norteamericanos, gastaría 10 mil dólares, lo mismo que le costaría someterse a un *bypass* gástrico en México. Un solo procedimiento deja en el país el equivalente a lo gastarían 10 norteamericanos de paseo en la CDMX.

A la fecha, sin una política pública diseñada para atender esa demanda, el turismo médico deja ingresos por 3 mil 277 millones de dólares (mdd) al año. En 2015 creció 5.5% y se prevé que en los próximos años crezca a una tasa de 6.3 a 7% anual.



CASO DE ÉXITO

En el informe referido, ProMéxico destaca a los estados del Norte como opciones para el turismo de salud. No obstante, en el bajío, se ubica Médica Santa Carmen, un hospital especializado en prevención, diagnóstico y tratamiento de enfermedades del riñón que atiende aproximadamente a 50 extranjeros al año.

Actualmente cuenta con 5 sucursales especializadas en el servicio de hemodiálisis —una terapia de vida, lo que implica que, aún si se encuentra de viaje, el paciente tiene que recibir atención médica— y ha crecido a un ritmo mayor al 50% anual.

“Somos de las pocas clínicas de hemodiálisis en el país en tener la Certificación del Consejo de Salubridad General de México. Hoy hay unas 25 clínicas certificadas. Contamos con el rating “GIIRS” (Global Impact Investment Rating System) que nos califica “Platino” en términos de impacto y responsabilidad social”, explica en entrevista Andrés Gutiérrez Katze, director general de Médica Santa Carmen.

En EU los costos de hemodiálisis privadas oscilan entre los 300 y 600 dólares, mientras que en México entre 55 y 110 dólares.

Respecto a tema de certificación, afirma: “Contamos con la certificación ISO9001 que, basado en nuestro análisis, somos la única clínica en el país —de alrededor de 400 especializadas en hemodiálisis— en contar con ella”.

A Gutiérrez le preocupa más atender de forma adecuada a los migrantes deportados que padecen de enfermedad renal que el fin o no del *Obamacare*. Y hay datos que le dan la razón: más de la mitad de los inmigrantes nativos de México, que residen en California, regresan al país en busca de tratamiento médico.

“Nosotros hemos abierto nuestras puertas a varias personas en esta situación”, detalla.

A 6 años de su fundación, la meta de Médica Santa Carmen, dice Gutiérrez, es brindar terapia a 60 mil personas para el 2026, cifra que incluye pacientes extranjeros.

DESAFÍOS A MEDIANO PLAZO

Para la investigadora Julieta Guzmán Flores, autora del libro *Internacionalización de los servicios de salud: turismo médico en México y Jalisco* (Universidad de Guadalajara, 2015) no basta con que un hospital, a fin de distinguirse por poseer una alta calidad en su atención médica, cuente con una certificación o acreditación, sino contar con varias de ellas.

Refiere que, en México, el Consejo de Salubridad General (CSG) es el encargado de certificar a las clínicas mediante la Norma de Certificación de Establecimientos de Atención Médica (CEAM), basada en requisitos homologados con la Joint Commission International (JCI), la organización no gubernamental, independiente y sin ánimo de lucro que acredita a más de 20 mil organizaciones sanitarias en Estados Unidos y Canadá, que también opera en 70 países de todo el mundo.

“En países en desarrollo como México, adicionalmente hace falta la infraestructura: el turismo médico es en pequeña escala porque el 95% de los hospitales cuentan con

menos de 15 camas”, detalla en las páginas del libro. En México hay dos médicos por cada mil habitantes y 16 camas por cada 10 mil.

Estas son, a grandes rasgos, algunas de las áreas de oportunidad que, a juicio de Guzmán Flores, se deben trabajar:

Educación. Regular la calidad de la educación a través de los esquemas de acreditación de los programas de formación de médicos.

Clúster efectivos. En los clúster médicos, que es un grupo de empresas interrelacionadas, pertenecientes a la misma industria, y que colaboran estratégicamente para obtener beneficios comunes, debe de existir una sinergia entre gobierno, iniciativa privada y academia.

Oferta especializada. Contar con agencias de viaje especiales en turismo médico, que son escasas o nulas en el país.

Se estima que, en la próxima década, repuntarán los servicios médicos de geriatría, oncología y ortopedia, debido al envejecimiento de la población. Y, de acuerdo a los especialistas en materia laboral, serán esos rubros los de mayor demanda de talento.

¿Sabías que...?

Del total de estadounidenses que viajó al extranjero, el 18 por ciento lo hizo a México, de acuerdo con datos de la Sectur.

No existe combinación más perfecta.



bgrupo.com



grupopozzeidon.com.mx | pozzeidonspain.com



Empleos verdes: un sector prometedor

Además de mitigar el impacto ambiental, a través de una reducción en las emisiones de gases de efecto invernadero, el trabajo en el sector verde promueve una economía sostenible y garantiza un mejor capital humano.

Por Penélope Silva

Quizás los efectos del cambio climático no son palpables a gran escala en nuestra cotidianidad, en la casa o en la oficina, pero el planeta sufre desde sequías hasta inundaciones devastadoras como consecuencia de éste, uno de los problemas ambientales más significativos en la actualidad, el cual podría afectar en proporciones inimaginables a las generaciones futuras.

Una de las contribuciones que el hombre: gobiernos, empresas, sociedad civil, puede hacer para mitigar sus

efectos se basa en la creación de estrategias que tracen el camino hacia una economía sostenible, centrada en la disminución de emisiones de carbono; con lineamientos que mantengan el respeto por el ambiente y por la calidad de vida de los trabajadores como bandera.

En la vía hacia ese tipo de desarrollo se generan y fortalecen los empleos verdes, un concepto relativamente nuevo que comenzó a destacar por la Iniciativa Empleos Verdes (Green Jobs Initiative) que desde 2007 impulsan el

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (Pnuma), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Organización Internacional de Empleadores (OIE) y la Confederación Sindical Internacional (CSI).

EN DETALLE...

Si bien no existe un concepto consensuado internacionalmente, la OIT define al empleo verde como trabajos “que contribuyen a preservar y restaurar el medio ambiente ya sea en los sectores tradicionales como la manufactura o la construcción o en nuevos sectores emergentes como las energías renovables y la eficiencia energética”.

Con información del “Programa de Empleos Verdes” de la OIT, podemos hacernos una mejor idea de algunas características de este tipo de trabajos:

- Reducen el impacto medioambiental de las empresas y los sectores económicos hasta que son sostenibles.
- Contribuyen a disminuir la necesidad de energía y materias primas.
- Ayudan a disminuir las emisiones de gases de efecto invernadero.
- Reducen los desechos y la contaminación.
- Restablecen los servicios del ecosistema como el agua pura y la protección de la biodiversidad.
- Respetan los derechos de los trabajadores, y les proporcionan ingresos justos y protección social.
- Permiten que los trabajadores tengan voz en las decisiones que afectarán sus vidas.

SECTORES

En el informe “Metodologías de cálculo de empleos verdes, derivadas de las medidas no condicionadas de las Contribuciones Nacionalmente Determinadas (CND) en los sectores forestal y agrícola” del Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (Inecc), explican: “Los sectores económicos que se consideran bajo el concepto de empleos verdes son aquellos que son especialmente importantes para la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y el uso de recurso naturales como materia prima, estos son: energía, industria, transporte, edificios, agricultura y silvicultura”.

¿Cuántos hay en México?*

Línea base en **2013: 695 mil 409** empleos verdes (1,78% de los empleos totales).
Meta en **2018: 1 millón** de empleos verdes.
(Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018).

*La evolución del indicador puede ser consultada en el cuadro “Indicadores del Programa Sectorial de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2013-2018 y su vinculación con la planeación nacional” (pág. 341) del Anexo Estadístico del 4to. Informe de Gobierno del presidente Enrique Peña Nieto.



En el documento (disponible en línea) enumeran medidas de mejora ambiental en estos sectores de la economía. Replicamos algunos:

Edificios: iluminación, aparatos y equipos de oficina con uso eficiente de energía, calefacción/refrigeración solar, paneles solares, reconversión, edificios verdes, casas solares pasivas.

Gestión de materiales: reciclado, aceptación y reelaboración de los productos después de su vida útil, desmaterialización, durabilidad y reparabilidad de los productos.

Silvicultura: proyectos de reforestación y forestación, planes de ordenación sostenible de los bosques y certificación, freno a la deforestación.

Transporte: vehículos con menos consumo de combustible, vehículos híbrido eléctricos y con pilas de combustible, vehículos compartidos, transporte público, transporte no motorizado.

En México

En el país, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) es responsable de orientar y conducir las políticas públicas para que nos dirijamos hacia un crecimiento verde sostenido y sustentable.

Los empleos verdes en México han sido incluidos en el Programa Sectorial de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Promarnat). El Inecc, de acuerdo a las fuentes consultadas, genera un indicador el cual estima el número de personas relacionadas con ese tipo de empleo con el objetivo es promover y facilitar el crecimiento sostenido y sustentable de bajo carbono con equidad y socialmente incluyente.

“El indicador de empleos verdes tiene como propósito medir el número de personas ocupadas dependientes de la razón social [ocupaciones formales], en cualquier tipo

de actividad económica que proteja y beneficie al medio ambiente o aproveche sustentablemente los recursos naturales mediante sus procesos productivos, la producción de bienes finales y acciones de prevención o disminución del daño ambiental”, se esboza en el documento que puede ser consultado en el portal de la Semarnat.

Los sectores de la economía que son contabilizados por el INECC son: agricultura, forestal, agua, transporte, industria manufacturera, pesca, residuos, energía eléctrica, turismo, minería y extracción de petróleo y gas, gobierno, servicios educativos, servicios profesionales y construcción.

La Coordinación General de Crecimiento Verde (CGCV) es la encargada de estimar los empleos verdes. No obstante, hace falta información con más detalle. El sector donde han identificado mayor crecimiento de empleos verdes hasta el año 2016 es en el forestal, en el que reportan un incremento en su producción maderable y no maderable.

Es importante señalar, detallan fuentes del instituto, que los empleos de las

no maderables son importantes porque son las comunidades las que son dueñas de los bosques, quienes además pueden aprovechar la resina, las flores y las plantas.

En entrevista con personal del Inecc se concluye que alrededor de un empleo verde hay una tecnología alternativa para mitigar los impactos ambientales y de cambio climático. De esto se puede inferir que hay también una persona mejor capacitada y tener mejor capital humano es garantía, en cierto modo, de mayor rentabilidad. Además, empresas y empleados disminuimos nuestra huella ecológica beneficiando al planeta.

Bien vale el esfuerzo apoyar su crecimiento y consolidación.

“Una de las problemáticas en la estimación de los empleos verdes es la falta de información, la periodicidad de generación de la misma y la formalización de muchos de estos empleos”, Inecc.

¡Importante!

Hacia la transición, es importante cuidar la capacitación y el entrenamiento de los empleados antes de adoptar tecnologías y estrategias verdes. Su sustitución y despido no deberían ser opciones.





Global Resources Environmental & Energy Network
EXPOSICIÓN Y CONGRESO



CONIECO

XXV Congreso
Internacional
Ambiental

5-7

SEPTIEMBRE, 2017

WTC, Ciudad de México

La transición hacia una Economía Circular

En busca de una economía industrial sin desechos



Co-ubicado con:



EDICIÓN
2ª



www.thegreenexpo.com.mx



@thegreenexpomx



The GREEN Expo



The Green Expo

Con el apoyo de:



Organizado por:





Entrevista con Rafael Díaz Cruz

Clases de inglés en la palma de tu mano

Llega a México la plataforma *121Conversation*, un método de aprendizaje del idioma inglés que promete mejorar el nivel de los usuarios a cualquier hora y desde cualquier lugar.

Por Gustavo Ambrosio Bonilla

La entrevista laboral está a punto de terminar. Todo ha transcurrido de la mejor manera, como si fuese un guion. Has respondido, de forma clara y precisa, a todas las preguntas. Te sientes seguro, incluso confiado.

De pronto, el reclutador te pregunta:

—¿Hablas inglés?

—Sí —respondes titubeante.

Una metralla de preguntas en inglés provoca que el nerviosismo, como hormigas en tu torrente sanguíneo, te invada. La entrevista termina y sales con una sensación de derrota. Hubieras deseado tener la oportunidad de ensayar, de conversar en inglés con una persona capacitada, que te asesorara y preparara para ese momento, pero es demasiado tarde...

Dicha escena, si bien ficticia, no está alejada de la realidad: En México solo el 5 por ciento de la población habla inglés, de acuerdo con datos del Instituto Mexicano para la

Competitividad (IMCO). Ese dato se complementa con otra estadística desfavorable: el 52 por ciento de las universidades del país no tiene el inglés como asignatura obligatoria. En ese contexto, llega a México la plataforma *121Conversation*, dedicada a la formación en idiomas, cuyas sesiones en línea, con profesores nativos o bilingües, de 30 minutos mínimo, se adaptan a las necesidades de cada usuario.

Lo único que se requiere es una computadora, tablet o celular, además de una conexión a internet. Un *coach* lingüístico, mediante una videollamada, asesora a los usuarios en tiempo real y los prepara, incluso, para una entrevista laboral en inglés o una reunión de trabajo. Una opción innovadora que aterriza en nuestro país.

Mejores Empleos platicó con Rafael Díaz Cruz, consejero de *121Conversation**, sobre los orígenes de la empresa, cuáles son las características de su método y qué expectativas tienen a largo plazo.

¿Cómo surge 121Conversation?

121Conversation, al igual que muchas ideas de negocio, surge de una necesidad personal del fundador de la compañía, mi buen amigo y socio José Vivas, extensible a una gran mayoría del público. Era el año 2010 y se postulaba para una nueva posición donde el dominio del inglés era fundamental. Al disponer de poco tiempo decidí contratar un profesor para preparar adecuadamente la entrevista que le permitiría acceder a esa nueva posición. Encontrar un profesor adecuado que se adaptara a las necesidades particulares de su horario fue toda una pesadilla.

En ese momento se dio cuenta de que ese mismo problema (la necesidad de adecuar la enseñanza del inglés al horario y necesidades específicas de cada persona) podría sistematizarse en una estructura digital que optimizase tanto el tiempo del alumno como el del profesor.

Tras varios años de exitosa operación en España, ahora, gracias a la visión y confianza del Ing. Carlos Sandoval, lanzamos 121Conversation en México.

¿Cómo funciona la plataforma?

Gracias a una sencilla e intuitiva herramienta 121Conversation permite a nuestros usuarios disfrutar de una clase personal de inglés con un profesor de primer nivel desde la comodidad y seguridad de su hogar, su oficina o cualquier otro lugar a través de su computador, tablet o celular, el día que decida (incluidos fines de semana) y a la hora del día o de la noche que mejor le convenga.

El usuario, una vez dado de alta en la plataforma, solo tiene que escoger la hora que más le convenga y escoger entre los profesores disponibles en ese horario para realizar la reserva. Posteriormente, y a la hora fijada, el profesor le llamará por Skype.

A diferencia de otros modelos, ¿este método qué ventajas competitivas ofrece?

Las ventajas fundamentales son varias. Por un lado la altísima calidad del profesorado y la metodología formativa desarrollada por 121 (tanto los profesores como la metodología han sido avaladas y certificadas por el British Council); por otro, la comodidad y seguridad de poder fijar una clase desde cualquier lugar y en cualquier momento. Por último no hay que olvidar que estamos hablando de sesiones "one to one" (de ahí nuestro nombre, 121Conversation), donde el profesor diseña un "traje a medida" en función de las necesidades de nuestros alumnos en cada momento.

121Conversation no es solo una oferta de clases, es un modelo de aprendizaje.

Aceptamos el reto de ayudarles a sentirse confiados expresándose en inglés e incluso a preparar posibles entrevistas de trabajo en este idioma mediante el programa 121Job Interview

Y dicho modelo, ¿a qué tipo de usuarios está dirigido?

En un mundo cada vez más global, hablar fluidamente el inglés es absolutamente necesario. En esta línea va dirigido a todas aquellas personas que sienten la necesidad de mejorar su conocimiento del inglés y a las empresas que se preocupan por la mejora de la calidad profesional de sus empleados.

¿Tienen pensado, en el mediano plazo, acercarse a las Universidades, con el fin de establecer alianzas?

Por supuesto, 121Conversation México nace con el espíritu de acercar el inglés a todos los mexicanos y, obviamente, la universidad tiene que ser un actor fundamental en este proceso.

El dominio del inglés es fundamental para que los egresados universitarios puedan acceder a un buen puesto de trabajo. En 121Conversation aceptamos el reto de ayudarles a sentirse confiados expresándose en inglés e incluso a preparar posibles entrevistas de trabajo en este idioma mediante el programa 121JobInterview, donde nuestros profesores, especialistas en marketing, leyes o ingeniería les ayudarán con la parte más técnica del idioma.

¿A qué barreras socioculturales se enfrentan quienes ofertan este tipo de clases de inglés?

Estamos absolutamente de acuerdo en que no comunicarse adecuadamente en inglés lastra a las personas en su desarrollo profesional. Tanto mexicanos como españoles compartimos un gran sentido del ridículo y cierto grado de timidez que hace que nos resulte más difícil acercarnos con naturalidad al inglés. Por eso, en 121Conversation hemos definido como una de las claves de nuestro modelo formativo la confianza. El diseño específico y totalmente personalizado de nuestro método consigue que nuestros alumnos ganen autoconfianza y se sientan más cómodos con el idioma rápidamente. Las mejoras son espectaculares.

¿Cuáles son las metas a mediano-largo plazo?

Queremos consolidarnos en el mercado mexicano y posteriormente expandirnos por el resto de América Latina. Asimismo, pretendemos ampliar nuestra oferta de idiomas al francés, italiano, alemán, chino y español para extranjeros.

En 121Conversation nos sentimos muy honrados y orgullosos de tener la oportunidad de aportar nuestro granito de arena, aunque sea de una manera muy modesta, en el desarrollo y crecimiento de México.

* En México, 121Conversation es dirigido por Diana Osuna Cruz. Más información en www.121conversation.com.mx.



Mónica Flores

“Encontrar trabajo es un trabajo en sí mismo”

La presidenta para Latinoamérica de ManpowerGroup acaba de publicar un libro, dirigido a los jóvenes, que contiene los mejores consejos para elaborar un currículum, prepararse para una entrevista y detectar las áreas de oportunidad.

Por Erick Baena Crespo | Fotografías: Pedro García Castro

Todo lo que quisiste saber sobre cómo encontrar un empleo y nunca te atreviste a preguntar. Ese podría ser uno de los posibles títulos del libro *Cómo conseguir tu primer trabajo* (Diana, 2017), de Mónica Flores, presidenta para Latinoamérica de ManpowerGroup, quien, a través de viñetas, información útil, test y dibujos, acerca a los jóvenes al mundo laboral. Y lo hace a través de un lenguaje ameno, fresco.

¿Cómo hacer un CV? ¿Cómo prepararse para una entrevista? ¿Qué competencias demanda el mercado? Esas y otras preguntas son respondidas a lo largo del libro.

Mónica se vale de ejemplos, extraídos de la Historia o de anécdotas deportivas, para ilustrar diversos temas, como, por ejemplo, la competitividad en la era actual.

Refiere que, en 1864, el campeón del salto de garrocha logró el primer lugar superando una barrera de 3.72 metros; en 2014 el récord fue de 6.16 metros. “Lo que antes era suficiente, hoy no lo es”, alerta Mónica.

En las primeras páginas del libro, la autora atiende un tema preocupante: la brecha que existe entre la oferta (talento disponible) y demanda laboral (puestos requeridos); es decir: entre las habilidades disponibles y aquellas requeridas por las empresas.

“A pesar de que hay muchas personas buscando trabajo, sus habilidades no resultan expertas, certificadas o se encuentran obsoletas”, escribe.

Una de las causas, sostiene, es que la instrucción académica está disociada de lo que en realidad necesita el mundo de la empresa.

“¿Por qué? Porque van a velocidades distintas. La gran diferencia con el pasado, en el que también academia e industria estaban disociados, es que ahora hace crisis porque el cambio es más rápido. La formación de competencias transversales no se abarca en un semestre. Ojalá todos aprendiéramos en un semestre la capacidad de resolver problemas”.

Un estudio de ManpowerGroup refiere que las escuelas, en el 77% de los casos, piensan que sus alumnos están preparados para enfrentar el mundo del trabajo. En cambio, el 40% de los empleadores afirma que no encuentra a los candidatos ideales.

“No es suficiente, hoy día, creer que un título te garantiza tu pase directo al mundo laboral. No sirve de nada tener una mención honorífica si no sabes trabajar en equipo. Tienes que aprender a apro-

vechar los momentos y detectar las oportunidades. Y eso hay que ensayarlo. Buscar trabajo es un trabajo en sí mismo”.

Si bien el escenario que bosqueja la también Maestra en Filosofía por la Universidad Panamericana es algo incierto, los jóvenes, al terminar de leer el libro, tendrán más herramientas para afrontar el mundo laboral.

“Las empresas, de acuerdo al estudio #YoEmprendedor, perciben que existen algunas desventajas al contratar jóvenes: falta de madurez (50%) y falta de experiencia (44%)”

En entrevista con Mejores Empleos, Mónica Flores habla de su libro y de cómo preparar a las futuras generaciones para los retos del futuro.

LA GÉNESIS DEL LIBRO

Cuenta Mónica que el libro surgió de una forma muy natural, casi orgánica. Como parte de su trabajo en ManpowerGroup siempre ha tenido la información a la mano, tanto de clientes como de candidatos. Y en su labor como conferencista, cuenta, era frecuente que al final de sus pláticas los jóvenes se le acercaran para pedirle consejos sobre cómo conseguir empleo. Así nació la idea.

El libro, explica, aborda el tema de aprender y desaprender, un tema en el que Mónica insiste.

“El mundo laboral, ahora, es mucho más competitivo, mucho más veloz, mucho más incierto. No podemos pretender que los jóvenes busquen empleo como las generaciones pasadas. Y por eso tenemos que proporcionarles herramientas para enfrentarse a un mundo distinto. Antes no era tan necesario prepararte para una entrevista de trabajo; hoy, es vital”, sostiene.

Y más aún: si no estás preparado, dice, para esa entrevista en específico, con un cierto reclutador, tienes pocas probabilidades de ser elegido.

“Antes no era tan fundamental conocer las habilidades del candidato relativas a su capacidad para trabajar en equipo, su capacidad de análisis, su dominio del idioma inglés, capacidad de liderazgo, etcétera. Nos avocábamos a evaluar su conocimiento técnico específico. La transformación del mundo de trabajo exige que los jóvenes, antes que nada, tengan habilidades en torno a la búsqueda de empleo, al emprendimiento”.

En su libro, la líder de opinión en Recursos Humanos aclara que el emprendedor no es solo aquel que invierte capital en un negocio, sino quien tiene la capacidad de convertir una idea en una realidad concreta.

ANTICIPARSE AL FUTURO LABORAL

Mónica Flores asevera que, en materia laboral, todos debemos aprender lo que necesitará el mundo. Y desaprender lo que ya no necesitamos.

-¿Qué profesiones desaparecerán? –se le pregunta.

-Pongo un ejemplo. No desaparecerán, al 100%, los agentes inmobiliarios, pero necesitaremos 80% menos.

Los profesionistas del ramo inmobiliario, hoy, como especialistas en el tema, deberían de estarse preparando para el futuro. ¿Qué vamos a necesitar? Administradores de la información, especialistas en cambio climático, policías virtuales, abogados virtuales, granjeros verticales, médicos geriatras, entre otros.

“Entre los jóvenes mexicanos prevalece la preferencia por licenciaturas como Administración, Psicología, Comunicación, Derecho y Medicina, entre otras; ya sea por razones culturales, históricas, familiares o percepciones conceptuales erróneas (las matemáticas son aburridas, difíciles, solo para algunos, equivalen a poco salario, menor rango)”, escribe Mónica en la página 74.

Anticipa que, en el futuro, las posiciones con mayor oferta serán las relacionadas con la creatividad, con la inteligencia emocional y con el contacto humano.

COINCIDENCIA DE GENERACIONES

Hoy en día, afirma Mónica en su libro, por primera vez en la historia cuatro generaciones coinciden en el mismo tiempo y espacio de trabajo.

“Las empresas tenemos que aceptar que así es. Y que las diferentes generaciones, trabajando en el mismo lugar, implica diferentes expectativas. Tenemos que entrenar a los líderes (*Baby Boomers*), que tienen que desaprender lo que los hizo exitosos, porque si no, no van a poder tratar con un joven (*Millennial*)”.

Afirma que los líderes tienen que estar capacitados para distinguir las diferencias, no solo de edad, sino de género.

“Los líderes tenemos que tratar, cada vez más de manera individual y personal a nuestro equipo, porque las empresas tienen que ser más humanas. Tenemos que fomentar equipos diversos. De género, religión, expectativas, edad, para poder provocar la innovación y la disrupción. Tenemos que aprender a aceptar un poco el caos”.

Y matiza: el mundo del trabajo tiene que ser consciente de que todos aprendemos de todos. “Sería ingenuo pensar que los *Baby Boomers*, como tenemos más de 50 años, lo sabemos todo. Eso no es cierto. Tenemos mucho que aprender de los jóvenes, pues su forma de trabajo se vincula más con el entorno global y colaborativo”.

Para concluir, Mónica Flores dice que, hoy más que nunca, es necesario aprender habilidades nuevas. Reitera que tenemos que estar conscientes de las competencias que tenemos que desarrollar; es decir, autoevaluarnos y capacitarnos.

“No necesariamente tener más grados académicos, sino habilidades prácticas, actualizaciones, que nos sirvan para seguir vigentes y aportar algo más al México que queremos”, concluye.



CÓMO CONSEGUIR TU PRIMER TRABAJO MÓNICA FLORES

Editorial DIANA,
México, 2017
224 pp.



¿Quieres ganarte un ejemplar de
Cómo conseguir tu primer trabajo?
¡Checa nuestra trivia!

ENCUENTRO UNIVERSIDADES CORPORATIVAS

18 - 19 MAYO 2017 CDMX

Asiste y descubre los beneficios de aplicar esta tendencia de capacitación para la mejora continua de tu organización.

PARTICIPAN:

María Antonieta Ocampo Gerente de Capacitación	Claudia Gutiérrez Responsable de Training Americas	Jaime Zapata Campos Gerente de Gestión del Talento	Araceli Ramírez Directora de Recursos Humanos
Marisol Pérez Velázquez Gerente de Desarrollo	Raymundo Morales Gerente de Formación y MCT	Lourdes Curtidor Líder de Aprendizaje y Desarrollo	Lilia Ana Alfaro Guevara Directora General
Miguel Cruz Account Executive LATAM	Manuel Apon Socio Director	Carlos Sánchez Consultor Internacional	Anibal Basurto Director General
Carlos Servín CEO	Abraham González Director General	Toni Ramos Director de Negocios	

“FACTORES QUE DETERMINAN EL ÉXITO DE UNA UNIVERSIDAD CORPORATIVA”

ROBERTO IBARRA Universidad STEREN	FERNANDO MÁRQUEZ Kilobyte	GABRIEL MOLINA Universidad Banamex	RUBÉN LÓPEZ Universidad Lala

Inscríbete y recibe un pase SIN COSTO al Workshop:
“Cómo Implementar y Desarrollar mi Universidad Corporativa”

INVERSIÓN PREFERENCIAL
\$ 2,900 + IVA

¡CUPO LIMITADO!
(55) 68 30 72 70 y (55) 68 30 72 71
informes@universidadescorporativas.com.mx
universidadescorporativas.com.mx

PATROCINADORES

SABA, seidor HCC, POTENTOR, ASTER, EMPRESA INTELIGENTE, UOC, gwip, LEXIA

PRÓXIMOS EVENTOS



Más información en:
conferencemanagement.com.mx

22 JUNIO 2017

ENCUENTRO LÍDERES DE RECURSOS HUMANOS

Conoce las estrategias para afrontar los retos del Capital Humano en materia de atracción, capacitación, gestión y retención del talento como pilares del desarrollo y el éxito corporativo.

PONENTES

Claudia Reunich Vicepresidenta de Recursos Humanos	Jorge Rosas Director de Recursos Humanos	Alberto Del Castillo Director de Operaciones y Selección	Natali Lima Directora de Recursos Humanos
Sandra Zuluaga Directora de Recursos Humanos	Jaime Guevara Gerente Senior de Recursos Humanos	Miguel Cruz Consultor Internacional	Manuel Apon Socio Director
Carlos Sánchez Consultor Internacional			

INVERSIÓN PREFERENCIAL \$2,900 + IVA

encuentrorh.com.mx
(55) 68 30 - 72 70 / 68 30 - 72 71
informes@encuentrorh.com.mx

PATROCINADORES

SABA, seidor HCC, Adecco, Aspel, TECHSHARE

¿Qué piensa el talento en México?

Conoce las inquietudes de tus empleados

La cultura de la colaboración, equipos de trabajo virtuales, esquemas más flexibles, compatibles con todas las generaciones (*Millennials*, Generación X y *Baby Boomers*), son algunas de las estrategias para crear empleos más significativos para las personas.

Por Redacción Mejores Empleos

El 68 por ciento de los trabajadores se muestran más preocupados porque sus conocimientos o habilidades se vuelvan obsoletas que por un posible despido

El panorama laboral, hoy en día, es cada vez más incierto. Por ello los trabajadores se muestran cada día más preocupados por adquirir las habilidades que les permitan ser más competitivos en el mercado laboral.

Para entender mejor cómo piensa el talento en México –y cómo las empresas deberían responder– Kelly Services, firma dedicada a los Recursos Humanos, realizó la Encuesta Global de Empleo KGWI 2015-2016, en la que participaron alrededor de 230 mil personas de 31 países, de tres generaciones distintas:

- *Baby Boomers*: 1946-1964
- Generación X: 1965-1979
- Generación Y: 1980-1995

El estudio toma en consideración la información obtenida de las siguientes regiones:

- América: Brasil, Canadá, México, Puerto Rico y Estados Unidos.
- EMEA (Europa, Oriente Medio y África): Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Hungría, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Holanda, Noruega, Polonia, Portugal, Rusia, Sudáfrica, Suecia, Suiza y el Reino Unido.
- APAC (Asia-Pacífico): Australia, China, Hong Kong, India, Indonesia, Malasia, Nueva Zelanda, Singapur y Tailandia.

Entre otras cifras, la encuesta arrojó los siguientes resultados: “Los trabajadores de América fueron los más inclinados a mostrarse más comprometidos con sus empleadores con un 45 por ciento comparado con aquellos en la región APAC con 32 por ciento y EMEA 30 por ciento”. En el documento identifican el sentido de pertenencia y el balance vida-trabajo como aspectos que pueden

tener “gran impacto en la forma en que los trabajadores contribuyen de manera productiva dentro de una organización”.

La cultura de la colaboración

En México, tres de cada cuatro ejecutivos de alta dirección, de acuerdo a la Encuesta Global, coincidieron en que su organización sería más exitosa si los empleados fueran capaces de trabajar de manera flexible y con modelos más colaborativos. Dichos modelos, sostiene Kelly Services, podrían mejorar tanto la rentabilidad de una empresa como su capacidad para atraer y retener a los mejores talentos.

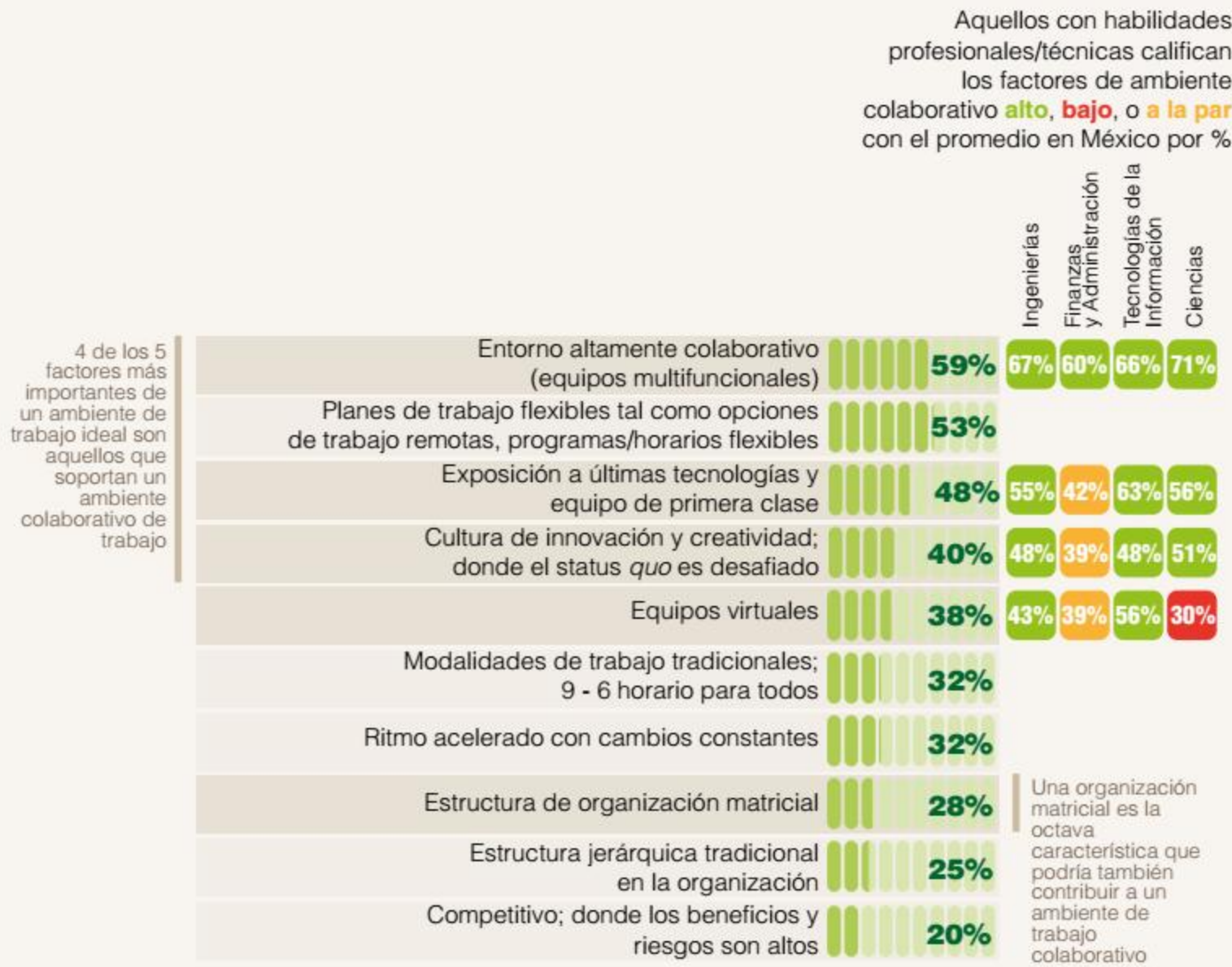
“Uno de los retos, sin duda, a los que nos estamos enfrentando los empleadores es a la coincidencia entre distintas generaciones en el mercado hoy en día. Cada una tiene motivaciones diferentes”, dice Norma Godínez, Directora de Recursos Humanos de Kelly Services, quien -en entrevista- abunda sobre algunos de los puntos clave de la Encuesta Global.

-¿Cómo hacer coincidir a cada generación?
-Es todo un reto, pues entre los *Baby Boomers* y los *Millennials* hay una diferencia abismal.

Las empresas dedicadas a la administración del capital humano flexible, confiesa, se convierten en intermediarios: tratan de convencer a los *Baby Boomers* de que tienen que ser flexibles con los *Millennials*.

Entorno colaborativo
Más de la mitad de los encuestados se manifestó a favor de este tipo de modelo

Factores de un ambiente ideal de trabajo citado por el talento en México, promedio en %



De acuerdo con un estudio realizado por LinkedIn, que contempló 3 millones de perfiles estadounidenses, los trabajadores que egresaron entre 2006 y 2010 han cambiado de trabajo un promedio de 2.85 veces en sus primeros cinco años como empleados; es decir, los niveles más altos de rotación se encuentran entre los *Millennials*.

“Si bien congeniamos con algunas ideas de los *Millennials*, como ser más empáticos y flexibles, también ellos deben entender que no todo lo pueden obtener de forma inmediata”.

En sus investigaciones, sostiene, han encontrado que la generación X trabaja de forma individual en contraposición con los *Millennials*, a quienes les agrada la colaboración. “Y ahí regreso un poco a la raíz: ellos provienen de familias desintegradas y esperan encontrar, en sus organizaciones, esa integración, que a lo mejor no conocen, pero les suena atractivo”.

Godínez destaca la habilidad negociadora de los *Millennials*. Y sostiene que dicha habilidad deberían -las empresas- canalizarla y potenciarla.

El balance vida-trabajo

Un ambiente de trabajo ideal reconoce que los trabajadores –como individuos– tienen prioridades fuera del lugar de trabajo, afirma Kelly Services en el informe. Si bien, reconoce la firma de Recursos Humanos, no hay una fórmula única en el diseño de vida-trabajo, las organizaciones necesitan perfeccionar sus capacidades y diseñar estrategias de atracción creativas para evitar costosos desajustes culturales y rotación de talento.

“Los costos de no cambiar o adaptarse a un ambiente de diseño vida-trabajo son altos”, advierte. Se requiere –sostiene la firma– que los empleadores y empleados negocien nuevamente los términos de la forma en que ven y confían el uno en el otro para trabajar ahora dentro de su interdependencia mutua.

Los trabajadores tienen que invertir más en su propio desarrollo, mientras que los empleadores tienen que reconocer que los empleados tienen prioridades fuera de su lugar de trabajo.

“Definitivamente, los líderes tenemos que entender que una forma de comprometer a nuestros colaboradores es trabajar en equipo. Hacerlos parte de los proyectos, de los planes, de la innovación”, concluye Godínez.

Un ambiente de trabajo con elementos de diseño de vida atrae al mejor talento

¿Qué es lo que hace a una organización más atractiva? Aquí los elementos que impactan en la decisión de tomar una oferta laboral por encima de otra:

- Balance vida-trabajo 75%
- Oportunidad de innovar 60%
- Trabajar con colegas experimentados 47%
- Arreglos flexibles de trabajo 45%
- Oportunidad de regreso 25%





11 y 12 Mayo, 2017

RH

11vo.

Congreso Internacional

Recursos Humanos

www.CongresoRH.mx

A graphic for the 3rd Congress of Corporate Communication. It features a man on the left and a woman on the right, both holding megaphones and shouting. Between them is a cloud of communication icons including an envelope, speech bubble, arrow, play button, Facebook icon, heart, padlock, musical note, smiley face, house, and mobile phone. In the center is a large stylized 'C' logo. Below the logo is the text '3er. Congreso Comunicación Corporativa'. At the bottom left is the 'P51 EXECUTIVE MEMBERS CLUB' logo. At the bottom right is the date 'Junio 22 2017'. The website 'www.CongresoComunicacion.com' is at the bottom center.



3er. Congreso

Comunicación
Corporativa

P51

EXECUTIVE
MEMBERS CLUB

www.CongresoComunicacion.com

Junio 22

2017

15%
DESCUENTO
PARA REFERIDOS DE:

(55) 9000 0404 / 01800 087 2411

Informes@CongresosPE.com.mx

mejores
empleos



PE

Promoción Empresarial
Excelencia en Capacitación Ejecutiva

En el área de RH, líderes más que directores

Rodrigo García Martínez

Comunicación y Relaciones Públicas de USEM México



Se denomina Recursos Humanos al resultado del trabajo de los colaboradores de la empresa. Pero dentro de la organización, se le llama así a la función de seleccionar y contratar a los colaboradores de la misma; dependiendo de cada organización, esta función se reparte, ya sea en un área o solo en una persona.

El área de Recursos Humanos es una de las más importantes ya que, además de ser imprescindible, los colaboradores constituyen el mayor capital en la organización; sin profesionales capacitados elegidos cuidadosamente, aspirar a la buena ejecución de las estrategias se vuelve aún más complicado. En la Unión Social de Empresarios de México (USEM) creemos en el trabajo y trascendencia que tienen todas las personas que trabajan en estas áreas y buscamos ser sus aliados para construir una mejor sociedad, con base en las personas y su bienestar.

RECURSOS HUMANOS, ÁREA ESTRATÉGICA

Al ser tan requerida y de vital importancia, la dirección de Recursos Humanos representa una gran oferta de trabajo en la actualidad; por lo que las organizaciones se han preocupado por capacitar a las personas a cargo de esta área y que éstas puedan seleccionar minuciosamente a la persona correcta para tareas específicas a través de diferentes técnicas y herramientas.

Pero, ¿qué le corresponde al Director de Recursos Humanos?

En USEM creemos que para él es fundamental adaptarse a las nuevas formas de hacer sus funciones: asumir el nuevo y desafiante papel estratégico de líder en la organización. El director debe tener una visión global de su equipo de trabajo, es decir, saber evaluar a sus colaboradores no sólo en términos

de costo o pérdida sino también de efectividad, productividad y riesgo; además de alinear los objetivos estratégicos con las capacidades del personal. El director de Recursos Humanos debe también gestionar talento, definir planes de compensación y beneficios para que el desarrollo personal potencie el organizacional, es decir, tener y retener el talento como factor clave.

El director debe tener una visión global de su equipo de trabajo, es decir, saber evaluar a sus colaboradores no sólo en términos de costo o pérdida sino también de efectividad, productividad y riesgo

LOS RETOS

Sin embargo, existen aún directores de Recursos Humanos que no han comenzado a enfrentarse y especializarse en estos desafíos o ser competentes en estas nuevas necesidades, que siguen sin entender hacia dónde va la organización y cuáles son esos objetivos estratégicos que posee. Y no sólo eso, no está cumpliendo el rol de liderazgo que le corresponde dentro de la empresa, ya sea promoviendo el compromiso, la integración, la planeación.

La realidad es que el área de Recursos Humanos ya no puede operar en diferente línea a la planeación estratégi-

ca, no si se quiere lograr una visión más amplia de la organización y se ofrecer un servicio de calidad. No se debe olvidar que el talento humano es el engrane base y principal de la empresa, es el desarrollo empresarial. El trabajo actual de director de Recursos Humanos es marcar la relación entre los objetivos y el talento para hacer la diferencia.

En USEM buscamos hacer conciencia social en los empresarios y en los dirigentes de empresa, tenemos toda la experiencia en la Formación Social Empresarial y buscamos siempre ser aliados para el bien de todos los colaboradores, y, por ende, de las organizaciones.



“Empresas
altamente
productivas y
plenamente
humanas.”



www.usemcdmx.org.mx

 /usemcdmx

 /usemcdmx

 /usemmexico



José García Camil, socio fundador de SENSE

Lanzan plataforma de “Ejecutivos Fraccionados”

Con el fin de atender las exigencias y necesidades de las organizaciones para resolver proyectos estratégicos, lanzan en México la primer plataforma de “Ejecutivos Fraccionados”, bajo el nombre *Strategic Enabler Network of Senior Executives* (SENSE).

En entrevista con Mejores Empleos, José García Camil, socio fundador de SENSE, explica que un ejecutivo fraccionado es un ejecutivo senior que “se renta” a una empresa pequeña, mediana o grande, o para acompañarlos en la implementación de un proyecto, como por ejemplo: la resolución de una ruta de mercado, una nueva campaña de marketing o el lanzamiento de producto.

Este servicio, único en su tipo –afirma–, surge por las exigencias y necesidades de las organizaciones para resolver proyectos estratégicos clave y de alto impacto, que no han podido atenderse debido a la falta de capacidad necesaria para su ejecución.

“A diferencia de un modelo de consultoría, los ejecutivos de SENSE, que tienen el *know how* en sus áreas de expertis, como finanzas, contabilidad, mercadotecnia, logística, investigación y desarrollo, ventas, colaboran durante todo el proyecto haciéndose responsable del alcance de los objetivos”, abunda.

Al contratar a un “Ejecutivo Fraccionado”, sostiene, se ofrecen algunas ventajas competitivas para las empresas, entre ellas:

- Reducción de costos al minimizar la curva de aprendizaje, visualizando resultados a corto plazo.
- No se crea relación laboral con el ejecutivo, al ser SENSE el que crea la relación con la empresa solicitante de servicios.

De esta forma, SENSE innova con un servicio que se convierte en una opción para la resolución de proyectos estratégicos de las empresas.

“A diferencia de un modelo de consultoría, los ejecutivos de SENSE, colaboran durante todo el proyecto haciéndose responsable del alcance de los objetivos”

Programa abre oportunidades de empleo a jóvenes en diversos sectores



Ante la demanda de posiciones, como operario de producción, responsables del área de ensamble de arneses, así como personal administrativo en los sectores automotriz, aeronáutico y aeroespacial, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), a través del Programa Bécate, abre oportunidades de empleos a los jóvenes.

Donaciano Domínguez, Subcoordinador General del Servicio Nacional de Empleo (SNE) de la STPS, explicó que, mediante la suscripción de un convenio de coordinación, la empresa interesada garantiza el reclutamiento y selección idóneo para sus puestos vacantes.

“Lo primero que hacemos con el buscador de empleo es realizar una entrevista, identificar su perfil laboral, verificar si cubre con lo requerido por alguna de las empresas; si es así, lo mandamos de manera directa a la empresa para que pueda ser contratado o pedimos al centro laboral que lo incorpore a los cursos de capacitación mixta que apoya la Secretaría del Trabajo y Previsión Social”, detalló.

Durante el periodo del curso, Bécate proporciona un apoyo económico mensual de uno a tres veces la Unidad de Medida y

Actualización (UMA), determinada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI); una ayuda para transporte, materiales e instructores, seguro contra accidentes y servicio médico básico, además de constancia que acredita la práctica laboral.

“El objetivo es lograr que el buscador de empleo pueda aprender el desarrollo de los procesos productivos directamente en la empresa”, explicó Domínguez.

Para poder capacitarte en esta modalidad, la persona interesada deberá cubrir como requisitos tener 16 años o más, cubrir el perfil requerido en el programa de capacitación, solicitar su incorporación, de manera personal en cualquiera de las 166 oficinas con las que cuenta el Servicio Nacional de Empleo en todo el país.

Apostar por la actitud, el reto del perfil directivo

Especialistas, capacitadores y expertos en coaching coinciden en que la actitud mental frente a la vida, más que los conocimientos, es lo que hace la diferencia entre un buen y un mal directivo de alto nivel.

En el caso de las mujeres, también aplica el mismo principio, tanto si la meta es convertirse en directora o en madre de familia, sostuvo Efraín Lechuga Santillán, autor del libro *Triunfar es algo muy divertido*, en el marco del 8vo Congreso Mujeres Trabajando (www.mujerestrabajando.mx), que se celebró en la Ciudad de México.

“El perfil del directivo de alto rendimiento debe ser 85% de actitud mental y 15% de conocimientos”, afirmó Lechuga Santillán. Enlistamos 10 tips que el autor le dio, tanto a hombres como a mujeres, para mejorar su desempeño como directivos de alto nivel:

- Busca salidas, en vez de culpables.
- Piensa en la abundancia, no en la escasez.
- Fomenta el cambio, no la rutina.
- Ve los problemas como desafíos, no como muros.
- Ve la capacitación como una inversión, no como un gasto.
- Ve los errores como maestros, no como verdugos.
- Busca aliados, no enemigos.
- Piensa que se puede, no que es imposible.
- Conéctate con el futuro, no con el pasado.
- Sé protagonista, no espectador.





Un ángel en el camino

Pasión, nobleza y profesionalismo distinguen la labor de Ángel Raúl Alfonso del Moral, heredero del loable oficio de radio operador que inició su padre al ser fundador de los Ángeles Verdes, corporación que depende de la Secretaría de Turismo (Sectur). ¿Cómo es el trabajo de los que auxilian a las personas en las carreteras del país? ¡Conócelo!

Por Redacción Mejores Empleos

Suena el teléfono. Del otro lado de la bocina, después de marcar el 078, un turista con el corazón exaltado espera que atiendan su llamada para pedir auxilio. Su auto se averió en el tramo de la carretera San Luis Potosí-Querétaro. De este lado, a pocos minutos de haber llegado a la oficina, se encuentra el radio operador, Ángel Raúl Alfonso del Moral, quien cuenta con 36 años en el oficio:

-Corporación Ángeles Verdes a sus órdenes, ¿en qué puedo servirle?

La conversación telefónica es un ejemplo de lo que ocurre durante toda su jornada laboral. Sin olvidar que los colegas también le marcan al celular, para notificar la resolución de los cientos de incidentes del día.

"Hace falta que nos conozcan un poco más y que los ciudadanos que deciden viajar por la carretera, estén en conocimiento, al menos, de su ubicación geográfica", dice.

El turista, con un tono de preocupación, le explica a Raúl que su auto se apagó de repente y no ha vuelto a encender. Y en ese instante,

brotan las preguntas de rigor que no siempre tienen respuesta:

-¿Me puede indicar en qué lugar se encuentra? ¿En qué kilómetro de la carretera se ubica?

El turista se escucha nervioso: activa el altavoz, para poder conocer su ubicación a través del GPS en su teléfono. Con más imprecisiones que certezas, después de otras indagaciones, se logra dar con la ubicación del turista para poder auxiliarlo. Con el dato en sus manos, Raúl se comunica con los Ángeles Verdes más cercanos, explica el caso y permanece a la espera de una solución.

ATENCIÓN OPORTUNA

"La tecnología avanza tan rápido que ha rebasado la mentalidad de la gente. Una es la velocidad de la comunicación y otra la velocidad de las respuestas", afirma Raúl.

Y recuerda la época en que le tocaba asistir a los turistas sin ayuda del celular.

Los turistas, dice, asumen que serán atendidos a una velocidad propia de las comunicaciones y no de los hechos.

Suena nuevamente el teléfono. De aquel lado, una turista con acento extranjero trata de explicar -en español- lo que le ha sucedido en su ruta hacia Acapulco. De este lado, un Ángel

"La corporación ha ido creciendo y también nos hemos capacitado", comenta Raúl. Son alrededor de 700 los Ángeles Verdes que atienden a los turistas en las carreteras del país, y en conjunto han accedido a capacitaciones en práctica del idioma inglés, mecánica, geografía, primeros auxilios médicos y también en materia de difusión del turismo.

CASOS EN TIEMPO REAL

Suena el teléfono. De aquel lado, un turista reporta la avería de su auto y la urgencia de llegar prontamente a Saltillo. De este lado, Raúl le atiende e intenta indagar en su correcta ubicación.

La comunicación comienza a tornarse difícil, las preguntas se quedan sin las respuestas más necesarias y, por el contrario, se convierten en un reflejo de la euforia propia del momento. Empieza así uno de los diez y siete casos de mentadas de madre contados por Raúl.

"Es un orgullo pertenecer a los Ángeles Verdes", expresa Raúl con gratitud, al tiempo en que explica que la ciudadanía no mira siempre con buenos ojos la labor de los servidores públicos.

"Somos sus alas protectoras en la carretera y activamos los servicios de emergencia con la mayor agilidad", comenta Raúl. Y no titubea al pedir tres buenos deseos para sus ángeles protectores: "orientación a los ciudadanos para que no hagan llamadas falsas, protección para los compañeros durante sus servicios en carreteras y la dotación de insumos para continuar la labor a pesar de las crisis".



Verde le contesta, saluda y al darse cuenta de la frustración de la turista al conversar, le hace algunas preguntas claves en inglés. Ella se calma, responde y logran identificar el tramo de la carretera en la que se encuentra.

El chofer del auto donde viajaba la turista tuvo un problema de salud y la conexión entre instituciones debe darse oportunamente. Los integrantes de la Cruz Roja reciben el aviso y se alistan para el auxilio. Raúl cuenta que las comunicaciones entre instituciones también se establecen con protección civil, bomberos o la policía federal, dependiendo de cada caso.

Inteligencia emocional, claves para aplicarla en el trabajo

Autocontrol, entusiasmo, empatía, perseverancia y la capacidad para automotivarse forman parte de la esfera que define a esta herramienta.

Por Patricia Pérez

Actualmente existe más de una definición para la inteligencia emocional, pero la más común la describe como la capacidad de apreciar y expresar de manera justa las emociones propias y las de otros, para emplear la sensibilidad a fin de motivarse, planificar y experimentar la vida cabalmente.

Cada vez son más las personas que se aproximan a los amplios beneficios que otorga su práctica diaria. Tal como lo aclara Ivette de Jacobis, Consultora de Bienestar Emocional, la inteligencia emocional fluye de la esfera personal a la profesional.

Jacobis ha realizado asesorías a empresas que desean incrementar su rendimiento. La inteligencia emocional está incluida en su plan de acción y ha notado que los directores, gerentes o dueños de empresas logran el gran salto: pasan de ideas y nociones propias de una mentalidad limitativa, hacia la mentalidad expansiva. ¿Y esto qué significa?

Significa que queda atrás el estilo del liderazgo donde domina el látigo, que es posible el autocontrol en la manera de reaccionar, que ya no tienen cabida las verdades absolutas y, por el contrario, se incrementa la apertura hacia la escucha, el equipo es capaz de participar en actividades de negociación, hay flexibilidad para ahondar en los códigos de la cultura empresarial y todo llega a traducirse en un mejor manejo de los resultados buscados.

¿CÓMO FUNCIONA EN LAS EMPRESAS?

La esfera de la inteligencia emocional en las empresas comprende la implementación de nuevos hábitos, revisar sistemas de trabajo y diseñar patrones de pensamiento inteligentes y constructivos, que permitan la sincronía entre el desempeño extraordinario de las personas y la ejecución de las debidas estrategias.

¿Cómo es un líder constructivo?

- Conoce su propio estilo de liderazgo.
- Crece personal y profesionalmente.
- Utiliza técnicas y herramientas de organización personal y bienestar emocional.
- Define un propósito integral junto con sus colaboradores para alinearse a la estrategia.
- Se comunica asertivamente para integrar a las diversas áreas.
- Empodera a sus equipos para que tomen decisiones asertivas.
- Celebra sus logros.



Por lo tanto, involucra: el reconocimiento de sentimientos propios y de los demás, la expresión más correcta de las emociones y los pensamientos, dar cabida a equivocaciones y rectificaciones, ir en sentido contrario a la perfección, enfocarse en lo positivo aún en la adversidad, rodearse de personas alegres y con buenas vibraciones, saber pasar la página, preferir la proactividad a la reactividad, identificar tanto debilidades como fortalezas y confiar en los cambios.

BENEFICIOS

Preguntamos a Ivette de Jacobis más detalles sobre el impacto que tiene el manejo de la Inteligencia Emocional, en las empresas y también en su proyección. Sus respuestas constituyen una suerte de guía para los directores y directoras, que desean elevar sus metas a un siguiente nivel.

¿Cómo explicas al director de una empresa, en tres breves ideas, el impacto positivo y ventajas del manejo de la inteligencia emocional para el incremento de su productividad y ganancias?

- Las emociones influyen en nuestros comportamientos y reacciones, las personas que tienen inteligencia emocional manejan mejor sus emociones lo que les permite reducir el enojo y mantenerse enfocados en los objetivos a lograr durante negociaciones importantes.
- Un buen manejo emocional mejora la comunicación entre las personas del equipo para abrir libremente los problemas y enfocarse a solucionarlos.
- Los líderes con inteligencia emocional mantienen un ambiente laboral positivo y de colaboración que impacta positivamente en el desempeño de los co-

laboradores y por ende en la productividad de la empresa.

¿Es cierto que un director, colaborador o empleado es más eficiente y productivo si se maneja en los códigos propios de la inteligencia emocional?

Es cierto. Nos guste o no las empresas están llenas de sentimientos y emociones. Las personas con inteligencia emocional, no evaden lo que sienten, por el contrario, utilizan sus emociones para identificar sus áreas de mejora,

o bien para identificar situaciones o relaciones que requieren atención pero manteniéndose objetivos en la situación y no pierden la concentración y el enfoque discutiendo, siendo rígido, inflexibles o saboteando a un colega solo porque se sienten enojados o frustrados.

¿Se ha incrementado la cantidad de directores de empresas que toman consciencia sobre la importancia y capacitación en los temas relacionados con la inteligencia emocional al trazar sus metas?

En mi experiencia es un tema que está empezando a resonar en las organizaciones, pero no lo suficiente como para que decidan invertir en mejorarlo.

Todavía no conozco ningún director general que haya invertido en un programa de desarrollo de inteligencia emocional o que me haya contratado con ese objetivo. Desean tener un cambio en la forma en que el equipo se comporta e interactúa y durante el tiempo que trabajo en la empresa yo incluyo el desarrollo de la inteligencia emocional, pero no porque ellos lo hayan pedido, sino porque al incluirlo se logran cambios.

¿Sabías que...?

“El manejo de la Inteligencia Emocional te permite tomar mejores decisiones, evaluando los beneficios y los riesgos”, afirma Ruth Rodríguez, conferencista y coach.



200,000 jóvenes en México han recibido orientación profesional gracias a INICIATIVA POR LOS JÓVENES de Nestlé

Iniciativa por los Jóvenes es un programa global de Nestlé que inició en Europa, con la finalidad de mejorar la preparación y capacitación de la próxima generación de jóvenes. Buscamos contribuir a su integración exitosa al mercado laboral y brindarles espacio para que en su transición de la escuela al trabajo, lleven a cabo prácticas profesionales o sean parte del programa de becarios y trainees de Nestlé.

En 2015 Nestlé México lanzó la **Iniciativa por los Jóvenes**, comprometiéndose con los jóvenes mexicanos para entre 2015 y 2017 lograr objetivos claros a través de 4 pilares de acción:



700 empleos directos y 3,500 indirectos (70% serán jóvenes entre 18 y 29 años)

Empléate

500 nuevas plazas para becarios y practicantes

Entrénate

Orientate

Orientación profesional a más de 300,000 estudiantes de secundarias públicas y bachilleratos técnicos.

- Orientación vocacional.
- Preparación para el mundo laboral (CONALEP)

Más oportunidades

"Alianza por la Juventud" multiplicar el impacto con proveedores y clientes

Como parte de los dos años de trabajo en la Iniciativa, Nestlé México ha **contratado ya a 2,300 nuevos colaboradores menores de 30 años**. Además de haber **empleado a 700 estudiantes** en posiciones de practicantes, becarios y trainees, dando a los jóvenes una primera experiencia de trabajo y aprendizajes para fortalecer su carrera laboral. Además, dentro del pilar de Entrénate se lanzó el **programa Jóvenes Talentos Culinarios, YOCUTA** por sus siglas en inglés, a través del cual estudiantes de gastronomía del CONALEP practican con chefs profesionales, del Vatel Club de México y del negocio de Nestlé Professional.

Los colaboradores de Nestlé han donado su tiempo para dar talleres de orientación profesional a más de 200,000 jóvenes estudiantes de secundarias públicas y bachilleratos técnicos (CONALEP). Además, Nestlé firmó en 2016 un convenio de orientación vocacional y ocupacional con la Secretaría de Educación Pública (SEP) con el objetivo de dotar a los jóvenes de competencias que los habilitan para facilitar su inserción al mercado laboral.



Jóvenes talentos se integraron a nuestra fábrica de alimentos para mascotas.



Placeres para la vida... y el trabajo

Conoce los objetos del deseo que te simplificarán la vida, además de una experiencia culinaria imperdible. ¡Consíéntete!

El reloj más delgado del mundo... en tus manos

"El tiempo se escurre entre los dedos como los granos de arena". Esa línea, con la que empieza una frase de Robin Sharma, experto en liderazgo y desarrollo personal, pudo haberse empleado para el lanzamiento del más reciente reloj de la marca Bulgari: el Octo Finissimo Automatic.

Este modelo, muestra el dominio óptimo de formas y materiales, juega sutilmente con efectos de luz y perspectiva.

El uso de ciertos elementos es también una forma de audacia. Después del oro y del acero, la caja y el dial ahora se hace en titanio, ofreciendo una superficie arenada que le otorga un diseño totalmente contemporáneo. El reloj viene en una versión equipada con una correa de cuero de cocodrilo y una hebilla de perno de titanio que combina muy bien.

Deja que el tiempo se escurra en la muñeca de tu mano.



El teléfono para los ejecutivos

Samsung está de regreso. En un intento por recuperar la confianza de los consumidores, la marca recién lanzó al mercado un nuevo teléfono que combina seguridad y diseño, además de que es el primero en contar con un interfaz inteligente para interactuar con el equipo: el Samsung Galaxy S8.

El Galaxy S8 está disponible en dos versiones: Galaxy S8 de 5.8 pulgadas y Galaxy S8+ de 6.2 pulgadas. El nuevo dispositivo cuenta con una pantalla Infinity que, aunado a su diseño sin bisel, crea una superficie lisa y continua, sin ningún botón o ángulo que pueda romper con esta estética.

Es el primer teléfono inteligente de la marca que cuenta con un asistente personal: se trata del interfaz Bixby, que permite navegar a través de servicios y aplicaciones con comandos sencillos de voz, tacto, visión y texto.

Galaxy S8 también se conectará al nuevo Gear 360 para crear videos de 4K de 360 grados y fotografías de 15MP. Con Samsung DeX, los usuarios pueden visualizar y editar fácilmente datos desde su teléfono, haciendo que trabajar desde un *smartphone* sea más rápido y eficiente.

Representantes de la marca en México estiman que el S8 supere en un 30% las ventas de su teléfono antecesor.



¡Captura videos en 360 grados!

¿Quieres mostrar un espacio arquitectónico al que acudes durante un viaje de negocios, o una casa en venta, o una oficina que estás pensando rentar y no te bastan las fotografías? ¡Ha llegado una solución!

Samsung lanzó al mercado el "Samsung Gear 360", una cámara de 360 grados con una resolución de 4K y un diseño refinado que facilita su uso.

El diseño actualizado y la capacidad de transmisión en vivo hacen que el contenido de VR y 360 sea más accesible y más fácil de compartir.

Gear 360 te ofrece la posibilidad de compartir contenidos en tiempo real. Cuando Gear 360 se sincroniza con un teléfono inteligente o computadora compatible, el nuevo dispositivo permite a los usuarios compartir sus mejores experiencias con transmisión en vivo de alta calidad o cargarlos directamente a plataformas como Facebook, YouTube o Samsung VR. Y lo mejor: Gear 360 es compatible, además de con los diferentes dispositivos móviles de la marca, como el recién lanzado Galaxy S8, con el iPhone 7. Ahora no tendrás pretexto para compartir tu experiencia ¡en 360 grados!

Si quieres vestir de forma más casual, sin dejar de lucir ejecutivo, ¡esto es para ti!

Como si fuese una moneda: de un lado, la cara de la elegancia; del otro, la de la comodidad del estilo más casual, así es la colección de camisas Primavera-Verano 2017 de Thomas Pink, diseñada para el ejecutivo moderno.

"Para aquellos que desean lucir bien, pero toman un enfoque menos formal de la vestimenta de negocio, las nuevas adiciones a la colección 'About Town' ofrecen una alternativa perfecta", expresa el material promocional de la marca. Para ellos, el perfil de quienes trabajan en agencias creativas o medios de comunicación es afín con tales características.

Rayas y cuadros, colores claros (con sorpresas de rojo o azul intensos), cuellos ligeros y botones delicados, doble algodón y lino, inspiración en el diseño y la arquitectura (en la Bauhaus, sus piezas de Primavera, y en La Habana, sus piezas de Verano)... son algunos aditivos que hacen que esta colección esté entre nuestras recomendaciones.



Disfruta una cata de vinos con platillos únicos

Fonda Huitzillin es un proyecto del joven Chef Manuel Carrasco Santaella, un acogedor restaurante donde fusiona la comida mexicana y la asiática (china, coreana, tailandesa, medio oriente y japonesa), conjugando la complejidad de técnicas, mezclas de sabores y estética de los platillos de alta cocina.

Uno de sus principios es garantizar una experiencia de sabores, texturas y gracia visual. Y para agregar un plus a esta propuesta, este año ha incorporado una serie de catas de diversos productos como por ejemplo: vino mexicano, cervezas artesanales, mezcales, mieles y café.

A finales del mes de mayo, así como en el mes de junio, tendrá dos invitados de Querétaro: Viña Doña Dolores (Sala Vivé By Freixenet) con años de tradición en la elaboración de vinos y actualmente una de las mayores exportadoras de vinos mexicanos; como la naciente Bodegas Vaivén.

En su página web podrás tener más detalles sobre el Chef Manuel Carrasco y los próximos eventos: <http://www.fondahuitzillin.com>.



¿Cómo vestir para una junta?

Algunos tips sobre imagen para destacar en esa reunión tan importante.

Para Directoras

- Viste de color blanco, sin escotes y con un traje a tu medida, más no ajustado.
- De preferir el uso de falda, asegúrate que ésta quede por encima de tus rodillas.
- Tu cabello lúcelo, de preferencia, alaciado. Por lo general el cabello con mucho volumen invita a la informalidad.

Y recuerda...

- El look es referente de muchos mensajes personales.
- No vistas de negro antes de las 6:00 de la tarde.
- No vistas de rojo para una reunión importante de negocios.



Para Directores

- Viste un elegante traje de color gris.
- Cuida la combinación con una delicada camisa y una imponente corbata.
- No olvides tus gemelos, cinturón y al menos un reloj.

Fuente:

Angélica D'Acosta. Consultora en Imagen, creadora del Sistema Integral de Personalidad NovaStyle.



Somos una empresa líder en
Recursos Humanos.

- Atracción de talento
- Desarrollo Organizacional
- Servicios Administrativos

trusted by the best! [®]

+52 (55) 5540-0638

contacto@rhhrgroup.com

rhhrgroup.com



MÉXICO ♦ PANAMÁ ♦ PERÚ ♦ COLOMBIA ♦ CHILE

Agenda

ARTES VISUALES

Llega expo de Andy Warhol a México

"In the future, everyone will be famous for fifteen minutes", vaticinó Andy Warhol hace más de dos décadas. Y ahora, en la era de los *lords*, *ladys* y contenido viral, llega a nuestro país una exposición considerada la mayor antología del precursor del arte pop.

"Andy Warhol. Estrella oscura", retrospectiva del artista neoyorkino, que albergará el Museo Jumex, abre al público a principios del mes de junio.

Bajo la curaduría invitada de Douglas Fogle, la muestra abarcará desde pinturas de productos de consumo hasta las series serigráficas de retratos de estrellas de cine, personajes famosos y desastres.

En las pinturas de Warhol (1928-1987), a juicio de Fogle, "se inscriben augurios del futuro destino del artista a manos de la fascinación de los medios por la fama y la tragedia".

En la era de la posverdad, y el acceso a la fama vía YouTube, no puedes perderte esta exposición.

¿Cuándo? A partir del 2 de junio al 17 de septiembre.

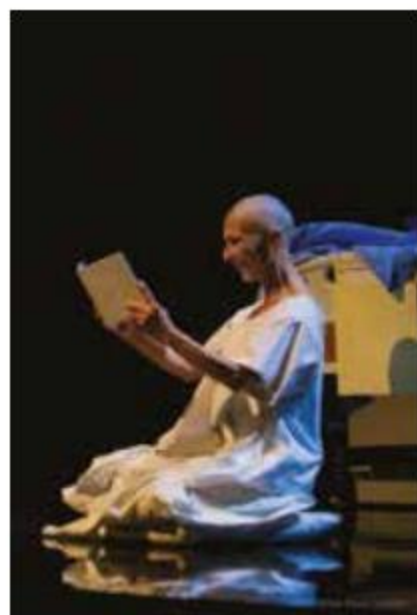
¿Dónde? Museo Jumex. Miguel de Cervantes Saavedra 303, Granada.

¿Cuánto? \$30 pesos general, \$15 pesos, docentes con credencial vigente. Entrada gratuita a estudiantes, adultos mayores y menores de 15 años.



TEATRO

Un obra sobre la conexión humana



Se reestrena en México una obra aclamada por la crítica y que hace un año y medio sorprendió a los espectadores y amantes del teatro: *Wit: despertar a la vida*, obra ganadora del Premio Pulitzer, escrita por Margaret Edson, que cuenta la historia de Vivian Bearing, distinguida académica, diagnosticada con cáncer terminal, quien deberá revalorar lo que es realmente importante: la conexión humana, la generosidad y el amor. Estelanzan Paloma Woolrich, como Vivian Bearing, y Pablo Bracho, quien interpreta al Dr. Óscar Kesnel. ¡No te la pierdas!

¿Cuándo? Del 26 de abril al 12 de julio, con funciones los miércoles a las 20:30 hrs

¿Dónde? Centro Cultural Helénico. Revolución 1500, Guadalupe Inn.

¿Cuánto? \$350 pesos general

Las ruinas circulares
Libros y otras divagaciones

El hombre que vio demasiado

A principios de 1980, Gay Talese (New Jersey, 1932) recibió la carta de un hombre que le reveló que años atrás compró un motel de veintidós cuartos para "convertirse en su voyeur residente". En los conductos de ventilación, ubicados en el techo de una docena de habitaciones, instaló una "plataforma de observación" con el fin de espiar a sus clientes. Talese, legendario periodista, autor de *Honrarás a tu padre* (1971), entre otros libros de no ficción, viajó a Colorado para corroborar la historia. Gerald Foos se llamaba aquel hombre. Y con su confesión arranca *El Motel del Voyeur* (Alfaguara, 2017), el más reciente libro de Gay Talese, que se publica 37 años después de aquella visita. La crónica incluye fragmentos de los diarios del voyeur, lo que -para los editores en lengua hispana- constituye "un registro secreto de las costumbres sociales y sexuales de su país".

La publicación del volumen, en los Estados Unidos, estuvo antecedida por una acalorada polémica: el *Washington Post* puso en duda la veracidad de la información recabada por Talese al informar que Foos vendió el motel -después de la visita del periodista- a Earl Ballard, quien supuestamente había modificado el falso techo, inhabilitándolo. En la nota del autor, Talese aclara: "En agosto de 1983, Ballard vendió el establecimiento y Foos ya no pudo seguir entrando en el desván hasta que volvió a comprar el motel en julio de 1988". Para el recién fallecido Miguel Ángel Bastenier, "Talese es inevitablemente responsable de no haber hecho las indagaciones y corroboraciones que tocaban...".

Al mejor reportero también se le escapa la fuente. Talese, en su defensa,

CINE

Stanley Kubrick visto por la Literatura

En el marco de la muestra "Stanley Kubrick: la exposición" se llevan a cabo las charlas "Kubrick desde la mirada de los escritores mexicanos" en las que han participado Ana Clavel, Alberto Chimal, Mauricio Molina, Mauricio Montiel Figueiras, Ana García Bergua y Verónica Murguía.

En esta ocasión, el crítico literario, además de ensayista, Christopher Domínguez Michael diseccionará, el 7 de junio, las películas *Barry Lyndon* (1975) y *Cara de guerra* (1987).

Cabe recordar que la exposición de Kubrick, que se exhibe en la galería de la Cineteca Nacional, recopila más de 900 objetos relacionados con la obra del cineasta neoyorkino, entre utilería original de los filmes, imágenes y documentos que abarcan desde sus primeros pasos como fotógrafo hasta la película *Ojos bien cerrados* (1999).



Erick Baena Crespo
@ErickBaena

¿Cuándo? Miércoles 7 de junio, a las 18:00 hrs

¿Dónde? Cineteca Nacional. Av. México Coyoacán #389 Col. Xoco.

¿Cuánto? Entrada libre, cortesías en taquilla 5.

STANLEY KUBRICK
LA EXPOSICIÓN 7 DIC 2016 - 29 MAY 2017 / LA GALERÍA DE LA CINETECA NACIONAL

lanza un tibio *mea culpa*: "Foos era un narrador inexacto y poco fiable, pero sin duda fue un voyeur épico". Y afirma que los hechos relatados tuvieron lugar, en su totalidad, antes de su visita de 1980.

El libro también generó un debate ético: Foos, en una carta enviada a Talese, le confiesa que fue testigo de un asesinato que no denunció. Talese, al resguardar la investigación periodística, también fue señalado de complicidad y omisión. Pero eso no fue el único hecho grave que el voyeur presenció. A lo largo de más dos décadas de mirón, Foos fue testigo de violaciones, robos, abuso de menores e incesto. Lo que no advirtió el voyeur es que al violar la intimidad de sus huéspedes se estaba asomando también al abismo insondable de la crueldad humana, pues como escribe Nic Pizzolatto, en su novela *Galveston* (2010): "No se sobrevive a ciertas cosas, aunque no te maten".

La fotografía, que aparece en la página 220 del libro, es una metáfora de la historia: en ella aparece Foos, en primer plano, ataviado con un traje negro, con la cabeza gacha. En segundo plano, se aprecia a Talese, con uno de sus característicos sombreros, caminando junto a la segunda esposa de Foos. Lejos de su fuente, desenfocado.

De la historia, ¿qué es verdad? ¿qué es mentira? La pregunta queda en el aire.

Quizá, tanto a Talese como a Foos, los define el mismo epitafio: "Fue un hombre que vio demasiado".



El motel del voyeur

GAY TALESE

Editorial ALFAGUARA,
México, 2017
232 pp.

TELEVISIÓN

"House of Cards" en la era Trump

Se estrena a finales de mayo la 5a temporada de *House of Cards*, serie de Netflix. Bajo el lema "Una nación Underwood", Frank y Claire Underwood, presidente de los Estados Unidos y la primera dama, interpretados por Kevin Spacey y Robin Wright, regresan tras la toma de posesión de Donald Trump. Habrá que ver la forma en que los guionistas se apropian de elementos de la realidad para enriquecer la ficción.

Mientras tanto, el *teaser* deja entrever que dramáticamente serán despiadados: en el video se escuchan las voces de algunos niños recitando el juramento de la bandera estadounidense, pero conforme los segundos avanzan la cámara se aleja y revela una bandera colgada al revés frente al Capitolio de Washington. ¿Un duro mensaje para el presidente número 45 de los Estados Unidos? Lo veremos.





Elizabeth Enríquez González, cofundadora y directora de Mujeres Empresarias en Redes de Impacto (Meredi)

¿Las emociones influyen en el éxito de las empresarias?

Quizá has escuchado la frase: “Soy una mujer razonable, no me dominan las emociones”. No obstante, el equilibrio entre pensar y sentir, aunado a una reconexión con tu feminidad, pueden ser las mejores armas a la hora de tomar decisiones.

A pesar de que las mujeres ocupamos un porcentaje mínimo en puestos que marcan el rumbo de las empresas/economía a escala global, cada vez tenemos más presencia en el mundo empresarial y estamos escalando con constancia hacia puestos de liderazgo (coordinación, gerencia, dirección, etc.), bien sea como emprendedoras o dentro de una organización.

Pensando en el grupo creciente que se suma a ese competitivo universo, Elizabeth Enríquez fundó hace

Por Penélope Silva | Fotografías: Pedro García Castro
dos años -junto con tres socios- Mujeres Empresarias en Redes de Impacto (Meredi), una compañía de consultoría de negocios y liderazgo multidisciplinario para la mujer que les ofrece herramientas para desarrollar al máximo sus potencialidades, a través de la consultoría empresarial, pero también humana, porque considera que las emociones son significativamente influyentes en la toma de decisiones y en la concreción de metas de las mujeres.

Enríquez estudió Contaduría Pública en la Escuela Bancaria y Comercial (EBC) y comenzó su carrera a muy temprana edad como contador general y se especializó en el área fiscal de corporaciones como Coca-Cola Femsa y Honeywell, además, hizo una maestría en Impuestos y asumió retos para enriquecer su experiencia en consultoría fiscal.

Sucesivamente, inclinó su interés hacia las áreas de emprendimiento, liderazgo y desarrollo humano, enfocado en la mujer, lo que la condujo a crear Meredi y a participar como conferencista en eventos como la Semana Nacional del Emprendedor (2015 y 2016), con temas como "Puntos fiscales y financieros que toda emprendedora debe conocer" y "La mujer como líder empresarial en las empresas del futuro".

Tras su experiencia orientando a otras mujeres empresarias, reflexionó con Mejores Empleos sobre algunos puntos de interés:

Sentimos, luego decidimos

"Las emociones son parte de nosotras y nosotras tomamos decisiones con base en las emociones", asegura Enríquez. Y aclara que esto no es un aspecto negativo *per se*, solo debemos aprender a dirigir esas emociones para tomar decisiones que nos beneficien a largo plazo.

En ese sentido, señala que, para lograr el éxito de un proyecto o la libertad financiera, es muy importante mantener el equilibrio en nuestras vidas; para que nuestro mundo material esté en orden, se deben cuidar los componentes emocional, espiritual y personal.

Visión dual

"Como mujeres tenemos una visión dual: lo sentimos y lo pensamos. Al fusionarlas podemos tomar una buena decisión, según donde estemos (negocio propio o área de trabajo), que ayude al equipo a lograr un mayor crecimiento y a la empresa mayor rentabilidad, porque eso sí está comprobado, las mujeres podemos generar mayor rentabilidad a cualquier organización, hasta de un 40%, porque somos visionarias: lo pensamos desde el punto de vista humano y desde el punto de vista de negocio".

Advierte que en esta dualidad podemos irnos hacia un extremo: "Ser muy racional y perder el lado femenino; esto es común en organizaciones y pasa mucho cuando abrimos camino para otras mujeres".

Para mantener el equilibrio aconseja:

- No perder el contacto con amigas.
- Mantener círculos de apoyo.
- Apoyar a otras mujeres.
- Reconectar con la feminidad.

Nos favorece el networking

Una de las líneas de acción de Meredi es el networking o red de negocio. "Desde tiempos atrás se nos enseñó a estar unidas y al estar unidas se propicia el intercambio de ideas y de conocimiento, así como de apoyo y sabiduría".

En Meredi llevan a cabo reuniones mensuales con temas de interés: inclusión, tecnología, imagen, área fiscal, etc., en las cuales tienen la oportunidad de presentar su modelo de negocio, mantener un intercambio de ideas y conocer las formas en que pueden contribuir unas con otras para crecer personal y profesionalmente.

"Una emprendedora para mí es una mujer que está en constante crecimiento y cambio. ¡Emprendemos todo el tiempo! Hay emprendedoras familiares y en las organizaciones se trata de intraemprendedoras".



Tips para ascender

- Debes tener claro qué quieres lograr y tener la certeza de que puedes lograrlo.
- Es aconsejable rodearte de los círculos adecuados, es decir, de las personas que consideras que te pueden ayudar a llegar a esa meta. Sus creencias, hábitos, acciones y logros pueden ser un modelo para ti.
- Hay que saber cuándo ser maestro y cuándo ser alumno, con humildad. Puedes mantener el rol de maestro al compartir conocimiento y decidir estrategias, pero no debes olvidar que es posible aprender todo el tiempo: de los más nuevos, los más jóvenes o alguien de otro departamento.
- Debes estar en una búsqueda constante de posibilidades. Puedes conseguir la oportunidad, respuesta o idea que necesitas incluso en aquellos espacios que parecen no estar vinculados con tu negocio o área.
- Es importante que te involucres y aprendas sobre todos los aspectos financieros de tu negocio o el de la empresa donde trabajas.
- Aprende cosas nuevas, siempre.
- Comparte momentos fuera del horario de trabajo con tu equipo, un café o un paseo. Esto te permitirá conocerlos y comprenderlos mucho mejor.
- Hazle caso a tu corazón.

Liderazgo femenino

Las mujeres construyen una economía inteligente

Una tendencia laboral que se observa cada vez más es la apertura de caminos al talento femenino, fenómeno que genera impactos en la esfera corporativa y en los más diversos mercados.

La incorporación de un mayor número de mujeres al ámbito laboral se asume como un gran logro. Detrás de ello, no dudo que las empresas, ávidas de innovación, genuinamente reconozcan que el talento femenino fomenta la diversidad de pensamiento (y de inclusión en todas sus facetas), el trabajo colaborativo, la gestión por resultados y mejora la productividad de los negocios. Estos valores agregados representan las características asociadas a la gestión de las mujeres, y es lo que ha incentivado a las organizaciones a replantear sus políticas corporativas para crear mejores condiciones para ellas.

Pero también es digno de resaltar el matiz económico que genera la mujer en el mundo de los negocios. Una población femenina, laboralmente activa, que cuenta con posibilidades económicas, se convierte también en un segmento importante que toma decisiones de compras con autonomía total. Esto no sólo refleja su empoderamiento laboral, sino también económico.

Por lo anterior, las empresas deberían comprender que la presencia activa de la mujer en el ámbito laboral permite construir una economía inteligente. La mujer es talento que mejora los resultados de negocio, como también es pieza fundamental en su rol de cliente. Entonces ¿no será una falta de visión estratégica evadir su acceso a los empleos, y más aún, su escalamiento a los puestos de alta dirección?

Trabajar en la transformación de nuevos modelos de vida y empleo a favor de las mujeres es, simplemente, cuestión de inteligencia de negocios. Sirva la reflexión para aquellas organizaciones que aún no se han tomado en serio la relevancia de integrar al talento femenino a sus centros de trabajo.



Gabriela Breña
gbrena@mejoresempleos.com.mx



Fundación
ProEmpleo
Distrito Federal

**“Me enseñó a
crecer y a pensar
en grande”**

Max Estrada - Moná Mana, Diseño mexicano

Fotografía por Distrito Foto Rubí Hurtado y Jorge Cataneo (Empresa egresada de ProEmpleo D.F.)

**Inicia o mejora tu negocio,
nosotros te ayudamos, llama ahora**

T. 5545 0845

www.proempleo.org.mx

01 800 702 8443

Autoexclusión de las mujeres

Si tuviéramos la confianza de desempeñar una ocupación de alta responsabilidad tendríamos la oportunidad de participar en las principales decisiones de nuestro país.



Arleth Leal Metlich
Director Asociado Red Ring

Hace unos meses vino a entrevista una candidata, quien fue seleccionada para ocupar un puesto administrativo de alta responsabilidad en una empresa de primer nivel. Al explicarle las funciones y el compromiso que requería la función, la noté emocionada, no obstante, en un momento, detuvo la entrevista para hacerme el siguiente comentario: "Arleth, me parece muy interesante la vacante, pero tengo que decirte algo: Yo solo puedo trabajar de forma temporal porque me voy a casar y pienso tener hijos, por lo que no estoy considerando seguir trabajando después de eso". A lo que le pregunté: "¿Y cuándo te casas? Necesito saberlo para medir el tiempo en el que tendríamos que buscar tu reemplazo". Ella respondió: "No lo sé. Todavía no tengo novio".

Esa anécdota, junto a otras experiencias con mujeres que he conocido en mi trabajo como Head Hunter y Consultora en Recursos Humanos, ilustra un tema que se pierde de vista cuando se habla de la inclusión de la mujer en el campo laboral: la autoexclusión.

Desde niñas NO hemos sido educadas -todavía en muchos casos- para ser grandes profesionistas o ejecutivas. En nuestro entorno familiar no se acostumbraba celebrar con ahínco nuestros logros escolares y nuestras buenas calificaciones, al contrario, reconocían en gran medida, nuestros aciertos en la cocina. Hoy, en algunas familias, a pesar de los grandes progresos al respecto, se sigue pensando de forma similar.

A pesar de esto, algunas mujeres con otros intereses han navegado a contracorriente y, al terminar sus estudios, a pesar de casarse y tener una familia, han decidido continuar con sus carreras y ser independientes. En algunos casos, desafortunadamente, lo hacen en puestos de mediano nivel.

Se autoexcluyen para una promoción, por el temor de descuidar a su familia si aceptan un alto cargo.

LA CONFIANZA DE LEVANTAR LA MANO

Las mujeres hoy no están alcanzando la cima de sus profesiones, el 48% de las mexicanas han rechazado un ascenso en sus empleos por el impacto que pudiera tener en su vida personal.

Hay otros casos de mujeres que, si quisieran crecer profesionalmente, solo que se autoexcluyen porque creen que no pueden, es decir, porque no tienen la suficiente confianza en sí mismas y consideran que no tendrán la capacidad de ocupar un puesto que comúnmente ha estado cubierto por un hombre.

Hoy las mujeres debemos tener la confianza para ocupar un alto cargo, de levantar la mano en puesto de mayores responsabilidades y así exponer nuestros conocimientos y capacidades. Es verdad que la sociedad ha cambiado mucho en el tema de la inclusión, pero no aún no es suficiente, y será más difícil si estamos inseguras. Si tuviéramos la confianza de desempeñar una ocupación de alta responsabilidad, como ejecutiva de alguna compañía, como política, como escritora, o como empresaria, tendríamos la oportunidad de participar en las principales decisiones de nuestro país.

Y para las mujeres que decidan quedarse, como amas de casa, labor también muy respetable, que sea por su propia decisión y que desde ahí hagan una función importante. Trabajar afuera no tiene que ser lo mejor para todas las personas.

Y las que llegan a ocupar un cargo directivo, será importante que ayuden a otras mujeres a crecer. Nuestro com-

promiso más grande es apoyar a otras mujeres, porque a veces pareciera que ahora el famoso techo de cristal no lo ponen los hombres, lo generamos nosotras mismas. No siempre la mujer es la promotora de la mujer.

EQUILIBRO VIDA-TRABAJO

Debemos también tener la confianza suficiente para escoger una pareja que comparta nuestras aspiraciones. Las mujeres dejan sus mejores promedios, sus lugares, para ser pareja de alguien, como si tuviera que contraponerse un rol con el otro. Debemos de estar orgullosas de nuestros logros y no necesariamente renunciar a ello para ser esposas o parejas.

Es vital tener una pareja a la que no le resulte incómodo nuestro progreso profesional, al contrario, que celebre nuestros logros y que sea capaz de entender nuestros sueños. Debe haber una conciliación de roles en el trabajo y la familia.

Y en esta tarea, será importante buscar un balance en nuestra vida. Hay quien me pregunta cómo se llega a tener un equilibrio personal y profesional y mi respuesta es: "No lo sé, lo sigo buscando todavía". Es difícil llegar a este balance porque cuando crees que lo tienes, en algún momento pasa algo que te obliga a decantarte: o lo personal o lo profesional. El balance perfecto no existe. Pero la búsqueda de ese equilibrio es, en sí mismo, algo admirable.

¡Mujeres! Eduquemos a nuestras hijas en el liderazgo, en el crecimiento profesional en la aspiración, en la ambición, no solo para ser esposas y madres de familia, también para que cuando terminen sus profesiones puedan aspirar a algo más.

Cursos y Diplomados

Diseño



Web



Video



Programación



MacSchool
Centro de arte y diseño digital

TELÉFONOS:

(55) 56 01 56 42

(55) 62 59 54 07

info@macschool.com.mx

**Conocimiento que
genera excelencia**

www.macschool.com.mx

Tenayuca 55 3er piso. Col. Letrán Valle

08:00 am - 09:00 pm Lunes a Sábado



27.06.17

DRIVING REVENUE GROWTH THROUGH

INNOVATION

ROBERT B. TUCKER

MÁS INFORMACIÓN:

Tels. (55) 9172 2180 | (01800) 288 0723 | informacion@seminarium.com.mx | www.seminarium.com.mx



Un rumbo estable para su empresa y bienestar para su capital humano

Soluciones confiables para:

- Administrar estratégicamente el recurso humano
- Reclutar y seleccionar talento
- Mejorar las prestaciones de su capital humano
- Aumentar la rentabilidad de su empresa

www.grupopozzeidon.com.mx

Ciudad de México

Con más de 20 oficinas de representación

Interior de la República:

Baja California, Tijuana; **Campeche**, Cd. Del Carmen; **Chihuahua**, Chihuahua y Cd. Juárez; **Coahuila**, Torreón; **Colima**, Colima; **Durango**, Durango; **Guanajuato**, León; **Jalisco**, Guadalajara; **Nuevo León**, Monterrey; **Puebla**, Puebla; **Querétaro**, Querétaro; **Quintana Roo**, Cancún; **Sinaloa**, Culiacán, Mazatlán y Los Mochis; **Sonora**, Hermosillo y Cd. Obregón; **Tabasco**, Villahermosa; **Tamaulipas**, Tampico; **Yucatán**, Mérida.

Oficinas en Madrid España

www.pozzeidonspain.com

+52 (55) 5559-0441