

ELEMPRESARIO

**JUAN JOSÉ
PACHECO MARTÍNEZ**

El Tecnológico de Monterrey es un aliado estratégico para las empresas.

LESLIE GONZÁLEZ

Nueva socia de EYD habla de las nuevas generaciones de empresarias.

JOSÉ ABRAHAM LIRA

El impacto tangible en las organizaciones con asesoría de Educación Continua.

Alejandro Padilla

MÉXICO en la ERA TRUMP

Como empresarios, lo importante es encontrar puntos de reflexión y cómo pueden adaptar sus decisiones a una coyuntura claramente cambiante.



INVERTI

Consultoría inmobiliaria 360° para maximizar tu rentabilidad.

Con más de 30 años de trayectoria y un modelo 360° que integra consultoría, gestión, realestate, capital y desarrollo, Inverti ofrece asesoría personalizada para maximizar tu rentabilidad y brindar tranquilidad en cada etapa de tu proyecto inmobiliario.

**¡Contáctanos hoy
y asegura el éxito de tu
inversión!**



www.inverti.com.mx

Av. Universidad 1011, Corporativo Aleden,
CP.45110. Zapopan, Jal. Piso 5, Oficina 504.

Tel. 33 3817 0656



COMPROMETIDOS POR UN MÉXICO MÁS PRÓSPERO, JUSTO Y COMPETITIVO

Es para mí un honor darles la más cordial bienvenida a esta segunda comida de este periodo.

Me llena de satisfacción ver de nuevo este salón lleno una vez más, con quienes compartimos la convicción de trabajar, de crecer y de construir un mejor entorno para nuestras empresas, nuestras familias y nuestra sociedad.

Hoy, además, de darle las gracias a Leonardo Placencia, por invitar al conferencista del día de hoy .

Me refiero al maestro Alejandro Padilla, un reconocido economista y analista financiero, quien actualmente se desempeña como Director General Adjunto de Análisis Económico y Financiero en Banorte, una de las instituciones más sólidas y con mayor visión del sistema bancario mexicano.

Su presencia en esta tarde es una oportunidad valiosa para comprender mejor el entorno económico que enfrentamos, los retos que se vislumbran y, sobre todo, las oportunidades que debemos saber identificar

con inteligencia, responsabilidad y visión de largo plazo.

Maestro Padilla, gracias por aceptar nuestra invitación. Su trayectoria y claridad de pensamiento aportan mucho al análisis y la toma de decisiones de quienes estamos hoy aquí.

Estoy seguro de que su conferencia despertará no sólo interés, sino también reflexión estratégica en cada uno de nosotros.

A todos ustedes, les agradezco su puntual presencia y su participación activa.

Sigamos fortaleciendo los lazos que nos unen como empresarios y dirigentes, comprometidos con un México más próspero, justo y competitivo. **E**



***Pedro Mario
Soto Reynoso***

PRESIDENTE
DE LA ASOCIACIÓN
DE EMPRESARIOS
Y DIRIGENTES A.C.

Contenido

3

EDITORIAL

Cambio de política editorial.

4

ACTUALIDADES

- Búsqueda de cero clics.
- La contabilidad como herramienta.
- La salud empresarial es un eje estratégico.

6

PORTADA

Alejandro Padilla, Economista en Jefe del Grupo Banorte. Adaptarse a la Cuarta Revolución Industrial.

10

LESLIE GONZÁLEZ

Papel de las empresarias en los espacios de toma de decisiones.

12

FOTO GRUPAL

14

HÉCTOR ORTIZ

En Formación Continua se enfocarán en temas económicos y financieros

15

RAÚL CARREÓN Y JAVIER RAMOS

Recomiendan atender a salud masculina.

16

JORGE GONZÁLEZ

Se viene la Gala del Mariachi para fortalecer nuestras tradiciones y amistad.

17

ITESO

Boletín Económico

En caída el empleo formal y las remesas en Jalisco.

18

TIP'S

EMPRESARIALES

- Comportamiento del consumidor.
- Comercialización de la vivienda de lujo en ZMG.
- Cáncer de próstata.
- Brújula para la empresa familiar.

20

JUAN JOSÉ PACHECO MTZ.

El Tec de Monterrey cuenta con la "triple corona" que sitúa al MBA dentro del Top de las escuelas de negocios a nivel global.

21

ABRAHAM LIRA

La evidencia del impacto en las empresas son generadas por las organizaciones que las validan.

24

EL RINCÓN DEL CHEF

La riqueza de la gastronomía mexicana.

DIRECTORIO

COMITÉ EDITORIAL SEPTIEMBRE 2025

MANUEL MURO ARROYO
*Director de revista
y página WEB*

**PEDRO SOTO REYNOSO
SALVADOR BUCIO ROMERO**
Sub dirección de revista

ROBERTO MORÁN QUIROZ
Asesor externo

ROSARIO BAREÑO DOMINGUEZ
Director Editorial

LIC. MIGUEL GONZÁLEZ
Redacción y estilo

RICARDO RENDÓN
Dirección de Arte

ZAIRA MARIELA GUTIERREZ VEGA
Coordinadora

ALEJANDRO CHÁVEZ
Diseño WEB

**LUIS FRANCISCO
RODRIGUEZ JIMENEZ**
Fotografía

**PEDRO SOTO REYNOSO
SALVADOR BUCIO ROMERO
LIC. MIGUEL GONZÁLEZ**
Ventas

CONSEJO DIRECTIVO 2025-2026

**LIC. PEDRO MARIO SOTO
REYNOSO**
Presidente

C.P. HÉCTOR ORTIZ ORNELAS
Vicepresidente

ING. IGNACIO BAEZA RAMOS
Secretario

**ING. JOSÉ RODOLFO
DEL MONTE CESEÑA**
Tesorero

**LIC. JOSÉ SANTOS MEDINA
BRAMBILA**
Comisario

LIC. MANUEL MURO ARROYO
Vocal

LIC. ALFREDO MACÍAS GARCÍA
Vocal

ING. JOSÉ TRINIDAD GÓMEZ V.
Vocal

LIC. EFRAÍN BARBA TAPIA
Vocal

LIC. JORGE ENRIQUE GONZÁLEZ P.
Vocal

SR. LEONARDO PLASCENCIA E.
Vocal

LIC. FERNANDO MESTRE NORIEGA
Asesor

LIC. JESÚS NAVARRO LOZA
*Coordinador de
ex presidentes*

**LIC. ALFONSO RAMÍREZ Y LIC.
JESÚS NAVARRO JR.**
*Comisión de Jóvenes
Empresarios*



EMPRESARIOS Y DIRIGENTES, A.C.

