

pymes y franquicias

día mundial
de las pymes

Contar con presencia digital significa más que subirte a una tendencia. Conoce cómo aprovecharlas en tu negocio



SUPLEMENTO ESPECIAL
Jueves 27 de junio de 2024
www.eluniversal.com.mx

HAZ CRECER TU PYME

Redes sociales al rescate

ILUSTRACIÓN: NÁN VARGAS, EL UNIVERSAL

Criterios ASG / Lo que debes saber

Pymes responsables

DANIELA PAYÁN ESCOBAR
suplementos.especial@mx@gmail.com

Tres 'simples' letras —A, S y G— han sacudido a grandes compañías de diversos sectores a fin de encaminarlas hacia una operación correcta y responsable frente a las comunidades y el medio ambiente; pero, ¿qué pasa con las pymes interesadas en los principios ambientales, sociales y de gobernanza? ¿Cómo implementarlos y cuáles son los potenciales beneficios?

El primer paso es "entender estos criterios para determinar cuál es la forma más efectiva de aplicarlos a tu empresa y focalizar los recursos pertinentes. Una vez contemos con ese entendimiento, podremos iniciar el proceso en las áreas más importantes o de mayor riesgo", indica en entrevista Gerson Vaca, maestro en Administración de Negocios por la Universidad de Barcelona, España.

Por ejemplo, señala el también socio del área de ESG, Sustentabilidad y Responsabilidad Social Corporativa de la firma legal Basham, Ringe y Correa, que una consultora podría enfocarse en el bienestar de sus empleados con políticas para prevenir la discriminación, así como en el uso ético de la información que sus clientes les confían. En tanto, un negocio dedicado a la producción de insumos dirigirá sus esfuerzos al uso responsable de recursos y protección del medio ambiente. "Hoy existen varias fuentes confiables con materiales relacionados a ASG. Muchas cámaras de comercio y asociaciones realizan esfuerzos por transmitir la importancia de este tema con sus miembros; asimismo, hay

buenos programas y asesores que entienden la relevancia de acercar a las pymes a estos criterios y ofrecen asesoría a costos razonables y acotados a las necesidades de cada una", agrega el experto.

MÚLTIPLES BENEFICIOS

Si bien es indispensable hacer una revisión interna, conocida como estudio de materialidad, el especialista enfatiza que "ninguna empresa empieza desde cero. Quizá no hay una integración formal, pero suelen tener principios relacionados, como medidas de protección al ambiente, contratación responsable, protección de derechos humanos, iniciativas de igualdad e inclusión, y/o uso ético de información de los clientes".

Así, de acuerdo con Gerson, la integración de estos tres criterios tanto en la operación como en la cultura organizacional de una pyme se pueden segmentar, a grosso modo, en beneficios internos y externos. En cuanto a los primeros, destaca la detección y prevención de riesgos; a la postre, esto impactará de manera positiva en la reputación del negocio y favorecerá la adopción de medidas pertinentes frente a posibles contingencias. "Conocer los riesgos asociados con los criterios ASG permite crear planes y procesos de detección, mitigación y remediación. En cambio, la falta de conocimiento y entendimiento dejan expuesta a la pyme a posibles incumplimientos normativos, sanciones económicas, afectaciones a su reputación, falta de retención y atracción de talento por descontento de sus colaboradores, entre otras", advierte. En cuanto a las ventajas externas, explica

Adopta prácticas de bienestar para tus colaboradores.



Conoce más

La asociación de despachos internacionales Lex Mundi publicó un mapeo de consulta gratuita sobre regulación en materia de ASG en países de Latinoamérica, incluido México; su objetivo es brindar un panorama general de las normas actuales en este ámbito.

RETOS A VENCER

Para el maestro Gerson Vaca, algunos de los obstáculos más frecuentes entre las pymes interesadas en abrazar compromisos ambientales, sociales y de gobernanza son:

- **Compromiso de directores y dueños:** sin importar el tamaño de la empresa, deben ser los primeros en buscar la integración de criterios ASG para ser más sustentables. Su apoyo es vital para destinar recursos económicos y de capital humano a estos esfuerzos.
- **Recursos limitados:** muchas pymes apelan a la falta de capacidad económica y/o de capital humano para enfocarse en temas de sustentabilidad y sostenibilidad; pero esto no se hace de un día para otro, ni de cero a 100%.
- **Asignación de recursos:** para evitar la incorrecta aplicación de estos, debes tener muy claro en qué áreas podrías lograr el mayor impacto.

que diversas empresas locales e internacionales que podrían contratar a pymes como proveedores ya cuentan con compromisos públicos en materia de sustentabilidad y de ASG en su operación. Y, como estas directrices pretenden una aplicación a nivel "cadena de valor", se decantarán por ellas. ●

Continúa en / **u10**

9 SECRETOS DE UNA BUENA DIRECCIÓN

Radiografía de un buen líder

Para que una empresa avance, se requiere una cabeza que lleve el negocio a buen puerto.

Descubre nueve cualidades que hacen que las personas sean valiosas para su empresa

TEXTO: CRISTIAN ARCINIEGA
ILUSTRACIÓN: DANIEL RAZO
suplementos@especial.com.mx@gmail.com

1 Entre ser jefe o líder, "la principal diferencia está en que cada rol influye de distinta manera a un equipo. Un jefe tiene autoridad, es la supervisión directa sobre los colaboradores. Mientras que un líder inspira, motiva y guía al grupo hacia metas comunes. Además de gestionar tareas, fomenta tanto el desarrollo personal como profesional", indica Marcos Gottfried, director general de Tradex Exposiciones.

2 Una de las principales laborales de un líder es la comunicación, por lo que tiene que saber transmitir ideas, objetivos y expectativas con claridad. De igual modo, debe ser capaz de estar en la misma sintonía con los integrantes de su equipo y lograr que la información fluya en todos los sentidos dentro de una empresa.

3 "Debes saber adaptarse y ser flexible a las nuevas circunstancias que suceden tanto en las empresas como en las vidas personales del equipo, sin nunca perder de vista el objetivo principal", considera Marcos Gottfried. La adaptabilidad al cambio comprende también los nuevos esquemas de trabajo y tecnologías.

4 Saber ponerse en los zapatos de los integrantes del equipo es característico de un puesto de liderazgo. Comprender las presiones, desafíos y emociones de los colaboradores se vuelve clave para ofrecerles soluciones ante sus conflictos. De esta forma, las personas se sienten bien y muestran deseo de aprender o mejorar.

5 La cabeza de un equipo nunca debe quedarse atrás; por el contrario, tiene que mantenerse actualizado sobre lo que sucede en el sector en el que trabaja y estar en la búsqueda constante de nuevas maneras de crecer. De igual modo, debe fomentar el desarrollo de los colaboradores para beneficio de la organización.

6 Un buen líder debe poner el ejemplo en distintos sentidos, incluida la capacidad para organizarse. Este rasgo es decisivo para reducir los tiempos de entrega de proyectos o de producción. "Tiene que saber qué delegar y qué no, además de entender las fortalezas individuales de su equipo y asignar tareas y objetivos de manera adecuada", señala el director general de Tradex Exposiciones.

7 Ser apasionado de su profesión, del sector en el que trabaja, de la colaboración en equipo, entre otras características, distinguen a un líder. De lo contrario, sortear los obstáculos que se presentan y alcanzar los objetivos propuestos puede complicarse en el camino. Esto no significa que no haya periodos de descanso.

8 Las cosas no siempre salen bien a la primera, por lo que un buen líder debe tener la voluntad de intentarlo nuevamente si algo no resultó como se esperaba. Esta característica se relaciona mucho con poder reponerse de manera rápida ante una situación complicada y motivar al equipo para continuar avanzando.

9 "Es importante tener capacidad de decisión, y entender que no todas las resoluciones que se toman van a ser siempre las correctas", menciona Marcos Gottfried. Se debe desarrollar una habilidad para analizar con objetividad las situaciones y tomar decisiones prontas en las que se valoren los pros y contras.

