

PYME



 **CAPITAL**

**¿QUÉ DICE TU
TARJETA DE TI?**



YUCATÁN EN
**CRECIMIENTO
ECONÓMICO**

**NO TENGAS MIEDO
A EMPRENDER**
¡NO ESTÁS SOLO!

MARZO-ABRIL-2017
Vol. 8 AÑO 2

www.pymecapital.com

Aguas Residuales

Pozos

Sanitarios Portátiles

Drenaje

Agua

Tel: 986-70-89/ 240-54-33 Cel: 999 986 7089

Calle 31 Diag. Lote 21 Y 28 Chichi Suarez C.P. 97306, Mérida, Yucatán.

www.sasur-servicios.com/index.php

Revista Pyme Capital © año 2017, número 8, revista bimestral publicada por Consejo Empresarial del Sureste Asociación Patronal Asociación Civil. Todo material enviado para su publicación será propiedad de la revista. Reserva de derechos al uso exclusivo del Título: 04 -2016 - 012009434200 - 102. La originalidad de los artículos así como las opiniones expresadas serán responsabilidad de los autores. Toda la correspondencia debe dirigirse al editor de la revista Plasmic SPC a la siguiente dirección: calle 25 letra C, número 343 Fraccionamiento La Florida, Mérida, Yucatán, México Tel. 1 96 19 68.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor ni de la empresa encargada de su publicación. Queda totalmente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de: Consejo empresarial del Sureste Asociación Patronal A.C.

PYME
CAPITAL

Contenido

Yucatán, en crecimiento económico gracias a la manufactura

Cautela en las redes sociales

Los jóvenes apuestan por la formalidad de sus negocios

United Airlines, un modelo exitoso para caer en picada

Zillennials: La siguiente generación

No tengas miedo a emprender ¡No estás solo!

La Concanaco celebra su centenario en Mérida con la mira en el comercio digital

Automatización en el sistema mexicano de aduanas

¿Qué dice tu tarjeta de ti?

Conoce la conexión del turismo con los empresarios

Yucatán se convertirá en el gran proveedor de insumos para el turismo de Quintana Roo



Yucatán, en crecimiento económico gracias a la manufactura

Por: L.A.S.K.





La manufactura en Yucatán está provocando el crecimiento de la industria y de la economía estatal desde hace cuatro años, lo que permite que se generen nuevas plazas laborales para los trabajadores de la entidad.

Según el análisis de la situación económica y laboral presentado en abril por el gobierno del estado, a través de la Secretaría de Fomento Económico (Sefoe) y de Trabajo y Previsión Social (STPS), el 17.4 por ciento de los trabajadores yucatecos es ocupado por la manufactura.

Esa cantidad empata con el principal sector económico de Yucatán, que es el comercio. Pero la industria manufacturera dio un enorme salto en el crecimiento en apenas cuatro años, según el indicador mensual de la Actividad Industrial por Entidad Federativa, del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Este documento destaca que de estar en el lugar 30 a nivel nacional en el año 2012 –el año con el peor retroceso para el sector en más de una década-, el estado se ubicó en la primera posición el año pasado.

Es decir, hace cuatro años Yucatán decrecía un -3.7 por ciento y sólo superaba al Estado de México y Oaxaca, pero en 2016 su crecimiento fue de 11.5 por ciento.

El año 2015 fue el más exitoso para la manufactura, porque creció el triple del 2014. Hace un par de años, la cantidad fue de 12.6, mientras que el año previo fue apenas 4.1.

Junto a la manufactura, la inversión de empresas para producir cervezas, envases y autopartes en Yucatán, generan que de estar en el lugar 20 en crecimiento industrial en 2012, con 2.2, en 2016 se registrara un 9.2, colocando a la entidad en la se-

gunda posición, sólo detrás de Quintana Roo, que registró 29.4 por ciento.

La manufactura conforma el 55 por ciento de la industria yucateca, seguido de la construcción con el 35, luego siguen la minería y la generación de energías, aunque en ése último rubro se espera un crecimiento en los próximos años, debido a la inversión de empresas para establecer proyectos de energía eólica y solar en el estado.

En ese sentido, la economía yucateca ha crecido más que México en los últimos seis trimestres.

Junto a la economía, el empleo también se ha incrementado ya que durante el primer trimestre de 2017 se otorgaron cuatro mil 779 plazas laborales. En el mismo período de 2016 se generaron tres mil 928, y en los mismos meses de 2015 fue de cinco mil 679.

Después de la manufactura y el comercio, el sector que más empleos genera es la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca, con el 10.2 por ciento; seguido de la construcción con 9.2 por ciento. Esto provoca que Yucatán sea uno de los tres estados de México con menor tasa de informalidad.

Al mismo tiempo, debido a que las nuevas industrias emplean a gente más capacitada para su planta laboral, **en 2016 se incrementó el ingreso real de los trabajadores yucatecos en un 8.54 por ciento, lo que colocó al estado como el cuarto con mayor crecimiento en este aspecto.**

Sin embargo, el reto es la informalidad que supera a la mitad del mercado laboral yucateco. Aunque disminuyó en tres por ciento en los últimos cuatro años, y supera por cinco puntos porcentuales al nivel nacional, **el 62 por ciento de los trabajadores de la entidad se desempeñan en la informalidad.**

Cautela en las Redes Sociales

Por: M.G.B.