© 2025 El Empresario. Todos los derechos reservados. Impresa en Global Print en Guadalajara, Jalisco. Septiembre 2025.

GlobalPrint
IMPRESA & PUBLICIDAD

EDITORIAL

Queridos amigos y aliados:

Nuestra revista interna no sería lo que es sin ustedes. Gracias a su apoyo como anunciantes, hemos logrado mantener vivo este espacio que informa, conecta y fortalece a nuestra comunidad empresarial. Hoy damos un paso importante: los anuncios individuales en páginas interiores se transforman en patrocinios.

La diferencia es sencilla pero significativa: el anunciante ocupa un lugar fijo para promover su marca, mientras que el patrocinador comparte una página especial con quienes, como ustedes, respaldan a la Asociación. Este cambio nos permite dedicar más espacio a contenidos útiles, historias inspiradoras y temas de interés real para nuestros socios.

Su presencia en esta nueva sección no solo les da visibilidad, sino que los distingue como parte esencial de un esfuerzo colectivo. Gracias por caminar con nosotros, por creer en esta comunidad y por ser motor de crecimiento y unión.

ACTUALIDADES



LA CONTABILIDAD COMO HERRAMIENTA DE LIBERTAD EMPRESARIAL

De acuerdo con datos del INEGI, las micro, pequeñas y medianas empresas representan más del 95% de los negocios en el país dando empleo a poco más del 41% de las personas ocupadas, sin embargo, el estudio "Mujeres al mando: El nuevo rostro del emprendimiento y la innovación tecnológica en México 2025", elaborado por CONTPAQi®, señala que sólo 8 de cada 10 emprendimientos han implementado herramientas digitales en sus operaciones para profesionalizar su operación y cumplir mejor con sus obligaciones fiscales.

“Hoy, más que nunca, las MiPyMEs deben ver la independencia contable como la clave para un crecimiento sólido y sostenible. Tener control total de ingresos, gastos, impuestos y obligaciones permite tomar decisiones informadas, anticipar riesgos y aprovechar oportunidades.

La contabilidad deja de ser reactiva para convertirse en una aliada estratégica que impulsa la competitividad y el éxito empresarial”, afirma Marlene García, Directora General de CONTPAQi®.

En base a información del Servicio de Administración Tributaria (SAT), al cierre de 2024 se emitieron más de 10 mil 871 millones de facturas electrónicas, es decir, casi 344 facturas por segundo.

Este volumen refleja la consolidación de la factura digital en México y que los contribuyentes cuenten con soluciones tecnológicas que fortalecen la adopción de procesos fiscales más ágiles, seguros y estratégicos para el crecimiento empresarial.

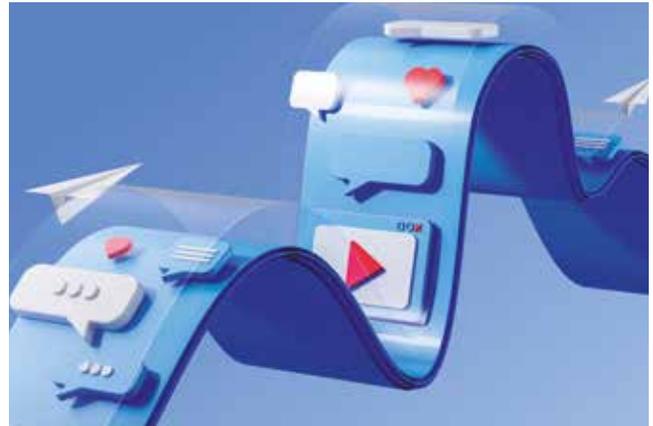
Porque desde la facturación electrónica hasta la gestión fiscal en México están cada vez más digitalizadas y reguladas por el SAT. 

BÚSQUEDAS DE CERO CLICS

La forma en que descubrimos información en internet está cambiando drásticamente. Hoy, muchas personas reciben información de ChatGPT, consumen contenido en TikTok y YouTube o ya no hacen clic en enlaces, simplemente, leen respuestas directamente en Google, un fenómeno, conocido como “búsquedas de cero clics”.

Estos cambios en los hábitos de búsqueda de las personas está provocando que pequeñas y medianas empresas (Pymes) ajusten sus estrategias para atraer la atención de su audiencia, incluyendo cómo utilizan sus recursos humanos y financieros para garantizar su presencia online en un entorno digital sumamente competitivo.

Una investigación de iStock, el principal sitio de fotografías y videos de stock de calidad premium, reveló que el SEO sigue



siendo una de las habilidades más buscadas por las Pymes y que el uso estratégico de imágenes y videos para mejorar no solo el SEO tradicional, sino también el posicionamiento en buscadores impulsados por IA, podría ser una oportunidad desaprovechada para potenciar la visibilidad online.

De acuerdo con Helen Pollitt, Directora de SEO en iStock, y experta en la materia, comentó que una de las recomendaciones más importantes, es no olvidar lo básico: “el SEO tradicional sigue importando”.

ES UN EJE ESTRATÉGICO LA SALUD EMPRESARIAL



El 51% de las empresas en México buscan integrar la salud como eje estratégico, lo que representa un cambio estructural en la forma en que las organizaciones gestionan el bienestar de sus equipos.

