

MUNDO EJECUTIVO

QUERÉTARO

TURISMO

Las Diligencias:
un viaje al pasado
de Querétaro.

EMPRENDEDORES

Universitarios queretanos
son semillero de talento en
el campo de la tecnología.

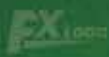
JULIO DI-BELLA ROLDÁN

“No veo incentivo para que se frene la
inversión en México, la visión empresarial
es la que deberá prevalecer”.

\$80.00



FEBRERO 2024
Revista mensual
Año 01, Edición 03




Vinculación
financiera



TU BRÓKER FINTECH

SÉ EL **EMBAJADOR** QUE
VINCULACIÓN FINANCIERA
ESTÁ ESPERANDO.

- ☞ Conecta con tu red y **expande tus horizontes financieros.**
- ☞ Desarrolla un **horario flexible** sin compromisos.
- ☞ **Genera ingresos** acorde a tus metas personales.

Abre las puertas a un nuevo nivel de éxito **profesional.**



Regístrate



A NUESTROS LECTORES:

Hoy las formas de viajar han cambiado sustancialmente, incluso el sentido de ellos. Para los jóvenes, emprender un viaje representa una oportunidad para expandir su conciencia y ven en las vacaciones un periodo que les ayuda a su crecimiento personal.

De acuerdo a una investigación de hoteles.com, el 95% de los viajeros jóvenes busca experiencias de viaje con el objetivo de enriquecer su salud mental o física, ampliar sus horizontes e incluso aprender nuevas habilidades. Ya no solo se trata de buscar un lugar para descansar y desconectar de la rutina diaria. Quieren viajes con un propósito superior. De hecho, este 2024 estará marcado por tendencias de viaje específicas que podrás descubrir en la sección de **VIAJES**.

EN PORTADA entrevistamos a Julio Di-Bella, presidente de El Gran Bajío, una agencia de promoción empresarial que busca consolidarse como catalizador económico de la región, “bajo una agenda que hemos diseñado con una precisión absoluta para encontrar oportunidades en Asia, Norteamérica, Europa, América Latina”, según sus propias palabras. Él nos comparte su visión y los retos que vienen al frente de la iniciativa.

En **CULTURA EMPRESARIAL** hablamos de la importancia que tiene el reconocimiento del desempeño de los colaboradores al interior de las empresas; una práctica que bien podrían implementar en las organizaciones, sin importar su giro o dimensión. Hay estudios que demuestran que las empresas con ambientes en donde priva el reconocimiento tendrían tasas de rotación voluntaria un 31% más bajas.

Si hablamos de tecnología financiera, el caso de Nu es emblemático. Tras su consolidación como la Sofipo más grande de México, es una de las instituciones financieras mejor capitalizadas del país. No te pierdas el análisis de su crecimiento en **FINTECH HOY**.

¡Únete a la travesía!

Érika Pedroza Luna

EDITORA GENERAL



PRESIDENTE EJECUTIVO

Walter Coratella C.

VICEPRESIDENTA

Jessyca Cervantes

DIRECTOR INTERNACIONAL

Robert Díaz Otolora

FEBRERO 2024



MASTER MEDIA
G R O U P

EDITORA GENERAL

Érika Pedroza Luna

epedroza@mastermedia-group.com

ASISTENTE EDITORIAL Y REDACCIÓN

Aura Pérez

EDITOR WEB

Aldo Mejía

COLUMNISTA

Carlos Velázquez

DISEÑO

Anahí Félix

GERENTE DE PUBLICIDAD Y PATROCINIOS

Rogelio Ortega

rortega@mastermedia-group.com

COLABORADORES

Sergio Angeles Ayala

Fernanda Bermúdez

Sofía Gamboa

Andrea Mendoza

FOTOGRAFÍA DE PORTADA

Cortesía El Gran Bajío

MUNDO EJECUTIVO® QUERÉTARO, número 3, febrero 2024. Es una publicación mensual de Grupo Mundo Ejecutivo® operado por Master Media Group®. Correo electrónico: contacto@mastermedia-group.com Editora responsable: Érika Pedroza Luna.

