

mejores empleos

ESPECIAL

**RH frente a la
reapertura económica:
retos y oportunidades**

Atracción de talento en
tiempos de crisis

- La COVID-19 y la
transformación del
emprendimiento
- Ahorrar en tiempos de
vacas flacas no es
imposible

#Juntos Saldremos Adelante



Edición 48
México

01 800 90 EXCEL
(3 9 2 3 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.





Ver video



\$350.00 + IVA
por mes

Más de 1 millón de pesos en coberturas de seguros

- **11 procedimientos quirúrgicos*** comunes por un monto reembolsable de hasta \$50,000.00
- **Seguro Dental** anual que cubre 15 procedimientos hasta por \$10,000.00
- **Seguro de Accidentes Personales***
Muerte accidental \$500,000.00
Pérdida de miembros por accidente escala B \$200,000.00
Reembolso de gastos médicos por accidente \$50,000.00
- **Seguro de Vida** por \$200,000.00

- Asistencia médica telefónica 24/7
- Más de 4,000 médicos especialistas y más de 2,000 proveedores de salud
- Asistencia telefónica nutricional y psicológica los 365 días del año
- Consultas con médicos especialistas \$450.00
- Consulta a domicilio desde \$450.00
- Un traslado en ambulancia gratis al año
- 2 consultas gratis con médico especialista

- 1 check up anual
- 10,000 pesos en cupones y promociones digitales
- Estudios de laboratorio, clínicas y hospitales con precios preferenciales
- Servicio funerario* incluido
- TDConsentido descuentos en establecimientos comerciales*

Y más beneficios...

*Consulta términos y condiciones

Agrega valor e incrementa los beneficios
para ti o tus empleados.

beneficios@grupopozzeidon.com.mx
Llámanos 55 5559 0441

Síguenos



 **www.vrim.com.mx/vrim-elite**
sitio oficial

Contenido

Editorial

- 05** **Esto no es un adiós, sino un hasta pronto**
Carlos Sandoval

Lo que necesitas saber

- 06** **Un nuevo paradigma**
Fernando Véliz Montero
- 08** **La nueva normalidad**
Manuel Javier Hernández Pacheco
- 10** **La nave perdida**
Jorge Andere

Portada

- 12** **RH frente a la reapertura económica: retos y oportunidades**
Por Brenda Martínez Lunar

- 18** **Ahorrar en tiempos de crisis no es imposible**
Por Alma Gómez

Capital Humano

- 22** **La COVID-19 y la transformación del emprendimiento**
Por Alma Gómez

- 26** **Atracción de talento en tiempos de crisis**
Por Brenda Martínez Lunar

Mujeres de éxito

- 32** **Entrevista con Gladys Ramos: “Urge impulsar una mentalidad emprendedora”**
Por Redacción Mejores Empleos

Etiqueta

- 36** **En época de crisis... Sé resiliente**
Horacio Rosas

Panoramas

- 38** **La era de la incertidumbre**
Por Segio Beoriegui

Arte & cultura

- 40** **Caicedo y García Saldaña: duelo de malditos**
Por Erick Baena Crespo

mejores empleos

PRESIDENTE EJECUTIVO

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

DIRECTOR GENERAL

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

COORDINADORA MULTIMEDIA

Edith Ciriaco Ramírez
edith.ciriaco@mejoresempleos.com.mx

REPORTERAS

Brenda Martínez Lunar
brenda.martinez@mejoresempleos.com.mx

Alma Gómez García
alma.gomez@mejoresempleos.com.mx

DIRECTORA DE ARTE Y DISEÑO

María Luisa Soler Aguirre
marialuisa@mejoresempleos.com.mx

CORRECCIÓN DE ESTILO

Penélope Silva Guzmán
contacto@mejoresempleos.com.mx

DIRECTOR ADMINISTRATIVO

Carlos Villanueva Mendoza
contacto@mejoresempleos.com.mx

DIRECTOR COMERCIAL

Francisco Uribe Mayen
contacto@mejoresempleos.com.mx

COLABORADORES

Jorge Andere
Santiago Beorlegui
Gabriela Breña
Manuel Hernández Pacheco
Renata Maldonado
Edwin Alejandro Mendoza
Brenda Morales
Óscar Rodríguez
Horacio Rosas
Fernando Véliz Montero

FOTOGRAFÍA

Pedro García Castro
Luis García López

PRODUCCIÓN DE VIDEO

Miguel Pérez
Pedro Trejo
Jesús Razón
miguel.perez@grupopozzeidon.com.mx

CONSEJO EDITORIAL

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

VENTAS

México
5335-2164
contacto@mejoresempleos.com.mx
www.mejoresempleos.com.mx



#Mejores Empleos



/EmpleosTV

Mejores Empleos, tercer bimestre de 2020. Editor Responsable: Carlos Sandoval Gómez. Inscrito en el Padrón Nacional de Medios Impresos. 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, Ciudad de México, 03100. Imprenta: Litográfica e Impresos Toca, S.A. de C.V., Lago Texcoco No. 28, Colonia Anáhuac, Ciudad de México. Tiraje: 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

“En medio de la dificultad yace la oportunidad”. Esa frase, atribuida a Albert Einstein, uno de los genios del siglo XX, resume en ocho palabras la mística de Mejores Empleos: somos un proyecto editorial que ha enfrentado dificultades de todo tipo, pero que siempre ha encontrado las oportunidades. Pero antes de hablar de las crisis como oportunidad, repasemos nuestra historia...

Desde 2011, año de su fundación, Mejores Empleos, la revista del mundo laboral, le ha ofrecido a sus lectores la información más pertinente y útil en materia de Recursos Humanos y gestión de talento.

En ese mismo periodo, Mejores Empleos no sólo centró sus esfuerzos en una edición impresa, de periodicidad bimestral, sino que fortaleció su página web, redes sociales y canal de TV por internet: Empleos TV. Desde 2018 impulsó el ranking “Las 40 empresas con los Mejores Empleos”. Y apenas en febrero pasado premió a “Las 50 empresas con los Mejores Empleos”, con énfasis en los temas de diversidad e inclusión. En ambos eventos, participaron empresas de la talla de AT&T, Grupo Bimbo, GINgroup, HP, Johnson & Johnson, Natura, Nestlé, Nissan, Mondelez, Scotiabank, entre otras. Y reconocimos a las empresas no por su ganancias, sino por sus programas a favor del bienestar de su recurso más importante: las personas. También, año con año, editamos un libro -sobre algún tópico vinculado al empleo, como la Cuarta Revolución Industrial-, que obsequiamos a nuestros socios, partners, clientes y que regalamos en eventos masivos, como la edición del Foro Internacional Mundo 4T: “Trabajo, tecnología y transformación para todos”.

En ese mismo lapso, también, anticipándonos a otras publicaciones de nuestro nicho, impulsamos con profesionalismo una agenda de derechos: empoderamiento femenino, diversidad e inclusión, no discriminación en los procesos de reclutamiento, licencias homoparentales, entre otros. Y lo hicimos convencidos de que una sociedad plural es una sociedad más justa. En nuestro país no es posible abordar el tema del empleo y las oportunidades sin analizar un tema estructural: la desigualdad. México pertenece al 25% de los países con mayores niveles de desigualdad en el mundo. De

Esto no es un adiós, sino un hasta pronto

ahí que también apostamos, en nuestra agenda editorial, por el tema de los derechos laborales de los repartidores de comida, a través de un reportaje y una entrevista con Gerardina González Marroquín, directora de la Oficina para México y Cuba de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Asimismo,

en nuestras páginas, han desfilado Secretarios de Trabajo de dos gobiernos distintos, con quienes hablamos de los retos y oportunidades en materia laboral, además de los líderes de RH más importantes del país.

Así iniciamos emocionados este 2020, con nuevos proyectos y planes a futuro. No obstante, la crisis económica derivada de la pandemia de la COVID-19 nos hizo retroceder, repensar la forma de hacer nuestro periodismo y reiventarnos. Enfrentamos un reto sin precedentes, que ha derrumbado muchos paradigmas y de cuyos efectos no somos inmunes, desafortunadamente.

Día a día, desde marzo pasado, hemos informado puntualmente, en nuestro sitio web, sobre la tragedia causada por la COVID-19, la cual no sólo -tristemente- le ha arrebatado la vida a miles de mexicanos, sino que ha destruido empresas y fuentes de empleo.

De ahí que esta carta editorial no sea sólo un repaso de nuestra historia, sino un hasta pronto. A partir del 3 de agosto de este año, Mejores Empleos entra en un receso obligado, indefinido, con el fin de reestructurar nuestro proyecto y definir sus prioridades. Esperamos, a nuestro regreso, contar con tu confianza, querido lector.

Mientras tanto disfruta este número que hicimos con mucho cariño sobre los retos que enfrentarán las áreas de RH frente a la pandemia y la nueva normalidad.

#JuntosSaldremosAdelante porque, como decía Einstein, “en medio de la dificultad yace la oportunidad”.

¡Ánimo!

Carlos Sandoval Gómez
Presidente Ejecutivo



UN NUEVO PARADIGMA



Fernando Véliz Montero
Ph.D © y Magister en
Comunicación
/ Coach Ontológico

E

En algunos países de Latinoamérica llevamos más de cuatro meses en cuarentena y la naturaleza, poco a poco, responde con signos de vida. A ratos pareciese que el ser humano es el verdadero virus que ha pulverizado el medio ambiente, el clima, las aguas, los animales, todo. Y tras este nuevo escenario, bajo esta cúpula de temores e incertidumbres que hoy nos gobiernan, nos resistimos a una ola de dolor social frente a una pandemia que no claudica en doblegar la salud de los cuerpos de un planeta por ahora en ascuas.

EL DÍA DESPUÉS

En el campo del trabajo esta tensión sanitaria está generando golpes mortales, momentos insospechados de desorientación y colapso organizacional. La recesión mundial ya está sobre nosotros, y la ceguera nos lleva a un campo de interrogantes que nadie sabe cómo sostener con respuestas medianamente verosímiles. Sólo tenemos una certeza: cuando volvamos a la "(nueva) normalidad", tendremos que ser mejores personas, mejores colectivos humanos y todo esto tendrá que ocurrir bajo renovadas culturas organizacionales. Es decir, ya no será suficiente con ser y hacer más de lo mismo, ¡obviamente que no!

¿Y cómo será este esperado "día después" para el mundo del trabajo?, ¿qué tipo de organizaciones deseamos que nazcan pos esta crisis epidemiológica y de sentido? Aquí enlisto algunas ideas:

- Empresas con culturas organizacionales coherentes entre lo que dicen y lo que aspiran hacer (valores, misión...); es decir, organizaciones consistentes.
- Instituciones productivas con climas organizacionales al servicio de la expansión humana, en donde el respeto sea el eje central de las relaciones.
- Organizaciones con liderazgos verosímiles, consistentes, justos, nutritivos y al servicio de relaciones comprometidas con el aprendizaje de todas y todos.

- Ya no más equipos de trabajo, sino más bien, verdaderas comunidades de aprendizaje, grupos humanos fundados desde una curiosidad sin límites.
- Con otros niveles de confianza, ya que el rol de ésta es coordinar acciones, por lo mismo, con una confianza más extendida y compartida desde el ser.
- Con una participación comprometida, desde una actitud grupal inspirada en la inclusión y el empoderamiento tras el logro de propósitos acordados.
- Empresas conscientes de sus emociones y estados de ánimo, colectivos capaces de rediseñar sus espacios emocionales bajo nuevas distinciones.
- Compañías con unas comunicaciones internas, más participativas, creíbles y empáticas en sus contenidos e interlocutores. Transversales en sus flujos.
- Organizaciones con un propósito compartido, de todos, asumido y validado desde prácticas conductuales coherentes y consistentes en el hacer diario.
- También tendrán que surgir organizaciones con un nivel de gestión superior, de excelencia, que optimice y rentabilice el esfuerzo de todos.
- Con mayor rigor para levantar una cultura del autocuidado poscrisis, donde todo se cuide conscientemente (personas, aprendizajes, beneficios, etc.).
- Con mejores conversaciones, diálogos efectivos, serios y al servicio de un armonizamiento organizacional colaborativo y valorado por todos y todas.
- Empresas con una capacidad de aprendizaje superior al promedio, conscientes que el conocimiento es el gran valor agregado en esta poscrisis.
- Con equipos de RH a la altura de los retos, con mayores criterios, más empoderados y al servicio de un blindaje organizacional efectivo y resuelto.
- Instituciones con una escucha comprometida y enfocada en modernizar no sólo con tecnología, sino también con valores y dinámicas éticas verosímiles.
- Capacitando a la gente, formándola desde saberes que generen expansión, sentido, empoderamiento y nuevos resultados organizacionales.
- Entendiendo que las crisis no se olvidan, sino que se resignifican, es decir, se aprende de lo vivido, de lo experimentado se sacan conclusiones reales.
- Instituciones apreciativas desde lo que tienen, desde lo que son, desde lo superado; organismos laborales conscientes de sus luces

Cuando cambian los contextos, cambian también los valores. Y este es uno de esos momentos. El mundo del trabajo está viviendo una experiencia "modo laboratorio", la cual no pasará desapercibida.

y fortalezas.