De acuerdo con el estudio "El despertar de la salud empresarial como valor central", que realizó Sofía, la aseguradora de salud mexicana, se muestra una brecha en cómo los líderes perciben la salud.

Mientras que los ejecutivos de Recursos Humanos ven la cobertura de salud como una estrategia clave para la permanencia y motivación (65%), los directivos aún no logran conectar la inversión en beneficios con métricas de negocio (solo 25%).

Esta desconexión es un desafío para la adopción de programas de bienestar, a pesar de que más de la mitad del ecosistema empresarial (51%) ya se ubica en las etapas superiores de madurez en la adopción de la salud como valor central.

Frente a este panorama, los colaboradores demandan modelos de seguro más transparentes y sencillos. El 76% prioriza un deducible bajo o nulo, mientras que el 83% valora una red amplia y una atención rápida. La brecha de uso entre los seguros tradicionales y aquellos que priorizan la prevención y el acompañamiento es de hasta diez veces, indica la aseguradora mexicanas.

Alejandro Padilla

MÉXICO DEBE SER INTELIGENTE ANTE LAS AMENAZAS DE ESTADOS UNIDOS

El Economista en jefe y Director General Adjunto de Análisis Económico y Financiero del Grupo Banorte habló sobre el panorama actual y los retos de cara al 2026

POR: ROSARIO BAREÑO DOMÍNGUEZ / FOTOS: LUIS FRANCISCO RODRÍGUEZ

El economista en jefe y director general adjunto de Análisis Económico y Financiero de Grupo Financiero Banorte, Alejandro Padilla, dictó la conferencia magistral con el tema “México en la era de Trump”, en la que compartió su visión sobre el panorama actual y los retos para empresarios e inversionistas de cara al 2026.

Con una destacada trayectoria en el sector financiero que antes de su actual cargo en Banorte, trabajó en JP Morgan Chase en el área de análisis económico y estrategia de mercados emergentes. Es licenciado

en Economía por el ITAM, con maestría en Economía por la Universidad de Stanford, además de estudios en finanzas corporativas por Kellogg, Northwestern University y en alta dirección por el IPADE Business School.

Su labor lo ha posicionado como uno de los economistas más influyentes de México, reconocimiento otorgado por la revista Forbes en 2023 y 2024. Asimismo, es presidente de la Comisión de Política Económica de la International Chamber of Commerce, columnista en medios especializados y cofundador del podcast Norte Económico, galardonado en 2022 por la AMCO y





forma parte del selecto grupo de “Líderes del Futuro” por el Institute of International Finance desde 2017.

Durante su ponencia, subrayó la importancia de la adaptabilidad y la flexibilidad en un entorno de incertidumbre, citando al experto Ray Dalio como referencia. “No recuerdo un año en mi trayectoria profesional que no haya sido complejo o volátil; la clave está en cómo enfrentamos esa volatilidad”, señaló.

Agradeció la invitación de la Asociación de Empresarios y Dirigentes A. C., para profundizar en temas económicos y la situación de México ante Estados Unidos.

Padilla subrayó que el objetivo de su presentación fue invitar a la reflexión sobre cómo enfrentar un entorno incierto y cambiante. “Nosotros como empresarios siempre enfrentamos ese tipo de cosas. Lo importante es encontrar puntos de reflexión sobre lo que está pasando y de qué manera

podemos adaptar nuestras decisiones a una coyuntura claramente cambiante”, señaló.

El especialista explicó que su análisis se dividió en dos bloques: cambios estructurales y factores coyunturales. En cuanto a lo coyuntural, destacó la influencia de las políticas del presidente estadounidense Donald Trump en los mercados financieros, pero advirtió que no todos sus anuncios representan riesgos creíbles. “Hay que aprender a analizar cuáles son los verdaderos riesgos que representa Trump y no quedarnos solo en la percepción”, comentó.

En la parte estructural, Padilla identificó tres grandes macrotendencias globales que los empresarios deben considerar en su toma de decisiones:

Cambio tecnológico, como motor de transformación de los modelos de negocio.

Cambio demográfico, con implicaciones en el crecimiento económico y los mercados laborales.

Cambio climático, como reto que exige adaptación y planeación a largo plazo.

“Si nos enfocamos únicamente en el presente, podemos perder las oportunidades del futuro. Trump no va a durar para siempre, pero estas macrotendencias sí”, advirtió.

Para alcanzar el éxito en un entorno tan volátil es indispensable seguir la enseñanza de Ray Dalio: “el éxito a largo plazo requiere adaptabilidad y flexibilidad”.

Dijo que uno de los retos es adaptarse a la “Cuarta revolución industrial”.

“Estamos inmersos en un momento en el que conviven las tecnologías de las revoluciones anteriores con las nuevas, como

la inteligencia artificial, el internet de las cosas y los sistemas ciber físicos. Esto no solo transforma la economía, sino también la manera en que operan las industrias”, explicó.

Padilla advirtió que la disrupción tecnológica representa riesgos para las empresas que no logran adaptarse, citando casos como Blockbuster, Kodak o Toys R Us, que cedieron espacio frente a competidores digitales como Amazon, Netflix, Spotify o Airbnb, compañías que hace apenas dos décadas no existían y hoy se ubican entre las de mayor capitalización de mercado en el mundo.

“El aprendizaje es claro: mejor aprender de los errores ajenos que de los propios. No queremos ser el próximo Blockbuster, sino el próximo Amazon”, subrayó.

El especialista ejemplificó cómo nuevos modelos de negocio han transformado industrias tradicionales: Uber, empresa de transporte sin poseer un solo automóvil, o Airbnb, plataforma de hospedaje sin contar con propiedades propias. “La digitalización abre oportunidades inmensas para quienes sepan aprovecharla, incluso para empresas con décadas de historia que hoy deben replantear su forma de operar”, añadió.

Invitó a los empresarios a reflexionar sobre su posición en este escenario disruptivo: “La pregunta es si nuestras empresas están listas para aprovechar la oportunidad o quedarán rezagadas en esta nueva era”.