Impresa en Coltomex, S.A. de C.V. Poniente 134 No. 470 Col. Nueva Industrial Vallejo. Alcaldía Gustavo A. Madero, C.P. 07700 Ciudad de México.

Los artículos son responsabilidad de sus autores y no reflejan necesariamente el punto de vista del editor de la publicación o de Grupo Mundo Ejecutivo® Querétaro. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización por escrito de Grupo Mundo Ejecutivo® Querétaro.



Grupo Mundo Ejecutivo® Querétaro investiga sobre la seriedad de sus anunciantes, pero no se responsabiliza con las ofertas relacionadas por los mismos. Esta es una publicación solo para adultos.

TECNOLOGÍA PARA
POTENCIAR
LA VENTA DE TUS
EVENTOS

4 AÑOS
EXPERIENCIA

MÁS DE 50 MIL
TICKETS VENDIDOS AL MES



  Fullpassexperience



ADMINISTRACIÓN TOTAL
DE EVENTOS

  Admin.Total.Event

EN PORTADA
JULIO DI-BELLA ROLDÁN,
PRESIDENTE DE “EL GRAN BAJÍO”.



EN PORTADA

“No veo incentivo para que se frene la inversión en México, la visión empresarial es la que deberá prevalecer”.

06

TURISMO

Las Diligencias: un viaje al pasado histórico de Querétaro

15

VIAJES

¿Cómo viajarán los jóvenes este año?

22

VIDA SUSTENTABLE

Smart Cities: ¿Logrará Querétaro ser una de ellas?

26

PULSO POLÍTICO

Lanza gobierno de Querétaro Red Estatal de Clústers

32

CULTURA EMPRESARIAL

La cultura del reconocimiento en el desempeño de los empleados.