Fuentes: Universidad Anáhuac, Crehana, TecMilenio, OBS Business School



“Tener la capacidad de resolución es una habilidad complicada. En ocasiones, se deben tomar decisiones difíciles de forma oportuna y efectiva”,
Marcos Gottfried, director general de Tradex Exposiciones.



El seguimiento con métricas permite optimizar las campañas.

Sácale provecho a los chatbots

Actualmente la comunicación efectiva con los clientes es fundamental, es por ello que diversas compañías ofrecen soluciones y herramientas para hacer este proceso más ágil y práctico. Tal es el caso del llamado Click-to-WhatsApp (CTWA), el cual permite crear anuncios y derivar tráfico desde Facebook o Instagram hacia WhatsApp.

"Este es un ejemplo de cómo una aplicación digital conocida y utilizada por los usuarios puede ser una solución para la automatización de ventas y atención al cliente con el uso de chatbots y otros recursos para acercar a marcas y clientes" explica

Al utilizar la solución de CTWA los usuarios son dirigidos al WhatsApp de la marca para entablar comunicación directa. Las empresas tienen la oportunidad de atender a sus clientes 24/7

Pablo Dorado, head of sales & operations Latin America en Botmaker, una plataforma de Inteligencia Artificial experta en el desarrollo de chatbots. "Las campañas de generación de leads que utilizan CTWA y derivan el tráfico a un bot tienen un 40% mayor de tasa de conversión que aquellas que derivan el tráfico a landing pages con formularios. Esto es especialmente evidente en formularios donde, a partir de conversaciones, los bots pueden proponer productos y servicios ajustados a las necesidades de los clientes, impulsando el crecimiento de los ingresos", afirma Dorado. ●

EL UNIVERSAL

Lic. Juan Francisco Ealy Ortiz, Presidente Ejecutivo y del Consejo de Administración
Juan Francisco Ealy Jr., Vicepresidente Ejecutivo y Director General

David Guadalupe Aponte Hurtazo, Director General Editorial
Carlos Benavides, Director Editorial
Perla Ealy Díaz, Directora de Suplementos
Miguel Castillo Chávez, Subdirector Editorial
Francisco Vega, Subdirector de Diseño
Mario Dorantes, Subdirector de Contenidos Web
Julio Suárez, Gerente de Video

Manuel Moreno, Director de Finanzas
Raymundo Regalado, Director de Administración
Juan Carlos Ealy Lanz Duret, Director de Operaciones, Mantenimiento, Inmuebles y Servicios
Inés Sainz Gallo, Directora de Comercialización Digital
Lilia Merodio Reza, Directora de Relaciones Políticas
Juan Manuel Ramírez, Director Comercial
Antonio Valle López, Director de Tecnología de la Información
Juan Jesús Cano Díaz, Director de Marketing
Fernando Zúñiga, Gerente de Operaciones y Distribución
Espiridión González Reyes, Gerente de Producción

Sergio Amed Urbán Lezama, Subdirector Editorial Suplementos
María del Carmen Hernández, Coeditora
Javier Rodríguez Ríos, Coordinador de Diseño Suplementos
Xóchitl Durán Contreras y Claudia Flores González, Diseño
Edgar Silva Ruentes S., Coordinador de Foto para Suplementos
Publicidad Teléfono: 55 5709 1313 Ext. 1520

Fundador: Ing. Félix Fulgencio Palavicini



¿NECESITAS CAPITAL?



Somos una SOFOM comprometida con transformar la forma en que las PyMEs y empresas acceden al financiamiento. Con una sólida trayectoria respaldada por tecnología avanzada y procesos ágiles, hemos creado un entorno más inclusivo y accesible. Ofrecemos una variedad de opciones de crédito innovadoras y eficaces que se adaptan a las necesidades específicas de cada negocio, garantizando un soporte financiero robusto y confiable para impulsar su crecimiento y éxito.

Conoce nuestras soluciones que se adaptan a tus necesidades:



IMPÚLSATE

Dale capital a tu negocio hasta \$300 millones para adquisición de activos, generación de nuevos proyectos, consolidación de deuda, entre otras.



OPTIMÍZATE



Mejora las condiciones de tu deuda actual en monto, plazo o tasa.



RENÚEVATE

Línea revolving de hasta \$30 millones.

Los beneficios que te brindamos son:

-  Plazos de hasta 10 años
-  Tasa fija
-  Precalificación en menos de 24 hrs
-  Crédito desde \$1 hasta \$300 millones con garantía inmobiliaria

Requisitos para obtener un crédito:

- Accesos Clave CIEC
- Reporte de Buró de Crédito Especial
- Información, fotos y descripción general de la garantía inmobiliaria
- Al menos 2 años de actividad empresarial



Registra tu proyecto y obtén una tasa preferencial del 19.9% anual

www.kapitalizer.mx

¡Lleva tus finanzas al siguiente nivel con Kapitalizer!

Conoce más





Las pymes deben programar revisiones periódicas para cuidar y vigilar la salud de su personal.



TÓMALO EN CUENTA

1

Los exámenes médicos necesitan ser realizados únicamente por personal médico con cédula profesional y, de preferencia, con conocimientos en Medicina del Trabajo.

2

Los exámenes y estudios médicos realizados en candidatos y colaboradores requieren justificarse frente al puesto de trabajo y jamás deben representar una razón para discriminarlos.

3

Se debe garantizar la confidencialidad durante este proceso.

Fuente: Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS)

ISTOCKPHOTO

CUIDA AL TALENTO

¿Por qué pedir un examen médico antes de reclutar?

En México existen más de cinco millones de micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales agrupan el 78% de los empleos a nivel nacional

Si algo destaca de las micro, pequeñas y medianas empresas (PYMES) es su contribución como generadoras de empleos. Solo en el primer trimestre de este año, fueron responsables de la contratación de más de 38 millones de personas en el ámbito no agropecuario de nuestro país; por ello, es relevante que consideren incluir en su proceso de selección el proceso de selección de sus futuros colaboradores. Este chequeo previo a reclutar talento es una de las Recomendaciones para Instrumentar las Acciones de Salud en el Trabajo, dentro de la Norma Mexicana NOM-030-STPS-2009. Si bien la batería de estudios varía según la industria y vacante, existen algunos indispensables que para determinar si hay afectaciones que impidan el desempeño satisfactorio de las actividades.

La Norma Oficial en cuestión está fundamentada en el Reglamento Federal de Seguridad y convenios de la Organización Internacional del Trabajo.

De acuerdo con María Guadalupe Ayala, gerente regional de Atención Empresarial de Laboratorio Médico del Chopo, estos son biometría hemática, examen general de orina, química sanguínea de seis elementos (ácido úrico, colesterol, creatinina, glucosa, triglicéridos y urea), así como radiografía de tórax y de columna lumbar; y necesitan complementarse con una revisión médica general. Ciertos sectores (como el automotriz) y puestos

(por ejemplo, en las plantas de producción) también requieren estudios de mediana o alta especialidad. En esos casos, explica, es posible agregar un electrocardiograma en reposo y/o dinámico, pruebas oftalmológicas y de audición, y espirometría, para diagnosticar trastornos pulmonares.

COMPROMETIDOS CON LA SALUD

A raíz de la pandemia de COVID-19, las empresas se interesaron más por la salud de su capital humano, "pues es la base para el crecimiento, éxito y productividad de todo negocio"; en ese sentido, María Guadalupe Ayala enfatiza que quienes operan en home office no están exentos. "Hasta pueden construir una historia de su fuerza de trabajo para identificar las enfermedades predominantes y tomar las medidas pertinentes. En nuestra experiencia, diabetes e hipertensión son las más detectadas durante la fase de admisión".