“México debe ser inteligente frente a las amenazas de aranceles” En su conferencia analizó los riesgos que representan

las políticas comerciales del Presidente de Estados Unidos y los retos para la economía mexicana.

Padilla explicó que, si bien los aranceles forman parte del estilo de negociación de Donald Trump, México debe aprovechar sus fortalezas y mantener una postura estratégica: “Los aranceles van a seguir entrando y saliendo, porque esa es la manera que tiene Trump de negociar. Pero nosotros tenemos que ser lo suficientemente inteligentes para ver qué nos conviene hacer”, señaló.

De acuerdo con el especialista, alrededor de 39% de las exportaciones mexicanas aún no cumplen totalmente con los requisitos del tratado comercial con Estados Unidos, aunque muchas empresas ya buscan adecuarse para reducir riesgos. El verdadero desafío, dijo, se concentra en un 10 a 15% de exportaciones que sí podrían estar sujetas a medidas arancelarias.

Resaltó que el sector automotriz es el más expuesto, ya que representa 82% de las exportaciones mexicanas hacia Estados Unidos. En contraste, otros sectores como el de proyectores e instrumental médico participan con apenas un 7%.

“Tenemos que aprender a identificar en dónde estamos parados y cómo negociar con Estados Unidos. México debe buscar que se le perciba como un socio confiable y cooperativo, porque eso marcará la diferencia en la relación bilateral”, subrayó.

El reto para México no está solo en enfrentar las amenazas de aranceles, sino en convertirlas en oportunidades de adaptación y fortalecimiento comercial. 



Leslie González

LIDERAZGO Y APRENDIZAJE DE LA EXPERIENCIA EMPRESARIAL

Para la empresaria Directora de la empresa Gigonsa S.A de C.V es importante que más mujeres encuentren espacios en la toma de decisiones

POR: ROSARIO BAREÑO DOMÍNGUEZ
FOTOS: LUIS FRANCISCO RODRÍGUEZ

La empresaria Leslie González, directora de la empresa Lubricantes y Grasas Gigonsa S.A. de C.V., tomó protesta como nueva socia de la Asociación de Empresarios y Dirigentes, sumándose a este organismo con el propósito de aportar su experiencia y continuar su desarrollo profesional.

“Me entusiasma mucho pertenecer al grupo de empresarios porque hay muchos

empresarios con gran conocimiento y el aprender de todos ellos, de la experiencia que han tenido a lo largo de los años, para mí es muy enriquecedor”.

Sobre todo el poder seguir desarrollándose mediante los cursos de capacitación y formación continua que se imparten y que les ayuda mucho en el manejo de sus empresas.

Con casi 20 años de trayectoria dentro de la empresa familiar fundada por su padre, expresó en entrevista que formar parte de esta asociación le entusiasma, pues representa una oportunidad para aprender de líderes con gran experiencia y, al mismo tiempo, compartir la visión de las nuevas generaciones.

“Me motiva mucho seguir creciendo, aprender de los demás empresarios y también aportar lo que nosotros los jóvenes podemos ofrecer. Ellos tienen más experiencia que nosotros, pero son tiempos diferentes, los tiempos cambian, pero la base de los negocios sigue siendo la misma”, afirmó.

Eso me parece muy interesante ese intercambio de experiencia en la asociación indicó la empresaria.

La empresa Lubricantes y Grasas Gigonsa S.A de C.V, es una compañía dedicada a la comercialización de purificadores y soluciones para combustible diésel, cumple este mes de septiembre 33 años en el mercado. “Trabajamos mucho con todo lo que es maquinaria pesada, de transporte y agrícola. Trabajamos con empresas ya consolidadas”.

Actualmente exportan a 26 países en América, Europa y África, consolidándose como un referente en su ramo. Aunque su mercado fuerte es México, Centro y Sudamérica y ya entraron al mercado de África.

Sobre su incursión en un grupo históricamente dominado por hombres, González destacó la importancia de que cada vez más mujeres encuentren espacios en la toma de decisiones empresariales. “Nosotras también hemos trabajado duro, hemos luchado mucho y nos merecemos estar aquí. No solo somos mamás o hijas, también somos empresarias que todos los días levantamos un negocio con esfuerzo”, señaló.

La empresaria enfatizó que su padre, fundador de la compañía, fue clave para inculcarle a ella y a sus hermanas, valores como la integridad, el esfuerzo y la preparación constante, mismos que han permitido a Gigonsa consolidarse a nivel internacional.

“Mi papá empezó la empresa hace muchos años, lo inició como un negocio y poco a poco fue creciendo igual que nosotras lo hicimos a la par. Fue trabajo muy duro, pero mi papá siempre nos enseñó desde muy chicas a ganarnos las cosas y enseñarnos a trabajar”.

Desde pequeña aprendió los valores que les inculcó su padre y eso ha permitido que la empresa sea reconocida, lo cual les ha abierto las puertas en el mercado europeo, Centro y Sudamérica.

“El ver la empresa de cómo inició al día de hoy, la verdad es muy gratificante, simplemente el resultado de un trabajo muy duro y con mucho esfuerzo y al final eso es lo principal y que uno de nuestros valores qué es la integridad, también lo llevamos, el ser íntegros con nuestros colaboradores, con nuestros clientes, con nosotros mismos. Los valores y la cultura de la empresa son parte de lo que nos ha llevado a llegar tan lejos, de romper fronteras. Ahorita estamos abriendo mercados en África por ejemplo”. 





NUEVOS RETOS CON VISIÓN INTERNACIONAL EN LO ECONÓMICO: HÉCTOR ORTIZ

Se percibe un grupo homogéneo y sólido, lo que será clave para lograr un crecimiento significativo en la calidad de socios que se sumen.

POR: ROSARIO BAREÑO DOMÍNGUEZ

FOTO: LUIS FRANCISCO RODRÍGUEZ



Con entusiasmo y visión estratégica, Héctor Ortiz, Ornelas Vicepresidente de la Asociación de Empresarios y Dirigentes A.C., compartió los objetivos y líneas de acción que marcarán esta nueva etapa de trabajo en el organismo empresarial.