A momento de solicitar un trabajo, las redes sociales de uno se convierten en un elemento principal de búsqueda para la empresa a la que uno quiere ingresar. De igual forma, tu cuenta de Facebook, Twitter o Instagram puede ser la razón por la que pierdas ese empleo soñado.

Si uno está buscando un empleo, el departamento de recursos humanos de la empresa solicitará los datos básicos. El currículum, una entrevista, las referencias y experiencia laboral es el proceso común por el que pasas. Pero, sin saberlo, muy probablemente te investigarán en tus cuentas de redes sociales.

Durante la adolescencia el subir fotografías con los amigos en situaciones incómodas es algo que frecuentemente. Pero al madurar, uno ya deja de realizar las mismas publicaciones que cuando tenía 17 o 18 años.

Sin embargo, esas imágenes aún pueden estar presentes en la página de Facebook o Instagram y el empleador puede investigar la cuenta con la intención de tener una idea más general del candidato a contratar. Tú eres una marca y la red social es una extensión de esa marca. Si trabajas para alguna empresa, ambos se combinan y si le va bien a uno, al otro también; y viceversa.

Aún con los mecanismos de privacidad activados al máximo, eso no impide que tus amigos aceptados puedan acceder a tu perfil y documentar la información que muestras en tu cuenta. Podrás no tener a tu jefe en tu Facebook, pero eso no impedirá que se entere de lo que publicas.



Un caso común es que, tras una noche de fiesta, alguien sufra una resaca. Al día siguiente, decide no acudir a trabajar con alguna excusa. Sin embargo, algún compañero sube las fotos en Facebook o Instagram y un jefe puede notar esa situación. Al hacerlo, la autoridad es capaz de tomar la decisión de castigar al empleado por su falta de honestidad.

Otro ejemplo es publicar quejas contra algún compañero de trabajo o uno de los jefes. Un error común, porque si existe alguna inconformidad hacia alguien de la empresa, ésta debería tratarse dentro de las puertas y no exponerla al exterior. El hacerlo habla mal de la persona que está molesta ya que demuestra su miedo a enfrentar los problemas de frente.

Recuerda que una red social permite formar una idea más clara de tus gustos, tus aficiones y tu forma de relacionarte con las otras personas. Tu imagen –tanto real como virtual– te representan, pero también tú eres parte de una empresa y con cada acción que realizas, la haces con el logo del lugar en donde laboras.

Los jóvenes apuestan por la formalidad de sus negocios

Por: D.M.A.



La participación de los jóvenes empresarios en la formalidad se nota cada vez más porque, según el jefe del Servicio de Administración Tributaria (SAT), Osvaldo Antonio Santín Quiroz, son este sector de la población el que más responde a las inscripciones al Régimen de Incorporación Fiscal, a pesar de que los jóvenes son quienes también tienen más acceso al comercio informal digital.

Señala que en Mérida en el 2016 se incrementó la inscripción al RIF en un 70 por ciento, lo que significa que cada vez existe un mayor interés en alejarse del comercio informal, en especial entre los jóvenes. Santín Quiroz indica que la mayoría de las empresas (63 por ciento) que pertenecen a la economía colaborativa, que es definida por la revista Forbes como “un sistema económico en el que se comparten e intercambian bienes y servicios a través de plataformas digitales”, son de menos de 10 empleados y la mayoría son familiares.

Entonces considera que es benéfico que sean parte del RIF, para que se incorporen a la formalidad que tiene como ventajas el permitir que una empresa otorgue certezas tanto a los clientes, como asistencia y garantías, así como a

los empleados que reciben sus prestaciones, que es retribuida con un mejor desempeño laboral.

En el caso de los municipios que tienen más dificultades de acceder a la facturación electrónica, programa que comenzó su transición en 2008, menciona que “existen opciones de llevar en papel los registros y eventualmente tener el acceso a una computadora”. Por eso considera que “las cámaras empresariales son activas en desplegar los puntos de atención en lugares como mercados para formalizarse.”.

Reconoce que el RIF también permite llevar un registro de las empresas que existen, para así evitar la corrupción de las llamadas “empresas fantasmas” que para combatir el SAT establece filtros.

Explica que para combatir una “empresa fantasma” se trabaja para verificar los “comportamientos atípicos” como “una facturación importante en los primeros meses de su creación, en ese momento se genera una visita domiciliaria para que el costo corresponda a las condiciones del domicilio del contribuyente”. Son identificadas porque “por lo general no tienen un representante o domicilio legal”, menciona.

United Airlines

un modelo exitoso para caer en picada

Por: C.E.P.

United Airlines, una de las aerolíneas más exitosas de Estados Unidos, cayó en picada en la Bolsa de Valores sólo por no seguir su slogan: vuela los cielos amistosos (**fly the friendly sky**).

A mediados de abril, **la compañía expulsó a un cliente de uno de sus vuelos, con la intención de sustituirlo por personal de su empresa.**

Inconsciente, un doctor fue sacado a la fuerza por el personal de seguridad del aeropuerto, mientras los demás pasajeros

-horrorizados- grababan la situación y la publicaban en sus redes sociales. Para United Airlines, ese hecho se convirtió en una enfermedad viral.