En el caso de la hipertensión arterial (HTA), apunta Alejandro Estanes, médico cirujano por la Universidad Nacional Autónoma de México, esta valoración incluso llega a ser la puerta hacia su detección porque "tres de cada cinco personas en el país no sabe que la padece, según datos de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición 2022. Es tal el impacto de la HTA que el año pasado se añadió a la Tabla de Enfermedades de Trabajo, en la Ley Federal del Trabajo. Si no se diagnostica y controla a tiempo, es capaz de provocar complicaciones como accidentes cerebrovasculares, insuficiencia cardíaca, problemas oculares y renales. También puede repercutir en la capacidad de pensar, recordar y aprender, lo cual detona un bajo rendimiento laboral", advierte el experto.

Para evitar ese extremo, Ayala Vargas exhorta a las pymes a implementar procesos de reclutamiento con exámenes médicos que no llevan más de tres

MEDIDAS ADICIONALES



Los emprendedores pueden observar diversos beneficios cuando implementan programas de detección de drogas de abuso en sus negocios.

Pruebas antidopaje

Las pruebas médicas de laboratorio también pueden ser de gran ayuda cuando las empresas desean detectar el uso de drogas ilícitas. Para Lucía Dimas Hernández, químico farmacobióloga egresada de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, esto "permite establecer tratamientos dirigidos, además de crear ambientes laborales, sociales y familiares seguros, principalmente por ser disuasivos de estas prácticas ilegales".

Desde el punto de vista médico, la especialista explica que se consideran drogas de abuso al grupo de sustancias caracterizadas por crear hábito, producir sintomatología psíquica y/o dependencia. Así, pues, resultan nocivas para la salud en función de su dosis y permanencia en el organismo.

Ante esto, en el terreno laboral, los emprendedores pueden observar diversos beneficios cuando implementan programas de detección de drogas de abuso en sus negocios. Ejemplo de ello son:

Entorno seguro: las pruebas de drogas al azar contribuyen a desalentar entre los empleados el abuso de sustancias, las cuales, junto con el alcohol, son la causa de "un gran número de accidentes laborales". Además, gracias a estos exámenes de laboratorio, el empleador podrá asistir a su colaborador para que inicie un proceso de rehabilitación.

Alta productividad: una fuerza de trabajo estable, afirma Dimas Hernández, conduce a



Las pruebas de laboratorio ayudan a las empresas a detectar el uso de drogas ilícitas y establecer tratamientos dirigidos".

Lucía Dimas Hdez, química farmacobióloga.

una mejor producción y una moral positiva de los empleados. Por ende, una plantilla libre de sustancias ilícitas implica tasas de ausentismo y de rotación más bajas.

Es posible hacer este procedimiento en diferentes muestras biológicas. La más conocida es la orina, pero también se llega a realizar en sangre, cabello, uñas, saliva o sudor, dependiendo de la "ventana de detección" que se busca cubrir. Por ejemplo, si se tiene una sospecha inmediata, es decir, que el probable consumo ocurrió hace minutos u horas, se suele recurrir al análisis en sangre o saliva.

Por último, aclara la química farmacobióloga, el resultado no siempre arroja o confirma la droga intacta consumida. En ocasiones, se mide el metabolito principal; por lo tanto, tal vez no se refleje cocaína como tal, pero sí aparecerá su principal producto del metabolismo: la benzoilecgonina. ●

COMO TRAJES A LA MEDIDA

- De acuerdo con la NOM-030-STPS-2009, los exámenes médicos laborales pueden ser por ingresos, reintegro, revisiones periódicas o por situaciones puntuales como cambio de puesto.
- Los de ingreso, a su vez, pueden ser para personal de producción, administrativos o puestos específicos.
- Personal administrativo: contempla características antropométricas; capacidades físico-funcionales; psicológicas y de la personalidad; enfermedades transmisibles; así como toxicomanías.
- Personal administrativo: se le considera un perfil biológico con aspectos antropométricos; capacidades físico-funcionales; psicológicos y de la personalidad; enfermedades transmisibles; y toxicomanías.

ARCHIVOS VALIOSOS

El expediente clínico de tu capital humano debe conservarse, mínimo, por cinco años a partir de la fecha del último examen, según lineamientos del IMSS. Si bien los documentos a integrar dependerán de la industria y el puesto desempeñado es importante incluir:

- Datos de identificación del trabajador.
- Antecedentes heredo-familiares.
- Antecedentes personales no patológicos y patológicos.
- Padecimientos actuales, si es el caso.
- Exploración física, con énfasis en la agudeza de los sentidos y la facilidad de expresión para poder transmitir, en forma rápida y precisa, comunicaciones habladas o escritas o cualquier señal.

o cuatro horas, dependiendo de los estudios solicitados. Esto dará tranquilidad al reclutador y a los candidatos para conseguir el nivel de productividad deseado. Por último, invita a que estos chequeos no se limiten a la etapa de selección, sino que las pymes programen revisiones periódicas para cuidar y vigilar la salud de su activo más valioso: su personal. A cambio, estos pilares de la economía nacional observarán una disminución de ausentismo y de rotación de personal, lo cual será clave en sus aspiraciones para crecer su negocio. ●

— REDACCIÓN

Sin importar si tu compañía opera con la modalidad de 'home office' o si está catalogada con un bajo riesgo de trabajo, es necesario conocer el estado de salud de tus potenciales colaboradores.

Mexipan 2024

Ciudad de México

CURSOS

Chefs líderes de la industria impartirán 6 cursos especializados solo para ti!



CHOCOLATERÍA DE ALTA GAMA

CHEF LUIS AMADO



31 JULIO - 01 AGOSTO
PRESENCIAL | \$8,500 MXN



PETITS GÂTEUX DE PASTELERÍA FRANCESA CONTEMPORÁNEA

CHEF NICOLAS BOUSSIN



31 JULIO - 01 AGOSTO
PRESENCIAL | \$8,500 MXN



PANADERÍA ARTESANAL 360°

CHEF JUAN MANUEL MARTÍNEZ



31 JULIO - 02 AGOSTO
PRESENCIAL | \$7,500 MXN



ÚLTIMAS TENDENCIAS EN PANADERÍA

CHEF PASCAL TEPPER



01 - 03 AGOSTO
PRESENCIAL | \$7,500 MXN



PASTELES Y TARTAS

CHEF ANNA OLSON



02 - 03 AGOSTO
PRESENCIAL | \$10,500 MXN



PASTAS, MASAS Y SALSA ITALIANAS

CHEF JOSHUA SERRANO



02 - 03 AGOSTO
PRESENCIAL | \$7,000 MXN

CURSOS | BECAS PARA UNIVERSITARIOS

Mexipan invita a las instituciones educativas a inscribir a los estudiantes que consideran más sobresalientes en los temas de la industria a los cursos de panadería impartidos por el Chef Daniel Balderas.



CLASS PANADERÍA CREATIVA

31 JULIO

PANADERÍA PARA APRENDER Y EMPRENDER

03 AGOSTO

31 de julio
al 3 de agosto
de 2024

Centro
citibanamex

Av. del Conscripto 311, Lomas de Sotelo,
Hipódromo de las Américas,
Miguel Hidalgo 11200, CDMX, México

Para más información, contacta a nuestro Asesor de Cursos:
Aldo López | C. 52 1 22 0147 2978
cursos@mexipan.com.mx



Inscríbete en **mexipan.com.mx**
CUPO LIMITADO

¡Síguenos en redes sociales!



NISSAN FLEET SOLUTIONS:

Soluciones integrales en movilidad empresarial

Descubre cómo crear tu flotilla con financiamiento flexible, atención prioritaria y vehículos personalizados para PYMEs y grandes empresas.

Comprometidos con tu empresa y con 60 años de trayectoria en México, Nissan Fleet Solutions es la aliada perfecta para tu negocio. No solo tendrás los mejores vehículos, sino también un servicio que estará en cada paso que tomes.