"Queremos dar continuidad a lo que ya se venía haciendo bien, pero buscar hacerlo todavía mejor", afirmó el empresario Ortiz Ornelas, quien destacó que se percibe entre los socios un grupo homogéneo y sólido, lo cual será clave para lograr un crecimiento significativo, tanto en número de socios como en la calidad de las actividades que se ofrecen.

Uno de los ejes principales será fortalecer la membresía con empresarios de calidad, lo que, en sus palabras, derivará en

pláticas más interesantes, ponencias más relevantes y, en consecuencia, un mayor incentivo para atraer nuevos integrantes que aporten valor a la asociación.

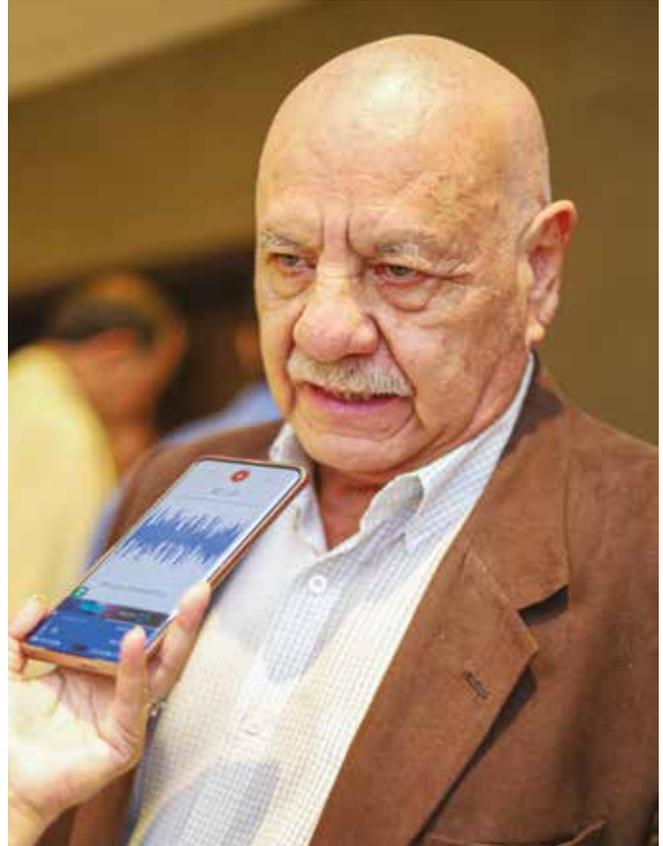
Asimismo, señaló que la intención es dar un enfoque renovado a las reuniones y conferencias, privilegiando temas de impacto económico global, como comercio exterior, aranceles, finanzas internacionales y nuevas tendencias de negocios, dejando de lado la agenda política local y nacional.

"Queremos que cada encuentro valga la pena, que los asistentes se lleven aprendizajes útiles para sus empresas", subrayó Ortiz Ornelas. El objetivo es que los contenidos tengan aplicación práctica y estén alineados con el contexto que enfrentan hoy los empresarios mexicanos y en especial los jaliscienses. **E**

ROMPER TABÚES EN LA SALUD MASCULINA

Empresarios comparten testimonio y reconocen labor del Dr. Hugo de la Rosa en la prevención del cáncer de próstata

POR: ROSARIO BAREÑO DOMÍNGUEZ
FOTO: LUIS FRANCISCO RODRÍGUEZ



Empresarios que han vivido situaciones de riesgo o tratamiento, buscan romper con los tabúes alrededor de la salud masculina y fomentar revisiones médicas regulares a partir de los 40 años.

Con el objetivo de sensibilizar al sector empresarial sobre la importancia de la detección oportuna del cáncer de próstata, el empresario Raúl Rafael Carreón Argudín, propuso a la Asociación de Empresarios y Dirigentes A.C, que se invitara al doctor Hugo de la Rosa Barrera, urólogo oncológico para hablar sobre dicha enfermedad.

Carreón Argudín compartió su experiencia personal como paciente del Dr. Hugo de la Rosa Barrera, reconocido urólogo y especialista en oncología. "Invité al doctor porque sé de primera mano la calidad

de su trabajo. Es un magnífico especialista. Yo ya había pasado por dos cirugías con otro médico sin buenos resultados. Gracias a Dios conocí al doctor de la Rosa, me operó y me dejó muy bien", declaró Carreón durante la jornada de concientización.

El empresario resaltó que aunque su caso no fue por cáncer, sí enfrentó una situación compleja por una próstata muy inflamada y un antígeno prostático elevado.

Durante el evento, también participó el empresario Javier Ramos, de 70 años, quien valoró la claridad con la que el Dr. de la Rosa explicó temas complejos: "No solo habló del cáncer de próstata, sino del cuidado general del cuerpo. Fue muy técnico, pero entendible. Este tipo de charlas deberían ser frecuentes para que estemos informados y podamos prevenir." ■

GALA DEL MARIACHI: TRADICIÓN QUE VIVE, CULTURA QUE UNE

Jorge González será el anfitrión de la velada que promete convivir, disfrutar y reforzar la amistad.

POR: ROSARIO BAREÑO DOMÍNGUEZ
FOTO: LUIS FRANCISCO RODRÍGUEZ

Con el objetivo de disfrutar de una velada especial y fortalecer la convivencia entre socios y sus parejas, la Asociación de Empresarios y Dirigentes A.C. celebrará el próximo 29 de octubre una cena-gala de mariachi en Pinar de la Venta.

El anfitrión fue el empresario Jorge González que nos platicó emocionado los preparativos que ya están en marcha para esta noche mexicana, en la que se contará con una cena típica mexicana y un concierto de mariachi en vivo, en un ambiente festivo que promete resaltar las tradiciones que distinguen a Jalisco y a México.

“Queremos que este encuentro sea un espacio para convivir, compartir y reforzar la amistad entre todos los socios y sus parejas”, comentó el empresario, integrante del Comité Directivo de la Asociación.



En una terraza en medio del bosque se desarrollará el evento que forma parte de los esfuerzos de la Mesa Directiva por consolidar la relación entre socios, promover la integración familiar y resaltar la identidad cultural mexicana.

Con 40 años de trayectoria, la asociación integra a distintas generaciones de líderes, por lo que este encuentro también busca conjugar la experiencia de los empresarios con mayor trayectoria con la visión de las nuevas generaciones. Aunque tiene poco en la Asociación Jorge González habla emocionado por lo que han logrado y los proyectos que se vienen a futuro, principalmente por la disposición de quienes ya tienen tiempo en EYD y los que son de recién ingreso. “Si logramos escucharnos y unir la experiencia con las nuevas ideas, podremos crecer y fortalecernos mucho más”, señaló. **E**



A LA BAJA LAS REMESAS EN JALISCO Y EL EMPLEO FORMAL

Entre 2018 y 2024, la pobreza nacional bajó de 41.9% a 29.6% (13.4 millones menos), impulsada por mayores transferencias y mejoras laborales; sin embargo, persisten carencias estructurales: acceso a salud (34.2%) y seguridad social (48.2%).

La pobreza multidimensional no se limita a medir el ingreso insuficiente de los hogares, sino que incorpora el acceso efectivo a derechos sociales.

En julio la generación de empleo formal tuvo un salto histórico a 1.27 millones por la afiliación obligatoria de trabajadores de

plataformas (solo en Ciudad de México y Estado de México), mientras el resto del país perdió 36 mil plazas.

En Jalisco, el empleo formal acumula cuatro meses de caída y el saldo anual es 52.8% menor al de 2024. Las remesas, amortiguador clave del ingreso, retrocedieron con fuerza: en junio -16.2% a tasa anual a nivel nacional y en el segundo trimestre -12.5% en Jalisco.

Por otro lado, en abril, la actividad industrial de Jalisco cayó -1.4% anual, afectada por minería (-20.0%) y manufacturas (-2.4%), pese al alza en construcción (3.7%).

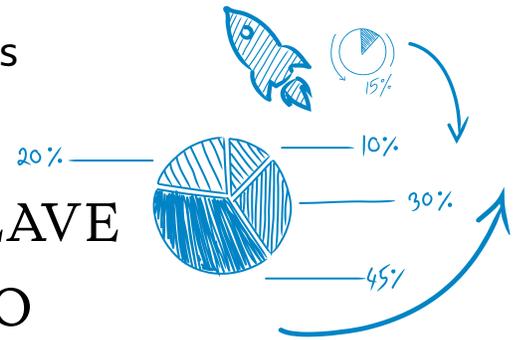
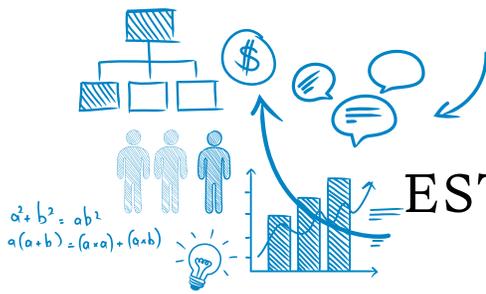
Descarga boletines del ITESO



N15 Boletín de Análisis Económico
Escuela de Negocios ITESO Q1 agosto 2025



N16 Boletín de Análisis Económico
Escuela de Negocios ITESO Q2 agosto 2025



ESTRATEGIAS CLAVE PARA EL ÉXITO



CÁNCER DE PRÓSTATA: EL ENEMIGO SILENCIOSO

Por: Dr. Martín López Rodríguez
Andrea López Clinton MSc

En México, siete de cada diez hombres con cáncer de próstata son diagnosticados en etapas avanzadas. Un chequeo anual con tacto rectal y antígeno prostático específico (PSA) puede salvar vidas.

Detectar el cáncer de próstata a tiempo no solo salva vidas, también preserva la calidad de vida. "Un diagnóstico temprano de cáncer de próstata puede marcar la diferencia entre un tratamiento sencillo y uno complejo."

La próstata es una glándula del tamaño de una nuez que se encuentra debajo de la vejiga y delante del recto, rodeando la parte inicial de la uretra. Su función principal es producir un líquido que protege y alimenta a los espermatozoides, formando parte esencial del semen. Con el paso de los años, la próstata puede aumentar de tamaño.



ARTÍCULOS COMPLETOS.
LECTURA DE 3 MINUTOS



COMERCIALIZACIÓN DE VIVIENDA DE LUJO EN LA ZMG

Por: Ignacio Ramírez,
CEO Inverti.

Guadalajara se ha consolidado como uno de los mercados inmobiliarios más dinámicos de México. La vivienda de lujo dejó de ser un nicho reducido para convertirse en un segmento estratégico que transforma el paisaje urbano y ofrece oportunidades de inversión atractivas.

La vivienda de lujo en el mercado actual, más allá de los acabados premium, implica localización estratégica, diseño arquitectónico de vanguardia, amenidades exclusivas y un entorno seguro. En Guadalajara, estas características convergen en zonas claves de la urbe como Puerta de Hierro, Providencia, Country Club, Colomos, Andares y Puerta Plata, zonas que hoy en día y en la región, marcan la pauta en cuanto a estilos de vida aspiracionales.



DEL BOMBARDEO PUBLICITARIO A LA ERA DE LA INMEDIATEZ

Por Mtro. José Carlos Nova Sánchez

La sobreexposición a anuncios y contenidos digitales ha transformado radicalmente la manera en que los consumidores procesan información, toman decisiones y se relacionan con las marcas. Hoy, la paciencia es mínima, la multitarea es la norma y la atención se mide en segundos.

"Ya no gana la marca que se muestra más, sino la que aporta valor más rápido."

"Hoy el consumidor valora la rapidez y premia a las marcas que se lo dan; cualquier obstáculo lo hace perder interés."

En los años 90, el consumidor estaba expuesto principalmente a anuncios en televisión, radio y prensa. El bombardeo era fuerte, pero concentrado en momentos específicos como los cortes comerciales o los espectaculares en la calle.





BRÚJULA PARA LA EMPRESA FAMILIAR

POR: C.P.C. Y M.I.
 JOSÉ MARIO RIZO RIVAS

Lo estructural, que parece firme, exige movimiento; lo coyuntural, que parece urgente, a menudo pide calma. En la empresa familiar, distinguir entre lo que transforma el rumbo y lo que solo agita el momento es una habilidad estratégica que protege el legado y fortalece la toma de decisiones. En la empresa familiar, lo estructural es la raíz; lo coyuntural, el viento. Saber distinguirlos evita confundir tormentas pasajeras con cambios de estación. Una familia empresaria sabia no se deja arrastrar por la coyuntura ni se paraliza ante la estructura: aprende a leerlas y actuar con equilibrio. En la vida de toda empresa familiar hay dos fuerzas que moldean su presente y definen su futuro: los cambios estructurales y su organización.



LAS 3 R'S (RECONOCIMIENTO, REMUNERACIÓN, RESPETO)

Por: Lic. Miguel González Coronado
 Grupo SERH

Los expertos en Capital Humano, a través del tiempo han recomendado una serie de prácticas y conceptos que contribuyen a fomentar una cultura de productividad, respeto, buen clima laboral, orgullo y sentido de pertenencia, etc. Uno de estos programas, que podemos implementar es el programa de las 3 R'S, este programa es muy simple en su desarrollo, estructuración e implementación. **Reconocimiento. Respeto. Remuneración** En esta ocasión, hablaremos sobre el **Reconocimiento** Reconocimiento: buscar todas las oportunidades en el día a día para que la práctica del reconocimiento forme parte del ADN de nuestra empresa, nunca perder la oportunidad de reconocer cuando algún colaborador ha hecho las cosas bien dentro del desempeño de su puesto.



COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL: LA CLAVE SILENCIOSA

Por Manuel Muro , Experto en oratoria moderna y comunicación estratégica

En la mayoría de las empresas, cuando se habla de resultados pensamos en ventas, finanzas o productividad. Sin embargo, hay un factor que suele pasarse por alto y que, en realidad, es el motor silencioso que define el éxito o el fracaso: la comunicación organizacional. ¿Qué pasa cuando la comunicación falla? Un mensaje mal transmitido, una instrucción ambigua o un correo poco claro pueden detonar una cadena de problemas:

- Malentendidos entre áreas.
- Duplicidad de esfuerzos o tareas que “se pierden”.
- Resentimientos por jerarquías mal manejadas.
- Conflictos internos que desgastan a los equipos.
- Clientes insatisfechos porque el mensaje nunca fue claro.





Juan José Pacheco Martínez

TEC DE MONTERREY Y SU ÉXITO EN EDUCACIÓN CONTINUA Y VINCULACIÓN ESTRATÉGICA

El cofundador de la primera aceleradora de startups de inteligencia artificial en Latinoamérica, destaca que tienen las tres acreditaciones internacionales más importantes para los programas de Master in Business Administration.

POR: ROSARIO BAREÑO DOMÍNGUEZ / FOTOS: LUIS FRANCISCO RODRÍGUEZ

El propósito del Tecnológico de Monterrey en México, y particularmente donde tiene presencia, es marcar una diferencia positiva. La institución busca actuar como un efecto catalizador que acelere la transformación de los entornos, no solo en las comunidades donde

existen campus, sino también en aquellos espacios donde se desarrollan proyectos estratégicos.

El mandato del TEC es claro: construir mejores ecosistemas empresariales, fortalecer a la sociedad y promover prácticas empresariales más responsables con el medio ambiente. Todo ello con la convicción

de que estas acciones se traducen en un objetivo mayor: contribuir a un mejor país, destacó en entrevista Juan José Pacheco Martínez, Director de Educación Continua y Vinculación Estratégica para la Región Occidente del Tecnológico de Monterrey.

Pacheco Martínez es cofundador de la primera aceleradora de startups de inteligencia artificial en Latinoamérica, con lo que ha acompañado a emprendedores de México, Argentina, Chile, Colombia y Guatemala.

Les emociona la alianza con la Asociación de Empresarios y Dirigentes A.C., que preside Pedro Mario Soto Reynoso, “a nosotros nos gustan los retos y estamos muy emocionados con la interacción que vamos a tener con Empresarios y Dirigentes”. Por lo que preparan un seminario dirigido a sus socios donde se abordarán temas como innovación, inteligencia artificial, entorno internacional y tendencias organizacionales.

Hay muchos retos aquí en Jalisco para poder llevar a las organizaciones a lo que sea que signifique el siguiente nivel. Ya sea ganar más participación en el mercado, ganar en términos de eficiencia en sus operaciones, ganar en su imagen o en su percepción de valor con el mercado”.

Acompañado Pacheco Martínez de José Abraham Lira Ruíz, Asesor Estratégico de Organizaciones Educación Continua Corporativa VP de Aprendizaje para el Futuro para la Región Occidente del TEC de Monterrey, nos dieron un recorrido por las instalaciones a su cargo donde se imparte el MBA (Master in Business Administration) a través

de EGADE Business School, que es uno de los programas de formación en negocios más reconocidos de América Latina y el mundo. Su enfoque combina visión internacional, liderazgo, innovación y gestión estratégica, preparando a profesionales capaces de dirigir organizaciones en entornos altamente competitivos y en constante transformación.

Presumió con orgullo las certificaciones internacionales de excelencia, ya que la EGADE Business School es una de las pocas escuelas de negocios en el mundo que ha logrado y mantiene las tres acreditaciones internacionales más importantes para los programas MBA:

- AACSB (Association to Advance Collegiate Schools of Business) – Estados Unidos.
- EQUIS (European Quality Improvement System) – Europa.
- AMBA (Association of MBAs) – Reino Unido.