El resultado fue **un golpe directo a donde más le duele a los empresarios, los bolsillos.**

En pocas horas tras abrir la Bolsa de Valores de Nueva York, la empresa **perdió 800 millones de dólares**, sin contar con la cantidad de clientes que eligieron por una aerolínea de mejor reputación.



Días después del incidente, continuaron proliferando a través de las redes sociales hechos similares con la misma empresa.

Esto fue una gran pesadilla de relaciones públicas.

En esta era de la tecnología es imposible esconder la crisis. Tarde o temprano, un video, un audio o una imagen se filtrará en el Internet y se viralizará a través de las redes sociales.

United Airlines olvidó que el cliente es su razón de ser como empresa. Todos los pasajeros del vuelo eligieron a la aerolínea y le pagaron para recibir el servicio de traslado aéreo de una ciudad a otra. El resultado fue que a uno de ellos lo sacaron inconsciente, tras estrellar su cabeza en un asiento.

La primera pregunta que surge es cómo se pudo prevenir el incidente. La respuesta es fácil. United Airlines debió saber con anticipación que el vuelo estaba lleno y que existía la posibilidad de que los pasajeros se negaran a abandonarlo por alguna razón que, para ellos como clientes, era importante.

Ya sea llegar a realizar una operación en un quirófano o volver a ver a su familia tras meses de no hacerlo, cada uno de los que realizaban el viaje consideraban su situación como prioridad.

En cualquier empresa es necesario tener empatía con la situación del cliente, comprender que si deciden no bajarse del avión es por alguna razón que ellos consideran significativas.

Pero eso no lo pudo analizar la aerolínea y forzaron a los pasajeros a abandonar la nave. Si necesitaban que su personal llegar a tiempo a su destino, la solución era apartar los espacios para esos usuarios y evitar que sean ocupados por otros.

Carecían de las medidas adecuadas para controlar una situación que les sobrepasó y su solución fue llamar al personal de seguridad del aeropuerto, que posiblemente ignoraba las razones de la expulsión del pasajero.

El segundo cuestionamiento es si existieron alternativas a la expulsión obligada del pasajero.

Sí. Al no existir más voluntarios para dejar el avión, la empresa pudo elevar la propuesta para que alguno se quedara una noche más en la ciudad. En vez de perder un par de miles de dólares, **United Airlines perdió casi mil millones.**

Al ocurrir una crisis, cada empresa tiene que saber reaccionar a la misma.

Para ello, se necesita prepararse con antelación a que exista un incidente, para poder conocer las diferentes alternativas de solución.

La última es qué pudo hacer para resolver la situación, una vez que explotó.

Pero United decidió convertirse en la víctima de la situación en lugar de resolverla con una investigación al trato de los empleados hacia el pasajero, así como evitar que incidentes como ese se repitan en otras ocasiones.

Si sucede un hecho que indigna a los clientes, las empresas tienen que investigar y analizar la situación, para conocer porque ocurrió la situación y qué medidas tomar para prevenirlo.

Aunque el empresario considere el cliente no tiene la razón, que haya sucedido significa que detrás puede funcionar mal un aspecto del negocio que, tarde o temprano, podría detonar y dañar la imagen.

Zillennials: la siguiente generación

Por: A.H.A.

Aún no terminamos de comprender a los Millennials y la siguiente generación ya empuja. Son los Zillennials, llamados así por representar a la generación Z, nacidos después del año 2000.

Esta generación nació con la tecnología integrada a su vida cotidiana. No se adaptaron como los Millennials, que mientras aparecían los nuevos gadgets los iban adquiriendo, sino que sus padres los tenían.

Según The Interactive Advertising Bureau (IAB), en México este grupo representa a la quinta parte de los internautas, es decir un grupo de 12 millones aproximadamente de jóvenes son Zillennials.

Según este estudio, las principales carreras para esta generación ocurrirá en el área digital.

Mauricio Hernández Armenta, en Forbes México, escribe que nueve de cada 10 miembros de esta generación usan herramientas tecnológicas para su vida cotidiana, como divertirse, comprar o relacionarse con sus amigos. Un tercio, indica, se conectan mientras ven televisión.

La revista Forbes afirma que el 81 por ciento se conectan con un Smartphone, el 69 por ciento a través de una laptop y el 42 por medio de una Tablet, lo que representa una explosión en ventas para estos dispositivos,

pero también un área de oportunidad para el desarrollo de productos y servicios que involucren alguno de los aparatos.

Los que se encuentran en la edad de la preparatoria, entre 14 y 17 años, son los principales consumidores de esta generación, aunque son estudiantes que carecen de recursos propios, a menos que tengan trabajos temporales.

Por lo general, son los padres quienes les permiten el acceso a estos dispositivos. La experta en tecnología, Jacqueline Hernández, expresa a Forbes que aproximadamente la mitad de los jóvenes son retribuidos con algún gadget.

Los Zillennials en las plataformas digitales consumen: música (73%), memes y chistes (60%), juegos (50%), entretenimiento (48) e información de amigos y conocidos (48). Lo que más comparten son: imágenes (68%), memes (58), selfies (52), videos (49) y canciones (48).

Entonces, esta información permite a los emprendedores y empresarios conocer un público que, conforme crezcan en edad, serán consumidores. Hay que adelantarse a esta generación y comenzar a estudiarla, porque dentro de un par de años, algunos comenzarán a internarse al mercado laboral.





Daniel Arandía
- AGENTE DE SEGUROS -

(999)949.29.99

POR UN FUTURO SEGURO PARA TU FAMILIA



Protege lo que
más quieres

Carlos Ojeda
Agente de seguros
9993.15.80.71

FULL MOTOR
SERVICIOS AUTOMOTRIZES Y REPARACIONES

- Revisión de frenos.
- Afinación menor o mayor.
- Puntos de seguridad.
- Sistema eléctrico.
- Venta de refacciones.

Calle 60 # 864 A Esquina 95 La Herradura Ciudad Cauce
full.motor.merida@gmail.com / Tel: 9996- 66 - 46

NUVO
BUSINESS & INNOVATION CENTER

Innovación - Orientación - Resultados - Compromiso

- Desarrollo de Prototipos
- Gestión de la innovación empresarial
- Desarrollo de Software

999.99.43.868.
Calle 55 # 560 x 74 y 74-A Col. Centro, Mérida, Yucatán.
contacto@nuvobic.com.mx
www.nuvobic.com.mx

Daimek

AUTOMATION

- DISEÑO MECÁNICO
- DISEÑO ELECTRÓNICO
- INSTRUMENTACIÓN Y CONTROL
- REALIZACIÓN DE PROTOTIPOS TECNOLÓGICOS
- CONSULTORÍAS
- SERVICIO TÉCNICO

i want to go

Business center

- MEMBRESÍAS -

<p>R PASS</p> <p>Workshop Room 10 Hrs Vigencia de 12 meses</p>	<p>EASY PASS</p> <p>1 persona 10 días Workstation Coffe station 6 hrs. Meeting Room</p>
<p>DAY PASS</p> <p>1 persona 1 día Workstation Coffe station</p>	<p>FULL PASS</p> <p>1 persona 30 días Workstation 15 hrs. Meeting Room 100 copias / impresiones 30 llamadas locales Recepción de llamadas Domicilio comercial</p>
<p>BASIC PASS</p> <p>1 persona 20 días Workstation 10 hrs. Meeting Room 50 copias / impresiones 15 llamadas locales</p>	

Calle 2 Lote 1 x 21 y 23 Fracc. Santa María de Chuburná.
Mérida, Yucatán, México. CP.97138
Teléfono: (999) 290 56 63 Email: info@daimek.com
www.daimek.com

MARCHA
Corporativo Marcha S.A. de C.V. 98702.97

- CONSULTORÍA
- CAPACITACIÓN
- TRAMITOLOGÍA
- RENTA DE SALAS

ENERGI

¿Estas listo para el futuro?
2050

No tengas miedo a emprender

¡No estás solo!

Por: E.M.S.L.

Alejandra Sánchez Tello ha hecho un llamado a los emprendedores yucatecos: No teman a participar en las convocatorias que se abren, ni tampoco a llenar los formatos, porque la experiencia permitirá el desarrollo de sus proyectos.

La directora de empleo y proyectos productivos de la Secretaría de la Juventud revela que pronto se presentará una nueva convocatoria para los jóvenes emprendedores entre 18 y 29, por lo que les invita a preparar sus proyectos para participar.

La convocatoria dispondrá de créditos de fondo perdido para que los jóvenes arranquen con sus negocios y tengan las primeras herramientas para establecerlo o permitir su crecimiento.

La intención, enfatiza Ale Sánchez, es la promoción del autoempleo entre los jóvenes porque son un sector con mucha energía al momento de querer desarrollarse como empresarios.

“Los jóvenes son más proactivos, buscan su negocio propio y son más independientes. Con sus ideas quieren hacer sus proyectos realidad”.

Reconoce que el contexto yucateco para el sector del emprendimiento se encuentra en un “Boom” que permite la aparición de Hubs y espacios como I Want To Co, así como organismos públicos que fomentan los proyectos como el Instituto Yucateco del Emprendedor (IYEM). Estos apoyos deben ser aprovechados por los jóvenes para empezar y crecer sus negocios, asegura. Sin embargo, uno de los temores que tienen los emprendedores al momento de ingresar a una convocatoria es que consideran que llenar los formatos de inscripción es difícil. Pero, en realidad son sencillos y los datos que se piden son los básicos, por tanto si el proyecto ya está desarrollado es solo escribir características del mismo, indica.

Lo que se pide comúnmente es:

- La descripción del proyecto: explicar las razones por las que se quiere obtener el apoyo, así como los objetivos y cómo el recurso económico lo permitirá.
- El uso del dinero: para qué se destinará el apoyo, ya sea la compra o renta de un local o mobiliario, o contratación de personas, según la intención de las empresas.



- Mercado: explicar a quien se quiere dirigir el proyecto, las oportunidades de negocio y los retos para el sector.

- Competencia: conocer los posibles rivales para la empresa, como parte del contexto empresarial.

Ale Sánchez considera que las expectativas para la convocatoria próxima a salir es que la respuesta de los emprendedores sea alta, porque en Yucatán existen ya proyectos com-

probados que han sido exitosos como resultado de otras invitaciones.

En el área de Tecnologías de la Información, con la programación y desarrollo de aplicaciones móviles, el sector de partes automotrices y el restaurantero, así como el campo, son algunos de los espacios que ejemplifican cómo los emprendedores han generado proyectos, menciona. Ale Sánchez indica que con el dinamismo de los emprendedores se construye el futuro de Yucatán.



La Concanaco celebra su centenario en Mérida con la mira en el comercio digital

Por: A.R.S.

Una de las cámaras empresariales más importantes de México cumple 100 años este 2017. La Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio (Concanaco) celebra durante este año su centenario, durante el cual ha aportado a la sociedad mexicana, a través de ser un contrapeso en la iniciativa privada al poder político y público.

Como parte de su celebración, se eligió a Mérida para ser sede del segundo magno evento, que contempló la región sur-sureste del país, con los estados de Yucatán, Campeche, Quintana Roo y Tabasco. Durante tres días, participaron los líderes de la Concanaco de las 32 entidades, así como sus dirigentes.

El líder empresarial de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (Canaco-Servytur) Mérida, Juan José Abraham Dague, expresó durante su discurso las exigencias del sector, destacando el comercio digital.

Indicó que “puede generar una competencia desleal, ya que facilita el aumento del comercio informal mediante las redes sociales y algunas plataformas, que utilizan un gran número de personas para vender de manera regular y como modo de vida, diferentes artículos y productos nuevos sin factura, sin informar su origen y legal introducción al país”.

Aunque la tecnología y la creación de plataformas digitales son una “excelente oportunidad de acercarse y mantener una comunicación interactiva con los clientes a la par de conseguir nuevos mercados y consumidores”, consideró que la “pone en riesgo la estabilidad de los miles de negocios debidamente establecidos en Yucatán y en el resto del país, que son creadores de fuentes de empleo”. Eso también propicia que crezca la informalidad en México, señaló.

La muestra más visible de la informalidad, el ambulante, “empaña la visión de un crecimiento ordenado, equilibrado, social y económico” porque descubre un “sistema alternativo de comercio ilegal, que lastima a la economía nacional”.

Abraham Dague solicitó que las autoridades de los tres niveles de gobierno apliquen la ley en

lo que les compete, para combatir las prácticas desleales que atentan contra la generación de empleo formal. Para esa atención, recomendó que se otorguen facilidades e incentivos que propicien la integración a la formalidad.

“La Cámara de Comercio está dispuesta a cooperar, ofreciendo capacitación y acompañamiento para pasar a la formalidad a quienes tienen en este medio su forma de vida”, señaló.

CONTABILIDAD ELECTRÓNICA

El segundo tema que abordó el presidente de la Canaco Mérida fue el de la contabilidad electrónica para tener las condiciones apropiadas para que las empresas sean más competitivas en la era de la globalización.

La contabilidad electrónica, resaltó, es un método que agiliza las declaraciones fiscales, pero que en su práctica aumentó la carga de trabajo en las empresas, con los complementos como la nómina y el pago, “que representan un esfuerzo adicional para su cumplimiento”.

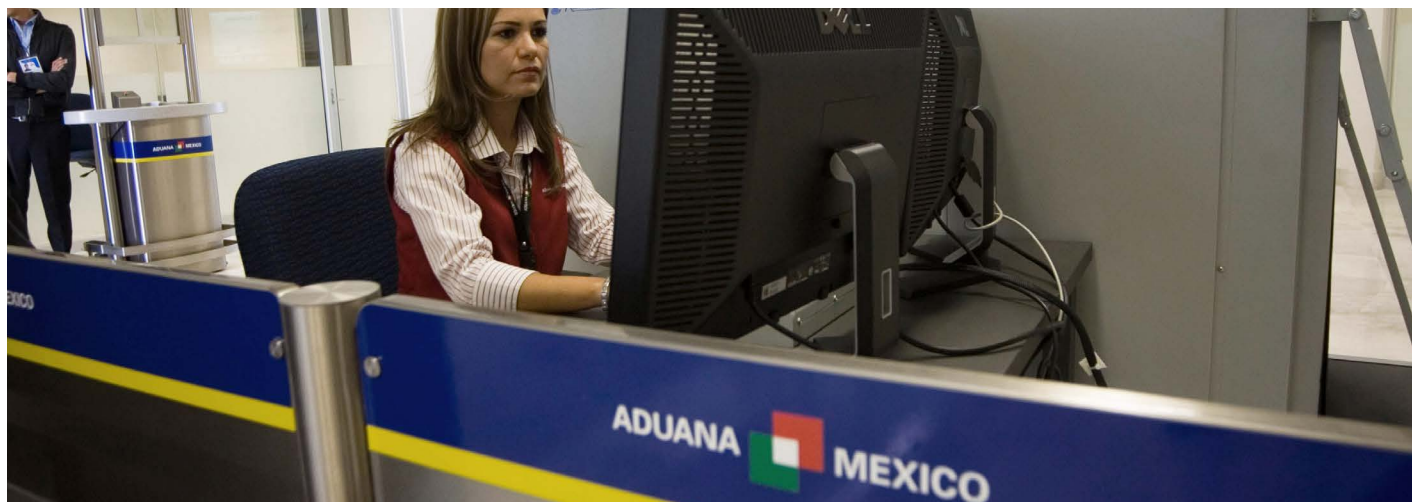
Por eso pidió al Servicio de Administración Tributaria (SAT) revisar el tema, “así como ampliar el beneficio del pago de ISR (Impuesto Sobre la Renta), en base a flujo para las personas morales, eliminando el tope máximo en ventas para optar por esta manera de tributar”.

“Debido a que un número importante de empresas vende a crédito y tiene que hacer el pago provisional por dicha venta antes de haberla cobrado, afectando de manera importante su liquidez”, agregó.

Durante la celebración de los 100 años de la Concanaco, Yucatán fue visitado por el secretario de Turismo, Enrique de la Madrid, y el de Hacienda y Crédito Público, José Antonio Meade Kuribreña, quienes en conferencias magistrales expusieron sobre sus temas. Además, los miembros de la cámara recorrieron Chichén Itzá y Uxmal.

Automatización en el sistema Mexicano de Aduanas

Por: M.V.R.



Para mejorar los sistemas de seguridad al momento de la revisión y reducir los tiempos de inspección, pronto las aduanas mexicanas serán dotadas de cámaras de video vigilancia que contarán con lectores de código QR y un proyecto que certifique la confiabilidad los operadores.

El administrador general de Aduanas, Ricardo Treviño Chapa, indica que las 49 aduanas de México, incluyendo la de Puerto Progreso, contarán con más de 14 mil cámaras de videovigilancia para basar sus operaciones en modelos de riesgo “para que a través de lectores de código QR se dicte un paso libre por la aduana o si requiere una inspección”.

Menciona que una de las ventajas es que no existirá un contacto directo con el personal aduanero, debido a que se automatiza el sistema. Con ese proyecto, que para Puerto Progreso, en Yucatán, se plantea establecer en el primer semestre de 2018, se reducirá un 75 por ciento el tiempo de análisis.

Treviño Chapa, quien participó en la celebración de los 100 años de la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio (Concanaco), a finales de abril, indica que el sistema contará con modelos de riesgo en tiempo real, nuevas esclusas automatizadas y desarrollo de códigos QR, entre

otros, para lo cual la aduana en Tijuana será la que inicie con las pruebas piloto.

Reconoce que la razón de ese proyecto es porque, hasta hace dos años, los sistemas aduanales que se utilizaban aparecieron en la década de 1980, por tanto requería de una renovación tras más de 30 años en funcionamiento.

Un ejemplo que ocurría era que sólo una de cada 100 operaciones “rojas” en el semáforo aduanal presentaba irregularidades, lo que provocaba revisiones infructuosas que generaban un atraso. Pero desde el 2015 la efectividad del proceso de revisión creció un 32 por ciento, menciona.

Entre los proyectos del sector aduanero que se buscan generar son los de los laboratorios regionales para que reduzcan el tiempo de análisis de muestra de semanas a días, resalta.

La Ciudad de México es la sede del laboratorio central, pero ciudades con aduanas importantes como Manzanillo, Lázaro Cárdenas y Veracruz tiene regionales, que han mostrado resultados positivos como “la reducción del tiempo de atención de muestras de 20 días a minutos”.

Aunque en Puerto Progreso no existe uno, sí podría contemplarse si es planteado para el 2018, de acuerdo al éxito que presenten los demás, concluye.

¿Qué dice tu tarjeta de ti?

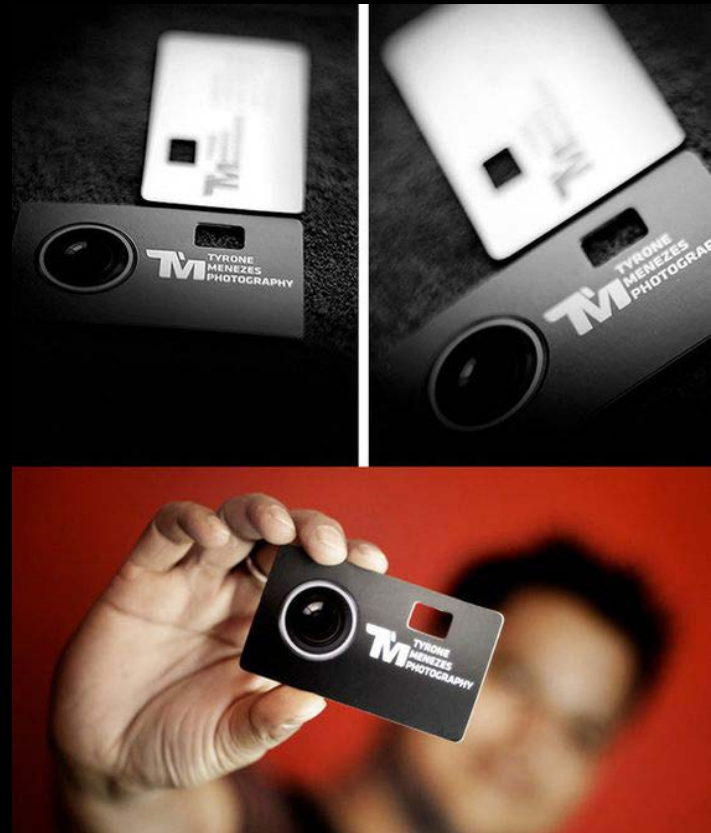
Por: N.B.R.

Dicen que la primera impresión es lo que se queda grabado en la memoria de la otra persona tras conocerte.

Si es así, entonces la tarjeta de presentación se convierte en un elemento que dispara tu recuerdo en la mente de quien tienes pensado establecer una relación laboral estratégica.

La tarjeta de presentación se convierte en un elemento más de nuestra propia imagen que se muestra a las demás personas, por lo que ésta tiene que reflejar el profesionalismo de uno mismo, pero también ser atractiva y representar a tu empresa.

Lo principal al momento de crear una tarjeta de presentación es el equilibrio entre creatividad y sobriedad. Primero se necesita conocer tu empresa, en qué sectores se mueve y a quien se quiere llegar.



Por ejemplo, si la empresa está relacionada con los deportes, tener una tarjeta con forma de balón de fútbol americano o rectangular, pero que se marquen las líneas de un campo de fútbol, puede ser buena idea.

Pero si la empresa se mueve en un sector más serio, como la construcción o el desarrollo de proyectos, lo recomendable sería una tarjeta de presentación más tradicional.

Lo que debe destacar de la tarjeta de presentación es el logo de la empresa. En el mismo lugar también debe colocarse el nombre, el cargo y la empresa, así como datos para contacto como son el teléfono, correo electrónico y dirección o página Web.

Esta información es la más básica de uno y su empresa, pero también es la más importante. Permite a la persona que se le entrega tener una forma directa de comunicarse contigo si así lo requiere.

Es necesario checar y verificar de nuevo la información que presentas, ya que una falta de ortografía o un “error de dedo” podría costarte ese tan anhelado trato de negocios. Incluso, pide a una persona que revise la tarjeta, porque su visión será más fresca que la tuya.

En cuestión de formato, la tarjeta debe mantenerse pequeña para que sea guardada fácilmente. Además, el tipo de letra tiene que ser legible, para evitar confusiones al momento de llamar o enviar un correo electrónico. De igual forma, es necesario usar pocos colores y recordar que tienen que adecuarse al sector en el que el negocio se desempeña.

Si consideras que crear una tarjeta de presentación puede ser difícil porque no te satisface el resultado, es recomendable contratar a un diseñador para que la genere. Recuerda que él dedica su tiempo a crearla, por lo que tendrás que pagarle, pero el resultado final será un trabajo profesional que atraiga a la gente.



M odales

Una vez lista la tarjeta de presentación se da el siguiente paso: entregarla.

No la mantengas en el bolsillo trasero de tu pantalón, ya que eso podría arrugarla y además ofrece una mala imagen del lugar en el que estuvo recientemente. Se recomienda tener un tarjetero para guardarlas, y también las que recibes, que se mantenga en alguno de los bolsillos delanteros, y así evitar que se estropeen.

Al conocer a esa persona que puede cambiarte el negocio, no te apresures en entregarla, porque podría parecer que estás desesperado. Conversa con él o ella y desarrolla una plática en torno al contexto en el que están. Cuando terminen, entrégala. Si te dan una, tómate unos segundos para leerla, porque eso demuestra que tú también tienes interés en la otra persona.

Conoce la conexión del turismo con los empresarios

Por: G.C.



México es un país vibrante de colores. Su cultura, su gastronomía, su gente hacen atractivo al país para los visitantes. Pueden ser las zonas arqueológicas de la península de Yucatán, las playas del Pacífico con sus mares azul cielo o la historia de ciudades como la capital, Guadalajara o Guanajuato provocan que nuestra nación sea visitada por millones de personas cada año.

Por eso, en los últimos años, según el secretario de Turismo Enrique de la Madrid, a México llegan más visitantes, en especial del continente americano, pero también los propios habitantes del país deciden recorrer la República para conocer la amplia variedad de espacios históricos o naturales que existen. El funcionario federal afirma que en el 2016 los países de origen de los turistas que llegaron a México eran de Estados Unidos, Canadá y Argentina, siendo este último la nación que más incrementó los viajeros hacia el país, con un 32 por ciento en comparación con 2015. Detrás de esas naciones, Reino Unido fue la primera en aparecer de otro continente.



En cuatro años, México ganó 10 millones de visitantes, misma cantidad que Estados Unidos



perdió en el último, debido al incremento de ese país en las medidas de restricción del ingreso, lo que desalienta los viajes, señala. Pero también son los turistas nacionales quienes han incrementado los viajes al interior de México, porque en 2016 se realizaron 226 millones de viajes, con lo que creció en un 20 por ciento en comparación con el año previo. Aunque el mexicano viajó al exterior un 10 por ciento menos.

Parte de ese crecimiento del turismo de México se refleja en la construcción de habitaciones de hotel, ya que cada año se crean 15 mil nuevas, las que equivalen a la cantidad que hay en Los Cabos, y superan por tres mil a las existentes en Mérida.

En Quintana Roo, la cantidad ronda entre las 100 mil habitaciones de hotel, pero también existen proyectos para la construcción de nuevas durante los siguientes tres años, con la intención de atender el mercado ecológico en Bacalar.

Ese año 2016, menciona el secretario de turismo, generó una derrama de nueve mil millones de pesos al país, lo que lo dejó como una de las tres fuentes más importantes de divisas; sin embargo, ese dinero no fue capaz de superar el déficit del sector energético, que representó una pérdida de 12 mil millones.

Para De la Madrid “la economía debe generar un empleo digno y decente para la gente”, por lo que el turismo es un espacio laboral capaz de proporcionar eso. Para eso señala que se tiene que invertir en seguridad, lo que beneficiará tanto a los locales como los turistas ya que se generan condiciones de protección.

Si a un destino turístico le va bien, enfatiza, a la comunidad también, por lo que la creación de cadenas de valor como las que el programa Conéctate al turismo permitirá incrementar la calidad de vida de los habitantes de las zonas turísticas.



Yucatán se convertirá en el gran proveedor de insumos para el turismo de Quintana Roo

Por: Z.R.M.G.

La cercanía y los proyectos que existen en Yucatán lo convertirán en el principal proveedor de insumos para el sector del turismo de Quintana Roo, por lo que los emprendedores y empresarios deben voltear a ver los destinos más importantes de México en el sector que son Cancún, la Riviera Maya, Playa del Carmen y Tulum.

Con la presentación del programa Conéctate al turismo, que implementa la Secretaría de Turismo federal, se plantea vincular al sector productor para que se convierta en proveedor para el principal mercado turístico de Latinoamérica que, al año, gasta más de cinco mil millones de dólares, aunque la mayoría se usan en importaciones desde el extranjero.

Conéctate al turismo se presentó a finales de abril, durante la reunión regional del centenario de la Confederación de Cámaras Nacionales del Comercio (Concanaco), en Mérida, que congregó a secretarios de estado y los gobernadores de los tres estados de la península Yucatan (Rolando Zapata Bello), Campeche (Alejandro Moreno Cárdenas) y Quintana Roo (Carlos Joaquín González).

La titular de Coordinación Sectorial y Regional de la Secretaría de Turismo, Elena Achar Samra, señala que en 2016 se importó el 60 por ciento de los nueve mil millones de dólares que se gastaron en productos y servicios, por lo que el área

de oportunidad y crecimiento para la proveeduría nacional es enorme.

Los yucatecos pueden aprovechar distintos aspectos de la economía al momento de proveer al turismo de Quintana Roo. Un maquilador textil puede ofertar a los hoteles sábanas o manteles, mientras que un empresario ganadero puede suministrar carne a los restaurantes.

Otra área de oportunidad de considera Elena Achar son las Tecnologías de la Información, de las cuales menciona que Yucatán es uno de los líderes a nivel nacional. Por lo tanto, un emprendedor desarrollador de Softwares puede encontrar posibilidades en este sector con las empresas quintanarroenses o incluso de otros destinos como Los Cabos y Acapulco.

La cercanía de Yucatán con Quintana Roo permite que el mercado turístico del Caribe mexicano sea altamente aprovechable, pero además la presencia de empresarios de la entidad en el estado vecino, lo que facilita las conexiones para acercarse a los hoteles y restaurantes.

Se espera que con la reindustrialización de Yucatán surjan más proyectos capaces de proveer a Quintana Roo, para generar un círculo virtuosos de ganancias económicas para ambos estados.

El programa de la Secretaría de Turismo tiene la intención de fomentar el consu-

mo del mercado interno a través de abordar un sector tan importante y demandante para la economía nacional como el turismo.

Eso ocurre a través del encadenamiento de valor entre los proveedores y los solicitantes, lo que provoca que también se diversifique la oferta y se genere más competencia interna para el país.

Conéctate al turismo vincula, a través de una plataforma en línea, a las empresas productoras con las líneas aéreas, hoteles y restaurantes del país.

Los interesados deben registrarse a la página para que se vinculen con las empresas que buscan recibir los insumos. Entonces cada uno busca según sus necesidades.

Elena Achar afirma que, tras presentar el programa, el 80 por ciento de los empresarios turísticos reconocieron a los proveedores de insumos mexicanos como un sector importante y aprovechable para generar alianzas en conjunto para invertir.

SEGUROS A.R.



**PREGUNTA POR NUESTROS
SEGUROS COBERTURAS**

9993.20.24.26



Intor

Inteligencia Organizacional

"Este es el comienzo de una
mejor versión de tu empresa"

www.intor.com.mx

• Capacitación • Consultoría • Proyectos •
• Jurídico • Finanzas • Desarrollo Industrial • Innovación • Mercadotecnia • Psicología Organizacional

Calle 25-C #343 x 34 y 36 Col. La Florida, Pinos. Mérida, Yucatán, México.

Teléfono: **+52 (999) 196.19.68**  @IntorConsultor