El mantenimiento de una flotilla es crucial para mantener tu negocio en movimiento sin interrupciones prolongadas. Nissan Fleet Solutions ofrece un programa integral que abarca desde la obtención de crédito hasta la entrega nacional de vehículos, con beneficios como precios preferenciales en refacciones y mucho más.

Desde el inicio, contarás con el respaldo de un gerente de ventas dedicado que te guiará en cada etapa del proceso, garantizando un servicio personalizado y eficiente. Además, la entrega de la flotilla se realiza en cualquier parte del país, asegurando que tengas acceso rápido a los vehículos que necesitas.

Como cliente de Nissan Fleet Solutions, disfrutarás de atención prioritaria en más de 70 distribuidores especializados, minimizando los tiempos de espera en casos de mantenimiento y reparaciones. Los costos de refacciones y mantenimientos son preferenciales, con descuentos escalables dependiendo del volumen de servicios anuales contratados.

Además, ahora puedes contar con una flota e-POWER de Nissan, beneficiándote de la tecnología de motorización eléctrica, que reduce las emisiones y te permite circular todos los días, además de disfrutar de beneficios fiscales al pertenecer al catálogo de vehículos eléctricos.

Un programa integral

Nissan Mexicana, una de las armadoras líderes del mercado en México, cuenta con un programa que te acompaña en cada paso. Este programa incluye el otorgamiento de un crédito, la entrega nacional de los vehículos, precio preferencial en refacciones y ¡mucho más!

En todo momento, Nissan Fleet Solutions es una gran solución de movilidad para tu negocio, ya sea una PYME o una gran empresa. Además, es una excelente opción financiera a favor de cada cliente.

Para aquellos con forma de comprobar ingresos, se puede elegir un porcentaje de enganche y plazos a pagar. A través de Nissan Súbete, tienes un esquema de pagos ideal para emprendedores y trabajadores con la posibilidad de pagar un vehículo en mensualidades.

O bien, puedes optar por el arrendamiento, que te permite tener una flotilla a tu disposición al pagar un monto mensual fijo.

Además, el costo de las refacciones y mantenimientos necesarios es preferencial: entre más sea tu costo anual, mayor será el descuento ofrecido. Y no te preocupes si en tu flotilla ya contabas con vehículos de modelos antiguos o de otras empresas, porque con los programas Value Advantage y Omniparts, la garantía de refacciones de alta calidad y precio competitivo está asegurada.

CONTÁCTANOS



¿Qué vehículos son los más adecuados para mi flota?

Nissan Fleet Solutions cuenta con una variedad de modelos que serán de mucha utilidad para las necesidades de tu PYME o gran empresa.

¿Estás incursionando en la distribución masiva de un producto? ¿O lo mejor tu nuevo producto de limpieza está siendo vendido en diferentes tiendas departamentales después de un gran éxito en el e-commerce. En este caso, tu mejor opción sería la NP300, la Pick-up de Nissan con una capacidad de carga de hasta 1,434 kg. Si buscas un sedán eficiente y bien equipado, el Nissan Versa es una excelente opción. Ideal para transportar a tus trabajadores, este modelo combina tecnología avanzada de Nissan Intelligent Mobility con comodidad y espacio suficiente para personas y carga, asegurando que los conductores lleguen a su destino de manera rápida y segura.

Supongamos que necesitas mucho espacio para transportar paquetes o una docena de personas; si esta situación se adapta a ti, tu mejor opción es la Nissan Urvan. Con 142 caballos de fuerza y con una capacidad de hasta 14 pasajeros, este vehículo será ideal para mantener en movimiento a tu empresa.

Entonces encuentras tu modelo adecuado, pero quieres hacerle algunas modificaciones. Nissan Fleet Solutions tiene la solución: un programa de convertidores calificados. Se encargan de certificar el proceso y productos de proveedores dedicados a la conversión de flotas.



Algunos beneficios exclusivos con Nissan Fleet Solutions

Prioridad de atención a clientes flotilleros: Los clientes flotilleros reciben atención prioritaria en los distribuidores Nissan, agilizando citas de servicio y diagnóstico para reducir tiempos de entrega.

Facturación consolidada: Ofrece una línea de crédito exclusiva para posventa, con una sola factura al finalizar el periodo, facilitando la administración de la flota de manera autónoma.

Red de concesionarios especializada en flotas: Con 79 distribuidores listos para resolver todas tus dudas y darte la mejor atención en los 32 estados de la república.

Precio preferencial en mantenimientos y refacciones: Descuentos competitivos que aumentan con la compra anual, beneficiando a los clientes flotilleros recurrentes.

Value Advantage / Omniparts: Ofrece opciones de refacciones alternativas (Value Advantage) y para vehículos no Nissan (Omniparts), manteniendo calidad a precios reducidos.

Disponibilidad de partes: Garantiza inventario disponible en todas las agencias Nissan a nivel nacional, asegurando cumplimiento con los planes de mantenimiento.

Convertidores calificados: Programa para certificar proveedores que convierten unidades (como limitadores de velocidad o cajas frías), manteniendo la garantía de fábrica.



ALIADAS PODEROSAS

Redes sociales, catapultas para tu pyme

¿El crecimiento de tu negocio está a un like? Descubre los pormenores para aprovechar al máximo las bondades de estas plataformas



¿SOLO UNA VITRINA BONITA?

Estas plataformas digitales van mucho más allá de likes y visualizaciones. Prueba de ello son estas bondades enlistadas por Rodrigo Condado, director de Marketing y Cultura del hub de innovación iLab, son:

- **Crea credibilidad:** desde la historia sobre cómo nació tu emprendimiento hasta el propósito de este, negocio y seguidores van tejiendo un lazo más humano y personal. "Ayuda a fortalecer el mensaje principal de la marca, genera consistencia y, a la larga, se traduce en lealtad", apunta.
- **Te transforma en líder de opinión:** detectar y elegir un problema, para luego demostrar tu compromiso con la comunidad al resolverlo, ayuda a volverte un referente en el medio.
- **Genera comunidad:** la lealtad no está a la venta. Por ende, "se debe involucrar a los usuarios, no solo al ofrecerles contenido, sino al momento de crearlo. Hacerles saber que son escuchados y tomados en cuenta; ellos son los mejores portavoces", subraya.
- **Mejora la experiencia del usuario:** las redes sociales favorecen una interacción más cercana. Descubre qué dicen de tu negocio y atiende las sugerencias y quejas.
- **Personaliza servicios:** "la autenticidad y la interacción directa con los usuarios permite conocer más de cerca sus intereses y necesidades; eso te abre un abanico de posibilidades para la personalización e innovación en tu oferta", afirma el especialista.
- **Genera alianzas:** no descartes sinergias... "incluso, con los competidores más fuertes".

TEXTO: DANIELA PAYÁN ESCOBAR
ILUSTRACIÓN: IVÁN VARGAS
@upkimeritosoperacionalism@gmail.com

México es cuna de más de cinco millones de micro, pequeñas y medianas empresas, se calcula en el Estudio sobre la Demografía de los Negocios (EDN) 2023, efectuado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Ante ese descomunal universo de negocios, el reto de trascender luce cuesta arriba; es ahí donde las redes sociales se pueden convertir en el viento a favor que impulse a los emprendedores al siguiente nivel.

Aunque, en primera instancia, las redes sociales "nacieron para acercarnos a las personas y conectamos entre nosotros, al pasar de los años han evolucionado de manera que también han podido contribuir significativamente al desarrollo económico mediante el impulso a emprendimientos y pymes", destaca en entrevista Samuel González, CEO de Fundación E.

De entrada, ofrecen alcance y visibilidad. "Tan solo en nuestro país, alrededor de 102 millones de personas las utilizan; es decir, el 78% de la población tiene acceso, por lo menos, a un canal digital", dice la doctora Aimé Renata Gutiérrez, directora institucional de la Red de Incubadoras de la Universidad del Valle de México (UVM).