Este reconocimiento, conocido como la “triple corona”, sitúa al MBA del Tecnológico de Monterrey dentro del 1% de las escuelas de negocios a nivel global que cumplen con estos estándares de calidad. “Es decir estamos en el top, top, top”. Por lo que gracias a estas acreditaciones y a su prestigio internacional, los alumnos del MBA pueden recibir clases y compartir experiencias con estudiantes y profesores de las mejores escuelas de negocios del mundo en las sedes de Monterrey, Ciudad de México y Guadalajara. Participar en intercambios internacionales en universidades de Japón, Alemania, España, Estados Unidos y otros países. 

Abraham Lira Ruíz

LA CAPACITACIÓN DEBE MEDIRSE POR SU IMPACTO REAL EN LAS ORGANIZACIONES

El Asesor Estratégico de Organizaciones del Tecnológico de Monterrey para la Región Occidente indica que tienen un modelo definido que demuestra la intervención de su área con resultados tangibles en los proyectos y empresas.

La importancia de diseñar programas de formación, es que no sólo transmiten conocimiento, sino logran un impacto tangible en las empresas.

“Básicamente lo que hacemos al escuchar a la organización, en la conversación definimos que tipo de requerimiento tienen y de eso depende la solución que diseñemos a la medida que ellos quieren”, señala el Asesor Estratégico de Organizaciones en Educación Continua Corporativa VP de Aprendizaje para el Futuro del Tecnológico de Monterrey Región Occidente, José Abraham Lira Ruiz.

“Lo más valioso es que la evidencia del impacto no la generamos nosotros, sino las propias organizaciones, quienes validan y testifican los resultados obtenidos”, afirmó.

Lira subrayó que la educación continua debe ir más allá de impartir clases: debe



convertirse en un motor de transformación empresarial, demostrando con datos su influencia en el desarrollo de personas y en el logro de objetivos corporativos.

- **El Nivel 1** Generar una impresión en el que la empresa lo que quiere es que se sepa cómo la Inteligencia Artificial está impactando la industria.
- **El Nivel 2** Adquirir conocimientos, que es cuando ellos quieren que los colaboradores participen y adquieran conocimientos.
- **El Nivel 3** Desplazar competencias, aquí se mide el nivel de competencias antes y después de los programas, generando evidencia clara del crecimiento de habilidades en los colaboradores.
- **El Nivel 4** Desplazar indicadores organizacionales, en el que se busca incidir directamente en metas estratégicas de la empresa. 

Patrocinadores



VELOCI



**No hables,
Comunica**
ACADEMY



Homenaje a la riqueza de la gastronomía mexicana

Con una fuerte inspiración en la cocina tradicional.

POR ROSARIO BAREÑO DOMÍNGUEZ / FOTOS:LUIS FRANCISCO RODRÍGUEZ

En esta ocasión iniciamos en el mes más mexicano con la gastronomía mexicana contemporánea, con fuerte inspiración en la cocina tradicional.

El Chef Gustavo Jacob Macías Aldana del Hotel Presidente Intercontinental preparó un menú exclusivo con uso de ingredientes típicos: pescado a la talla estilo Guerrero, arroz con epazote, nopales, queso fresco, xoconostle, amaranto, piloncillo, cajeta.

La gastronomía mexicana es una de las más ricas del mundo. En 2010 fue reconocida por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

Base prehispánica:

Los ingredientes fundamentales son el maíz, frijol y chile, conocidos como la “trilogía mesoamericana”. Se combinaban con calabaza, jitomate, aguacate, cacao, insectos y hierbas como el epazote.

Técnicas ancestrales como la nixtamalización (cocer el maíz con cal) siguen vigentes en la elaboración de tortillas y tamales.

Fusión cultural:

Con la llegada de los españoles en el siglo XVI se incorporaron trigo, arroz, lácteos, carne de res, cerdo, pollo, especias y azúcar. Esto dio origen a platillos mestizos como el mole, la cochinita pibil, los chiles en nogada o los antojitos.

Cada estado tiene su sello particular:

- **Norte:** carnes asadas, machaca, cabrito.
- **Centro:** moles, barbacoa, mixiotes.
- **Occidente:** birria, pozole, torta ahogada.
- **Sur y sureste:** cochinita pibil, tamales, panuchos, recados.
- **Costa:** pescados y mariscos como el pescado a la talla, ceviches, aguachiles.

También es ritual y tradición como el pan de muerto y el mole en Día de Muertos, o los tamales en la Candelaria.

Primer Menú

ENTRADA

Tostada de ceviche de pescado blanco con aguachile de guayaba y cebolla morada encurtida.

PLATO FUERTE

Pescado a la talla estilo Guerrero con mantequilla de ajo y chile guajillo servido con arroz con epazote.

POSTRE

Crema de mango con crocante de amaranto y miel de piloncillo.



Segundo Menú

ENTRADA

Ensalada de nopales con queso fresco, jitomate y vinagreta de xoconostle.

PLATO FUERTE

Arrachera sellada con reducción de chile guajillo y papas cambray al comal con salsa martajada

POSTRE

Helado de canela con galleta tostada y cajeta.





pilot[®]
AUTOTRANSPORTES

Somos una empresa vanguardista, que cuenta con el respaldo y la experiencia de una tradición familiar, dedicada al transporte en sus diferentes ramas, siendo el transporte de carga nuestra especialidad, nuestra dedicación, trabajo en equipo, valores y tradiciones que tienen una sola finalidad, dar certeza y garantizar la entera satisfacción de las necesidades de nuestros clientes.



T U T R A N S P O R T E A L É X I T O

NUESTROS SERVICIOS:
Nacional, importación y exportación

contacto@atpilot.mx
333860 4493

MONEX

Transformamos tus finanzas internacionales con estrategias y **herramientas ágiles.**

Monex, tu socio estratégico en Divisas y Pagos Internacionales.

Contacáenos en monex.com.mx o Guadalajara 333 818 0520, otras ciudades del país 800 746 6639