34

FINTECH HOY

Colaboración especial Nu: pionero en la digitalización del dinero

36

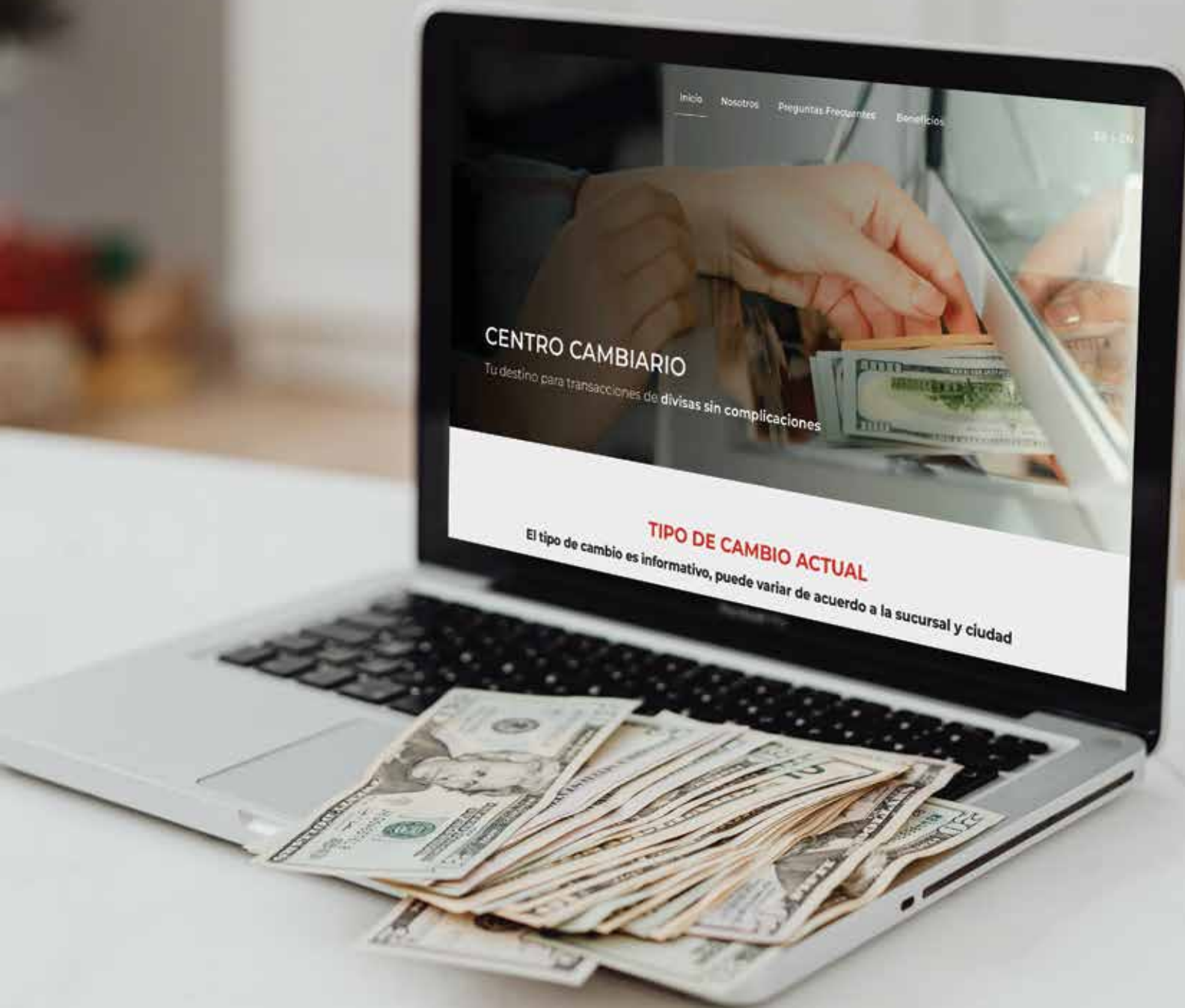
EMPRENDEDORES

Universitarios queretanos son semillero de talento en el campo de la tecnología

46



LA VELOCIDAD DEL CAMBIO EN TUS DIVISAS
THE SPEED OF CHANGE IN YOUR CURRENCIES





FOTOS: CORTESÍA EL GRAN BAJÍO

“NO VEO INCENTIVO PARA QUE SE FRENE LA INVERSIÓN EN MÉXICO, LA VISIÓN EMPRESARIAL ES LA QUE DEBERÁ PREVALECCER”.

JULIO DI-BELLA ROLDÁN, PRESIDENTE DE EL GRAN BAJÍO.

FERNANDA BERMÚDEZ

LA INICIATIVA DE EL GRAN BAJÍO ESTÁ CONFORMADA POR EMPRESARIOS DE AGUASCALIENTES, GUANAJUATO, MICHOACÁN, QUERÉTARO, SAN LUIS POTOSÍ Y ZACATECAS.

Enmarcado con un cuadro de El Quijote como un buen recuerdo de un amigo inseparable y de un personaje soñador que libró sus propias batallas, Julio Di-Bella Roldán, actual presidente y cofundador de El Gran Bajío, charla con Mundo Ejecutivo Querétaro.

El Gran Bajío es la agencia de promoción empresarial que impulsa una agenda global de negocios a través de una red de alianzas y un posicionamiento estratégico. Fue fundada en el año 2021 por Federico Quinzaños, Marcelo López y Julio Di-Bella; los tres fundadores participan de manera activa en el consejo de la empresa.

El Gran Bajío está conformado por empresarios de Aguascalientes, Guanajuato, Michoacán, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas; a la fecha suma más de 70 empresas honorables representadas por miembros nacionales y globales de la región del centro del país.

La agencia nace en la búsqueda para impulsar la actividad económica de la región del Bajío, generando alianzas y oportunidades de

negocios. Actualmente trabaja en consolidarla como la mejor región en norteamérica para la atracción de inversión y desarrollo empresarial.