- Empresas más enfocadas en sus trabajadores y familias; instituciones más humanas y sistémicas en el cómo fortalecer su Desarrollo Organizacional.
- Organizaciones serias en el cumplimiento de las leyes laborales y abiertas a fortalecer el diálogo con el mundo de los trabajadores y sus gremios.
- Instituciones que capaciten a sus líderes (gerentes y jefaturas) con nuevos saberes, valores, prácticas y creencias. ¡Urge soltar el liderazgo capataz!
- Compañías que validen el reconocimiento, el agradecimiento, la valoración y el dar un espacio a quienes destacan, trabajan bien y se comprometen.
- Empresas que no sacarán provecho de la crisis para encubrir argumentos y así aplicar tratos injustos en los sueldos y derechos laborales de las personas.
- Empresas que comprenderán que la mirada del trabajo es sistémica y sinérgica. Sólo pensar en la tarea, en el proceso, es debilitar la globalidad.
- Organizaciones con una vocación no sólo por informar (dar), sino que también por comunicar (entenderse). Diálogo es sinónimo de encuentro.
- Culturas organizacionales que ya no busquen la competitividad interna (entre áreas), sino más bien, la colaboración tras un desafío en común.

NO SEREMOS LOS MISMOS

Cuando cambian los contextos, cambian también los valores. Y este es uno de esos momentos. El mundo del trabajo está viviendo una experiencia "modo laboratorio", la cual no pasará desapercibida. Todos están observando las conductas (líderes, equipos, áreas, etcétera), el cómo se hacen las cosas, el cómo se aprende y el cómo se sostienen los nuevos desafíos. Lo relevante de todo esto es asumir que, más allá que cambien los escenarios de gestión, las personas seguirán siendo el factor crítico de éxito para diferenciarse de las otras compañías. Y es este punto, las personas, en donde se debe hacer el foco de acompañamiento, reflexión y motivación para llevarlas a un nuevo estadio de posibilidades. En la medida que las trabajadoras y trabajadores de una compañía crezcan al interior de sus organizaciones, esa fuerza – individual y grupal– expansiva obviamente también llegará al núcleo de las empresas, sus operaciones y resultados finales.



LA NUEVA NORMALIDAD



Manuel Javier Hernández Pacheco

Experto en Capital Humano en la EBC

D

Dentro del ámbito de la administración del talento humano surgen varias preguntas acerca de cómo enfrentar la “nueva normalidad” en el entendido de que la forma de relacionarnos, hacer negocios, comunicarnos y alcanzar las metas corporativas ahora deben tener un componente pandémico con todos sus efectos.

Los viajes de negocios, las reuniones y convenciones, las actividades para la construcción de equipos de trabajo y los programas de reclutamiento y selección serán afectados desde distintos ángulos. La eficacia en el desempeño, la cercanía necesaria, la consideración hacia los demás y quizá, en el peor de los escenarios, el abandono intempestivo de trabajo por enfermedad y muerte, ejercerá mayor presión a las empresas. Ante la tragedia que vivimos urge que las implementen programas de protección sanitaria, manejo de la ansiedad, distancia necesaria al convivir y técnicas de aceptación de lo inevitable como tanatología.

Para el mundo empresarial éste es el panorama previsible de la “nueva normalidad”, por lo que las implicaciones dentro de la operatividad de las áreas de RH tienen retos y oportunidades en la búsqueda de perfiles y sus nuevas competencias acorde a la nueva normalidad.

REDEFINIR ESTRATEGIAS

Derivado de lo anterior es necesario para las organizaciones establecer una estrategia para cambiar la velocidad de respuesta en sus programas de reclutamiento, capacitación y protección del clima laboral, así como integrar a sus presupuestos la consideración de actividades que ahora son indispensables.

Por ejemplo, la batería de pruebas psicométricas debe ser de lo más variado y no responder a un sólo estilo, ya que la oferta de puestos de trabajo y la cantidad de pruebas aplicadas en línea, serán fácilmente identificadas por los candidatos principalmente para las áreas de gerencias y superiores.

La integración de medidas sanitarias en espacios de convivencia sólo puede ser aprobada una vez que se haya capacitado a la compañía acerca de las

prácticas correctas de prevención de contagios, lo que determinará el tener que establecer programas de educación sanitaria y reforzamiento periódico; compartir buenas prácticas así como malas noticias; la observación de obligatoriedad de estas buenas prácticas debe ser integrada en los códigos de conducta y seguramente en la revisión contractual anual, incluso y dependiendo de la gravedad, integrar un tema punitivo en bonos por alguna inobservancia.

Debido a la volatilidad de la pandemia y a la incertidumbre alrededor de la misma, lo más prudente es considerar que dentro de los siguientes 5 años las empresas deberán reinventarse, reacomodarse en el mercado y redefinir estrategias aún no previstas, para poder sobrevivir y buscar mantener los niveles de ventas establecidos en los presupuestos. Seguramente esto implicará cambios en el personal; reestructuras, aperturas y cierres de divisiones completas a una velocidad sin precedentes, proteger los mensajes de cambio tanto del empleado que se va como del que se queda, así como la forma misma de operar RH, haciendo alianzas con otras compañías para compartir perfiles profesionales y correctos cuándo por estos cambios éstos ya no tengan cabida en la organización.

Sin duda, el auténtico reto es desarrollar la conciencia individual necesaria ante la prevención y sus efectos, asegurar el comportamiento grupal profesional correcto y ayudar al CEO a hacer los cambios necesarios en la estructura y el negocio, sin menoscabo del clima laboral.

LAS NUEVAS COMPETENCIAS

En cuanto a las oportunidades las compañías deben hacer mayor énfasis en la identificación de competencias en habilidades interpersonales, ya que el trabajo a distancia puede atemperar un perfil que no las haya desarrollado aún y ser muy eficiente en el tema técnico.

Existirán formas de contratar y enriquecer las compañías si sabemos dónde mirar habilidades como: accesibilidad, preocupación por los colaboradores, compasión, manejo de la diversidad, integridad y confianza, habilidad de informar y manejo a través de sistemas, serán las nuevas competencias que el mercado laboral debe valorar como parte fundamental del portafolio conductual en la "nueva normalidad".

Mantener el enfoque de que pertenecemos a un sistema económicamente productivo y asentar las bases para que lo siga siendo en el futuro, nos dará la pauta para encontrar las demás formas de colaborar para que eso suceda, asistiendo a la empresa desde nuestra posición en la administración del talento humano.

CONSULTORIO DE RH

Millennials y centennials en tiempos del COVID-19

En medio de la pandemia de COVID-19, los profesionales de RH seguimos aprendiendo de los *millennials* y *centennials*, quienes siguen dando cátedra sobre cómo cambiar viejos paradigmas. Y es que ante la emergencia sanitaria que ha obligado a muchas organizaciones a adoptar esquemas de *home office*, estos colectivos no sólo han demostrado su capacidad para trabajar de manera remota con miembros de la generación X, sino su franca facilidad para proponer, dirigir, ejecutar e innovar desde su particular visión del mundo.

¿Cómo son, qué los motiva y qué buscan estas nuevas generaciones? ¿Cómo se integran y permanecen en el rompecabezas organizacional? Aunque no hay una respuesta única ni contundente, existen referentes sobre su perfil laboral.

Por ejemplo, sobre los Z o *centennials* sabemos que suman unos 2 mil 400 millones de personas en el mundo, que nacieron entre 1998 y 2010 y que representan alrededor del 32% de la población total. Son nativos digitales, les gusta gestionar su conocimiento y tienen una gran capacidad emprendedora. De acuerdo con una investigación de Bumeran, 40% está dispuesto a trabajar "en cualquier lugar" siempre y cuando pueda disfrutarlo, mientras que 13% desea hacerlo en una empresa que le permita manejar sus propios tiempos.

Esto comprueba que además del salario, estos jóvenes buscan un ambiente de trabajo agradable y la conciliación entre la vida personal y laboral.

¿Qué ocurre con los *millennials*? Algo similar: esta generación nacida entre 1981 y 1997, que supone el 30% de la población mundial, también ha cambiado muchos paradigmas.

En medio de la pandemia por COVID-19, los *millennials* y *centennials* resaltan como los impulsores naturales del trabajo a distancia impuesto por la naturaleza del virus.

En Natura -donde 49% de los colaboradores tienen entre 30 y 39 años y 38% tiene entre 18 y 29- apreciamos su talento. Sabemos que este 2020 las organizaciones dependen más que nunca de su innovación, conocimiento y autogestión; así como de su capacidad para amalgamar y capitalizar la experiencia de los colaboradores de mayor edad (generación X).

Es tiempo de sumar, de reconocer las capacidades de *millennials* y *centennials* y de 'abrirse' a nuevos esquemas de colaboración que, más allá del ritmo que marque la pandemia, garanticen un clima laboral estable.

Ciertamente habrá que delimitar objetivos, medidas de control y esquemas de medición; definir tareas y funciones, establecer liderazgos colaborativos y plantear las mejores prácticas, todo con ayuda de la tecnología y sin perder de vista las necesidades y expectativas de estos colectivos.

Las empresas que lo logren sin duda serán las ganadoras al tener empleados satisfechos, productivos y leales.



Renata Maldonado

Directora de Recursos Humanos de Natura México
@Natura_Mexico



LA NAVE PERDIDA



Jorge Andere Martínez
Director General
Grupo Andere

U

Un viento fuerte encrespó el mar y levantó olas violentas. La barca en la que navegábamos se movía mar adentro, sin control, agitada por corrientes cruzadas. La madera vieja se movía sin rumbo en aguas furiosas. Por momentos, el remolino la dejó girando en el mismo punto. Las olas, cada vez más violentas, impedían ver el horizonte.

Después de varios meses, nuestra barca zaran-deada entre el mar y el cielo, nos ha dejado ondas amargas. El miedo, convertido en angustia, ha trepado a nuestros pulmones.

CORREGIR EL RUMBO

Todo lo de la COVID-19 nació en un mar globalizado, aparentemente en Wuhan. A pesar del desconfinamiento en algunos países, aún seguimos en el "aislamiento obligado", desde donde surge una toma de conciencia, una trémula llama encendida con el dolor que nos impulsa a cambiar. Ya no queremos estar a la deriva, no deseamos navegar sin rumbo.

La propagación continua de la epidemia ha desencadenado múltiples cuestionamientos a formas de vida. El antivirus de la mente tendrá que construir una sociedad sin ideologías totalitarias o individualistas. Crear un mundo más humano, solidario y equitativo.

Es triste que una catástrofe, una tragedia global, nos obligue a corregir el rumbo de nuestra nave perdida. La COVID-19 se anunció, se vio como flecha fluorescente, pero penetró en nuestros pulmones de forma invisible. Este virus no distingue pobres de ricos, dueños de empleados, ciudadanos de estadistas, triunfadores de perdedores.

¿Cuál es el miedo que subyace al estar sumergidos en este mar violento? Además de la muerte, existen temores como la pérdida de libertad, la degeneración de las relaciones humanas, la soledad, el vacío de no poder tocar a nuestros seres queridos. Hoy contactamos a través de una pantalla, dependemos de las decisiones políticas y económicas de los gobernantes. Algunos más holgados, otros, han perdido su trabajo y su economía, lo que los tiene inmersos en la angustia.

¿Cuál será el futuro de nuestros niños y jóvenes, si hemos destruido nuestro planeta con mares pe-

gajosos de petróleo, arrecifes allanados, radiación a puños en el cielo, borrado el verdor de los bosques y montañas, manchado el cristal de nuestros ríos?

En esta pandemia, en esta penumbra, me puedo quedar como espectador y dejar mi nave al garete con diatribas y condenas, o recuperar mi libertad siendo protagonista y responsable como persona y como empresa.

CAMBIAR NUESTRO DESTINO

Después del trauma causado por la pandemia, ¿cómo puedo darle rumbo a mi barca quebrada?, ¿cómo puedo ser protagonista?, ¿cómo puedo evitar trastornos leves o permanentes en mi familia y en mis colaboradores?, ¿cuál es la clave?

No soy partidario de los consejos, y menos de las recetas, porque cada quien está viviendo una realidad diferente en esta pandemia. Sólo me gustaría meditar con ustedes para juntos ampliar conciencia. Solemos decir: "Después de niño ahogado, a tapar el pozo".

A partir de este quiebre en donde la tecnología tenía paralizada la conciencia, hoy es urgente cuidar la Tierra y recuperar los pámpanos y frutos, la vegetación, la biósfera y la diversidad. Cada quien desde su trinchera. Las grandes crisis nos pueden llevar a acciones, en apariencia insignificantes, que cambien nuestro destino y el de nuestros pequeños.

Es una época de purificar, de distinguir lo verdaderamente importante de lo superfluo, de diferenciar lo esencial del materialismo absurdo, de dejar de percibir el mundo como un objeto desechable, como lo menciona Zygmunt Bauman en su libro *Vida líquida* (Paidós, 2006).

Tenemos que levantarnos, tras la caída, y volver a caminar. Ser responsables y creativos: encontrar nuevas formas de hacer negocio y recuperar el bienestar renunciando a la riqueza individualista y egocéntrica. Trabajar de la mano de nuestros equipos, buscando acuerdos.

Para cerrar esta reflexión, deseo desde el corazón, que por encima de todo, cuidemos de nuestra salud física y psicológica. Salir de la caverna con un pensamiento más humano y expansivo. Salir de la jaula materialista en la que estábamos antes de la pandemia, infautando la tecnología. Sin reduccionismo pero ahora integrando los avances tecnológicos al bienestar del grupo. Si meditamos y buscamos el sentido desde el interior, descubriremos que la vida tiene valor si caminamos y crecemos con los demás.

La brújula de esta barca perdida nos dirige hacia la recuperación del ser humano, en nosotros y en los demás, como lo afirma Teilhard de Chardin: "La Noosfera como conciencia es la capacidad de reflexión, capacidad de saber que sabe y cuida del medio ambiente".

INSPIRACIÓN PARA LLEVAR

Itzel Romo: del sotano al techo

Itzel Romo, mexicana aguerrida y disciplinada, pasó de vivir en un sótano ajeno y casi sin posesiones a facturar más de un millón de dólares en su propia empresa.

Su historia es fascinante.

Itzel viajó a Estados Unidos con la intención de estudiar inglés para cumplir con los trámites necesarios para su titulación, sin embargo, de manera casi inmediata se dio cuenta de que los gastos hacían imposible su estancia allá, por lo que decidió postergar sus estudios para ingresar al mercado laboral y poder seguir con sus planes.

La situación se complicó de tal modo que, junto a su hermana, se vio en la necesidad de vivir en el sótano de una amiga, pues las cuentas eran elevadas y los trabajos no eran bien remunerados. Hubo ocasiones en que el frío y el hambre las acecharon ferozmente pero no se dieron por vencidas. Pasó de lavar baños a trabajar como ayudante en una carnicería e incluso vender productos infantiles con jornadas que llegaban a superar las 60 horas semanales.

Y eso fue sólo en su primer año viviendo el "sueño americano". En diversas ocasiones se vio tentada a dejar todo y regresar a México. Itzel confesó que, en muchas ocasiones, se vio rebasada por el llanto ante su complicada situación, pero su deseo de cumplir sus metas era más fuerte.

En su búsqueda de nuevas fuentes de ingresos se encontró con la oportunidad de vender servicios de *roofing* (techado) de casa en casa. Este tipo de ventas eran cansadas y monótonas, pese a ello aprendió del negocio y se enamoró de dicha área de la construcción. Decidió involucrarse más en dicha actividad y estudió de manera independiente sobre el tema, tomó cursos *online* y adquirió capacitaciones extras para comprender más sobre el tema.

Dicho compromiso con el trabajo se vio reflejado en su trayectoria pues pronto empezó a ascender dentro de la organización. Rápidamente se convirtió en *project manager*, para luego ser supervisora y finalmente dueña de su propia empresa de *roofing*.

En su primer año, King Roof Renovations logró facturar más de un millón de dólares, gracias a la tenacidad de Itzel Romo, quien diariamente pelea por ser la mejor en el ramo. Estando consciente del camino recorrido, Itzel sube a los techos de sus clientes para supervisar las obras, evalúa presupuestos, ofrece sus servicios de puerta en puerta y recuerda que alguna vez solo pudo aspirar a dormir en el sótano de alguien más.



Edwin Alejandro Mendoza Morales
@alerock77





RH frente a la reapertura económica: retos y oportunidades

Por Brenda Martínez Lunar

Tras cuatro meses de confinamiento, en los que hemos transitado de la Jornada Nacional de Sana Distancia, pasando por la Nueva Normalidad y la implementación del semáforo sanitario, el gobierno mexicano ha tomado medidas para reabrir algunos sectores económicos de forma paulatina. Los protocolos de regreso a las oficinas, sin duda, deben de priorizar la salud de los colaboradores a través de filtros de acceso y espacios sanitizados, por ejemplo. El reingreso a las oficinas, de acuerdo a los especialistas, responderá -además de las indicaciones de la autoridad sanitaria- a la realidad de cada negocio, pues no es lo mismo una pyme que una empresa transnacional. Y esa labor, sin duda, involucra a las áreas de RH, pilares en los planes de adaptación a la nueva realidad.

E

El pasado 13 de mayo el Gobierno Federal dio a conocer el semáforo regional, el cual se dará paso a la reapertura de actividades económicas, sociales y culturales.

Posteriormente, la Secretaría de Economía (SE) anunció las medidas que deberían tomar las empresas para reintegrarse bajo el esquema de la Nueva Normalidad y así regresar a su plantilla laboral a la oficina, siempre priorizando la salud de sus colaboradores.

De acuerdo a la encuesta "Retorno al trabajo postcovid-19", realizada por Mercer, el 43% de las empresas planean retomar sus operaciones en la oficina cuando la curva de contagios se aplane. El resto lo hará de forma gradual y con las medidas sanitarias correspondientes.

El 28% de los encuestados brindará la opción de *home office* de forma indefinida, siempre y cuando su rol se los permita. Sin embargo, las circunstancias no son iguales para todos los trabajadores en México, pues existen 4.1 millones de mipymes versus mil 746 multinacionales; es decir, más de mil empresas brindaron la opción a sus colaboradores para trabajar desde casa, y lo seguirán haciendo, al menos que se sientan seguros con reincorporarlos a sus labores diarias. Pero son más de cuatro millones de empresas que posiblemente aplicaron un esquema de teletrabajo, aunque desafortunadamente no pueden seguir en este esquema y tendrán que reintegrarse bajo el semáforo regional, siempre teniendo en el centro de la toma de decisiones a sus colaboradores.

Buna es una pyme con impacto conformada por 29 colaboradores. Al ser un negocio enfocado en la venta de café, su demanda se fue a cero cuando el Gobierno Federal declaró la Jornada Nacional de Sana Distancia, prohibiendo la apertura de restaurantes, quienes son su principal cliente.

Fernando Aguilar, encargado de Vinculación e Impacto en Buna, cuenta que debido al confinamiento su producción se fue al 10%, por lo que mandaron a su personal a trabajar desde casa y redujeron a tres días el trabajo en la tostadora.

Sin embargo, explica que no todos sus colaboradores tuvieron la fortuna de hacer teletrabajo, pues los baristas se quedaron sin la posibilidad de desarrollar su empleo en dicho esquema, por lo que pudieron ofrecerle -solo a uno- la opción de desempeñar otro rol en lo que se reabrían las cafeterías.

Por otra parte, AXA fue nombrada como una empresa esencial, por ello, durante toda la contingencia se mantuvieron laborando al 100%.

“Hemos tenido no sólo el derecho, sino la obligación de seguir trabajando y aunque hemos enviado a la mayoría de nuestros trabajadores a *home office*, hay actividades que se quedaron en la oficina como *contact center*, tecnología y los ajustadores”, explica Javier Oroz, secretario general de AXA México.

Al tratarse de una empresa multinacional, se hizo valer de la experiencia de sus corporativos en Asia, de esta manera a la llegada de la COVID-19 a México, ya contaban con un plan y medidas para enfrentar la pandemia.

La compañía acondicionó sus oficinas para que el 5% pudiera desempeñarse con toda seguridad en sus instalaciones. Aún antes de que lo decretara el Gobierno, ellos ya contaban con oficinas sanitizadas, filtros de acceso con personal de salud, además de proveer a sus colaboradores de cubrebocas y caretas.

“Para nosotros fue rápido y fácil desplegar a nuestros colaboradores a teletrabajo, pues tuvimos bastante tiempo para prepararnos”.

Jorge Corrales, gerente de ventas y consultor de Transformación de RH en ServiceNow, explica que los planes de hacer trabajo de forma remota ya estaban en las empresas, pues a nivel global 41% ya lo aplicaba. Sin embargo, bajo la coyuntura del nuevo coronavirus, se aceleró el proceso “Este tipo de eventos hace que el mundo laboral

Tanto Buna como AXA han decidido privilegiar el esquema de *home office* para sus colaboradores con hijos, pues estos se integrarán a las oficinas hasta que la SEP comience las clases presenciales.

evolucione. Es claro que la forma de trabajo que conocemos ya no volverá a ser la misma, ahora viene una constante evolución”.

PRÁCTICAS EMPRESARIALES

El 17% de los encuestados por Mercer considera importante realizar la prueba de la COVID-19 y anticuerpos antes de regresar a la oficina. Además el 29% señala que pondrá rutas de transporte financiadas por la empresa.



La segunda fue una de las alternativas que tomó Buna durante el periodo de sana distancia y ahora bajo la nueva normalidad. Para los trabajadores que continuaron sus labores en la tostadora proporcionaron vehículos con un chofer para que no tuvieran que usar el transporte público. “Este plan de movilidad se irá reduciendo conforme avance el semáforo, cuando este marque verde quitaremos esta opción”.

Los empleados que acuden a las instalaciones de Buna son quienes deben estar para que la compañía siga operando físicamente; es decir, entre 11 y 13 personas, explica.

Posteriormente reintegrarán a su plantilla laboral cuando el mercado les exija un incremento en la producción de café. Por ahora, sólo abrieron su cafetería bajo el esquema que el Gobierno de la Ciudad de México instruyó a los establecimientos.

Mientras tanto AXA tomó la decisión de reintegrarse a la oficina hasta que el semáforo esté en color amarillo. "El plan de regreso total constará de 20 semanas siempre y cuando el semáforo se mantenga en dicho color".

Oroz explica que esta fue una decisión que tomó el Comité, pues el *home office* funciona de manera eficaz, además sirve como un arma para que los colaboradores se adapten a la nueva normalidad en sus vidas diarias.

Los colaboradores que tienen un nivel alto de vulnerabilidad, comenta, serán los últimos en integrarse a la oficina.

Al ser una empresa de tecnología, Service-Now implementó sus herramientas *emergency response management* y *safe workplace*, para saber cómo enfrentar la nueva normalidad, aplicando encuestas personalizadas para conocer qué tan preparado está el trabajador para regresar, además del inventario de insumos de higiene sanitaria.

Tanto Buna como AXA han decidido privilegiar el esquema de *home office* para sus colaboradores con hijos, pues estos se integrarán a las oficinas hasta que la SEP comience las clases presenciales.

LOS RETOS MÁS URGENTES

Aguilar menciona que se deberá cambiar la cultura empresarial, pues ellos están acostumbrados a la cercanía con sus compañeros, además explica que su principal fundamento es la realización de

El reintegrarse a la rutina diaria, pero con ciertos aspectos modificados implica que los trabajadores estén cansados mentalmente.

eventos y el trabajo codo a codo, pues el compañerismo se vive en todos los momentos en la oficina y eso implicaría cercanía persona a persona.

Además considera que el reintegrarse a la rutina diaria, pero con ciertos aspectos modificados implica que los trabajadores estén cansados mentalmente.

Explica que lo mejor que pueden implementar las empresas cuando se está bajo un panorama "borroso" es mantener el diálogo y la transparencia. "La comunicación con los trabajadores y ser sinceros ante la situación es lo que nos ha permitido lidiar con decisiones difíciles, nosotros en lo que menos pensábamos era en acciones legales. Nuestra cultura es diferente y logramos construir confianza en ellos".

Oroz comenta que se debe privilegiar la salud física y mental de los trabajadores, además de priorizar las medidas de higiene y seguridad en los centros de trabajo.

"Es una inversión de suma importancia para la empresa, pero también para que los trabajadores estén seguros".

Finalmente Corrales explica que la sincronización entre RH y las otras áreas del negocio es lo que se pudiera complicar.

Asume que hay un componente psicológico con el que todas las empresas deberán lidiar: "Nos estamos adaptando a la nueva normalidad, el área de RH va a tener que evolucionar para identificar y ayudar a los colaboradores vulnerables mentalmente y reintegrar a aquellos con buena estabilidad".





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



Ahorrar en tiempos de crisis no es imposible

Por Alma Gómez

Un dato positivo: se prevé que el confinamiento, derivado de la pandemia por el nuevo coronavirus, impulse el crecimiento del *e-commerce* en un 60% tan sólo en 2020. Un dato negativo: el desempleo en México alcanzará una tasa de 7.2% en el segundo trimestre del 2020, lo que significa que algunos de los cientos de miles de personas que hoy están haciendo una compra en línea, mañana -probablemente- se quedarán sin trabajo. De ahí la importancia de impulsar el ahorro a través de la elaboración de un presupuesto mensual, invertir ingresos en un monto de inversión y eliminar los gastos inútiles. Conoce aquí los consejos y tips de la mano de los especialistas en el tema.

E

Es como tener dos litros de agua y beberlos a sorbos durante varios días. Así ejemplificó Mariano Sardáns, CEO de FDI Gerenciadora de Patrimonios, el cuidado que las personas deben tener con el flujo de efectivo en tiempos de crisis.

Si bien los gastos en traslados y comidas se redujeron durante el confinamiento, muchas personas están gastando más de la cuenta, a través de compras en línea, incluso quienes desconocen si conservarán sus empleos.

Las cifras de la Encuesta Nacional de Vivienda (ENVI, 2017), realizada por el Inegi, arrojan luz sobre el tema: el 30% de los mexicanos encuestados afirmó contar con recursos sobrantes. De ese porcentaje, el 14% lo utiliza en el pago de deudas, el 12% para realizar compras y el 3% restante lo destina a una beneficencia. Es curioso: nadie lo destina al ahorro.

“Seis meses de gastos ahora alcanzan para cubrir nueve meses porque no estamos saliendo a las calles y, sin embargo, pocos ahorran”, aseguró Sardáns.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (Enigh, 2018), elaborada por el Inegi, el gasto promedio trimestral por hogar es de 31 mil 913 pesos: de esta cantidad, 11 mil 252 pesos se destinan a alimentos, bebidas y tabaco. Mientras que sólo 838 pesos se destinan para los cuidados de la salud. Otra vez: en estos datos no se contempla el rubro del ahorro.

¿En qué gastan los mexicanos?

Alimentos, bebidas y tabaco (35.3%)
 Transporte y mantenimiento de vehículos (20%)
 Educación (12.1%)
 Vivienda y servicios de la misma (9.5%)
 Cuidados personales (7.4%)
 Artículos de limpieza (5.9%)
 Vestido y calzado (4.5%)
 Transferencias de gasto (2.8%)
 Cuidados de la salud (2.6%)

Fuente: Enigh, 2018

¿POR QUÉ NO PODEMOS AHORRAR?

De acuerdo con AXA, el 50% de la población laboralmente activa mencionó no tener los ingresos suficientes para crear un fondo de ahorro.

Regina Reyes Heróles, autora del libro *Vivir como reina y gastar como plebeya* (Diana, 2014), señaló -a través de un webinar- que las personas argumentan que no ahorran porque sus ingresos no se los permiten.

"La realidad es que no nos alcanza para ahorrar porque no tenemos un presupuesto", sostuvo.

Si se tiene un presupuesto que contemple el consumo, pero no el ahorro, dijo, será difícil administrar el dinero. De ahí la importancia de contemplar el ahorro en las estimaciones. Reyes detalló que el control de consumo es indispensable para saber en qué sí y en qué no se debe gastar. Todos los desembolsos deben contemplarse y presupuestarse. Además agregó que la planeación mental no es suficiente, se debe hacer por escrito para que realmente funcione.

TIPS PARA GASTAR MEJOR

Este es un hábito sencillo, pero cuesta trabajar en él. Ahorrar no debe significar un sacrificio, sino una decisión razonada, consciente.

El ahorro debe considerarse como una prioridad. Sin embargo, ahorrar por ahorrar no tiene sentido, cobra tal cuando se conoce el objetivo del mismo, aseguró Reyes Heróles. Antes de

empezar a hacerlo se debe tener claro para qué se usará el dinero y para cuándo se necesitará.

Reyes Heróles puntualizó que para cuidar la economía personal se necesita:

- Tener un registro de gastos, lo que ayudará a saber a dónde se va el dinero. Se puede hacer cada quincena.
- Llevar a cabo un registro de ingresos. Hay que conocer cuánto dinero llega a la casa y de dónde proviene. Esto nos permite conocer la salud de las finanzas.
- Generar un presupuesto. Dicho registro deben incluir los ingresos y gastos de forma detallada, además de contemplar el ahorro.

LA ERA DEL AHORRO POSTCOVID

Cuando la situación del país lo permita, habrá gente que salga a gastar sin embargo, y no sepan que se quedaron sin empleo, porque no se los han notificado. Sardáns recomendó que los gastos deben realizarse de forma gradual y consciente, para conservar el dinero que aún se tiene.

Otra de las claves para poder ahorrar se relaciona con la disminución de gastos. "Si comes fuera de casa 5 veces por semana, comienza a hacerlo 4, luego 3, hasta que cada vez lo hagas menos. La austeridad es un factor importante", resaltó.

¿Qué pasa con la salud financiera de los mexicanos?

Al menos 3 de cada 10 mexicanos acepta que en el último mes gastó más de lo que podía.

El 18% de las personas lleva algún tipo de registro de gastos, deudas, ahorros e ingresos.

Solo 14% de los mexicanos tiene algún ahorro o inversión formal.

El 66% no sabe con claridad cuánto dinero gasta al mes.

Fuente: Regina Reyes, autora del libro *Vivir como reina y gastar como plebeya*.



Desde este momento es indispensable ahorrar, pues es clave para cualquier situación. Cada persona, de acuerdo a sus posibilidades, encontrará gastos que pueda recortar o postergar, aseguró.

Por otra parte, la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (Condusef) emitió estas 5 acciones te ayudarán a ahorrar:

- Realiza un presupuesto para saber cuánto ganas, cuánto gastas y cuál es tu margen de ahorro.
- Separa tus necesidades de tus deseos.
- Termina con los gastos hormiga.
- Establece metas a corto, mediano, y largo plazo, esto te motivará a seguir haciéndolo.
- Ahorra de manera formal.

EL SECRETO ES LA INVERSIÓN

Sin embargo, ahorrar no es suficiente. "Si sólo se guarda el dinero corre el riesgo de perder su valor debido a los efectos de la inflación. El secreto es ahorrar para invertir. Son acciones conjuntas", recalcó Sardáns.

"Tenemos que buscar que el dinero rinda frutos, que trabaje por nosotros e incrementalmente

Sin embargo,
ahorrar no
es suficiente.
"Si sólo se
guarda el
dinero corre
el riesgo de
perder su
valor debido a
los efectos de
la inflación.
El secreto
es ahorrar
para invertir.
Son acciones
conjuntas",
recalcó
Sardáns.

lo que tenemos", coincidió Reyes, quien recordó que antes de invertir debes considerar que no podrás usar ese dinero por un lapso, mismo en el que deberá dar el rendimiento necesario.

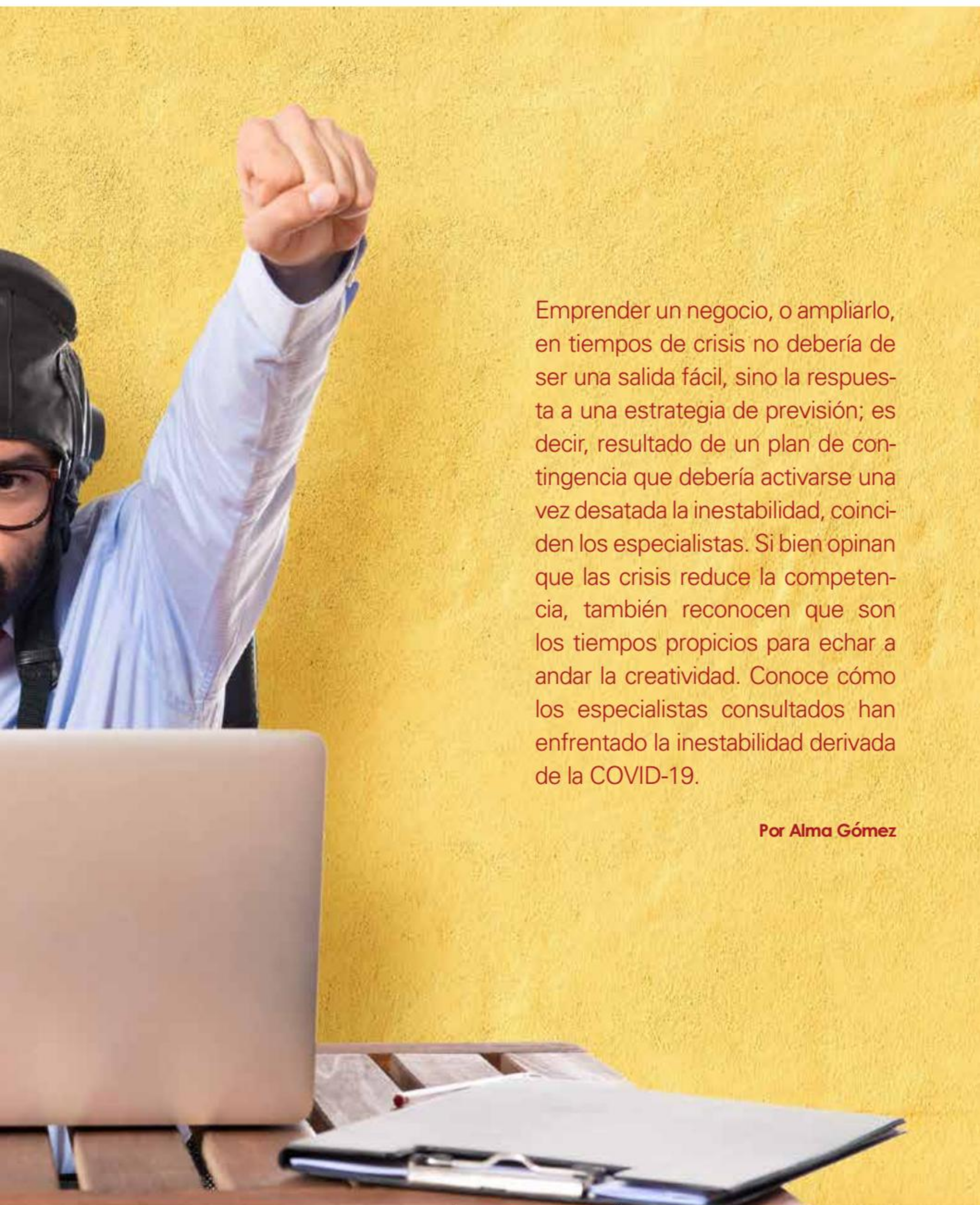
No obstante, enfatizó que si el hecho de invertir tu dinero te provoca temor no debes arriesgarte, necesitas encontrar un vehículo que te de tranquilidad. Sardáns expuso que para ahorrar e invertir de forma adecuada es importante buscar asesoría de un *personal trainne*, un especialista que te ayude a obtener equilibrio económico y te oriente sobre las inversiones más adecuadas para tu economía.

De acuerdo con el portal *Financial Health Exchange* ahorrar representa un papel clave para la resiliencia financiera y ayuda a las personas a mantener el control de su dinero. Tener un colchón económico permite hacerle frente a los tiempos de crisis.

La educación financiera impulsa a las personas a generar cambios que les ayudarán a habituarse al ahorro, además incrementa las posibilidades de obtener un mejor futuro para que al momento de jubilarse no tengan problemas económicos.

La COVID-19 y la transformación del emprendimiento





Emprender un negocio, o ampliarlo, en tiempos de crisis no debería de ser una salida fácil, sino la respuesta a una estrategia de previsión; es decir, resultado de un plan de contingencia que debería activarse una vez desatada la inestabilidad, coinciden los especialistas. Si bien opinan que las crisis reduce la competencia, también reconocen que son los tiempos propicios para echar a andar la creatividad. Conoce cómo los especialistas consultados han enfrentado la inestabilidad derivada de la COVID-19.

Por Alma Gómez

E

“Esta crisis nos enseñó que debemos hacer una planeación de negocios, no sólo para momentos buenos o malos, sino también para los momentos de crisis”, asegura Jorge Ferrer, director de Xoppal.com.

Un empresario, agrega, sabe que habrá momentos de vacas gordas y flacas, pero nunca espera ver a las vacas muertas. Hay que tener un plan de contingencia listo para activarse en segundos.

De acuerdo con cifras del Inegi, sólo 35 de cada 100 empresas sobrevive en sus primeros cinco años de vida. Y destacan que de las 4 millones 773 mil 995 unidades económicas, el 95% corresponde a microempresas. Además, el 14% de los ingresos generados en las distintas organizaciones del país provienen de las mismas.

La Asociación de Emprendedores de México (ASEM) señala que, a pesar de la importancia de las mipymes para la economía, aún persisten grandes retos al momento de crearlas, desarrollarlas, y hacerlas competir.

Aunque el emprendimiento nunca ha sido un trabajo sencillo, ahora con el impacto de la pandemia se ha vuelto más complicado.

LAS CRISIS, UNA OPORTUNIDAD

Pepe Villatoro, Co-fundador y CEO de Fuckup y del Failure Institute, explica que las crisis agudizan los comportamientos externos del mercado y provocan que pocas personas se beneficien.

“La mayor parte de las organizaciones enfrentan la reducción de sus operaciones, mientras las más grandes se enriquecen, lo que genera mayor concentración y reduce la competencia”, afirma.

José Manuel Serrano, COO de Startup México (SUM), menciona que diversos emprendimientos mueren, aunque otros logran sobrevivir gracias a que la creatividad impulsa sus negocios, los adapta a las tendencias y los fortalece.

“Es algo triste porque el emprendimiento -reflexiona- es sinónimo de *jodidez*, es decir, emprendemos cuando no hay oportunidades”

Jorge Ferrer, director de Xoppal.com

“En las crisis siempre hay oportunidades y pérdidas”, dice. Y recalca que si bien algunas empresas quebrarán, otras nacerán.

Ferrer aseguró que la crisis provocada por la COVID-19 generará que muchas personas se vean forzadas a emprender.

“Es algo triste porque el emprendimiento -reflexiona- es sinónimo de *jodidez*, es decir, emprendemos cuando no hay oportunidades”.

IMPULSO EMPRENDEDOR

Aunque estas empresas operan en México, han vivido escenarios completamente distintos frente a la pandemia.

A tan sólo tres años de su surgimiento, la *marketplace* mexicana Xoppal.com se enfrentó a un gran desafío llamado COVID-19. Ferrer argumentó que la primera dificultad que encontró la empresa fue organizar a todo un equipo de trabajo para que operara bajo un esquema de *home office*, considerando que no todos los puestos son aptos para el mismo. Hecho que significó un gran reto moral y ético.

Pese a que se sumaron a la venta de productos de limpieza, no vieron en esto una forma de negocio. ¿La razón? No empujaron estos productos porque no quisieron cruzar esa línea delgada entre tomar una crisis como oportunidad y aprovecharse de la necesidad de las personas.

“Es importante entender cuál es el propósito y la esencia de tu negocio para no brincar hacia lo que está de moda. Aunque puedes generar flujo de efectivo, corres el riesgo de perder la esencia de tu empresa”, agrega.

A pesar de los esfuerzos, tomaron decisiones difíciles. “Desgraciadamente tuvimos que cerrar la Xoppaltienda, al estar parada por completo no hay forma para mantener los distintos servicios”.

¿ESTÁBAMOS PREPARADOS?

Aunque algunas organizaciones estaban preparadas para operar bajo esquemas de trabajo remoto, o eso era lo que creían, afrontaron ciertas dificultades. Seedstars Latam era una de las pocas empresas preparadas para el *home office*, sin embargo, experimentaron problemas de comunicación y tuvieron la necesidad de despedir al 24% de sus empleados.

“La situación me había comido, ni siquiera pude tomar decisiones inmediatas”, señaló Alex Santana, manager de Seedstars Latam, durante su participación en los Fuckup Nights.

Y agregó que los momentos de bloqueo te preparan para los eventos negativos del futuro.

Por otro lado, hubo empresas que pudieron sortear esta crisis de mejor forma. Tal es el caso de SUM, quienes reorganizaron su planeación, pues sabían que el panorama del país no mejoraría tan pronto como estimaban las autoridades.

Aunque dejaron de operar en marzo, se concentraron en impulsar una academia, con el propósito de digitalizar sus programas y rescatar los números que lograron en 2019. Si sólo se hubieran enfocado en los programas que tienen para los emprendedores, explicó Serrano, difícilmente hubiera sobrevivido.

LO QUE LA COVID-19 DEJÓ

Aunque el director de Xoppal indica que no ven una proyección para la tienda física, aseguró que a partir de la data que se genere determinarán la reapertura de la Xoppaltienda, la cual podría ser hasta 2022. En el escenario más complicado considerarían un cierre definitivo, sin embargo, Xoppal.com continúa sus operaciones de forma *online*.

"Creo que la COVID-19 transformó Xoppal.com, a las empresas, a México y al mundo. Quien no haya aprovechado este momento para transformarse, no tendrá cabida en el futuro y en la nueva sociedad que estamos por descubrir".

Serrano admite que la clave de SUM para salir adelante fue no rajarse y adaptarse al momento.

"No sabíamos si íbamos a sobrevivir, pero hacíamos lo posible para lograrlo. La gente estuvo comprometida".

Otro factor que les permitió seguir adelante fue adaptarse a márgenes pequeños sobre los precios. "No nos queríamos hacer millonarios, simplemente no queríamos matar el mercado".

Aunque SUM tuvo un periodo complicado, Serrano reconoció que el equipo de trabajo los apoyó en todo momento.

"No quisimos castigar los sueldos, no hubo recortes, ni despidos, pero tuvieron que ser pacientes. Afortunadamente estamos saliendo del bache".

Concluye que las personas no deben cerrar los ojos ante lo que pasa en el mundo.

"A los emprendedores que sientan que no ven la luz, les puedo decir que el 80% de éxito para salir adelante se debe la capacidad que tienen como personas para entrarle al quite, más allá de las condiciones".

"Creo que la COVID-19 transformó Xoppal.com, a las empresas, a México y al mundo. Quien no haya aprovechado este momento para transformarse, no tendrá cabida en el futuro y en la nueva sociedad que estamos por descubrir".

TENDENCIAS EN RH

Conoce la mejor versión de ti

Los momentos difíciles son los que te definen y muestran la mejor versión de ti y siempre son la posibilidad de salir de tu zona de confort.
Anónimo

Estos momentos que estamos viviendo, sin duda, nos está exigiendo cambiar de modelo. Entonces te pregunto: ¿vas a dejar que los tiempos difíciles te definan o te darás la oportunidad para conocer la mejor versión de ti? Sé que, después de cuatro meses encerrados, es una pregunta difícil de responder.

Aunque no lo creas, todavía hay quienes se aferran a su modelo tradicional y no lo quieren dejar atrás aunque les cueste su vida laboral.

Necesitamos cambiar y actualizarnos rápidamente y desarrollar en nuestras organizaciones las competencias de adaptabilidad, flexibilidad y digitalización, para hacer frente a este gran reto que se nos presenta y entonces iniciar la Transformación Cultural al interior de nuestros equipos de trabajo.

Las crisis tienen niveles: existen las sencillas, las complicadas y las drásticas. La pandemia es una crisis del tercer tipo, que nos ha obligado a adaptar nuevos modelos de vida y trabajo, ser flexibles en la incorporación a estos nuevos modelos y estar cerca de la tecnología que es el medio que me puede permitir ser más productivo y lograr mis metas.

Bajo este escenario, es importante te des la oportunidad de conocer la mejor versión de ti y hay que darse cuenta que si no cambias, te adaptas, eres flexible y te digitalizas, quedarás fuera del mercado o del grupo donde te desempeñas, ya que en estas condiciones, todo puede cambiar de un momento a otro.

Con este propósito hago las siguientes preguntas para que reflexiones y las contestes en tu mejor momento y tomes acción inmediata: ¿Qué valor tienen ahora, para que te sirven? ¿Qué valor le vas a dar a partir de ahora? ¿Cómo será tu modelo de vida en adelante?

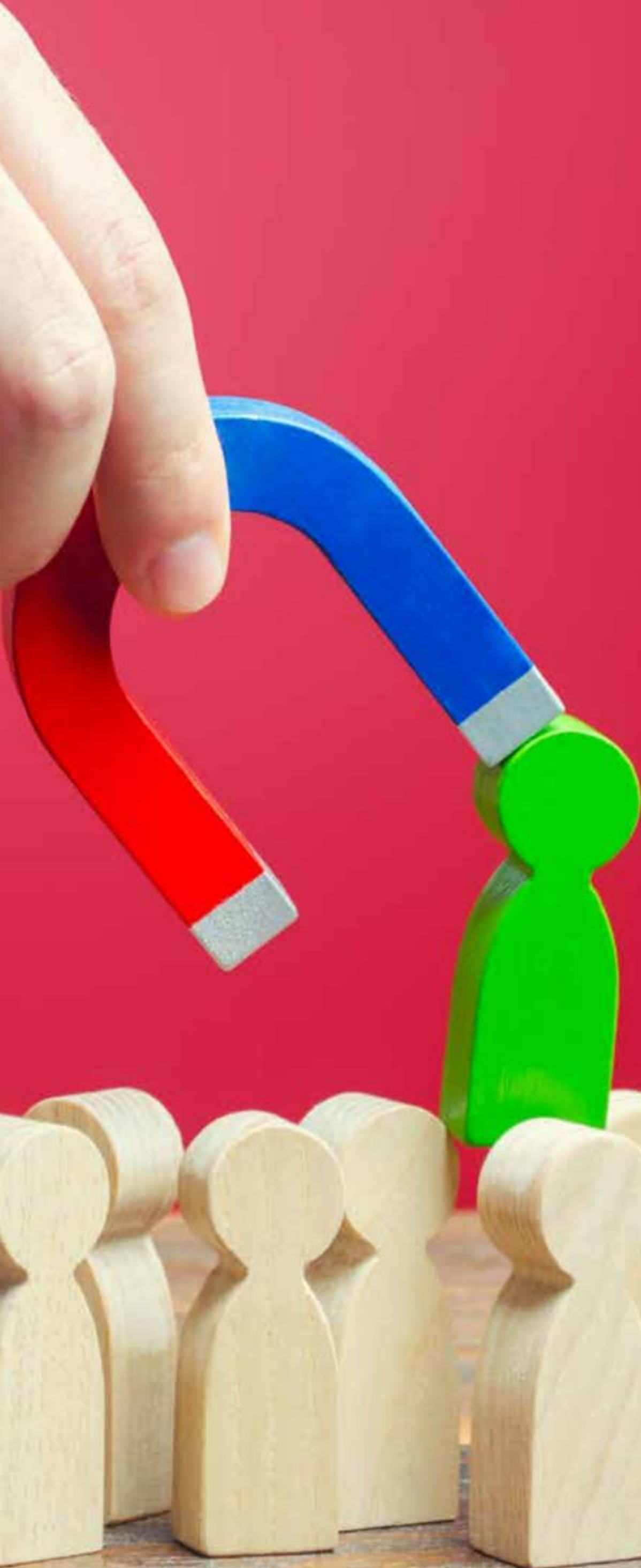
Si me refiero al tiempo del que disponemos durante el día, después de este periodo he concluido que llevamos años corriendo sin parar, apasionados por una prisa insana que nos ha enfermado de estrés y como resultados de esta celeridad, no descansamos cuando dormimos e incluso ni el fin de semana, todo es una tarea, una obligación y por eso siempre estamos cansados. Hoy el tiempo se ha detenido y, como seres humanos, nuestra queja ha cambiado: ¡Me aburro! ¡No tengo un espacio para trabajar, ni horarios! ¡No sé qué hacer en casa todo el día! Seguramente te lo has preguntado y, si no, deberías cuestionarte si: ¿has aprovechado eficientemente tu tiempo?, ¿a qué quieres dedicar tu tiempo en la vida? Si no existe un fin específico, ¿estás disfrutando la vida cómo lo habías pensado?

Reflexiona y responde estas preguntas. Éxito en esta nueva forma de vivir y de trabajar.



Oscar Rodríguez
@familiarlaboral

Atracción de talento en tiempos de crisis



En un estudio realizado por la consultoría PricewaterhouseCoopers (PwC), titulado "COVID-19: Regresando al lugar de trabajo", el 64% de las empresas mexicanas encuestadas se plantea, entre las medidas implementadas para la transición de vuelta al espacio de trabajo, hacer del *home office* una opción permanente para los roles que así lo permitan. Por esa razón, en estos cuatro meses de confinamiento, el proceso de reclutamiento ha sido 100% en línea, con lo que se ha acelerado el proceso de transformación digital de las áreas de RH.

Por Brenda Martínez Lunar

E

El Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) informó que tan sólo en el mes de junio se perdieron 83 mil 311 empleos, debido a la pandemia. De enero a junio hubo una disminución de 921 mil 583 puestos de trabajo. Dicho panorama lo confirma el Termómetro Laboral de OCC-Mundial, pues en la semana del 3 al 9 de julio el 19% de las organizaciones mencionó que mantendrá sus contrataciones pausadas. Es decir, si bien no se ha contratado más personal, la crisis económica derivada de la COVID-19 ha orillado a las empresas a despedir a sus colaboradores.

Sin embargo, 62% está contratando solamente para puestos considerados como críticos, 12% reporta estar desarrollando atracción de manera normal y sólo 7% contrata más personal de lo habitual.

¿RECLUTAR ES BUENA OPCIÓN?

Eduardo Manrique, director de Recursos Humanos de Baxter México, comenta que es importante que el sector privado genere fuentes de empleo en el país; no obstante, no descarta que esta actividad dependa del sector al que pertenezcan las empresas.

Las denominadas con actividad esencial que, ante la Jornada Nacional de Sana Distancia, incrementaron sus actividades, son las que, por ende, han abierto más vacantes: supermercados, misceláneas, hospitales, clínicas, farmacias, laboratorios, medios de información, servicios financieros, entre otros.

“Afortunadamente para nuestra organización el proceso de atraer y retener talento no se ha detenido, seguimos en constante adquisición de talento, que bajo las circunstancias se ha hecho por videollamada”, explica Manrique.

Ante el panorama que se vive, el mayor reto al que se enfrenta el área de RH es el hacer una adecuada selección del talento.

Mauricio Reynoso, director general de la Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos (Amedirh), menciona que antes de hacer una contratación, la empresa debe estar segura de cuál es el mejor talento que puede incorporar a su plantilla laboral.

“Se debe aprovechar lo que la tecnología ofrece e incluso buscar a un profesional que te ayude a superar la expectativa”.

Sugiere que debe ser un talento muy rico en conocimiento, pues la tecnología, el uso de la Inteligencia Artificial (IA), las redes sociales, entre otros, son puntos que se deben tomar en cuenta para el perfil de un profesional y así tener un abanico de posibilidades.

“La nueva normalidad trae nuevas oportunidades, una de estas es claramente el uso de la tecnología en el talento que se planea reclutar”.

Ante el panorama que se vive, el mayor reto al que se enfrenta el área de RH es el hacer una adecuada selección del talento.

“La disponibilidad de la fuerza de trabajo aumentó, si antes te costaba decidirte por uno entre 20 postulantes, olvídalos, pues el número de personas que se quedaron sin empleo incrementó. Por ello, es importante tener una adecuada filtración de datos para obtener talento de calidad”, subraya.

Asimismo, pide que no se descarte la posibilidad de aprovechar al talento interno para cubrir las vacantes que se abren, así se brindará mayor confianza a las personas que han dado resultados a la empresa, pues “eso es un acto de reciprocidad”.

LA CRISIS, ¿RETROCESO PARA RH?

Un estudio realizado por Bizagi, señala que el 21% de las compañías en México están en busca de la aplicación de proyectos digitales. Y la realidad es que ese es un camino que deberían seguir, pues si en un plazo de 7 años no logran tener una transformación digital exitosa, el 25% de las empresas desaparecerán.

Reynoso considera que a pesar de la crisis económica que atraviesan las empresas, las áreas de RH que ya probaron los múltiples beneficios de la digitalización del negocio no regresarían a la época de currículums impresos, solicitudes de empleo e innumerables cantidades de papeles para reclutar talento.



“No requieres de una gran inversión para añadir la tecnología al área de RH y tampoco es necesario irte con grandes consultores de IA. Hay decisiones acertadas y una de ellas es el uso de los datos, estos procesos llegaron para quedarse en quienes ya los probaron”, comenta.

Desde el área de RH, a juicio de Manrique, se deben buscar nuevas maneras de atraer y contratar nuevo personal, para ello es necesario probar con diferentes procesos e innovar.

“La fuerza laboral debe incentivar la innovación y obtener equipos de trabajo diversos, alineados hacia el compromiso de la organización. Y para ello es indispensable generar un liderazgo que se innove, que se transforme constantemente, genere y atraiga al mejor talento. No puedes dar un paso atrás en la tecnología”.

BENEFICIOS DEL HOME OFFICE

Datos de Computrabajo señalan que en México entre el 2% y 4% de los trabajadores, en tiempos prepandemia, hacía *home office* al menos una vez a la semana. Esta modalidad de trabajo, entonces, era un beneficio para pocas personas.

Se rompieron muchos tabúes alrededor del *home office*, ya se dieron cuenta que la gente no va a dejar de ser productiva, al contrario, invierte mejor su tiempo que cuando se trasladan a la oficina

Según la encuesta “Retorno al trabajo post-covid-19”, elaborado por Mercer, el 71% de las empresas sostuvieron que implementarán este esquema flexible por un tiempo indeterminado y el 16% optará por el trabajo remoto, desocupando -por lo pronto- sus oficinas físicas.

Manrique sostiene que el trabajo remoto es algo que, en términos de empleabilidad, será mejor valorado por los candidatos, pues el confinamiento ha demostrado, en algunas organizaciones, que se pueden alcanzar los objetivos sin necesidad de estar presente en una oficina.

Para ello -comenta- es importante tener un esquema de administración y medición de resultados, además de retroalimentación muy puntual sobre los objetivos trazados, el proceso y el resultado obtenido.

Reynoso dijo que hay incluso empresas que ya tomaron la decisión de dejar el esquema de teletrabajo como fijo, pues en una encuesta realizada por Amedirh el 31% confirmó que seguirá trabajando bajo esa modalidad, mientras que 45% optará por un esquema mixto.

“Se rompieron muchos tabúes alrededor del *home office*, ya se dieron cuenta que la gente no va a dejar de ser productiva, al contrario, invierte mejor su tiempo que cuando se trasladan a la oficina”, concluyó.



De acuerdo a los especialistas consultados algunos beneficios extras que las empresas deberían de sumar al portafolio de apoyo a los empleados son:

- Incentivar el *mindfulness*.
- Desarrollar más estrategias entorno a la NOM 035.
- Brindar equipo para trabajo remoto adecuado (sillas cómodas, computadoras portátiles, internet inalámbrico).
- Revalorar las pólizas de gastos médicos (atención al trabajador y familia de primer nivel).
- Proveer equipo de protección para usar en casa y la oficina (cubrebocas, gel antibacterial).
- Apoyar con soportes *online* o telefónicos en temas emocionales y mentales.

PRSPETIVAS

El liderazgo que hoy se necesita

Existen infinidad de estilos de liderazgo como personalidades, pero también es un hecho que la manera de dirigir equipos se ha ido modificando conforme cambian las formas de trabajo.

Hoy, por ejemplo, después del confinamiento obligado por la pandemia mundial, se necesitará de hombres y mujeres que hagan la diferencia para fortalecer a sus equipos de trabajo en un entorno de incertidumbre, en el cual las nuevas formas de relacionarse en el ámbito laboral (y personal) son diferentes y seguramente algunas de ellas llegaron para quedarse.

Bajo mi perspectiva, el liderazgo debe tomar cierta dirección que obedece a las circunstancias y emociones que están viviendo nuestros equipos de trabajo. Por tanto, el liderazgo debe ejercerse con confianza, sensibilidad y cercanía hoy más que nunca.

Una confianza real de que los equipos son profesionales, adultos y que harán lo mejor que puedan. Y la sensibilidad y la cercanía tienen que ver con la empatía, esa habilidad tan importante de ponernos en el lugar de los otros, de realmente entender sus puntos de vista y sobre eso dar soluciones a sus necesidades y no a las que el líder se imagina que son.

En situaciones de crisis, el líder tiene la obligación de manejar una tranquilidad deliberada que se logra eliminando todos aquellos elementos de presión, ya sean externos o internos, en el momento de tomar decisiones y marcar el rumbo del equipo o la organización. Y ser optimista, pero entendiéndolo como ese balance perfecto entre la confianza y realismo, pues el exceso de confianza sólo genera pérdida de credibilidad del líder ante sus colaboradores. No se pueden plantear panoramas irreales en tiempos de crisis.

Por último un buen líder es aquel que siempre dice la verdad. Explicar una situación problemática de una manera directa, enfocándose en pasos positivos para superarlo, es clave. Comunicar es mejor que dejar vacíos de información pues se corre el riesgo de que los equipos de trabajo minimicen o sobreactúen ante las situaciones de estrés y eso no favorece el que todos trabajen hacia la misma dirección, hacia el mismo propósito.



Brenda Morales Ojeda

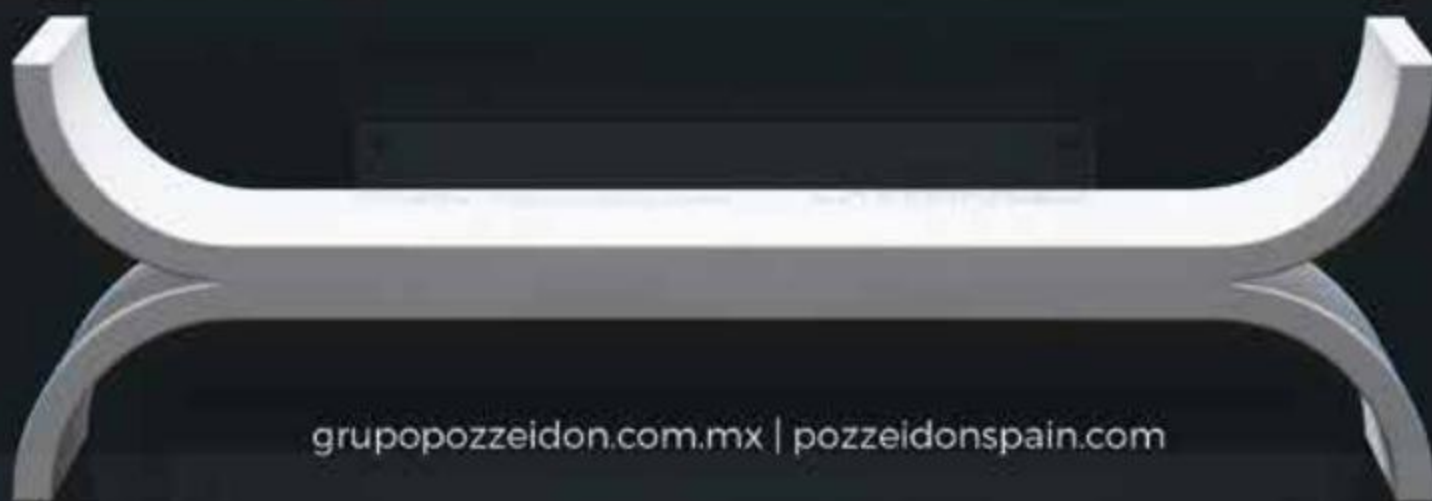
Socia fundadora de PRP y coach ejecutivo

@Bren_morales

No existe combinación más perfecta.



bgrupo.com



grupopozzeidon.com.mx | pozzeidonspain.com



“Urge impulsar
una mentalidad
emprendedora”

Gladys Ramos
Experta en ventas por celular

Por Redacción Mejores Empleos

Los teléfonos celulares, en el futuro, sustituirán a las carteras. Se prevé que, para el 2025, el comercio móvil representará la mitad de todo el gasto mundial en comercio electrónico, de acuerdo con estimaciones de Woldpay Merchant Solutions. En América Latina las compras móviles abarcarán el 57% de todas las compras de *e-commerce* en la región en los próximos cinco años. Conoce los consejos y tips de una de las especialistas en ventas por celular más destacadas del país, pionera en su ramo y quien acaba de publicar el libro: *Véndelo todo desde tu celular*.

G

Gladys Ramos es abogada y economista de profesión y encontró en las ventas la pasión de su vida. A la fecha ha capacitado, de manera presencial, a más de 200 mil personas en toda Latinoamérica.

Recién publicó su libro *Véndelo todo desde tu celular* (Paidós Empresa, 2020), una guía para que aprendas, sin dificultades, en estos momentos de crisis, cómo reinventar tu negocio y aumentar tus ventas con sólo un clic. Platicamos con ella sobre ventas y sus respuestas te ayudarán a entender mejor la disrupción de las ventas digitales.

¿Se puede vender todo en línea, lo que sea, sin llamada telefónica a ningún cliente? ¿Incluso servicios?

Sí, por supuesto. Hoy en día, gracias a las apps se puede vender lo que sea sin la necesidad de una sola llamada. El problema es que muchas personas creen que, para vender, basta con descargar una aplicación de mensajería móvil como WhatsApp y pegar el ícono en tus redes. Eso es totalmente falso. En mis cursos yo le cuento a las personas lo siguiente: “un serrucho es una herramienta y un serrucho no te hace vendedor, es lo mismo con una aplicación de mensajería; es decir, WhatsApp no te hace vendedor”.

Para entender la ventas el día de hoy, mientras atravesamos una terrible pandemia, estamos obligados a vender una experiencia de compra, ser empáticos y sensibles.

Si es así, ¿cuál sería el ABC del vendedor digital?

Me encanta esta pregunta porque es el inicio no sólo de un vendedor digital, sino de un vendedor.

Tener vocación de servicio: Como vendedor eres un solucionador de problemas y la única vía de hacer eso posible es escuchando a tu cliente y poner, en sus manos, soluciones reales para satisfacer una necesidad puntual.

Nunca vender por precio: Muchas veces lo que tu cliente necesita no es lo más caro, sino lo que mejor se acople a su necesidad. Habrá ocasiones en que no alcanzarás la utilidad a la que aspiras, pero cuando los clientes se dan cuenta de eso se vuelven en fieles compradores de lo que tú ofertas.

Validar las necesidades del cliente: En ocasiones por darle demasiadas opciones de compra a tu cliente puedes perder la venta. Lo más importante aquí es entender a la perfección la necesidad del cliente, hacer preguntas inteligentes (con esto no quiero dar a entender que el cliente es tonto): muchas veces el cliente se deja ir por el tema emocional sin entender de manera racional lo que está buscando. Así, en el momento en el que tú, desde otra perspectiva, entiendes qué es lo que esta buscando tienes dos opciones 1) vender lo que sea o 2) indicarle que tú no eres la opción que él busca y recomendarle a alguien que si lo pueda ayudar, eso es vender con valor y hacerle entender al cliente que más que un proveedor eres un asesor de su compra. Eso crea un entorno de confianza con tus clientes.

Algunos vendedores se niegan a salir de la zona de confort y siguen empleando métodos tradicionales, ¿qué les dirías?

Ser vendedor es una vocación que demanda un aprendizaje diario. Antes, para poder vender a 100 personas, estabas obligado a que visitaran tu tienda física y desgastarte con el protocolo de ventas: recibir al cliente, ofrecerle algo de tomar, escucharlo, lo cual podría convertirse en una inversión de 1 hora de tu tiempo. Hoy en día, gracias a la masificación de las redes sociales, puedes tener un tráfico de 1000 personas diarias. Y a través de una metodología que implementé hace 4 años puedes atender hasta 400 personas diariamente sin contestar una sola llamada. Lo anterior se logra descartando personas no interesadas en consumir un producto por medio de un embudo en redes sociales, lo que te permite un 50% de posibilidades de cerrar la venta, siempre y cuando estés preparado para vender a tu cliente una experiencia de compra y no un producto o precio.



Véndelo todo desde tu celular
Gladys Ramos
Editorial Paidós
Empresa
México, 2020
192 pp.



Debido a la pandemia y el confinamiento, se prevé un 40% anual de incremento en las ventas en línea. ¿Eso no es una razón suficiente para abrazar la disrupción?

Es que esto no es por la pandemia: la disrupción empezó hace 4 años y los que se subieron hoy al tema digital y las ventas en línea no están padeciendo de manera tan contundente la crisis que atravesamos. La crisis reafirma la idea de que las ventas debían de cambiar sí o sí, y adaptarse al mundo actual. Hoy en día la competencia es voraz y un producto que sale, se vuelve viral y se pone de moda, a las dos semanas pierde el interés de los usuarios.

Urge impulsar una mentalidad emprendedora, pues quien no expanda su perspectiva de negocios está condenado a muerte.

A veces, los gurús del marketing digital hacen que la gente se aleje de las estrategias digitales al volverlas un tema técnico, complejo. A un emprendedor, o un dueño de un micronegocio, ¿qué le aconsejarías para regresar a las bases, a lo sencillo?

Les aconsejaría que compren mi libro porque, precisamente, está hecho para las personas que están cansadas de los libros técnicos. Me enfoco en el



pequeño y mediano empresario que busca soluciones para su negocio. *Véndelo todo desde tu celular* está escrito en un lenguaje sencillo, coloquial, para que cualquier persona pueda acceder a él. Lo lees en dos horas y terminas despejando todas tus dudas sobre el uso de redes sociales en tu estrategia de ventas. Y te hago entender que nadie es todólogo, pero estamos obligados a aprender que el dueño de la tienda eres tú y nadie mejor que tú va a cuidar tu negocio. Insisto: vender en redes sociales no es complicado, siempre y cuando tengas claros tus objetivos a corto y mediano plazo, y apliques los canales de comunicación correctos para tu negocio. “¿A quién puede interesarle mi producto?”, esa es una pregunta tan simple que, en ocasiones, no sabemos responder. De ahí que mi libro sea una hoja de ruta que te ayudará a llegar a tu destino. Así que, papito o mamita, hay que moverse y hacer, hacer y hacer: el mundo de los negocios no es para soñadores, así que ponte las pilas.

¿Cómo te pueden contactar las personas que desean conocer más?

Estoy en Facebook e Instagram como @gladysramosteensena. Mi canal de Youtube: Gladys Ramos. Mi WhatsApp: +52 55 3742 9507

LIDERAZGO FEMENINO

Las mujeres definirán las tendencias del 2021

Desde que tuve a cargo la creación de *Mejores Empleos*, la revista abrió un espacio para dar voz a mujeres con la finalidad de que inspiraran a otras hacia un camino de progreso personal y laboral. Han sido casi 10 años compartiendo interesantes entrevistas e ideas, con el firme compromiso de abordar prácticas y consejos en torno a la igualdad de género.

A la entrada de la 4T, sumado a una pandemia mundial, muchos de los pilares que sostienen a nuestro país han sido fracturados: la economía, el sistema de salud, la seguridad, entre muchos más, y la agenda se ha dispersado en tantos asuntos prioritarios, que resulta complejo concentrar esfuerzos en alguno en particular. Respecto a la igualdad de género (un eslabón que dio impulso a la campaña de la 4T y que marcó elevadas expectativas), hoy no tiene un lugar claro en la actual gestión gubernamental.

Y no obstante al mayor movimiento histórico realizado por las mujeres el 9 de marzo del 2020, el más poderoso, franco y cuantioso en toda la historia del mundo, que tuvo por objeto crear conciencia de la relevancia de la mujer para la sociedad, en México, y en un contexto Covid-19, esas postulaciones han perdido la atención de los reflectores, así como un espacio en la agenda política nacional y también de “la memoria ram” de una gran parte de la sociedad, cuyo foco está en los estragos causados por la pandemia. ¿Dejó entonces de tener relevancia el tema de las mujeres?

En México y en el contexto actual, existe una predominante coincidencia política en donde la oposición y el partido del poder actual muestran un particular interés: las elecciones del 2021. Por su parte, el partido Morena pretende conservar su mayoría en San Lázaro para sostener su proyecto de nación, mientras que la oposición está buscando recuperar espacios de poder para lograr una composición en la Cámara de Diputados con el objetivo de contener las iniciativas de Morena y evitar que este partido tenga un control absoluto de la política respecto al presupuesto Federal y sobre la aplicación hacia “sus” proyectos.

Mi columna no pretende tomar partido por Morena o por la oposición, sino evidenciar que ninguno de los dos bloques políticos ha plasmado como estrategia a las mujeres que representan el 52% de la población y que, de dedicarse a generar una agenda post 9 de marzo con empatía y compromiso para dar salida a los asuntos relevantes demandados en el movimiento feminista, podrían propiciar una marcada tendencia este 2021 y así revertir los resultados, porque precisamente la población la predominan las mujeres, y aquí está la tan anhelada mayoría que tanto buscan obtener por otros medios.



Gabriela Breña

gbrena@mejoresempleos.com.mx



EN ÉPOCA DE CRISIS... SÉ RESILIENTE



Horacio Rosas

Consultor en
identidad física
Instagram: @horacio_rosas_asesor

La crisis sanitaria y económica derivada de la pandemia ha tenido efectos nocivos no sólo en la salud de las personas, sino en su equilibrio psicológico y emocional. En esta ocasión quiero compartirte estrategias simples para ejercitar tu resiliencia para que puedas enfrentar esta adversidad y otras situaciones que pudieran presentarse. En principio te diré que esta es una habilidad que todas las personas tenemos para sobreponernos a periodos de dolor emocional y situaciones adversas, pero es algo que se descubre, se desarrolla y se ejercita. Recuerda que la resiliencia es como un músculo: si no se ejercita se atrofia, así que independientemente de la situación por la que estés atravesando, estas estrategias te ayudarán a superar ésta y cualquier crisis. Obvio: mantente sano, come bien y haz ejercicio.

Aprende a contarte otra historia de ti mismo. Por lo regular dramatizamos la realidad, nos contamos historias catastróficas, pero te invito a que las relativices. No hablo de las tragedias, de las muertes de familiares, que suelen causar un dolor inconmensurable, sino de las situaciones cotidianas, como el encierro mismo. También sé que algunas otras situaciones son dolorosas o difíciles, pero cuestionate: no te victimices, no solucionarás nada. La segunda estrategia, cambia tu actitud: si eres negativo, no podrás observar las posibilidades de crecimiento u oportunidades que una crisis trae consigo. Una buena actitud te permitirá visualizar tus fortalezas, prueba otras cosas hasta las más simples, piensa en otros trabajos, conoce nuevas amistades, incluso si cambias tu actitud podrás identificar habilidades que siempre han estado allí pero que tú mismo te has empeñado en esconder. Tienes que estar consciente de que estás cambiando de verdad tu actitud, porque estamos tan acostumbrados a las actitudes habituales que no identificamos que es necesario cambiarlas. La tercera estrategia es enfrentar tus miedos, ¿qué te atemoriza? Identifícalo y regístralo todo (hasta lo más simple) y, poco a poco, exponte constantemente a eso que te da miedo. La idea es que te acostumbres al valor de enfrentarte a la emoción de eso a lo que crees que le temes: el miedo no se irá de forma inmediata, pero te acostumbrarás a enfrentar situaciones adversas con mayor destreza y constancia.

Muy probablemente estas estrategias no solucionarán de un plumazo aquello que te aqueja, pero si te ayudarán a percibir oportunidades donde antes no las visualizabas, te permitirán dejar de temerle a la desesperanza a la vergüenza y al fracaso, ya que nadie estamos exentos de caer en ellas. Recuerda, si aprendes a percibir la adversidad como un reto, tus capacidades interiores y tus habilidades emergerán, y "el músculo" de tu resiliencia se estará ejercitando.

30 DE SEPTIEMBRE Y 1 DE OCTUBRE, 2020

Organiza



15%

Descuento Para
Referidos de:

mejores
empleos

VI Congreso Online Comunicación Corporativa

Mejora la Reputación de tu Compañía

¿Por qué asistir?

- Lograrás que los mensajes internos y externos sean percibidos correctamente y logren su objetivo.
- Aprenderás a crear y mantener una reputación positiva de tu organización.
- Optimizarás los recursos y esfuerzos de tu empresa para mejorar tu Comunicación Corporativa.
- Conocerás como crear una cultura ágil y de cambio a través de tu Comunicación Corporativa.
- Mejorarás el uso de tus redes sociales corporativas para generar más interacción, posicionamiento y colaboración con tus diversos grupos de interés.
- Sabrás como apoyarte adecuadamente de agencias de comunicación.
- Evitarás errores en tus procesos de comunicación.

Oradores



Uber



GRUPO CINEMEX



beker/socialand



¡Contrátalo Presencial o en Línea!



Informes@CongresosPE.com.mx



www.CongresoComunicacion.com



(55) 9000 0404 / 01800 087 2411



55 32 23 98 79

LA ERA DE LA INCERTIDUMBRE

Por Santiago Beorlegui Cano

CEO Vitral, EXTRA y RAE

www.expertosentransformacion.com



E

Existen cientos de estudios, miles de aproximaciones al tema. Empecemos por conocer la definición del término. De acuerdo a la Real Academia Española (RAE), incertidumbre significa falta de certidumbre. Ante definición tan escueta, definamos certidumbre. Según el mismo diccionario es la obligación de cumplir algo. Otros diccionarios son más precisos. Incertidumbre: falta de seguridad, de confianza o de certeza sobre algo, especialmente cuando crea inquietud.

Como notarás se aplica el sustantivo en relación con hechos futuros, que por eso mismo son desconocidos. Inclusive en esta obsesión por determinar de alguna forma certezas, se ha clasificado en tipos de incertidumbre. También se han diseñado metodologías para el cálculo de incertidumbre. Y no nos desviemos del tema con el famoso "Principio de incertidumbre", propuesto por Heisenberg.

No obstante, cuando usamos el término incertidumbre en relación con el contexto en el que estamos inmersos, surgen cientos de interrogantes, para las cuales desafortunadamente no

tenemos respuestas, además no fuimos entrenados para convivir con ella.

En esta recurrencia por generar certezas inclusive hemos llegado al extremo de calcular cuantas de nuestras preocupaciones acaban por consumarse. Para muestra léase esta nota: "El 91.4 % de las cosas por la cuales te preocupas no ocurren" (<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0005789419300826>).

Diversos artículos publicados recientemente de psicología clínica contemplan la incertidumbre como sesgos cognitivos en donde las preocupaciones, la obsesión por anticiparnos y el miedo al futuro, generan síntomas de nerviosismo, inseguridad, angustia, ansiedad, estrés e inclusive tristeza, enojo, desesperación y depresión.

APRENDE A VIVIR CON ELLA

Es necesario que empecemos a entender y aceptar que la situación local y global cambió drásticamente. La gran mayoría de las cosas a las que estábamos acostumbrados en relación con la convivencia y la libertad para movernos sin medidas de higiene extremas, desaparecerán por una larga temporada.

La incertidumbre siempre ha estado presente, desde que el homo sapiens surgió sobre la faz de la tierra hace 160 mil 000 años y desarrolló la consciencia, la incertidumbre hizo su aparición en escena. La única certeza que tú y yo tenemos es que moriremos, como ley natural. Aun así, no sabemos cuándo.

La incertidumbre siempre estará presente. Permíteme hacer una analogía: dependiendo de la edad que tengas, es el número de años que llevas nadando en el inmenso océano de la incertidumbre. Te pregunto: ¿No te has ahogado? ¿Sigues vivo? ¿Flotarás, de a muertito, sin oponer resistencia? Desde luego ese océano no siempre está en calma, cuando se avecinan tormentas y el mar se agita, se embravece, requerimos utilizar nuestros recursos (saber nadar) para no claudicar.

Pues ahora más que nunca, requerimos prepararnos para la tormenta perfecta, que sin el ánimo de ser negativo o pesimista nosotros como humanidad entera hemos construido. Los niveles de incertidumbre se han incrementado enormemente. Y como en la fábula de la rana en la olla del agua caliente, es necesario que tome-

mos las medidas necesarias para no acostumbrarnos a que "suba la temperatura y acabemos cocidos"; es decir, paralizarnos y no hacer nada.

No se trata de buscar a toda costa el lado positivo. De lo que hablo, es que siempre ha existido y existirá la incertidumbre como nuestra compañera. Y si ya lo sabemos, ¿qué podemos hacer al respecto?, ¿qué pensarías si te dijera bienvenida la incertidumbre?

BIENVENIDO A LA NUEVA ERA

La ansiedad anticipatoria, esa obsesión por mantener todo bajo control, nos enferma. Puedes tener planes, agendas, calendarios, estimaciones y cálculos. Eso no significa que ocurrirán.

Ni tú ni yo sabemos qué pasará en 1, 5, o 50 minutos, o en las próximas horas, días, semanas o años. No existe la certeza de que todo lo planeado se logre, se consiga. Esta obsesión desmedida por tener el control, saber que pasará materialmente ha acompañado a la humanidad toda la vida.

En ultimas fechas términos como resiliencia, asertividad, autogestión, *accountability*, *ownership* se han puesto de moda. Esta es una clara invitación a no paralizarse, postergar, procrastinarnos o deprimirnos.

Bienvenida la era de la incertidumbre, y aún cuando su nivel se ha incrementado drásticamente, seguirá siendo el espacio de la creación y de todas las posibilidades, siempre y cuando estemos dispuestos a seguir adelante.





Caicedo y García Saldaña: duelo de malditos

Por Erick Baena Crespo

E

Empecemos por la historia de una etiqueta. O, más bien, de una taxonomía literaria: la literatura de la Onda.

En 1971, Margo Glantz publicó un artículo titulado "Onda y escritura: jóvenes de 20 a 33 años", en el cual sostiene que con José Agustín, Gustavo Sainz y Parménides García Saldaña, entre otros autores, el joven de la ciudad y de clase media cobra carta de ciudadanía en la literatura mexicana. Dicha literatura, a juicio de Glantz, es "más que ruptura [...] una inserción pausada en el *establishment*", a la que la autora no augura permanencia: "Su rebeldía sería escasamente un instante pasajero dentro de un devenir prefijado de antemano y encuadrado en los estrechos límites de la sociedad que lo conforma".

Glantz valida el uso del lenguaje popular en Carlos Fuentes, pero reprueba su uso en los escritores de la Onda. Para Glantz, ergo, en un juicio con tufo pequeñoburgués, el uso del lenguaje popular tiene que estar mediado por el narrador, lo que en el subtexto quiere decir: el habla popular sólo es válida en la literatura a través de la mediación de un escritor de altos vuelos, quien se apropia de ella, la contextualiza y enmarca; de lo contrario, su uso sin mediación no es literatura.

De ahí que autores como Parménides García Saldaña (el único que aceptó el término de literatura de la Onda y lo hizo suyo) y Andrés Caicedo, escritor colombiano, abrieron la brecha para que este tipo de literatura ingresara a un campo literario dominado por los escritores provenientes de estratos sociales altos, quienes no permitían el ingreso de una literatura "menor".

Parménides García Saldaña y Andrés Caicedo pertenecen a esa estirpe de escritores de los que no se puede desvincular vida y obra. Herederos de la tradición de escritores vitalistas, como Celine y Henry Miller, dejaron, tras su paso en este mundo, una obra sólida, intensa y sugerente.

Caicedo, sin duda, aventaja a García Saldaña, cuya obra ha perdurado a pesar de esa tendencia por retratar una época a go-go, los hippies, el rock a rock de los Rolling Stones y la rebeldía juvenil post 68, que leemos como si estuviéramos viendo un álbum de fotografías en sepia. Caicedo homenajea la música salsa, el son cubano y otras expresiones tropicales no sólo con la intención de retratar su

esplendor, sino con serias pretensiones estilísticas, de ahí que abunden -mezcladas en la trama, apropiadas en la prosa- los versos de las canciones. Y otro rasgo notable: Caicedo homenajea la música tropical a través de una obra elegiaca, atravesada por la oscuridad y la tragedia.

En *¡Que viva la música!* (Debolsillo, 2015, publicada originalmente en 1977), Caicedo prefiguró -en pinceladas- el fracaso de esos jóvenes rebeldes de los años sesentas, que se manifestaban en las calles y que confrontaban las viejas costumbres: "No fuimos innovadores: ninguno se acredita la gracia de haber llevado la primera camisa de flores o el primero de los pelos largos". Y páginas adelante, se lamenta: "¡¡Oh, yo esperaba tanto de esa generación!!". Esa generación que sería cooptada, al menos en México, por el régimen priista.

Si bien Parménides sorprende con la hondura de algunos de sus cuentos, como *Good bye Belinda*, incluido en *El rey criollo* (Booket, 2018, publicado originalmente en 1970) en el que retrata a una joven atribulada, presa de un pánico inenarrable, sin motivo aparente (o más bien, sin conocerlo), con la que el narrador se encuentra una extraña noche (dicha historia condensa un horror apenas atisbado, en el que Parménides no ahonda, pero que nos deja, al final del relato, con una extraña sensación, mezcla de desconcierto y compasión), Caicedo demuestra que, en comparación, él es un narrador con más recursos.

Y para ejemplo la presencia de recursos cinematográficos que adapta a la literatura, como el *flashforward* (técnica utilizada en el cine para adelantar detalles de la trama, que ocurrirán después), con el que los lectores saben lo que ocurrió y esperan, al filo de las páginas, a descubrir cómo pasó.

O cuando narra, como si colocara una cámara en el ojo de sus personajes (toma subjetiva), el momento en que Mona, en una pista de baile, conoce a Rubén Paces: "[...] vi conmoción de árboles, ventarrón, quebrazón de cielos y una dura rodilla en puro movimiento, detrás de mí, quiebre de la otra y pum, rodilla al suelo. No pude más, me voltié".

Parménides García Saldaña y Andrés Caicedo pertenecen, sin duda, a la estirpe de los escritores malditos: García Saldaña murió a los 38 años; Caicedo se suicidó a los 26. De ahí que Alberto Fuguet, escritor chileno, biógrafo de Caicedo, sostenga: "Caicedo es una suerte de Kurt Cobain literario y cinéfilo que es capaz de unir a los fans de André Bazin con los de Bob Dylan. Mientras García Márquez, el mismo año, se maravillaba con las mariposas amarillas, Caicedo se obsesionaba con Travis Bickie y *Taxi Driver*".



#TuRed



WWW.TELEREDDIGITAL.COM



**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