Con tal audiencia por delante, deben echar mano de sus mejores atributos y diferenciadores en busca de su público ideal: "autenticidad, calidez y cercanía en el servicio, y la agilidad con la cual se mueven, toman decisiones e iteran sin pasar por las complejas estructuras de las grandes empresas", considera en entrevista Rodrigo Condado, director de Marketing y Cultura del hub de innovación iLab. Pero, ¿cómo hacerlo?

VISUALIZA TU OBJETIVO Y ELIGE A TU ALIADO

Generar visibilidad, posicionamiento de marca, clientes potenciales, comunidad, ventas, promociones, anuncios de lanzamientos... por mencionar algunos. Los especialistas consultados coinciden en definir cuál es el objetivo de tu negocio en redes sociales, pero también en la importancia de analizar cuál es el escaparate perfecto para alcanzarlo. "Las redes sociales son la primera ventana al mundo cuando nace una iniciativa y es el centro de la estrategia comercial de la empresa o negocio; pero no todas las redes son para todos ni todos están en todas las redes", enfatiza la maestra Gabriela Bengochea Marín, directora de la Red Nacional de Incubadoras de Empresas en la Unitec.

Por ejemplo, precisa Aimé Renata Gutiérrez, para el retail y el comercio electrónico es recomendable Instagram, Facebook y TikTok; no siempre para una venta directa, pero sí para la generación de audiencia, tráfico o con fines informativos.

"Otro ejemplo es el sector de alimentos y bebidas, donde utilizan Instagram por el amplio repertorio de filtros, lo cual puede ser llamativo para las audiencias", añade.

En tanto, para servicios profesionales se sugiere utilizar LinkedIn, X y Facebook, pues se consideran más formales y dirigidas hacia un segmento adulto

joven y adulto maduro. En educación y entretenimiento, lo idóneo es YouTube, LinkedIn y también Facebook y para tecnología y startups, LinkedIn, X y Facebook, dada su amplia visibilidad y aporte considerable de leads.

CONFECIONA UN TRAJE A LA MEDIDA

Antes de adentrarte en la construcción de la estrategia, Silvia Beluzzo, quien es directora de Pymes para TikTok Latinoamérica, llama a "navegar por la plataforma en cuestión para comprender cómo está compartiendo e interactuando su comunidad. Esto es esencial porque muchas personas pretenden trasladar lo hecho o visto en otras plataformas, o aprovechar una tendencia para atraer gente al negocio".

Una vez realizado ese paso, entonces es hora de diseñar y ejecutar un plan con detalles de periodicidad, calendarización, mensajes clave, hitos del negocio, personalidad de la marca, tono de comunicación, tipo de contenido y el branding; de ese modo, remarca Rodrigo Condado, reinará la congruencia en todas las acciones y canales.

Hoy, además, es posible recurrir a tendencias como el comercio conversacional a manera de puente de relación con clientes; el uso de cuestionarios automatizados y personalizados para la investigación de mercados; la automatización y medición de compañías con pruebas A/B (para comparar el desempeño de dos tipos de productos con un mismo mercado o viceversa); así como tácticas del comercio por descubrimiento a través de la omnicanalidad. "Ahora las pymes, si está en su presupuesto, crean campañas creativas y dirigidas a potenciales clientes con costos muy bajos; antes, eso era prácticamente inviable en medios tradicionales. Aunado a ello, varias plataformas permiten medirlas y optimizarlas, a fin de tomar decisiones en el corto plazo y, con la inteligencia artificial, esas optimizaciones ayudan a conocer con detalle cómo tener mejores ventas, el presupuesto, la ubicación geográfica del mercado y los mejores formatos para distribución de contenido", indica González.

Lo siguiente en el proceso, sostiene Gabriela Bengochea, será reaccionar rápidamente a la interacción, incentivar a tus leads a visitar tu sitio web (si aplica), monitorear y revisar el rendimiento de tus perfiles, y fijarte metas para dar seguimiento a lo que te funciona. Asimismo, invita a aprovecharlas para instaurar "conexiones con otras pymes, emprendedores y profesionales del sector. Esto facilita la colaboración, el intercambio de ideas y el

“ Son aliadas en la construcción de las marcas para hacerlas atractivas y relevantes, promueven la conexión emocional con la audiencia, facilitan la interacción con los clientes y convierten usuarios ‘extraños’ en voceros orgánicos”,

Aimé Renata Gutiérrez, directora institucional de la Red de Incubadoras de la UVM.

“ Cuando las redes sociales se usan como complemento del sitio web, coadyuvan en la consolidación y crecimiento de las iniciativas, pues tienen la función de comunicar la oferta empresarial acercándola a posibles clientes”,

Gabriela Bengochea Marín, directora de la Red Nacional de Incubadoras de Empresas en la Unitec.



Detrás de los marketplaces

CRISTIAN ARCINIEGA
 @plamientospeialesm@gmail.com

Vender en línea abre una puerta de posibilidades a las pymes, ya sea para incrementar sus ganancias, ampliar su mercado (en cuanto a alcance y tipos de cliente), posicionar tanto su marca como productos, tener más canales de distribución, minimizar costos en comparación con una tienda física, entre otras razones.

No obstante, en el mundo digital existen diferentes plataformas para llegar a los usuarios, entre ellas, tiendas en línea, redes sociales, aplicaciones y los marketplaces, espacios comerciales que sirven como intermediarios entre compradores y vendedores. En éstos se muestran los productos y los consumidores deciden cuáles adquirir. Por lo general, no hay restricciones en cuanto a la cantidad de artículos que se pueden comercializar, además de que se permite cargar un catálogo amplio de productos con fotografías. Otra ventaja es que estos mercados operan las 24 horas, contrario a un punto de venta físico. La distancia no suele representar un problema, por lo que se puede llegar a usuarios de otras ciudades e incluso países. De acuerdo con la empresa HubSpot, estos espacios ayudan a dar mayor visibilidad a los negocios que pertenecen al ámbito de las pymes, pues los acercan a un público de alto volumen. Estas plataformas se vuelven atractivas para los empresarios que vuelven a deben destinar una gran inversión para empezar a vender, ya que los marketplaces cuentan con una infraestructura disponible para comenzar a hacerlo. Si bien algunas funciones tienen costo, por lo general es un gasto menor en contraste con otros canales. Respecto a los pagos, estos espacios comerciales se encargan de verificarlos antes de enviar la mercancía, de ahí que haya una mayor seguridad para el vendedor, sobre todo para aquellos negocios que apenas inician en el mundo digital o no tienen la experiencia suficiente en cuanto a la operación de estos mercados.

Una gran mayoría de los vendedores pasa por alto que los clientes que se consiguen no son del todo de la empresa, sino más bien de los marketplaces.

Como sucede casi con todo, hay que analizar ambos lados de la moneda para tomar una decisión acertada. "Si bien en un marketplace creas un usuario y puedes empezar a subir tus productos, te vas a encontrar con miles de vendedores o de opciones de artículos similares. Además, la decisión del usuario suele determinarse en función del precio y de las recomendaciones que aparecen hasta arriba de la lista. "En estos espacios no solo hay mucha competencia, sino también las condiciones y condiciones no son las más favorables para los vendedores. Otro aspecto que deben considerar los dueños de empresas es que en los marketplaces no pueden desarrollar su marca ni diferenciarla", explica Gerzayn Gutiérrez, director de marca y comunicación de la plataforma de e-commerce Tiendanube México. Si bien la comercialización de productos es el objetivo principal de cualquier empresa, también deben preocuparse por posicionar su marca entre los consumidores y así establecer su lugar en el mercado, por lo que el canal de venta elegido debe permitir hacer uso del logotipo, colores, nombre e incluso fotografías del negocio.

NO TODO ES MIEL SOBRE HOJUELAS

Como sucede casi con todo, hay que analizar ambos lados de la moneda para tomar una decisión acertada. "Si bien en un marketplace creas un usuario y puedes empezar a subir tus productos, te vas a encontrar con miles de vendedores o de opciones de artículos similares. Además, la decisión del usuario suele determinarse en función del precio y de las recomendaciones que aparecen hasta arriba de la lista. "En estos espacios no solo hay mucha competencia, sino también las condiciones y condiciones no son las más favorables para los vendedores. Otro aspecto que deben considerar los dueños de empresas es que en los marketplaces no pueden desarrollar su marca ni diferenciarla", explica Gerzayn Gutiérrez, director de marca y comunicación de la plataforma de e-commerce Tiendanube México. Si bien la comercialización de productos es el objetivo principal de cualquier empresa, también deben preocuparse por posicionar su marca entre los consumidores y así establecer su lugar en el mercado, por lo que el canal de venta elegido debe permitir hacer uso del logotipo, colores, nombre e incluso fotografías del negocio.

Si bien la comercialización de productos es el objetivo principal de cualquier empresa, también deben preocuparse por posicionar su marca entre los consumidores y así establecer su lugar en el mercado, por lo que el canal de venta elegido debe permitir hacer uso del logotipo, colores, nombre e incluso fotografías del negocio.

Si bien la comercialización de productos es el objetivo principal de cualquier empresa, también deben preocuparse por posicionar su marca entre los consumidores y así establecer su lugar en el mercado, por lo que el canal de venta elegido debe permitir hacer uso del logotipo, colores, nombre e incluso fotografías del negocio.

QUE TODOS TE MIREN

Para destacar tus productos en un marketplace, debes:



- Incluir buenas fotos: iluminadas y que muestren el artículo en diferentes ángulos.
- El título debe captar la atención de los usuarios (hay que utilizar palabras clave).
- Ofrecer la descripción más detallada posible de los productos (función, piezas).

¿BIENVENIDOS TODOS?

De acuerdo con Gabriela Bengochea Marín, directora de la Red Nacional de Incubadoras de Empresas en la Unitec, no todos los giros comerciales llegan a adaptarse al uso de redes sociales de la misma manera. No obstante, la mayoría halla formas creativas de aprovecharlas para promocionar sus productos o servicios, interactuar con los clientes e incrementar su visibilidad en línea; en especial si pertenecen a los siguientes giros:



1 — **Moda y belleza:** de la mano de contenido visualmente atractivo y colaboraciones con influencers, emplean plataformas como Instagram y TikTok para exponer de manera práctica sus productos.



2 — **Gastronomía:** los negocios relacionados con la comida seducen con imágenes de sus platos, promociones, eventos y experiencias culinarias.



3 — **Turismo y hospitalidad:** sus seguidores disfrutan contenidos relacionados con destinos, ofertas, experiencias de viajeros y tips para planificar viajes, por lo cual suelen mostrar una fuerte presencia en YouTube.



4 — **Arte:** los reflectores digitales para los emprendedores creativos son cruciales para conectar con su audiencia, promocionar su asistencia a eventos y vender productos. Plataformas como Instagram, Pinterest y Etsy son especialmente populares entre este tipo de negocios.



5 — **Servicios profesionales y consultoría:** una buena estrategia en redes permite establecer credibilidad, compartir conocimientos, conectar con clientes potenciales y mantenerse al tanto de las tendencias del mercado; aquí, LinkedIn es la estrella.

LOS ALIENTAN A CRECER

TikTok lanzó su plataforma publicitaria de autoservicio para pymes en 2022, como muestra de la fe hacia estos negocios. Los resultados no se hicieron esperar: según un estudio realizado por Offerwise, proveedor de información sobre el consumidor, 43% de los usuarios afirma haber conocido un nuevo producto en TikTok y 34% lee los comentarios para saber más opiniones y tomar decisiones informadas.

Aunado a ello, la plataforma pone a disposición de los emprendedores la guía gratuita "How to TikTok", el programa de aceleración sin costo "#Emprende en TikTok" (dividido en tres etapas) y capacitaciones respecto al uso de plataformas digitales, marketing digital y herramientas de comercio electrónico, las cuales son fruto de su alianza con la Secretaría de Desarrollo Económico (Sedeco).

CASOS DE ÉXITO HECHOS EN MÉXICO

ISMAEL GUTIÉRREZ

(isma_rugs): este artesano y emprendedor de la comunidad oaxaqueña de Teotitlán del Valle combinó la tradición familiar de crear tapetes artesanales de lana con su creatividad, con lo cual se abrió paso en las redes sociales. Gracias a su perfil en TikTok, señala, logró aumentar sus ventas hasta en un 70% y, además, exporta sus productos a países como Estados Unidos.

FERNANDA GAYOL

(n_de_nutricion): mediante recetas fáciles, tips de nutrición e información de interés, esta nutrióloga construyó una comunidad de más de 140 mil seguidores y le dio un drástico giro a su negocio, al pasar de dos consultas mensuales a un promedio de cinco pacientes diarios.

VALERIA AYVAR

(houseofdogos): lo que comenzó como una cuenta sobre adiestramiento y paseos de lomitos, derivó en un emprendimiento seguido por más de dos millones y medio de personas. Incluso, Valeria ya diversificó sus servicios con cursos en línea y campañas con marcas.

GARRITAS GUERRERAS

(any_garritasguerreras): por el albergue de animales "Garritas Guerreras". La apuesta fue diseñar camisas para canes y mininos con forma de Maruchan, Boing o Icee, pero alcanzaron el estrellato con su cama de Oxxo, cuyo video superó las 400 mil visualizaciones.

MARBETO

(marbetoalves): ¿tortillas personalizadas? La curiosa propuesta de este ingeniero acumula más de 24 millones de visualizaciones y con cada video ha aprovechado para promocionar sus diseños protagonizados por Iron Man, Frozen, Bob Esponja, BTS, Hello Kitty o Harry Potter, algunos de los cuales han sido solicitados para engalanar eventos.

Fuente: TikTok for Business

acceso a oportunidades de desarrollo empresarial", explica Gabriela Bengochea.

LA DELGADA LÍNEA ENTRE EL ÉXITO Y EL FRACASO

Datos del EDN 2023 estiman que, de mayo de 2019 a mayo de 2023, nacieron 1.7 millones de micro, pequeños y medianos establecimientos; sin embargo, también en dicho lapso 1.4 millones de estos negocios llegaron a su fin. Los motivos son diversos y el ámbito de las redes sociales no es la excepción, pues un mal manejo de estas o resistirse a sus encantos podría truncar tu crecimiento o hasta costar la continuidad de tu proyecto.

Entre los errores más comunes de las pymes están "la falta de estrategia al generar publicaciones, sin relación ni propósito aparente; ignorar a la audiencia; subir contenido irrelevante, escaso o que no conecte con los distintos públicos; hacerse autopromoción excesiva y tratar de forzar ventas; no usar herramientas de análisis para implementar los ajustes pertinentes; no contar con un plan para el manejo de crisis o situaciones; y comprar seguidores", asegura Almé Renata Gutiérrez.

Por su parte, la Directora de la Red Nacional de Incubadoras de Empresas en la Unitec añade como una mala práctica no analizar el contenido de la competencia, pues representa una fuente de información valiosa de estrategias. Probablemente, los rivales están desatendiendo temas o necesidades; para ti, serán oportunidades de marcar la diferencia, complementa el director de Marketing y Cultura de ILab.

Pero la solución no es evadir las redes, eso denotaría falta de preparación o consolidación empresarial. Por ello, la lección para Silvia Beluzzo es "mantener la cabeza abierta a las innovaciones" y no condenar tu negocio a un retraso respecto al resto. Ahí fuera, declara a EL UNIVERSAL, hay una comunidad ansiosa por conectar con empresas con personalidad, enfocadas en los intereses de su rubro, no en participar en cada tendencia viral.

En ese tenor, Samuel González concluye que "muchas pymes se nos están quedando rezagadas en sus procesos no solo de venta, también de servicio al cliente, seguimiento a cobranza o soporte técnico por medio de medios digitales". Así, la travesía valdrá la pena porque, al otro lado del camino, aguarda un trampolín hacia soluciones rápidas y eficientes, crecimiento, retención y/o fidelización de clientes, y hasta la expansión a mercados más allá de lo local.



ISTOCKPHOTO

En los primeros meses de 2024, la cantidad total recibida por las Pymes chinas aumentó.

Presentan soluciones de pago innovadoras

China es el segundo socio comercial mundial de México y, según las estadísticas del Ministerio de Comercio Exterior de China, durante 2023, el comercio bidireccional entre ambas naciones ascendió a 123 mil millones de dólares. Los datos siguen creciendo rápidamente, con una tasa de incremento del 11.4% en el primer trimestre de este año. De

La empresa acaba de anunciar oficialmente la obtención de tres nuevas licencias de pago en Estados Unidos, acelerando su ritmo de expansión.

acuerdo con información de XTransfer, una plataforma de pago comercial internacional interempresas (B2B) que hizo su debut en la más reciente Expo Eléctrica México 2024, en los primeros cinco meses de 2024, la cantidad total recibida por las Pymes chinas desde México aumentó un 31.3% en comparación con el mismo periodo del año pasado.

Durante dicho evento, la empresa anunció oficialmente una asociación con la conocida empresa financiera latinoamericana EBANK. Ahora, las Pymes de México, Brasil, Perú, Colombia y Chile podrán usar XTransfer para recibir moneda local y también realizar pagos de manera rápida, segura y conforme, sin comisiones bancarias intermedias, lo que reduce significativamente los costos de envíos internacionales. Además, al asociarse con bancos globales como JP Morgan, Deutsche Bank, DBS Bank, XTransfer proporciona a las Pymes servicios de pago y recepción de transacciones internacionales más compatibles y convenientes. Los clientes pueden obtener una serie de cuentas globales, proporcionadas por estos bancos en menos de 24 horas después de registrarse, que admiten más de 30 monedas y cubren más de 200 países y regiones. "Al cooperar con bancos e instituciones financieras de renombre internacional, hemos construido una plataforma global de liquidación unificada multidivisa y una infraestructura de control de riesgos contra el lavado de dinero para las Pymes, lo que les permite disfrutar del mismo nivel de servicios financieros internacionales que las grandes corporaciones multinacionales", explicó Jason Sun, cofundador y director financiero de XTransfer. ● **AP**

ISTOCKPHOTO

DESARROLLO EMPRESARIAL

Pequeñas, pero competentes



Cuando los colaboradores ven cómo su trabajo contribuye a alcanzar objetivos, pueden desarrollar nuevas capacidades.

Formar parte de una pyme tiene sus ventajas, entre ellas, **lograr una mejor comunicación entre empleados y conseguir adaptarse a los cambios de manera rápida**

CRISTIAN ARCINIEGA
suplementos@especialismx@gmail.com

El tamaño de una empresa no solo puede influir en el desarrollo profesional de los colaboradores, sino también en la facilidad de crear vínculos y, por consiguiente, de formar mejores equipos de trabajo. En los pequeños negocios, la relación tanto laboral como personal es mucho más cercana, lo que trae mayores beneficios.

De acuerdo con una investigación realizada por la firma de consultoría Bain & Company, cerca del 65% de los empleados no se siente realmente incluido en su centro de trabajo, lo cual representa un bloqueo para liberar el potencial de los colaboradores y una pérdida de oportunidades para aumentar el valor de las empresas. Que un negocio sea pequeño puede facilitar que los gerentes conozcan mejor a los trabajadores y les ayuden a desarrollar sus habilidades. Sentirse parte de un grupo se vuelve decisivo para fortalecer capacidades como la creatividad y resolución de problemas, así como para alcanzar resultados en común.

VENTANA DE OPORTUNIDADES

Trabajaren una pequeña y mediana empresa aporta distintas ventajas, mismas que deben aprovecharse para tener una mayor organización y llevar el negocio hacia adelante. De acuerdo con académicos de la OBS Business School, esto permite tener mayor cercanía con la dirección, así como una visión más general, aspectos clave para incrementar la motivación de los colaboradores y, por ende, su productividad.

"Los líderes tienen un gran impacto en los comportamientos de las personas, incluso en sus sentimientos. De hecho, los empleados tienen nueve veces más probabilidades de sentirse parte y desarrollar su máximo potencial cuando perciben que tanto sus supervisores como la dirección son inclusivos", comenta Carlos Martínez, director de oficina de Bain & Company México.

SENTIDO DE PERTENENCIA

Para hacer que la inclusión forme parte de la estrategia de talento y apoye la táctica comercial de una empresa se requieren tomar medidas como:

- Comunicar y explicar a los empleados las iniciativas de la organización para crear un entorno más inclusivo. Las gerencias al participar en estas acciones, deben enseñar con el ejemplo.
- Crear espacios seguros y abiertos donde los colaboradores puedan compartir sus experiencias u opiniones.
- Monitorear y evaluar el progreso con encuestas y análisis que permitan, además, identificar áreas de mejora. Después, implementar acciones correctivas y ajustes para garantizar que el entorno laboral sea más inclusivo y acogedor para todos.

FUENTE: BAIN & COMPANY

Dicha proximidad hace que la comunicación sea más sencilla. De esta manera, se vuelve más fácil que las nuevas ideas fluyan y que los problemas se resuelvan en equipo. Eso sin mencionar que entre menos colaboradores sean, se pueden conocer mejor las cualidades de los demás y colocarlos en las áreas adecuadas.

Es común que en las pymes la capacidad de decisión recaiga en una sola persona o un grupo reducido, contrario a las grandes compañías donde se tienen que activar mecanismos de resolución complejos que, por el tiempo que toman, pueden influir de manera negativa en los resultados alcanzados por los equipos.

CUANDO MENOS ES MÁS

La flexibilidad de las pequeñas empresas representa otra ventaja competitiva. Su estructura permite implementar cambios de forma rápida y eficiente, como sucedió con muchos comercios durante la pandemia, los cuales tuvieron que adaptar su modelo de negocio para mantenerse a flote en el mercado. Esta cualidad también se refleja en la dinámica de trabajo. Al ser menos empleados y tener una relación cercana con la dirección, existe mayor posibilidad de acomodar los horarios (entrar tarde o salir temprano), de trabajar desde casa o mantener un esquema híbrido, o incluso de poder usar una vestimenta menos formal.

Trabajar en empresas pequeñas supone menores oportunidades de crecimiento en comparación con las grandes compañías, dado que hay menos puestos de trabajo y de liderazgo. Sin embargo, al trabajar de cerca con personas de alto nivel, es más probable que los colaboradores puedan reunirse con el director y demuestren sus capacidades, lo que más adelante puede conducir a un ascenso.

De igual manera, esta proximidad les permite a los trabajadores adquirir nuevos conocimientos o habilidades directamente de profesionales con experiencia, ventaja que resulta de mucha ayuda para corregir o mejorar aspectos de trabajo. Formar parte de una pyme no significa en todos los casos que no habrá inversión en desarrollo; por ejemplo, en cursos, exposiciones o seminarios.

Cuando los negocios son pequeños, es más fácil que los colaboradores vean cómo su trabajo contribuye a alcanzar objetivos y a que los procesos caminen de manera correcta, lo que sirve de motivación para seguir haciendo bien su trabajo. ●

Viene de portada

Es tarea de todos

DANIELA PAYÁN
suplementos@especialismx@gmail.com

Si bien las bondades de los criterios ASG pueden ser extensas a todos los negocios, existen sectores o giros cuyos procesos de integración serán más complejos. Muestra de ello es la transición de una flota de vehículos a unidades eléctricas, o el cambio de maquinaria o equipo por uno más amigable con el planeta.

Cuestiones así demandan un análisis más profundo debido a las inversiones necesarias. De ahí la relevancia del diagnóstico inicial, detalla Vaca Avendaño. "Los criterios ASG son tan amplios como las industrias y las empresas que los quieren implementar, por lo cual cada una puede decidir su propia forma de integrarlos. Lo importante es empezar por lo básico y, gradualmente, ejecutar acciones tendientes a fortalecerlos", concluye.



Desde el punto de vista de niveles de integración, todas las empresas, más allá de su giro, pueden adoptar criterios de bienestar para sus colaboradores, contratación responsable y un programa de gobierno corporativo, entre otros",

Gerson Vaca, socio del área de ESG, Sustentabilidad y Responsabilidad Social Corporativa para Basham, Ringe y Correa.



Los criterios ASG evalúan el desempeño de una empresa u organización.

envioexpress
 Conviértete en franquiciado de Envioexpress y emprende con la marca líder en mensajería.
 Inversión desde **\$190,000** + IVA
 ¡Contáctanos y descubre cómo abrir tu propia franquicia!
 (800) 0220 126 hola@envioexpress.com
 www.envioexpress.com

FedEx estateta REDPACK. PAQUETEXPRESS. ups DHL



EL UNIVERSAL
EL GRAN DIARIO DE MÉXICO

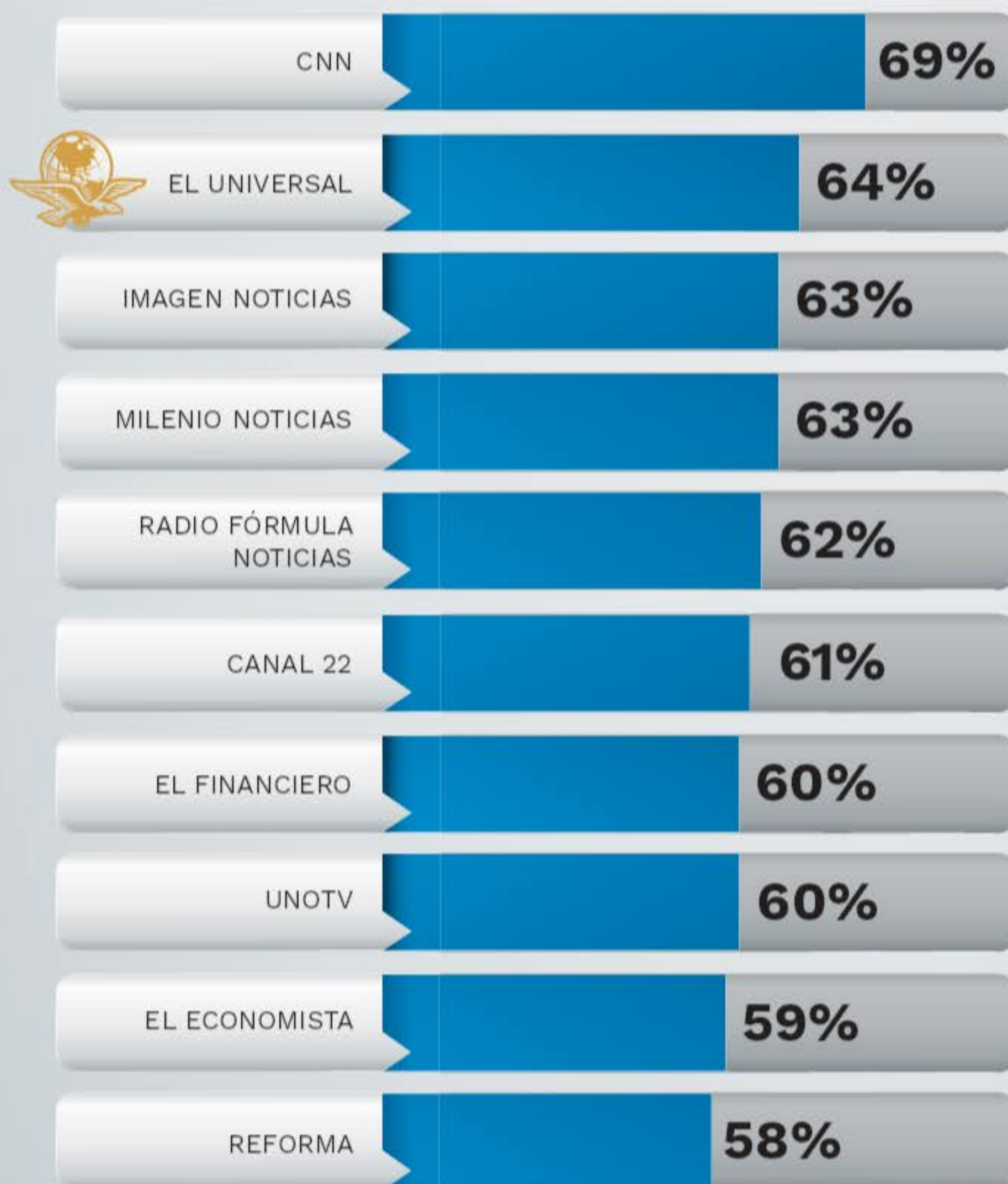


Nuevamente somos el medio de comunicación mexicano líder en confiabilidad, esto de acuerdo con el informe

"Digital News Report 2024" del Instituto Reuters.

PUNTUACIÓN DE CONFIANZA DE CADA MEDIO

2024



¡Gracias por tu confianza y preferencia!





People Media

Soluciones tecnológicas

People Media Soluciones Tecnológicas: llevando innovación hasta tu negocio

Gracias a People Media Soluciones Tecnológicas, cientos de negocios se han estado transformando debido a sus procesos implementados desde hace una década

La evolución es un aspecto importante para toda empresa, sobre todo en México, donde existen desafíos que se presentan y a los que cada equipo busca hacerles frente. Esto es algo que People Media Soluciones Tecnológicas, empresa líder, sabe desde hace 15 años. Gracias a esa experiencia, se dedican a ofrecer consultoría especializada para la gestión de la información, procesos y tecnologías de la información, con la finalidad de optimizar procesos y aumentar la rentabilidad de cada empresa.

La misión de la empresa está el apoyar a diferentes empresas con soluciones tecnológicas, para así poder atender las necesidades de instituciones públicas y privadas, apoyados de consultores capacitados y certificados en las principales plataformas tecnológicas y metodologías internacionales, quienes proporcionan a sus clientes recursos de alto valor, respaldadas por tecnología de vanguardia.

Desde sus inicios, destacan por ser una organización flexible, en la que el talento de sus colaboradores se coordina, se establecen alianzas estratégicas y se genera compromiso hacia los clientes y sus objetivos.

Dentro de sus servicios puedes encontrar las siguientes soluciones:

Fábrica de Software

- Desarrollo de software a la medida
- Desarrollo de aplicaciones web
- Desarrollo de aplicaciones móviles
- Centro de desarrollo dedicado

Integración de Plataformas

- Definición de tecnologías y/o protocolos
- Definición de componentes requeridos
- Modelos de arquitecturas de integración entre sistemas
- Gobernanza de plataformas de integración

Gestión documental

- Modelo de taxonomía
- Solución tecnológica
- Procesos de migración
- Soporte de la gestión documental

Alineación de procesos y tecnología

- Integración operativa con soluciones tecnológicas
- Optimización de procesos

Big Data

- Visualización
- Correlaciones
- Tendencias
- Predicciones
- Hadoop
- Machine Learning
- Análisis predictivo
- Internet de las cosas

Servicios de nube e infraestructura

- Seguridad
- Servicios cloud
- Virtualización
- Servidores
- Comunicación y redes
- Almacenamiento

Apego contractual

- Transparencia en la contratación
- Diseño de contratos
- Monitoreo del cumplimiento de servicios

Con People Media Soluciones Tecnológicas es el momento para llevar la innovación a tu empresa.

“Transformamos tecnología en soluciones inteligentes”

www.people-media.com.mx