Julio, comenzaste tu periodo como presidente de El Gran Bajío en 2023 y terminas en 2025, ¿cuál será tu mayor reto y cuáles son tus aspiraciones para alcanzar durante tu periodo?

Hicimos el cambio de presidencia durante el Foro Concordia en Nueva York, que es el foro de análisis de perspectivas de lo que va a suceder durante todo el año, y efectivamente, cada periodo tiene una duración de tres años, yo comencé en octubre del 2023. Viene una etapa de consolidación para El Gran Bajío, utilizando una agenda global de negocios para continuar promoviendo a México en el mundo, con la premisa fundamental de continuar hablando bien de México, lo que ha distinguido a El Gran Bajío y por algo ha logrado los resultados que ha alcanzado en este corto periodo de tiempo, (y es un acuerdo que tenemos entre los tres fundadores que somos Federico Quinzaños, Marco López y tu servidor), es continuar hablando extraordinariamente bien de México, creo que si nosotros no tenemos como cultura hablar bien de nuestro país, de nuestras empresas y de nosotros mismos, será muy difícil posicionar a un México ganador, que lo ha sido durante muchísimos años.

México es un país sumamente importante en la economía mundial, está recuperando espacios y avanzando en atracción de inversiones y nuevamente está dentro de las 15

principales economías del mundo, lo que lo constituye como un polo de desarrollo.

El Gran Bajío busca consolidarse como catalizador económico de la región, hasta ahora ¿cuáles han sido sus más grandes hitos?

Son tres temas: uno, haber hecho una iniciativa con una amplia creatividad; dos, haber creado una iniciativa sumamente disruptiva y tres, sumar talento no de parte de los creadores, sino la conjunción de liderazgos de talentos existentes en la región y en el país, que ha impulsado el networking. Tener a estos liderazgos en una conversación permanente, en un agenda global, bajo una agenda que hemos diseñado con una precisión absoluta para encontrar oportunidades en Asia, Norteamérica, Europa, América Latina, nos ha puesto a la vanguardia y nos hemos posicionado como una entidad confiable. Primero, porque representamos a empresas sumamente confiables de México y eso hace una gran diferencia; segundo, porque esas empresas tienen la capacidad, los conocimientos y el deseo de hacer negocios en todo el territorio global, y tercero, hacer de estos

encuentros multilaterales, binacionales y globales la oportunidad de posicionar la agenda de interés de los empresarios.

Estamos viviendo una triple crisis climática sin precedentes, incluso el Foro Económico Mundial ha advertido dentro de los mayores riesgos a enfrentar este año sobre los eventos climáticos extremos, ¿cómo están enfrentando las empresas del Bajío este reto?

El cambio climático, la Agenda 2030 y del nearshoring son temas globales; yo creo que este año tendremos fenómenos climáticos extremos, lo que significa riesgo para las ciudades costeras o cerca de ríos, también incertidumbre para los agricultores y sus cosechas, que aún dependen de las lluvias, son retos importantes a enfrentar. Sin embargo, más allá del punto climático exclusivamente, tenemos que ver todo lo que involucra: debemos pensar en la inversión en el nearshoring, en el desarrollo integral, tomando en cuenta a las personas, al talento humano, es decir, ¿cómo vamos a garantizar la calidad de vida para las personas? ¿Cómo vamos a acercar las fuentes de trabajo?

“**México es un país sumamente importante en la economía mundial, está recuperando espacios y avanzando en atracción de inversiones.**”





En la movilidad, en la energía, ya no basta con que los países ofrezcan energía, tiene que ser energía limpia, por lo que es importante atender a las energías verdes, entonces ahí vamos otra vez con un tema de empaquetado e incluso un tema de seguridad de las empresas y no hablo de la seguridad del policía sino del Estado de derecho, tener certidumbre jurídica para invertir.

Temas como la ciberseguridad, infraestructura y retomar iniciativas público-privadas que impulsen el crecimiento más rápido del país, se debe lograr conectar de manera más eficiente al norte con el Bajío, con el sur e integrar al sureste, yo creo que una buena noticia es el Tren Transístmico (aun cuando faltan tramos por concluir), porque el Canal de Panamá hoy está pasando por momentos muy complejos derivados del cambio climático, donde la fila de barcos se ha visto afectada, la entrega de mercancía,

el cruce de contenedores. El canal Panamá se está quedando sin agua, algo que nunca hubiéramos pensado, a consecuencia del cambio climático.

La descarbonización y hacer procesos más eficientes sin sacrificar mano de obra es otro tema relevante, que implica un cambio de cultura y nuevos retos, así como la educación, donde México ya no puede ser un país que siga únicamente generando profesionistas en áreas tradicionales, tiene que insertarse con una visión global y generar talento y mano de obra de carácter global donde están las megatendencias de capacitación y educación que se transfieran a la industria.

¿Cómo ves la aceptación por parte de las empresas del Sello de Compensación de Emisiones de CO2, empujado desde la sociedad civil, con el apoyo del gobierno, que hoy es ya una política pública ambiental?

“

Aunque lleguen gobiernos distintos, o gobernantes diferentes, se debe continuar siempre hacia adelante.

”

Es un primer gran paso, nosotros desearíamos ir mucho más rápido y desearíamos impulsar modelos similares en otros estados. Yo creo que Querétaro, Guanajuato, Aguascalientes, han sido estados promotores de ideas y generadores de grandes hechos y resultados; no es casual hoy que la industria automotriz en Guanajuato sea el cuarto productor mundial de vehículos en el mundo, 30 años de tener una visión persistente consistente y pertinaz; no es casual que Querétaro en un periodo de tiempo de menos de 20 años, haya consolidado todo un clúster aeronáutico y aeroespacial de gran calado y participación, y

no es casual que en esta región del gran Bajío existan más de 4400 empresas globales instaladas todas ellas con este tipo de cultura e iniciativas.

Yo celebro que se tomen medidas desde la política pública, respaldada con acciones de gobierno, claro, son iniciativas de largo plazo, pero tenemos que ser muy consistentes y tener una visión de continuidad. Aunque lleguen gobiernos distintos, o gobernantes diferentes, se debe continuar siempre hacia adelante y no queriendo ver por el retrovisor, se debe tener una visión compartida y consciente.





“ Debemos pensar en la inversión, en el nearshoring, en el desarrollo integral, tomando en cuenta a las personas, al talento humano. ”

¿Cuál es el panorama empresarial para el Bajío desde tu perspectiva y qué opinas sobre la influencia que tendrá la próxima justa electoral en el desempeño del sector?

Los cambios electorales siempre moverán la vida de los países, y digo países porque casualmente este año el mundo va a vivir el mayor número de procesos electorales en toda su historia, es decir, nosotros estamos aquí, en el día a día preocupados por lo que pasa en México y tal vez echándole un ojo a lo que va a pasar en Estados Unidos, pero debemos estar conscientes de que los temas políticos y electorales no frenarán la dinámica ni en New York ni en nuestro país, ni en ningún otro país donde hay amplio interés en invertir y construir nuevas plantas. Las inversiones no se van a frenar porque son a largo plazo.

El proceso electoral siempre crispará un poco más los ánimos, pero yo no veo que en Estados Unidos o México se vaya a frenar la economía. Hagamos un recuento rápido: en 2020 la pandemia por COVID-19, en 2022 la invasión de Rusia a Ucrania y en 2023 el agravamiento de la crisis entre Israel y Palestina, la irrupción de Milei en Argentina y el Otis en Acapulco, polarización en muchas partes del mundo; sin embargo, hay que comprender que un empresario llega, trabaja, se instala para toda la vida, la clase política llega por sexenios, trienios o lapsos de tiempo, por lo que el empresario siempre ha sabido distinguir muy bien lo político de lo empresarial. No veo incentivo para que se frene la inversión en México, la visión empresarial es la que deberá prevalecer. México es un país que ha resistido tormentas políticas, buenos y malos momentos, yo creo que lo que hay que hacer, es cada quien lo que le toca, prepararnos con autonomismo y con ánimo de construir un país cada día mejor. ➤



CARLOS VELÁZQUEZ
carlos.velazquez.mayoral@
gmail.com

SCHEINBAUM

SIGUE SIN HABLAR SOBRE TURISMO



No ha sido una sorpresa que Xóchitl Gálvez, la inminente candidata presidencial del Frente Fuerza y Corazón por México, ya haya comprado la idea de que es indispensable para el gobierno federal retomar las acciones de promoción turística y manejo de crisis ante un entorno global cada vez más competitivo.

Como que todavía no tiene muy pulida la idea, pues también ha dicho que se ha reducido 6% la llegada de visitantes internacionales por campañas de desprestigio contra los destinos nacionales.

En realidad, con las cifras oficiales hasta noviembre, la llegada de turistas internacionales aumentó 10.3% y 6.7% los turistas de internación por vía aérea.

El verdadero problema es que la competencia sigue creciendo y que otros muchos países lo están haciendo más rápido, entre otras razones porque cuentan con recursos y una estrategia de promoción para su marca nación.

Además, hay varios destinos mexicanos que se están quedando rezagados con cifras por debajo del promedio y que incluso están en el terreno negativo, como Huatulco donde cayó casi 6% la llegada de viajeros internacionales durante 2023.

Mientras que otros como Acapulco, no han podido contrarrestar las noticias falsas o imprecisas sobre su situación después de la crisis del huracán Otis.

En todo caso es positivo que Gálvez ya se haya pronunciado en ese sentido, tanto en

una reunión con la cúpula de los dirigentes turísticos en Quintana Roo como ante los miembros del Consejo Nacional Empresarial Turístico.

Lo que sí causa desconcierto es que Claudia Scheinbaum, puntera a vencer en la contienda presidencial, la ungida por Andrés Manuel López Obrador, no haya incorporado expertos en turismo a la redacción de su Proyecto de Nación.

Además de que tampoco se ha pronunciado con ideas originales sobre este aspecto cuando es un sector que representa 8.5% de la economía del país, pero que debería significar más del 12% como sucede en España.

Son pocos los políticos de Morena, como Juan Enrique Suárez, titular de Turismo de Nayarit y presidente de la Asociación de Secretarios Estatales de Turismo (Asetur) que han dicho con todas sus letras que hace falta impulsar la marca país con recursos federales.

También que hacen falta fondos para establecer más alianzas con las aerolíneas, pues en el mundo hay un problema de conectividad aérea y provocaría problemas que le quitarán rutas y frecuencias a México.

Gane quien gane, hoy un reto de corto plazo para los empresarios turísticos debería ser lograr que todos los candidatos presidenciales los escuchen; ya no para reponer al Consejo de Promoción Turística, sino para cumplir incluso de mejor manera que antes, con la tarea de impulsar a un sector del que viven más de 10 millones de mexicanos. ➡

RECIBIÓ QUERÉTARO A 7.6 MILLONES DE TURISTAS EN 2023

SERGIO ÁNGELES

TAMBIÉN SE
OBTUVO LA
CERTIFICACIÓN
INTERNACIONAL
EARTHCHECK,
QUE AVALA A LA
SIERRA GORDA
COMO DESTINO
TURÍSTICO
SUSTENTABLE.

Al término del 2023, Querétaro recibió alrededor de 7 millones 600 mil turistas por noche, lo que significa un aumento por encima del 50% con respecto a 2022, dio a conocer Adriana Vega Vázquez, titular de la Secretaría de Turismo del Estado de Querétaro.

Afirmó que con estos números, la industria turística estatal ha presentado una recuperación después de la pandemia por COVID-19.

También, destacó los logros turísticos más relevantes de ese año, donde sobresalió el nombramiento de Pinal de Amoles como séptimo pueblo mágico de Querétaro.

Asimismo, se hizo mención de la ratificación de esta denominación para Bernal, Cadereyta, Jalpan de Serra, Tequisquiapan, San Joaquín y Amealco.

Sierra Gorda: un destino sustentable

Es importante destacar que también en 2023 se obtuvo la Certificación internacional Earthcheck, que avala a la Sierra Gorda como destino turístico sustentable, misma que exige el cumplimiento de más de 150 indicadores de acciones de cuidado al medio ambiente y regulaciones de la actividad turística en esta zona de la entidad.



EL PUEBLO MÁGICO DE TEQUISQUIAPAN SIEMPRE SE HA CARACTERIZADO POR SER UNO DE LOS DESTINOS MÁS ATRACTIVOS PARA PASAR FINES DE SEMANA.

Respecto a la participación de SECTUR en eventos, la funcionaria informó que la dependencia que dirige participó en más de 200 eventos, tales como vendimias, competencias deportivas, eventos gastronómicos y turísticos.

En otro tema, recordó que la Embajadora Cultural de Querétaro, Lelé, muñeca artesanal originaria de Amealco, realizó una gira de promoción turística por cuatro ciudades de Estados Unidos, durante abril y mayo.

Este recorrido tuvo como objetivo promover los atractivos turísticos, culturales, históricos y económicos de Querétaro en el mercado estadounidense e incluyó reuniones con operadores turísticos y actividades en sitios emblemáticos tal como Times Square, Skyline Park y el Museo de Arte.

Sobre sustentabilidad, la titular de la SECTUR, mencionó la adhesión del estado a la Declaratoria de Glasgow de la Organización Mundial de Turismo (OMT), con la que se habrán de acelerar acciones de combate al cambio climático en este sector.

También, destacó la temporada de vendimias, que se lleva a cabo del 24 de junio al 23 de septiembre, que logró captar cerca de 350 mil visitantes y una derrama económica de más de 300 millones de pesos.

Reconoció que este sector es un motor importante para la economía de Querétaro,

pues es uno de los principales productores de vino a nivel nacional, además de un fuerte exportador de vinos espumosos.

Aumentó el turismo en Tequisquiapan

En la segunda quincena de diciembre del 2023, el municipio de Tequisquiapan recibió a cerca de 70 mil visitantes, lo que representa más del 90% en la ocupación de los hoteles de la zona, en los servicios de la aplicación de “Airbnb” y en las casas de fin de semana.

La derrama económica fue de 170 millones de pesos, gracias a los miles de visitantes que llegaron a conocer la zona céntrica, los diferentes viñedos que ofrecen experiencias completas desde recorridos, cata de vinos y exposiciones, así como las diferentes actividades culturales y artísticas que también fueron una de las principales fuentes de atractivo en estas fechas.

Este pueblo mágico siempre se ha caracterizado por ser uno de los destinos más atractivos durante los fines de semana y las vacaciones de habitantes de los estados circundantes.

En esta ocasión el Festival de la Alegría fue uno de los que más congregó a las familias con un ambiente cálido y navideño. Los visitantes también presenciaron las tradicionales “callejoneadas”, visitaron las distintas posadas en las calles aledañas al centro, así como la pista de hielo ubicada en el Parque de la Pila. ➔



FOTOGRAFÍA: MUNICIPIO DE TEQUISQUIAPAN, QUERÉTARO.



LAS DILIGENCIAS: UN VIAJE AL PASADO HISTÓRICO DE QUERÉTARO

SERGIO ÁNGELES

**UNA APUESTA
REFRESCANTE Y
AL MISMO TIEMPO
NOSTÁLGICA PARA
ATRAER AL TURISMO
A LA CAPITAL
QUERETANA.**

De los destinos turísticos que destacan en México por su historia, cultura y tradición, Querétaro, específicamente la capital, había sido hasta hace unos años uno de los más olvidados debido a la poca difusión y escasa propuesta turística en la ciudad, no obstante, esto ha cambiado radicalmente con la atención a las necesidades y deseos de viajantes de todo el territorio mexicano e incluso de otros países.

La pandemia por COVID-19 puso en pausa todos los proyectos que se tenían para

recuperar la afluencia que se tenía en los diferentes museos, plazas históricas y lugares turísticos, pero de igual forma, esto sirvió como un momento de reflexión para crear propuestas innovadoras. Fue así como empresarios enfocados en el turismo de la zona crearon el concepto de “Las Diligencias”.

“Con la idea de tener movilidad primero en Centro Histórico mucho más rápida y el turista tuviera esta sensación de poder viajar sin estar en grupos tan conglomerados (...) para que la gente conociera sobre todo la parte

centro poniente del primer cuadro de la ciudad”, expresó Alejandro Hernández, director de Oh Turismo.

Emulando a los carruajes con el mismo nombre utilizados como transporte en el siglo XIX, la empresa Oh Turismo en colaboración con la Secretaría de Turismo, la Secretaría de Movilidad, la Coordinación de Protección Civil, la Dirección de eventos además de Oficialía Mayor y el Instituto Queretano del Transporte, lograron traerlas de vuelta al presente con vehículos eléctricos.

“Buscamos una alternativa de un vehículo que se adaptara a las propias calles queretanas, que fuera un elemento sustentable y además un poco atractivo para el tema visual de lo que serían los visitantes”, ahondó Hernández.

Son 24 vehículos eléctricos en réplicas de un Ford T 1908, traídos desde China. Y son los que llevan a los visitantes en tres recorridos distintos por las calles aledañas al sector principal al que los turistas tienden a ir en su visita en la ciudad; además, cada uno fue nombrado con referencias de acuerdo a los lugares que se visitan. Estos son:

Para lenguas y campanas

Obtiene el nombre del dicho popular “para lenguas y campanas, las queretanas”, que tiene que ver con habladurías, chismes y anécdotas que se daban fuera de las iglesias y conventos de la ciudad, por lo que este recorrido está centrado en las zonas conventuales, la antigua estación del ferrocarril, para finalmente llegar a Plaza de Armas.

Adiós, mamá Carlota

Recibe el nombre de la afamada emperatriz, que si bien no estuvo en el estado, sí se popularizó una canción con este mismo nombre. Esta ruta está centrada en los lugares donde acontecieron hechos históricos durante el segundo imperio y con la intervención de Querétaro en la historia nacional, como ser capital de la República en dos ocasiones.

Un tesoro convertido en agua

Su nombre se da gracias a la relación complicada y larga que tiene la ciudad con el agua y de cómo se obtenía de los alrededores. El circuito se basa en la historia de El Marqués de la Villa del Villar del Águila, creador del famoso acueducto que abastecía de este líquido a la metrópoli.



Cada una de estas versiones de recorridos por la zona centro tienen una duración de una hora y las curiosas carrozas tienen capacidad para 4 y 7 personas, además de un anfitrión. Una de las diferencias más puntuales que existen entre los recorridos turísticos tradicionales es que el viaje en las diligencias no solo se centra en datos fríos e historias de los lugares, sino que parte de la propuesta es tener un acercamiento más profundo con las personas que van a bordo.

A quien conduce el vehículo le han denominado anfitrión y cuenta las historias de manera más coloquial y con el objetivo de ser entendidas e interesantes para todos los pasajeros, puesto que va más allá y cuenta las leyendas que rondan, hechos poco conocidos, significados y los “porqués” de las cosas que sucedieron en cada lugar del recorrido.

Y con la finalidad de atraer a más turistas extranjeros, estos paseos históricos también se dan en los idiomas inglés, francés, portugués, chino y por supuesto español, de manera personal por los anfitriones.

Con un costo de 200 pesos por persona y 140 niños, y un horario de 9:00 a 21:00 horas, este recorrido se posiciona rápidamente como uno de los imperdibles al venir de visita a la capital queretana con la familia, para dar un salto al pasado. ