REVISTA DE NEGOCIOS

JUNTOS

Gaceta Mercantil

Enamorado de la ciudad

ENTREVISTA

Carlos Wolstein

Presidente de la Oficina de Visitantes y Convenciones

OCTUBRE 2018

AÑO 129 No. 03

ISSN 2007-8420

MEX $45

PAG WEB

130 años de ser La fuerza empresarial de Jalisco

CAMARA DE COMERCIO GUADALAJARA

¡Disfruta por temporada!

CHILES EN NOGADA

+ Entrada + Bebida

$129.00

CENTRO DE NEGOCIOS

CÁMARA DE COMERCIO DE GUADALAJARA

Promoción válida , octubre 2018 / Lunes a Viernes de 13:30 a 16:30 del día

Restaurante Mercurio Centro de Negocios

No aplica a otras promociones o descuentos.

130 años de ser La fuerza empresarial de Jalisco

CAMARA DE COMERCIO GUADALAJARA

130 años de ser La fuerza empresarial de Jalisco

CAMARA DE COMERCIO GUADALAJARA

CONSEJO DIRECTIVO

COMITÉ EJECUTIVO

Presidente:	Ing. Francisco Xavier Orendáin De Obeso
Primer Vicepresidente:	Lic. Javier Arroyo Navarro
Segundo Vicepresidente:	Lic. Rogelio Alejandro Muñoz Prado
Tesorero:	Ing. Carlos Pelayo Otero
Secretario:	Lic. Francisco Javier Soto Morales
Pro-Secretario	Lic. Gustavo Morante Aguirre
Vicepresidente de Enlace con Autoridades de Gobierno:	Lic. José Alejandro Guzmán Larralde
Vicepresidente del Centro de Formación (CEFOR):	Lic. José Ricardo Sánchez Gil Alarcón
Vicepresidente de Impulso al Comercio y Servicios:	Lic. Raúl González Chávez
Vicepresidente de Delegaciones y Zonas Comerciales:	Lic. José Andrés Orendáin De Obeso
Vicepresidente de Secciones Especializadas:	Lic. Raúl Fernando Sánchez Ruiz
Consejero:	Lic. Rene Daniel Damy Novoa
Consejero:	Lic. Raúl Armando Uranga Lamadrid
Auditor Externo Propietario:	C.P. Alberto Tapia Venegas
Asesor de Presidencia:	Ing. Jaime Luis Bátiz Martínez

VICEPRESIDENTES

Vicepresidenta del Centro de Negocios:	Lic. Norma Angélica Martínez Rodríguez
Vicepresidente de Plazas de Fomento Económico:	Lic. Roberto Hemuda Debs
Vicepresidente Negocios Internacionales:	Lic. Alfonso Tostado González
Vicepresidente de Comisiones:	Lic. Omar Alejandro Peña Ugalde
Vicepresidente de Representaciones:	Ing. José Luis Méndez Navarro
Vicepresidente Corporativo:	Lic. Alejandro Moreno Pérez
Vicepresidente de Capital Humano:	Lic. Maricela González Manzo
Vicepresidente de Comunicación y Estrategia:	Lic. Alejandro Sierra Sánchez
Vicepresidente del Centro de Análisis Estratégico Empresarial (CAEE):	Lic. Luis Roberto Arrechederra Pacheco
Vicepresidente de Turismo:	Lic. Carlos David Wolstein González Rubio
Vicepresidente de Vinculación con Universidades:	Dr. Francisco Javier Castañeda Ibarra
Vicepresidente de Emprendurismo e Innovación:	Lic. Eduardo Aceves Márquez
Vicepresidente de Jóvenes Empresarios:	Lic. Hayk Muradyan
Vicepresidente de Eventos y Recreación:	Lic. Carlos Francisco de la Torre Jiménez
Vicepresidente de Responsabilidad Social Empresarial:	Lic. Carmen Alicia Villareal Treviño
Vicepresidente de Prevención y Procuración de Justicia:	Lic. José María Andrés Zepeda
Vicepresidente de Plataformas Digitales:	Lic. Fernando Sánchez Antillon
Vicepresidente de Desarrollo Metropolitano:	Ing. Pablo Ibarra Michel
Vicepresidente de Ética:	Lic. Ramiro Gaxiola Oropeza
Vicepresidente de Políticas Tributarias:	Lic. Víctor Manuel Tapia Venegas
Vicepresidente del Instituto Ignacio Dávila Garibi:	Lic. Miguel Ángel Domínguez Morales

CONSEJEROS

Sergio Eduardo Rosales Wybo
Diego Robles Farías
Francisco Xavier Mena Flores
Armando Gómez Ibarra Obregón
Miguel Fernando Gracián Ramírez
José Enrique Tellaeche Torres
María José Alfaro Aranguren
Eduardo García Martínez
Álvaro Garciarce Monraz
Santiago Aranguren Trellez
Miriam Campos Cuevas
Abelardo Díaz de León Gutiérrez
Adolfo Caballero Mier
Agustín Flores López
Ramiro Alberto Mora Gómez
Antonio Rodríguez Blochlinger
Carlos Alberto Ruizvelasco Tapia
Eduardo De Anda Garciarce
Luis Fernando Favela Camarena
Francisco Aguilera Barba
Francisco Arroyo Jiménez
Francisco Mayorga Campos
Gabriel Maldonado Velarde
Hans Neufeld Solorzano
Héctor Quirarte Gutiérrez
Luis Ignacio Ríos Baltazar
Gerardo Iván Torres Menchaca
Jaime Rabago Jiménez
Jorge Gutiérrez González
Jorge Rodríguez Berlanga
José Alberto Covarrubias Gutiérrez
José De Jesús Hernández Padilla
Juan Carlos Álvarez Del Castillo B.
Julio Acevedo García
Luis Manuel Becerra Serrano
Luis Echeverría Cortes
Luis Enrique Ceseña Cayeros
Manuel Lapuente Elizondo
María Isabel Lazo Corvera
Mario Martínez Barone
Michelle Rosado Rivial
Miguel Ángel Fong González
Miguel Oscar Rodríguez Aguilar
Moisés Eduardo Cruz Fonseca
Pablo Errejon Alfaro
Ramiro Gaxiola Cadena
Roberto Beckmann González
Rodolfo De Paul Cabral
Rodolfo Villanueva Santana
Salvador Martínez De La Torre
Sandra Yadira Romero Torres
Roberto Mayorga Casillas
Gustavo Morante Aguirre
Jaime Batiz Martínez
Miguel Angel Abaid Sanabria
Amin Hawa Saadi
Miguel Ángel Domínguez Esperalba
Francisco José Martínez Hermosillo
Magdalena Sofía Ramos Zepeda
Lic. Guillermo Villarreal Aldrete

DELEGADOS

Delegado de Tequila	Francisco Cerrillos Hernández
Delegado de Chapala	Benjamín Mora Rivera
Delegado del Centro Histórico de Guadalajara	Alejandro Salas Guillen
Delegada de Tlajomulco de Zúñiga	María Luisa Nelly Huerta Díaz

ASESOR FISCAL

Asesor Fiscal	C.P. Alberto Tapia Reynoso

COMISIÓN PERMANENTE DE ARBITRAJE

Don Francisco Beckmann González
Don Miguel Alfaro Aranguren
Don José María Andrés Villalobos
Don Javier Arroyo Chávez
Don José Luis Covarrubias Valenzuela
Don Abelardo Garciarce Ramírez
Don René Rivial León
Don Julio García Briseño

Siguenos en:

ESPECIALISTAS

Innovación y Tecnología - Gestión Empresarial
Manuel R. Gutiérrez Novelo
José Manuel Saiz Alvarez
Jóvenes - Responsabilidad Social - Ética
Mtro. Salvador Martínez Hernández
Mtra. Mónica Hermosillo Herrera
Entorno económico, financiero, político y fiscal
Dr. Ricardo Flores Zambada
Luis Roberto Arechederra Pacheco
Abelardo Ruelas
Estilo y tendencias
Liz Velasco
Turismo y cultura
Miguel A. Rojas Tafolla
Eduardo Ramos Rangel

STAFF

Directora de Comunicación y Estrategia / Ana Isabel Solís
Gerente de Medios Masivos / Noé Mora Cortés
Coordinador de Creatividad y Diseño / Carlos Chavira Guerrero
Coordinador de Medios Digitales / Arturo Ramírez Montiel
Coordinador de CAEE / Abelardo Ruelas Aranda
Gerente Recursos Materiales / Luis Olvera Campos.
Fotografía de #YoSoyCamara / Miguel Rojas / Estefanía Rodríguez
Fotografía Portada y Entrevista: Guillermo Flores
Revisión ortográfica / Edgar Flores

COMERCIALIZACIÓN

Rosa Ana María Rodríguez Arias / Cel: 33 1222 5175 / juntos@camaradecomerciogdl.mx
Noé Mora Cortés / Cel: 33 3379 2543 / comunicacion@camaradecomerciogdl.mx
Sergio Alfonso Uribe García / Cel: 33 2174 4323 / revistajuntos@camaradecomerciogdl.mx

OFICINAS Y REDACCIÓN

Cámara de Comercio de Guadalajara
Av. Vallarta 4095 Esq. Niño Obrero Fracc. Camino Real C.P. 45040
Zapopan, Jalisco, México Tel: 3880-9090

JUNTOS Gaceta Mercantil, órgano informativo mensual fundado el 18 de agosto de 1889 por el Lic. Tomás V. Gómez y registrado en la Dirección General de Correos de la Ciudad de México, el 6 de enero de 1936. Derechos de autor y derechos conexos. Año 129 número 03, octubre 2018, publicación mensual editada por la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Guadalajara, con domicilio en Av. Vallarta 4095, Zapopan, Jalisco, C.P. 45040, Tel. 0133-38809090, www.camaradecomerciogdl.mx. Editor responsable Carlos David Ibarra Rubio. Reserva de derecho al uso exclusivo No. 04-2013-032213475400-109, ISSN: 2007-8420, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Impresa por: Zafiro Editores S.A. De C.V. Carteros 86 Col Moderna Guadalajara, Jalisco, Tel. 33 3619 2098, este número se terminó de imprimir el 01 de octubre de 2018.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización del Instituto nacional del derecho de Autor.

Octubre 2018

Contenido

P. 03 **MENSAJE DE XAVIER ORENDÁIN**

P. 04 **TU ALIADO ESTRATÉGICO**
¿Cómo identificar tu mercado objetivo?

P. 06 **DECISION MAKER**
Los tratados comerciales: Oportunidad para exportar

P. 08 **PERSONALIDAD INSPIRADORA**
El turismo por las venas / Carlos Wolstein

P. 12 **SUEÑA • PLANEA • EMPRENDE**
Arranca tu empresa: Más estrategia, menos capital

P. 14 **IMPULSO CREATIVO**
Innovación + Tradición: Oportunidad para el Centro

P. 16 **ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN**
Ecoinnovación: Buscando fronteras sostenibles

P. 20 **LIVING EXPERIENCES**
La Romería de Zapopan

P. 22 **EMPRESARIO CON ESTILO**
Tendencias de Moda Empresarial Otoño / Invierno 2018 - 2019

P. 24 #YoSoySocio Cámara de Comercio de Guadalajara 2018
Grupo Garzo

P. 26 **STRATEGIC PLAN**
Planeación estratégica 2019

P. 28 **IMPULSO CREATIVO**
¿Máquinas inteligentes para incrementarla competitividad de mi empresa?

P. 30 **#YoSoyCámara**

- XXV Encuentro Internacional del Mariachi
- Mejora Regulatoria
- Reto Zapopan
- Innovation Room
- Tatiana Clouthier
- KM del Pañal
- FECANACO

Síguenos en:

ALEJANDRO SIERRA
Vicepresidente de
Comunicación y Estrategia

Editorial

Anticípate al año, plantea una estrategia

Si bien a lo largo de todo el año ocurren eventos y situaciones que escapan de nuestro control, es imprescindible que en nuestra vida empresarial, tengamos con nosotros una hoja de ruta en la que plasmemos nuestras metas de crecimiento personal y de nuestras empresas. Octubre es un mes ideal para realizar la planeación de nuestro próximo año.

Pensando en contenidos que pudieran aportarte en ese ejercicio, en STRATEGIC PLAN te sugerimos cómo al tomar en cuenta la opinión de tus colaboradores y pensar en tu cliente, puede desarrollarse una planeación que resulte estratégica para tu negocio. Pero si lo que estás pensando es arrancar una empresa y no tienes dinero, en SUEÑA, PLANEA Y EMPRENDE te decimos cómo con una estrategia puedes subsanar la falta de capital.

Y justamente el ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN de este mes te muestra una nueva forma de hacer negocios a través de la Eco-innovación. Porque no basta con hacer negocios sólo rentables, nuestro reto está en hacer negocios sustentables y amigables con nuestro medio ambiente.

La PERSONALIDAD INSPIRADORA de octubre ha dedicado su trayectoria a posicionar en el mundo a nuestra ciudad y estado como destinos turísticos altamente competitivos: Carlos Wolstein, un verdadero apasionado en el tema.

Completamos esta edición, con LIVING EXPERIENCES, en la que te platicamos sobre la Romería de Zapopan, una gran tradición y Patrimonio Cultural de la ciudad; y EMPRESARIO CON ESTILO, en la que te contamos cuáles son las últimas tendencias de la moda empresarial para la temporada otoño-invierno de este año, entre otros contenidos, que sin duda serán de utilidad para la toma de decisiones en tu empresa.

Te deseamos un ejercicio de planeación altamente productivo para 2019.

juntosugerimos@camaradecomerciogdl.mx

33 3570 4167

XAVIER ORENDÁIN DE OBESO
Presidente del Consejo Directivo
Cámara de Comercio de Guadalajara

130 años
Esta fuerza no se construyó en un solo día

Mejores normas: mejores empresas

De acuerdo con el Ranking Global de Competitividad publicado anualmente por el World Economic Forum 2017-2018, México ocupó el lugar 51 entre 138 economías evaluadas, lejos del lugar 31 que llegó a ocupar en 1999, su mejor posición en los últimos 20 años. Y entre muchos factores que inciden en este resultado, están las barreras para hacer negocios, que en el caso de México las tres principales continúan siendo la corrupción, el crimen y la ineficiencia de la burocracia gubernamental.

Sobre este último aspecto, si lográramos como país volvernos más eficientes en hacer el camino más fácil a las empresas en el cumplimiento de la normatividad, elevaríamos nuestra productividad y competitividad como país.

Para ejemplificar nuestra situación actual, cada unidad económica desembolsa alrededor de $48,871 para poder cumplir con los trámites y servicios necesarios en su operación diaria.

Y no sólo eso, si bien hemos mejorado mucho en los últimos años, de acuerdo con datos del Observatorio Nacional de Mejora Regulatoria, el promedio nacional de trámites necesarios para operar y abrir un negocio en México es de 35 trámites en el que las empresas tardan un tiempo aproximado de 1.6 años para poder ir al corriente, desde el registro de la propiedad, la obtención de permisos y licencias, y el pago de impuestos, hasta conseguir la conexión a la red eléctrica. Una verdadera travesía de trámites municipales, estatales y federales.

Por eso, conscientes de que no podemos seguir en esta inercia, en Cámara de Comercio de Guadalajara creamos un Centro de Mejora Regulatoria, que estará encargado de analizar, discutir y proponer cambios en la normatividad y tramitología vigente que enfrentan las empresas, con el fin de homologar y simplificar leyes estatales y reglamentos en la Zona Metropolitana de Guadalajara, así como digitalizar trámites para volverlos más eficientes y disminuir la corrupción.

La agenda de nuestro nuevo Centro será la siguiente:

✔ 1. Plan de simplificación de leyes y reglamentos para detectar regulaciones obsoletas que compacten los 10 trámites más importantes para los negocios.

✔ 2. Impulsar que por cada regulación nueva se eliminen 3 existentes en el estado y los municipios metropolitanos.

✔ 3. Programa de homologación de los 5 principales reglamentos en la Zona Metropolitana de Guadalajara e impulsar un procedimiento único para la apertura rápida de empresas.

✔ 4. Rastrear y proponer mejores prácticas en materia de mejora regulatoria.

✔ 5. Desarrollar una estrategia digital para el E-government.

Sin duda el trabajo del nuevo Centro no será fácil ni sencillo.

Habrá que rehacer no sólo procesos y procedimientos, sino incluso trastocar culturas laborales y derribar usos y costumbres muy arraigadas en la administración pública, que tendrá que optimizar su trabajo.

Pero no hay que perder de vista el fin: tener mejores empresas que de manera efectiva, contribuyan con el desarrollo económico de México y Jalisco.

Centro de Mejora Regulatoria
MEJORES NORMAS • MEJORES EMPRESAS

ANA PAOLA MARTÍNEZ SANDOVAL
Asesor titular CADE
Centro de Apoyo y Desarrollo Empresarial

¿Cómo identificar tu mercado objetivo?

Crear un producto de calidad no es suficiente para creer que tu producto se venderá por si solo o bien que llegará a la cima de la industria. Al identificar tu mercado objetivo, minimizas cualquier tipo de desperdicio en tu producto y empresa, en el cual desarrollas una base de clientes que puede sostener tu negocio.

Si piensas que, al tener un mercado objetivo, estarás limitando clientes y tus ventas, estás muy equivocado. No puedes abarcar todo un mercado, incluso si pudieras no darías el suministro necesario para vender y satisfacer a todos tus consumidores ¡tienes que elegir!, recuerda el dicho que dice "El que mucho abarca, poco aprieta"

Para segmentar mejor a tu mercado meta, responde estas sencillas preguntas:

1. ¿Qué vendes y sus características de uso? Ej. Color, sabor, tamaño, olor, etc. ¿Para qué sirve? ¿Cómo se usa? ¿Quién lo puede usar? ¿Qué contradicciones puede traer?

2. ¿A qué tipo de consumidor quieres llegar? Ej. Género, nivel socioeconómico, edad, religión, ocupación, lugar de residencia, estilo de vida etc. Recuerda siempre segmentar a tu consumidor

3. ¿Cómo quieres vender tu producto? ¿Tendrás una tienda, un sitio Web o ambos? ¿Estarás dirigiendo tu negocio sólo a tu localidad, a tu país o a todo el mundo? Por ejemplo, un negocio online tendrá consumidores más jóvenes que uno en tiendas.

4. ¿Cómo encontrar a tus clientes? Intenta determinar cómo llegarás a ellos.

La competencia es muy grande, así que invertir en una buena estrategia de comunicación y promoción es esencial.

5. ¿Cuáles son sus patrones de compra? Realiza una encuesta donde les preguntes: sus motivaciones de consumo, sus hábitos de compra, sus opiniones sobre tu producto y los de la competencia, su aceptación (precio, preferencias, etc.) Qué lo mueve a la hora de comprar un producto, ¿Con qué marca se identifica más? ¿Con qué objetivo compra?, intenta darle un valor agregado a tu producto el cual te diferencie de la competencia.

Si necesitas asesoría de un experto acércate a los cursos y talleres impartidos por el Innovation Room, en donde no sólo encontrarás las bases necesarias para seguir creciendo, sino que también podrás generar una red de negocios.

CADE
Centro de Apoyo y Desarrollo Empresarial

Ana Paola Martínez Sandoval
Centro de Apoyo y Desarrollo Empresarial
atencioncade@camaradecomerciogdl.mx
Tel. 38809090 ext. 2414

"Si no te diriges hacia un target, público u objetivo claro, al final será como si nunca hubieras hablado con nadie"

ATALA SOSA HERNÁNDEZ
Directora de la Facultad de Ciencias Comerciales
Universidad Autónoma de Guadalajara

Los tratados comerciales:

Oportunidad para exportar

¿Qué vamos a hacer si se acaba el TLCAN? ¡El drama de la diversificación! Estados Unidos de América es el mercado natural de nuestro país, ofrece costos menores de logística, socios comerciales ya conocidos y probablemente, hasta un paisano que desea nuestros productos para el mercado de la nostalgia.

Sin embargo sabemos que no es recomendable "poner todos los huevos en una sola canasta", por ello se requiere la diversificación de mercados para nuestro comercio exterior y es aquí en donde los tratados comerciales internacionales de México se convierten en una gran herramienta para ayudarnos a conseguir esos nuevos mercados.

México cuenta con doce tratados de libre comercio que abarcan 46 países, las estadísticas nos dicen que el comercio regional con estos países se ha incrementado después del inicio del o los tratados comerciales correspondientes como sigue:

Europa	158%
Centro América	606%
América del Sur	339%
Japón	39%
Israel	321%

Elaboración propia. Fuente: Secretaría de Economía México.

Es indudable que aprovechando el marco del libre comercio se facilitan los negocios, de ahí la invitación a participar en otros países. Existen apoyos gubernamentales para impulsar a las empresas a introducir sus productos en los mercados en los que ya se ha detectado una demanda para éstos.

Podríamos dividir a los mercados internacionales en general, en mercados de élite con gran poder adquisitivo en busca de productos diferenciados, en los que el precio no es determinante para la compra y por otra parte, los mercados estándar, en los que se buscan grandes volúmenes y sí, el precio es un factor determinante.

Por supuesto, los diferentes sectores industriales pueden dirigirse a determinados nichos con innovación y diseño en el sector moda, muebles y decoración, agroalimentario y de diversas manufacturas de madera, plástico u otros materiales de utilidad. Para los mercados estándar, las empresas participantes del sector veterinario, automotriz, maquiladores en el sector electrónico, así como manufacturas para integrar productos terminados, por ejemplo los envases y empaques, encontrarán una gran ventaja aprovechando la desgravación de los productos casi en su mayoría en el cien por ciento.

La estrategia está en la definición de la ventaja competitiva de la oferta exportable, es decir, encontrar aquello que en esos productos otorgarían satisfacción para los consumidores extranjeros.

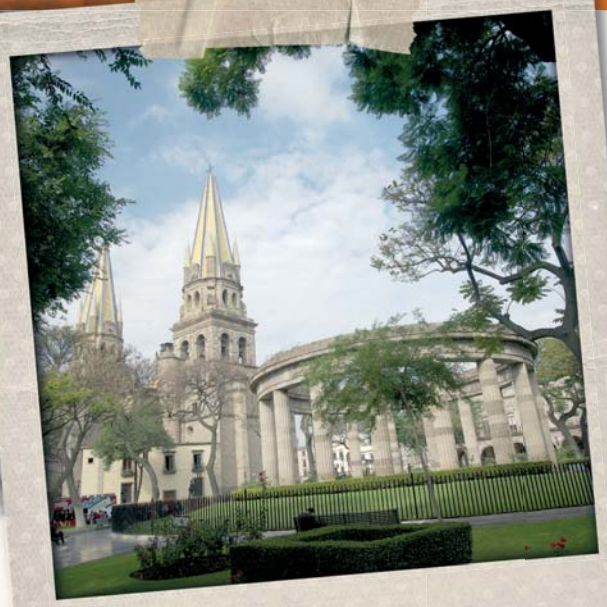
En la etapa de estudio y selección de mercados internacionales y de preparación de la oferta exportable, las universidades pueden ser de gran ayuda también, porque en la mayoría de ellas existen programas de apoyo a los empresarios para impulsarlos a la exportación. Existe software, bases de datos y estudiantes deseosos de participar en actividades prácticas para demostrar sus competencias.

Anímate a exportar.

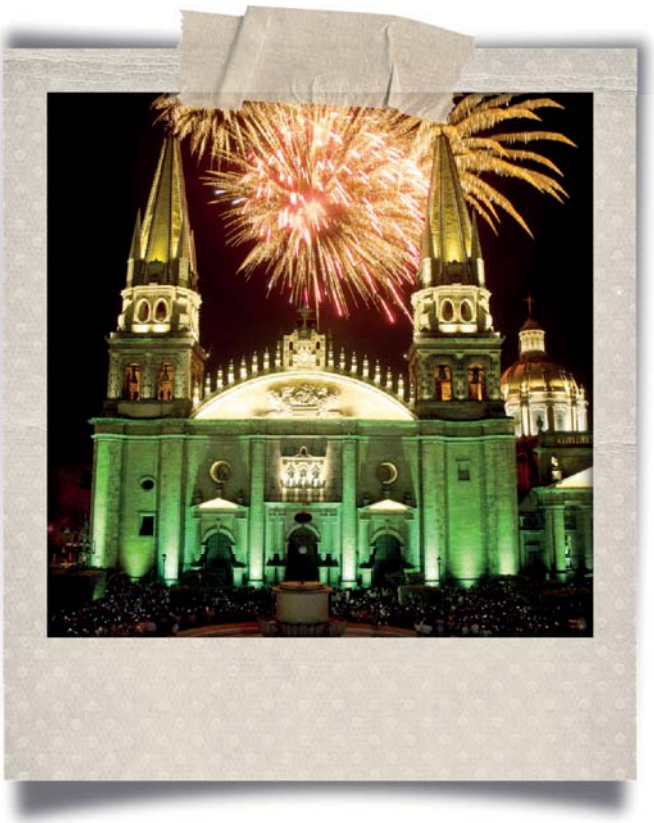
EDGAR FLORES
Reportero

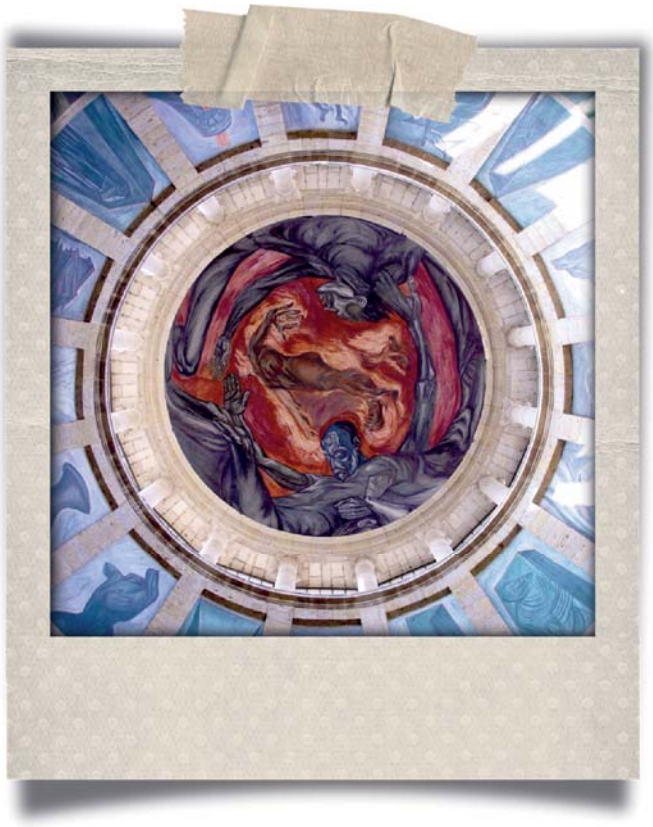
Carlos D. Wolstein González Rubio

Enamorado de la ciudad



Sus inicios en el mundo empresarial y de emprendimiento, tuvieron su origen en un ámbito muy distinto al que hoy le ocupa como centro de su desarrollo profesional en Jalisco. Comparte dos pasiones que al día de hoy, siguen ocupando mente, cuerpo y alma en el quehacer cotidiano de la vida de Carlos Wolstein: los seguros, con su despacho de Broker, y el turismo, esta última, una de sus pasiones más arraigadas que hasta hoy, lo colocan como un personaje entregado a la promoción de Guadalajara como presidente de la Oficina de Visitantes y Convenciones.





"No podemos quedarnos estáticos y tenemos siempre que estar pensando en innovar como ciudad y en la forma de cómo vamos a seguir atrayendo turistas"

Carlos Wolstein

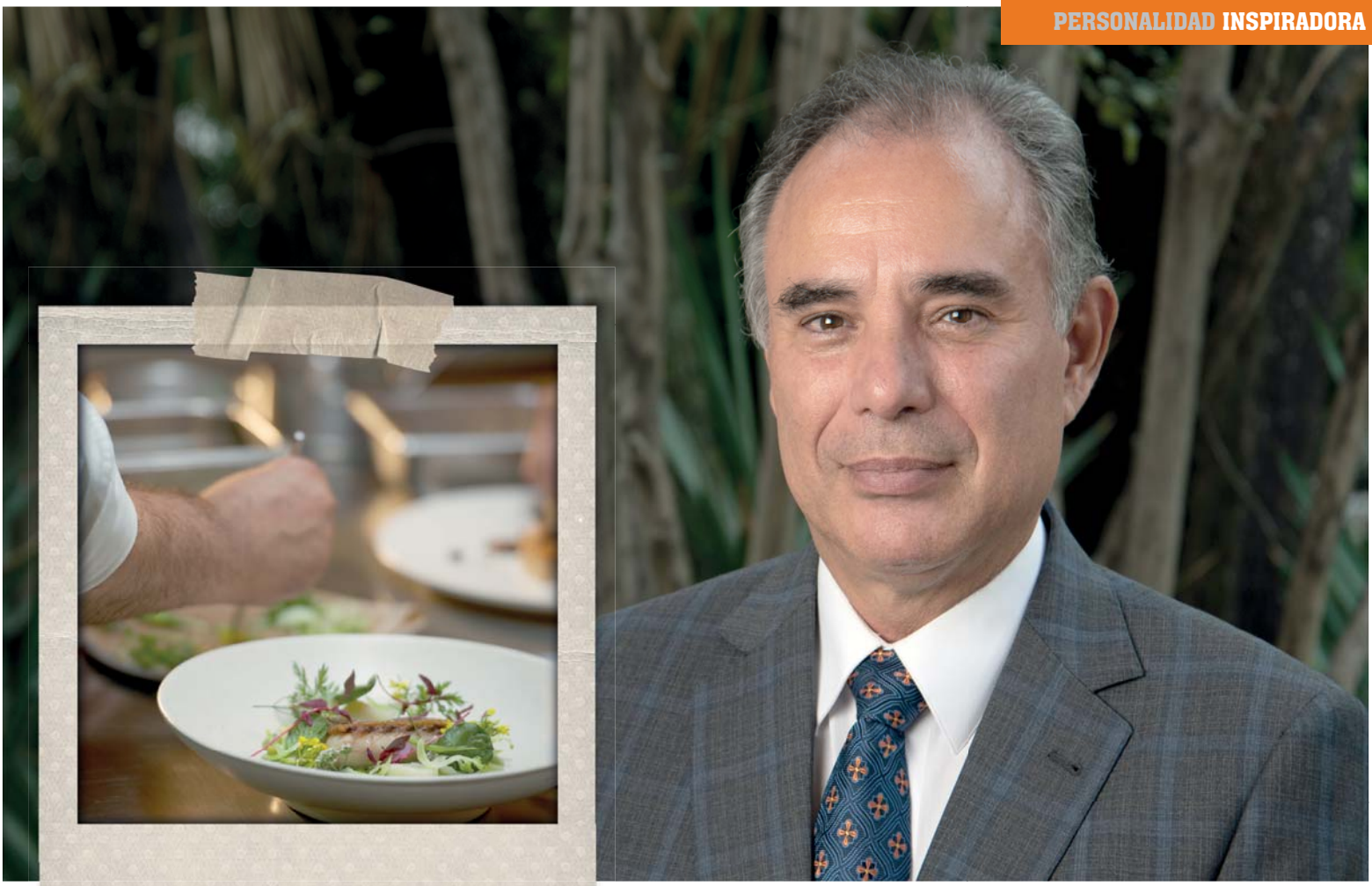
Presidente de la Oficina de Visitantes y Convenciones

Hace 28 años comenzó la aventura en el sector hotelero al convertirse en socio del Hotel Fénix y posteriormente del Hotel Plaza Génova, para después migrar a nuevos proyectos, que lo llevaron a involucrarse y sobre todo a descubrir su pasión por el turismo. *"La hotelería me llevó a enamorarme más de mi ciudad. No hay mejor manera de traer gente o promocionar tu hotel, que ´vendiendo' tu ciudad, y si estás enamorado de ella, se promociona mucho mejor"*, comenta a **Juntos** Carlos Wolstien en una charla donde el también Vicepresidente de Turismo de la Cámara de Comercio de Guadalajara, extiende esa pasión y amor que tiene por nuestra ciudad.

Inmiscuirse en el mundo de la hotelería, despertó en él ese amor y mejor conocimiento de su ciudad, sobre todo del Centro de Guadalajara, que desde niño, y por tradición, conoció a la perfección. Su labor como promotor de la ciudad mediante la hotelería, lo llevó a que en 2008, fuese invitado a presidir la Oficina de Visitantes y Convenciones, puesto que hasta hoy le sigue en encomienda, y del cual expresa: *"Para mí esto ha sido un honor, un privilegio y una de las cosas en las que me siento más afortunado en mi vida, no sólo porque he tenido la oportunidad de conocer gente extraordinaria, sino también de tener la enorme fortuna de estar en una institución en donde lo único a lo que nos dedicamos es a promocionar nuestra ciudad, con el único objetivo de que logremos ir creciendo nuestra penetración en el turismo a nivel nacional e internacional"*.

Guadalajara, entre las ciudades con más y mejor oferta

Apartándose de la pasión y prospectando la objetividad, Wolstein afirma que en los últimos 5 años, Guadalajara ha ganado especial terreno en la atracción de turismo en sus diferentes aristas. *"Guadalajara, lo digo con mucha certeza, está entre las ciudades que más oferta ofrece a los turistas.*



Tenemos hotelería de primer mundo, una ciudad hermosa, gastronomía envidiable con una cantidad enorme de restaurantes de primer mundo con chefs de renombre internacional; tenemos en trasporte una conectividad que, después de la Ciudad de México, la mejor la tenemos nosotros. Asimismo, un recinto extraordinario: Expo Guadalajara, que es lo que ha venido a fortalecer nuestra área de turismo de negocios".

Los retos

Aunque nuestra ciudad ha crecido de forma importante en materia de turismo, y esto Carlos se lo atribuye a la gran labor de todos los involucrados en impulsar este sector, aún hay retos pendientes para que Guadalajara sea y llegue a ser una potencia turística no sólo a nivel país, sino a nivel internacional. *"Creo que nuestro reto es ser cada vez más creativos en encontrar cómo provocar que un turista que viene, se quede a dormir una noche más, ése sería el primer reto inmediato, y que además, convirtamos a toda la gente que viene a visitarnos, en embajadores de nuestra ciudad, es decir, que quienes vengan, regresen a su lugar de origen y nos promuevan con los demás".*

Lograr esto, afirma Carlos, tiene que ver con una gran virtud que debe seguirse impulsando entre los tapatíos: la hospitalidad. Wolstien afirma que de acuerdo a encuestas realizadas por la oficina que preside, los visitantes resaltan la amabilidad de los tapatíos incluso por encima de la infraestructura turística que tiene la ciudad.

Innovar como ciudad, es también parte de los retos, así como seguir apostando por la creatividad y la proyección de nuevas estrategias para atraer el turismo en sus distintos rubros. Carlos destaca el trabajo en equipo que autoridades, Cámara, gobierno, asociaciones y la OFVC, hacen en sinergia el pro de la promoción y atracción turística para la ciudad.

"Estoy convencido que si los gobiernos apostaran realmente por el turismo, sería una enorme potencia de crecimiento para el país", comparte.

Así, desde sus dos trincheras, Carlos Wolstein vela por el crecimiento del turismo, por la innovación de la ciudad, por fortalecer el vínculo entre la hospitalidad y la infraestructura. Condiciones las hay, y ve un Guadalajara posicionado, con cosas por hacer, pero con cosas hechas de calidad, que se han visto reflejadas en la atracción cada vez mayor del turismo de reuniones, una de las fortalezas más importantes de la ciudad.

Enamorado, convencido y con el turismo por las venas, Wolstein es el portavoz, el gestor y promotor enamorado que quiere a Guadalajara en los ojos y boca del mundo entero.

Ante la problemática de
trámites excesivos
creamos

Centro de Mejora Regulatoria

MEJORES NORMAS • MEJORES EMPRESAS

-trámites
+Tiempo
& dinero

#MejoresNormas
#MejoresEmpresas

Pag. WEB

Lic. José Salvador Chávez Ferrusca
Titular del Centro de Mejora Regulatoria
cmr@camaradecomerciogdl.mx
Tel.: 33 9690 2050

La fuerza empresarial de Jalisco

CAMARA DE COMERCIO GUADALAJARA

JOSÉ MANUEL SAIZ ÁLVAREZ
Profesor de EGADE Business School Tecnológico de Monterrey.

Arranca tu empresa

Más estrategia, menos capital

"Si vas poco a poco tendrás éxito. Tenlo siempre en cuenta y te irá bien"

Uno de los principales problemas en los emprendedores es, en general, el reducido capital disponible para emprender un negocio, lo que suele desincentivar la puesta en marcha del proceso de creación del negocio y, en otros casos, hace que el riesgo asumido sea casi insostenible. Sin embargo, existen estrategias que evitan este problema, al hacer posible emprender con muy poco dinero, lo que fomenta la creación de empresas.

La primera estrategia que, en mi caso personal he estado utilizando durante años, ha sido la externalización de bienes y servicios, también conocido como outsourcing (que no hay que confundirlo con subcontratación, al estar este término erróneamente traducido del inglés). Cuando se externaliza

gran parte de la producción y distribución del producto o servicio ofrecido al mercado, se minimiza tanto la inversión inicial necesaria para llevar a cabo el proyecto, como los costes operativos una vez puesto en marcha. La clave está en encontrar socios estratégicos externos a la empresa con los cuales negociar y llegar a acuerdos de colaboración para desarrollar la idea de negocio y realizar así el proceso de externalización.

Una segunda estrategia, que perfectamente puede complementar a la anterior, es la utilización masiva de Internet para comunicarse con el mercado. Hoy en día, y sobre todo si el producto o servicio está dirigido hacia los millennials o a hacia los centennials, es obligatorio que la nueva empresa esté en la red. Quien no esté en Internet, simplemente no existe, por ello, la realización de políticas basadas en marketing digital permite a los futuros consumidores realizar el llamado ZMOT (Zero Moment of Truth), de manera que el proceso de la información expuesta en la página web de la organización atrae a nuevos clientes y fideliza a los ya existentes, siendo muy bajo el coste de desarrollo y mantenimiento de la página web, lo que redunda en una menor necesidad de capital.

En definitiva, la externalización (outsourcing) como estrategia unido al uso del Internet como mecanismo de promoción y publicidad de la empresa con un buen posicionamiento en la web, es clave para poner en marcha empresas con poco capital, reducido coste de mantenimiento y bajo riesgo financiero. He aplicado esta combinación en algunos de los negocios que he creado a lo largo de mi vida profesional y me han ido realmente bien.

Lo importante no es cuánto beneficio eres capaz de generar en tu negocio, sino cuánto tienes que gastar e invertir en él para generarlo. Por eso, en la medida de lo posible, intenta minimizar el gasto y la inversión, sobre todo la inicial, en tu negocio y para ello con poco capital es posible. Si vas poco a poco tendrás éxito. Tenlo siempre en cuenta y te irá bien.

EDUARDO RAMOS RANGEL
Gerente General de Delegaciones
Cámara de Comercio de Guadalajara

"En tiempos de crisis, sola la imaginación es más importante que el conocimiento"

Albert Einstein

Innovación + tradición: oportunidad para el Centro

Poco a poco la imagen urbana del Centro Histórico parece renovarse. Con la creación del "Paseo Alcalde" se le otorgará a una de las avenidas más importantes del primer cuadro de la ciudad la tranquilidad para el disfrute de sus visitantes.

Como ha pasado en varias ciudades de países tradicionales como en el caso de Barcelona, con esta clase de obras tendrá que venir una serie de acciones que permitan no sólo mayor afluencia de visitantes a nuestro Centro Histórico, sino también compradores y hasta habitantes que le devuelvan la vitalidad que en otros tiempos le caracterizaba.

Ante esto, es primordial para los comerciantes y empresarios de la zona enfrentar los cambios con toda valentía; la modernidad nos alcanza y es nuestro deber cobijarla y utilizarla a nuestro favor.

Esta zona comercial sigue siendo una de las más atractivas para abrir un negocio; la gran afluencia de personas yendo y viniendo por sus calles resulta interesante para instalarse, mantenerse y si la inercia de lo nuevo lo permite y las autoridades cumplen su cometido de otorgar las mejores condiciones para hacerlo, en un tiempo no muy lejano podremos encontrar aquí desde grandes cadenas comerciales, hasta restaurantes de prestigio como vemos en otras zonas de la ciudad.

Pero: ¿Qué pasará con los comercios antiguos o tradicionales que aún existen? El dinamismo del mercado, la competencia, y el e-commerce son factores a los que se deben de enfrentar; la supervivencia tendrá que ser a través de 5 factores claves como son:

1. Uso de la tecnología.
2. Capacitación.
3. Mercadotécnica.
4. Renovación de Imagen.
5. Financiamiento.

Afortunadamente en la Cámara de Comercio podrán contar con todo lo necesario para el impulso de los comercios tanto tradicionales como de nueva creación, especialmente en su Delegación Centro Histórico tendrán un aliado para que juntos hagamos frente a un presente que tiene mucho futuro.

¡PORQUE SER PERRON®

NUTRICIÓN QUE SE NOTA

ES LO DE HOY!

01 (392) 92 5 30 00
01 (800) 006 6425

croquetasperron.com.mx / síguenos:

Hecho en México por: WN EL NOGAL S.C. de R.L. de C.V.
Av. 20 de Noviembre No. 934, Col. Nvo. Fuerte, Ocotlán, Jalisco.

EL NOGAL®
Nutrición que se nota

caee
JESÚS VILLARREAL
Coordinador Economía
y Negocios, CAEE

caee

Ecoinnovación, Buscando fronteras sostenibles

Frecuentemente escuchamos de la importancia de cuidar el medio ambiente y de encontrar alternativas para no contaminar más. El daño ecológico es evidente y los ciudadanos se preocupan cada vez más por disminuir su huella de carbono.

La situación es alarmante. El ritmo de consumo actual ocasiona una explotación de los recursos naturales tal, que para agosto de cada año estamos agotando los recursos que la tierra es capaz de renovar. Por eso la tendencia de ser amigable con el medio ambiente, también está teniendo eco en la industria y en los negocios, por la importancia de ser productivos sin ser destructivos.

En el artículo de este mes, te contaremos sobre la Ecoinnovación y los métodos que podrías implementar en tu empresa para disminuir los contaminantes, desde los procesos de producción hasta las actividades diarias de oficina. Reflexionaremos sobre la urgente necesidad de adoptar una relación sostenible con nuestro planeta.

Ecoinnovación es reducir el impacto al medio ambiente mediante nuevos conocimientos y técnicas aplicados en la producción, distribución y consumo. Es una **alternativa para hacer frente a la escasez de recursos y a los problemas ambientales** como el cambio climático.

Familiarízate con conceptos de Ecoinnovación para identificar oportunidades sostenibles de negocio:

*En 2016 el costo del impacto ambiental en México fue equivalente a 4.6% del PIB, es decir, $925,326 MDP ***

Remanufactura: Consiste en **devolverle el valor** y utilidad **a un producto.** Un ejemplo son los talleres de restauración automotriz o industrial, que recuperan productos para restaurarlos y volverlos a vender, siendo éste un mercado con grandes probabilidades de éxito en ventas debido a la poca competencia.

Tracción de cadenas: Es **el incremento de productos amigables con el medio ambiente** que exigen las grandes cadenas comerciales con sus proveedores para cumplir normas oficiales. Esto es común en industrias como la textil y papelera, que cada vez más deben buscar materiales alternativos para producir responsablemente, ya que los mismos consumidores exigen mayor sostenibilidad en sus compras.

*En México se producen diariamente más de 86 mil toneladas de basura.**

Servitización: Consiste en **migrar de la venta exclusiva de producto a un modelo de negocio basado en la oferta de servicios.** Un caso de servitización es Xerox, esta empresa no sólo produce sus impresoras, si no que les brinda mantenimiento y soporte a los usuarios de las mismas.

Gestión del Big Data y Paperless: Es la **utilización eficiente de recursos** materiales, humanos y financieros **mediante el uso de grandes volúmenes de datos.** Facilita la toma de decisiones y permite encontrar estrategias para reducir costos, impacto ambiental y riesgos. Por ejemplo, Amazon, Walmart y Siemens lo utilizan para tomar decisiones de ahorro o incrementar utilidades.

Fuentes: * http://cuentame.inegi.org.mx // ** http://.inegi.org.mx

Algunas formas de acercar tu empresa a procesos ecoinnovadores y que puedes implementar son:

1 **Promociona el consumo responsable,** motiva a tus clientes a realizar prácticas ambientalmente amigables.

2 **Invierte en tecnología** que permita **eficientar tus procesos** y reducir el impacto de tu operación.

3 **Reduce tus residuos sólidos** y busca la forma de darles un tratamiento adecuado.

4 **Sustituye tus desechables** por productos renovables u opciones de menor impacto.

Si tu empresa es amigable con el medio ambiente, puedes solicitar distintivos de calidad como el "distintivo S" de Secretaría de Turismo, que tiene un costo promedio de $80,000 pesos y está dirigido especialmente a empresas de servicios y turismo. Actualmente sólo 174 empresas a nivel nacional cuentan con esta certificación, lo que hace que se vuelva un sinónimo de prestigio e influya positivamente en la percepción de tus clientes.

DISTINTIVO S

Tarde o temprano, el daño ambiental tendrá un impacto en el sistema económico que lo ha causado y habrá que pagar el costo. La ecoinnovación ofrece la posibilidad de reducir ese costo y además generar beneficios públicos y privados, que lo compensen.

GARANTÍA DE SUSTENTABILIDAD MÉXICO

En suma ...

Desde hace más de 30 años, iniciativas y planes de acción en materia de Ecoinnovación han estado presentes en los objetivos de empresas en todo el mundo.

La búsqueda de formas de producción más amigables con el planeta y procesos que optimicen los recursos materiales y humanos, han representado para la industria en general, un desafío de desarrollo que no es fácil de superar, pero ofrece un sin número de oportunidades que se reflejan en mercados no explorados o poco explotados. Estas oportunidades pueden ofrecer rendimientos en el mediano y largo plazo, pues las tendencias apuntan en ésta dirección.

Significa que debemos prepararnos para sacar provecho de las nuevas oportunidades y la mejor manera es estar informado.

Para mayor información:

Distintivo Ambiental UNAM
https://sustentabilidad.unam.mx/distintivo.php

Programa de calidad distintivo "S"
https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-de-calidad-distintivo-s

¿Tienes alguna duda, sugerencia o comentario? Escribe a:
caee@camaradecomerciogdl.mx

Auditorio TELMEX

06 y 07 OCT- 12:30H Y 18:30H

13 OCT - 21:00H

18 OCT - 21:00H

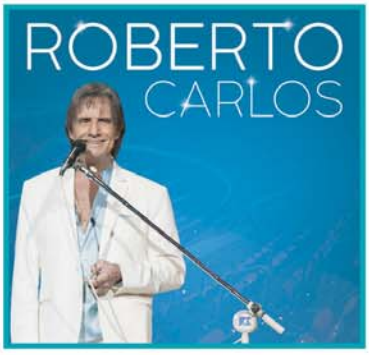
24 OCT - 21:00H

27 OCT - 21:00H

04 NOV - 19:00H

09 NOV - 21:00H

10 NOV - 21:00H



16 NOV - 21:00H

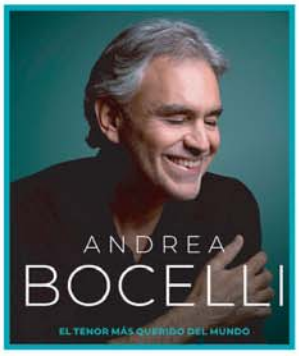
17 NOV - 21:00H

22 NOV - 21:00H

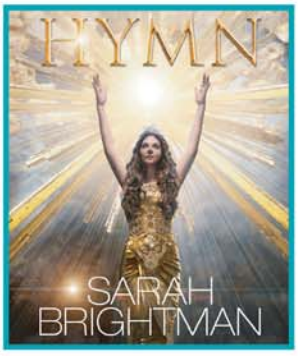
23 NOV - 21:00H

07 DIC - 21:00H

08 DIC - 21:00H



20 DIC - 21:00H



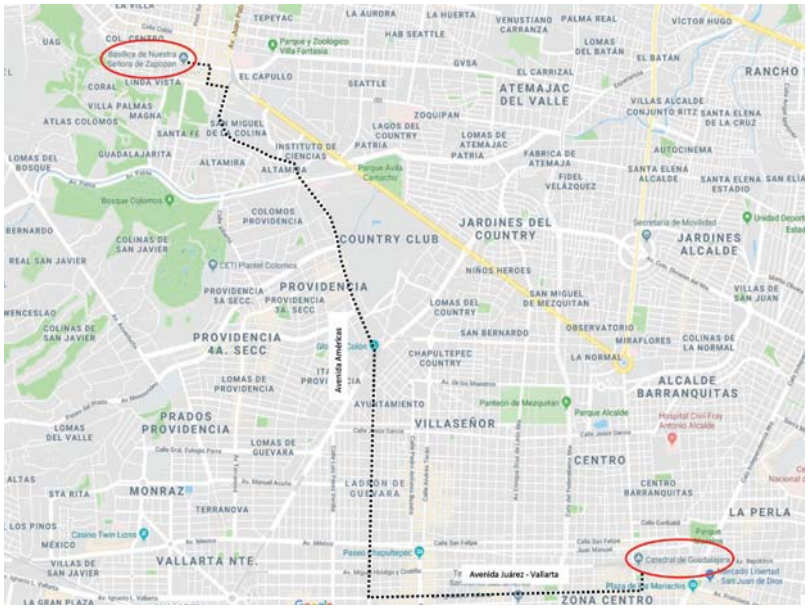
22 ENE 2019- 21:00H

13 FEB 2019 - 21:00H

ARMANDO GONZÁLEZ ESCOTO
Presbítero

Visita la Romería de Zapopan

Ruta 2018



A finales del siglo XX comenzó a denominarse *"Romería"* a una celebración que para los tapatíos siempre había sido conocida como *"la llevada de la Virgen"*, o más económicamente *"la llevada"*.

Aunque por casi 200 años esta gran procesión tenía lugar el 5 de octubre, desde 1952, el cardenal Garibi Rivera la estableció el día 12 del mismo mes, para aprovechar el día feriado que por entonces se tenía. En ese mismo año se inauguró tanto la ampliación de la avenida Alcalde, como la nueva calzada Ávila Camacho, que a decir del gobernador González Gallo, se había hecho *"para fines no profanos"*, es decir, para darle a la llevada de la Virgen el espacio amplio y directo que una celebración de ese tamaño requería.

Suele sin embargo ocurrir que quienes vivimos en esta ciudad no nos damos cuenta de nuestras originalidades, de nuestros productos, hasta que personas venidas de fuera nos hacen caer en la cuenta de los valores que logramos.

Hoy sabemos que la Romería de Zapopan es la procesión mariana más multitudinaria y creativa del Continente Americano. Las otras dos procesiones que pueden asemejarse a ésta, son la del Cristo de los Milagros en Lima, Perú, y la del Señor de la Paz, en Bolivia.

Cuando hablamos de *"procesión"* estamos refiriéndonos a un concepto técnico bajo el cual se entiende el acto de llevar una imagen célebre de un punto a otro, o de ida y vuelta al mismo punto de origen.

La Romería de Zapopan es el acto por el cual una imagen de la Virgen María traída a estas tierras en el año de 1530, es trasladada de la catedral tapatía a su basílica en la cercana población que lleva su nombre, luego de cumplir con la tradición anual de su visita a las iglesias de la ciudad.

El promedio de participación a lo largo de la procesión es de dos millones de personas. En el contingente procesional se suman cerca de 30 mil danzantes de diversos tipos y sones, provenientes tanto de Jalisco como de otros estados de la República: Michoacán, Zacatecas, Guanajuato, Querétaro, México y Puebla. Guardias de honor asisten varias de la ciudad de México, y también de Monclova, Coahuila, y de san Diego California. Las bandas de música son numerosas y en ese día se unen para acompañar la procesión.

Desde el punto de vista del turismo religioso la romería de Zapopan muestra un enorme potencial, pese a la poca publicidad que recibe, pues ya sólo con las personas que vienen desde tan diversos rumbos del país bastaría para valorarlo.

"Romería de Zapopan como Patrimonio Cultural Intangible del municipio zapopano"

Tampoco podemos ignorar la impresionante derrama económica que genera, que supone el estreno de trajes para los danzantes, que oscilan entre mil y 10 mil pesos; uniformes para los contingentes, y todo el movimiento de dinero que supone el desplazamiento de tan enorme cantidad de personas.

Muchos de estos aspectos y otros más han sido considerados para declarar a la Romería de Zapopan como Patrimonio Cultural Intangible del municipio zapopano, mismo que lleva adelante los procedimientos para que esta extraordinaria tradición tapatía sea reconocida y declarada por la UNESCO Patrimonio Cultural Intangible de la humanidad.

LIZ VELASCO
Comunicóloga y
Asesora de Imagen

Tendencias de moda empresarial

Otoño / Invierno 2018 - 2019

Cada vez más, vemos en los escaparates de las tiendas la tendencia de la moda para esta temporada de Otoño-Invierno 2018-2019. Ante nuestros ojos aparece una gran variedad de colores, texturas, diseños y formas, sin embargo, casi siempre terminamos preguntándonos: ¿qué puedo utilizar en la oficina para no verme fuera de lugar y al mismo tiempo lucir a la moda?

Aquí te describo algunas propuestas que van muy bien en el entorno empresarial para verte con estilo, pero sin dejar de lado la formalidad. Empezaremos por mencionar "los cuadros", el famoso estampado "Príncipe de Gales", que ya es un clásico, pero que al mismo tiempo es muy versátil, lo puedes lucir en sacos, pantalones o bufandas dando un toque elegante y moderno a tu outfit.

Otra tendencia que seguiremos viendo muy fuerte en esta época de frío, son los "maxilunares", son perfectos y sencillos de combinar, los podemos usar en camisas, blusas, faldas, pantalones, accesorios y prendas más abrigadoras.

También estaremos viendo colores intensos como el naranja, fucsia y amarillo, que, aunque pudieran parecer llamativos al utilizarlos en nuestro ambiente laboral, lo cierto es que podemos incorporarlos a nuestro guardarropa en pequeños acentos, como son los zapatos, bolsos, cinturones, joyería, etc.

No podemos dejar de lado los estampados, que en esta ocasión están presente las flores en tamaños más grandes y fondos oscuros, haciéndolas resaltar en su máxima expresión. La pana es otro tipo de textil que veremos mucho en este invierno, con diferentes diseños y colores.

Podemos ver gran variedad de opciones, para utilizar en el trabajo, sólo es cuestión de elegir la que mejor vaya con nuestro estilo de vida, nuestro puesto, nuestra edad y nuestros objetivos, de esta manera proyectar la imagen que realmente queremos.

Recuerda que el vestir para la oficina no tiene por qué ser aburrido o difícil, sólo hay que tener en cuenta las reglas del "Office Style" y combinarlo con tu propio estilo y así lograr equilibrarlo perfectamente.

"Hay que tener en cuenta las reglas del "Office Style" y combinarlo con tu propio estilo y así lograrás el equilibrio perfecto"

EDGAR FLORES
Reportero

#YoSoySocio
Cámara de Comercio de Guadalajara 2018

Armando García
Director del grupo GARZO

Ing. Gilberto García
Fundador del grupo GARZO

Nacer, innovar y crecer

La meta es innovar y penetrar en las tendencias que van marcando el mercado

Son ya más de 50 años en el mercado tapatío los que Grupo Garzo ha permanecido vigente. Nacer fue el canal que los llevó a mantener una filosofía apegada siempre a hacer cosas nuevas; innovar, es el ADN que corre por la venas de esta empresa, afiliada a Cámara de Comercio, institución de la que, refiere Armando García, director del grupo, han recibido un amplio abanico de posibilidades.

"Iniciamos la empresa con fabricación de mueble, en aquel tiempo era más de chapa de madera, pero el mercado va cambiando, ahora utilizamos productos sintéticos, pero derivados también de la madera. En algún momento, allá por el año 1976, mi padre decidió expandirse y hacer recubrimientos para los tableros tanto de aglomerado como de MDF, con vinil o papel, que era lo que entonces estaba surgiendo", narra Armando García, al hacer una breve retrospectiva no sólo del inicio de su empresa, fundada por su padre, sino de cómo desde su inicio, vieron la innovación como parte medular para el crecimiento de la misma.

Renovarse o morir, reza un dicho popular con certero mensaje. La meta es innovar y penetrar en las tendencias que van marcando el mercado, esto llevo a Grupo Garzo a involucrarse hace aproximadamente 10 años en la incorporación de melamina, un papel impregnado con una resina, cuya función es que al prensarlo, obtiene mucha resistencia , fuerza y es utilizada para cocinas, closets o escritorios.

Su vínculo con Cámara de Comercio, comparte Armando, *"fue cuando la Cámara empezó a hacer la delegación Tlajomulco, y se acercaron con nosotros. Entramos porque estaban en Tlajomulco y nosotros tenemos ese sentido de pertenencia con el municipio. Hubo un momento de una breve pausa, porque yo no estaba aquí, aunque seguimos siendo socios, y hace algunos años tuve de nuevo un acercamiento directo con la Cámara y entonces empezamos algo muy bueno, a ver las opciones y en qué nos podía ayudar la Cámara"*.

Lo que encontró Armando, narra, fueron excelentes relaciones con el municipio a través de la Cámara de Comercio, así como excelentes relaciones con otras empresas. *"Hemos tenido otros proveedores y clientes que de alguna forma llegaron a través de la Cámara. Creo que para ser claros, todas las empresas deben estar asociadas a una cámara porque los beneficios son muchos; ahora con la Cámara de Comercio tenemos mucha actividad"*.

Armando destaca que lo mejor, es que entre su empresa y esta institución, se han hecho proyectos muy interesantes, de prosperidad y beneficio mutuo.

MBA. GUILLERMO PÉREZ VILLALÓN
Profesor de la Escuela de Empresariales
Universidad Panamericana.

Planeación estratégica 2019

El cuerpo humano necesita alimentarse bien, ejercitar sus músculos y dejarlos descansar para cuidar sus defensas y hacer frente a los malestares y agentes externos del medio ambiente y que están fuera de su control.

En este sentido, la empresa debe ser vista como el cuerpo, deberá de ocuparse primeramente de sí misma, antes de enfrentar las inclemencias externas.

Ante el cambio de administración gubernamental que se aproxima y la incertidumbre que genera, las empresas deberán ser conscientes más allá del entorno inmediato que las rodea. No bastará cuidar a los proveedores y compradores, e incluso vigilar a la competencia, factores que merman las utilidades.

Por esto, se recomienda que la empresa detecte qué es lo que realmente hace bien y diferente en comparación con su competencia, es decir, identificar cuáles son aquellos recursos que posee y actividades que realiza considerados más valiosos y que le ayudan a cumplir aquella promesa que le hizo a su cliente y por la cual éste eligió a la empresa.

Acto seguido, es conveniente que se haga una autocrítica, pero quién mejor para criticar a la empresa que los mismos colaboradores apoyados en dos puntos de vista: las condiciones de trabajo (necesarias para ejecutar bien su labor) y lo que el cliente quiere. Esto último, cobra sentido al momento que reflexionamos que son los trabajadores quienes tienen mayor contacto con el cliente. Si no hay un canal de comunicación abierto, la información puede no subir a quienes toman decisiones. Asímismo, hay que tener más comunicación directa con el cliente para saber qué es lo que requiere. Una buena herramienta son las encuestas de satisfacción, evaluando el negocio desde una perspectiva externa. La verdad es dura, pero es mejor enfrentarla cuanto antes para poder realizar los ajustes que sean necesarios y que ayuden a que la empresa crezca.

Detectado lo positivo y negativo donde se tiene control, es momento de voltear a ver lo externo, aquellos movimientos que se generarán a raíz de la mudanza en Los Pinos, mismos que no serán sólo en el entorno político, sino afectarán lo económico, lo social y lo legislativo, abriendo algunas puertas y cerrando otras. En este punto, hay que hacer conclusiones fundamentadas sobre estos cambios, ya que representarán las circunstancias positivas o negativas y solo las empresas que se conozcan bien y actúen con rapidez, podrán capitalizarlas para seguir siendo competitivas.

No hay que dejar que la empresa enferme por factores externos. Analicen lo que se tiene, ejerciten sus fortalezas y así, podrán hacer frente a las inclemencias de lo incontrolable que hoy en día, aún es incierto.

"La empresa debe ser vista como el cuerpo,deberá de ocuparse primeramente de sí misma, antes de enfrentar las inclemencias externas"

MBA JUAN CARLOS FLORES MIRAMONTES
Director de la Escuela de Ingeniería Mecatrónica
Universidad Panamericana, Campus Guadalajara

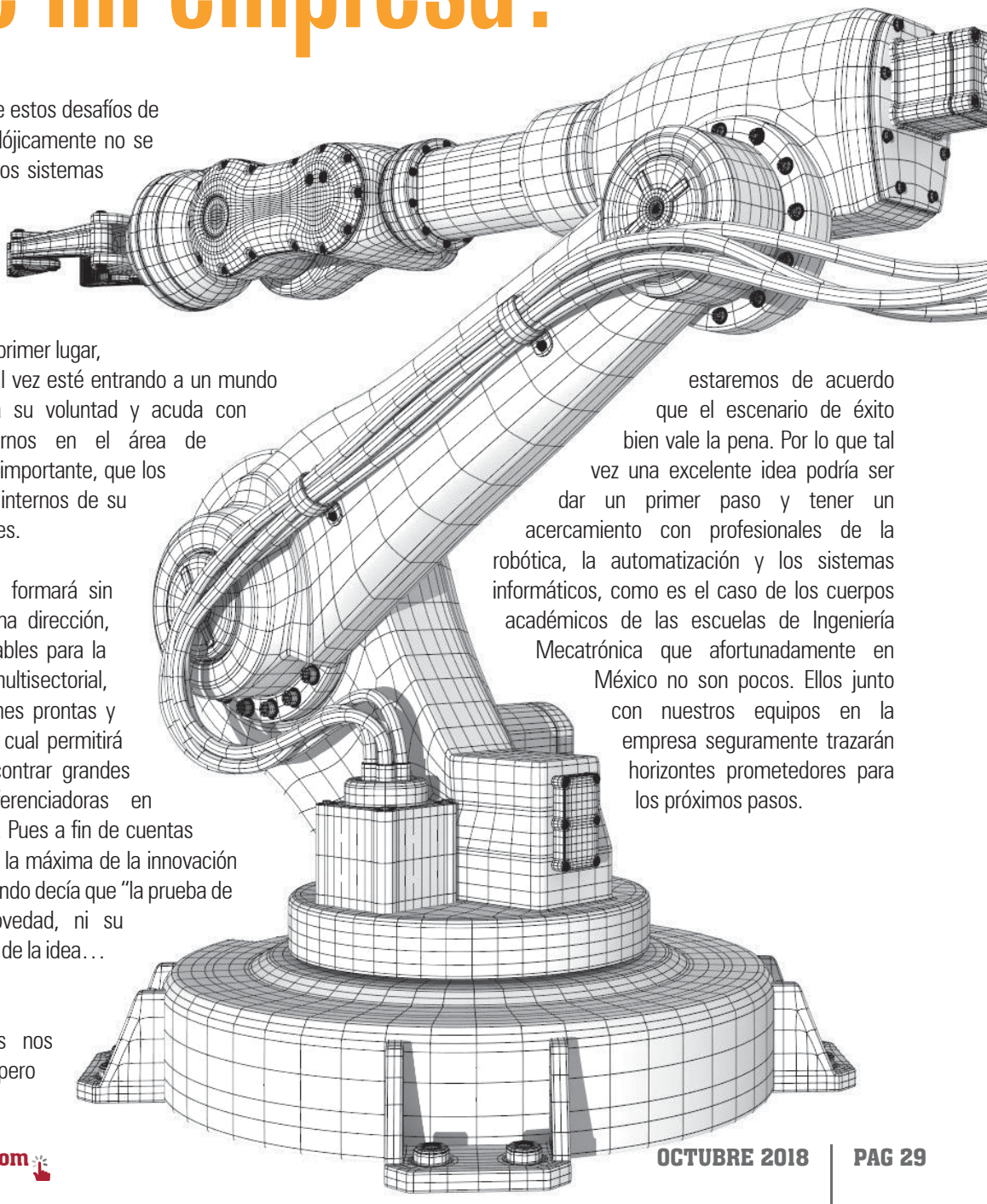
¿Máquinas inteligentes para incrementar

El siguiente nivel de competitividad en México llegará antes de lo que muchos piensan. La combinación entre la robótica y la inteligencia artificial que se está suscitando a nivel global transformará la manufactura, la logística y los servicios de muchos de nuestros competidores, internacionales y locales, más temprano que tarde. De nosotros depende que este hecho nos implique una amenaza o una oportunidad.

Quien piense que en su sector está a salvo de dicha incursión, debería darse una vuelta a una fábrica moderna y ver el impresionante desarrollo en automatización que se ha logrado en tiempos recientes con la aparición de robots cada vez mayor. Habría que proceder con una visita, puede ser virtual desde el Internet, y analizar que grandes flujos de inversiones se están yendo al desarrollo de sistemas de Inteligencia Artificial para hacer cada vez más productivas, en tareas antes exclusivamente humanas, a las máquinas. Por último, sumemos a estas dos acciones una tercera: el hecho de que los costos de robots y poder de cómputo decrecen a un ritmo impresionante, en donde, por ejemplo, en países desarrollados la inversión para sustituir con un robot a una persona se recupera en 18 meses en promedio, y tendremos señales inequívocas de que tenemos frente a nosotros grandes amenazas u oportunidades.

"El impresionante desarrollo en automatización que se ha logrado en tiempos recientes es cada vez mayor"

la competitividad de mi empresa?



La clave para salir bien librado de estos desafíos de transferencia tecnológica, paradójicamente no se encuentran en las máquinas y los sistemas informáticos, sino en las personas. Identificar las oportunidades implica una decisión directiva estratégica, la cual radica en el líder de la organización, quien necesita en primer lugar, humildad para reconocer que tal vez esté entrando a un mundo desconocido, para que mueva su voluntad y acuda con prontitud con expertos externos en el área de transformación digital; y lo más importante, que los sepa integrar con los expertos internos de su propio negocio: sus colaboradores.

Esta combinación de personas formará sin duda un equipo que, con buena dirección, logrará los requisitos indispensables para la innovación: conocimiento multisectorial, inspiración, creatividad y acciones prontas y económicas de prototipado. Lo cual permitirá en un mínimo de intentos encontrar grandes ventajas competitivas y diferenciadoras en procesos, productos o servicios. Pues a fin de cuentas de lo que se trata es de cumplir la máxima de la innovación propuesta por Peter Drucker, cuando decía que "la prueba de una innovación no es su novedad, ni su contenido científico, ni el ingenio de la idea… es su éxito en el mercado."

A muchos, estas trayectorias nos podrán parecer agobiantes, pero estaremos de acuerdo que el escenario de éxito bien vale la pena. Por lo que tal vez una excelente idea podría ser dar un primer paso y tener un acercamiento con profesionales de la robótica, la automatización y los sistemas informáticos, como es el caso de los cuerpos académicos de las escuelas de Ingeniería Mecatrónica que afortunadamente en México no son pocos. Ellos junto con nuestros equipos en la empresa seguramente trazarán horizontes prometedores para los próximos pasos.

Encuentro Internacional del MARIACHI Y la Charrería

Jalisco para el mundo

Visita la galería

Encuentro Internacional del Mariachi y la Charrería, 25 años siendo promotores de la tradición de la música mexicana, es sin duda en el festival de mariachis más importante del mundo.

En esta edición hicimos homenaje a todos nuestros artesanos mexicanos, que nos recuerdan nuestras raíces y el color de nuestras tradiciones.

#YoSoyCámara
Síguenos en:

Creamos el primer Centro de Mejora Regulatoria de todo el país, cuyo objetivo es analizar, discutir y proponer cambios en la normatividad y tramitología vigente.

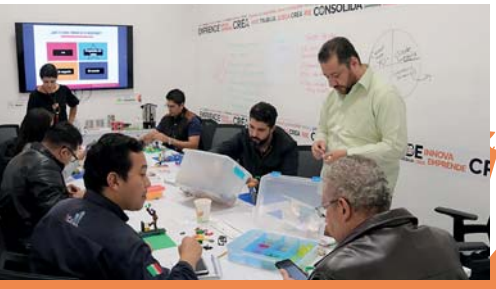
Centro de Mejora Regulatoria
MEJORES NORMAS • MEJORES EMPRESAS

#YoSoyCámara

Síguenos en:

Sostuvimos una reunión de trabajo con las Cámaras que integramos FECANACO Jalisco, para desarrollar una agenda pública conjunta, participó José Manuel López Campos presidente de la Concanaco Servytur.

Presentamos nuestra agenda legislativa a Tatiana Clouthier, diputada federal y pieza clave del proyecto político de Andres Manuel López Obrador, con la finalidad de presentarle la postura del empresariado y pueda ser escalada a la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, en favor de Jalisco.



Taller: Innovación con LEGO

Ante un mundo cada vez más competitivo y cambiante, todo emprendedor tiene que definir su ventaja competitiva, ese sello que lo hace único y diferente a su competencia.

www.juntosgacetamercantil.com

Se firmó un convenio de colaboración entre el Gobierno de Zapopan y la Cámara de Comercio de Guadalajara para fortalecer a los emprendedores, además se entregaron reconocimientos a 67 graduados de la cuarta generación del programa Hecho en Zapopan.

El "Kilometro de Pañal" para adultos mayores de asilos de la ZMG, es un evento con causa social organizado por la Sección Especializada de Mujeres Empresarias.

guillermo flores
fotografía

FOTOGRAFÍA Y VIDEO PROFESIONAL

ARQUITECTURA, PUBLICIDAD, SOCIAL, PRODUCTO, MODA, BELLEZA, HOTELERÍA, RETRATOS.

MÁS DE 15 AÑOS DE EXPERIENCIA

CONTÁCTANOS:
VENTAS@GF-ESTUDIO.COM
OFICINA: (0133) 36.30.48.56
MÓVIL (WHATSAPP): 331.241.59.48

VISITA:
GF-ESTUDIO.COM

REVISTA DE NEGOCIOS
JUNTOS
Gaceta Mercantil

SECCIONES

#YoSoySocio
Cámara de Comercio de Guadalajara 2018

Entrevista
PERSONALIDAD INSPIRADORA

Turismo
LIVING EXPERIENCES

Innovación y Tecnología
IMPULSO CREATIVO

Gestión empresarial y negocios
STRATEGIC PLAN

Jóvenes
SUEÑA • PLANEA • EMPRENDE

Servicios de Cámara de Comercio
TU ALIADO ESTRATÉGICO

Estilo y tendencias (necesidades del empresario / emprendedor)
EMPRESARIO CON ESTILO

Entorno económico / financiero / político
DECISION MAKER

#YoSoyCámara

Artículos del mes de

Noviembre 2018

STRATEGIC PLAN
Diversificación de la cartera de proveedores

IMPULSO CREATIVO
Seguridad en compras On Line

LIVING EXPERIENCES
Día de muertos

SUEÑA • PLANEA • EMPRENDE
Negocios con causa

#YoSoySocio
Cámara de Comercio de Guadalajara 2018

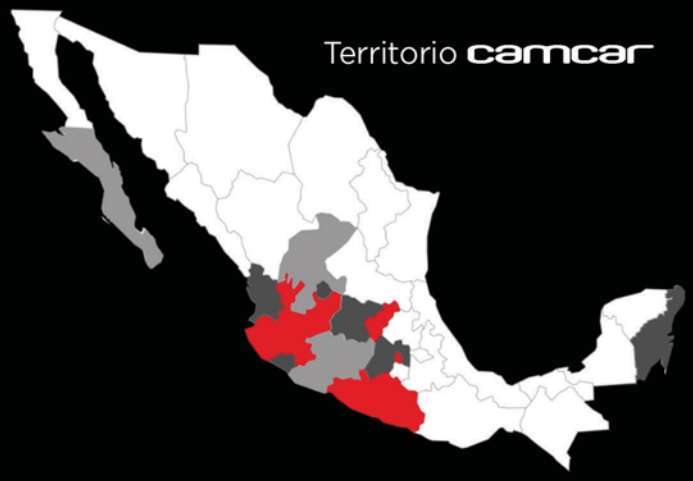
camcar
GRUPO AUTOMOTRIZ
ve por más...

Nos mueve la emoción de ser el Grupo con mayor diversidad de marcas automotrices de prestigio mundial.

30 años de experiencia en el sector nos permiten ofrecerte respaldo y confianza.

Más que encontrar un auto, es compartir esos instantes que perduran para siempre.

Juntos vamos por más



Nuestras Marcas

LINCOLN · JAGUAR · LAND ROVER · VOLVO · Mercedes-Benz · smart · SPRINTER · ISUZU
Ford · mazda · SUZUKI · PEUGEOT · SEAT · MAN · BRP
FIAT · CHRYSLER · DODGE · Jeep · RAM · MITSUBISHI MOTORS · BAIC
MATRIX LEASING · TYRE PLUS · U-SAVE CAR & TRUCK RENTAL · MOPAR · Das WeltAuto. Usados Garantizados. · Direct Express. El Taller de Servicio de Volkswagen · CEPSA

(33) 3818 7581 · camcar.mx · informacion@camcar.mx

FARMACIAS GUADALAJARA

Super Farmacia

¡Siempre ahorrando, siempre contigo!

Tu SuperFarmacia en casa 24 HORAS

3818 1818

Todo lo que necesitas para tu salud, alimentación, belleza, cuidado personal, el bebé, hogar, fotoelectrónica y pagar servicios o enviar dinero.

www.farmaciasguadalajara.com.mx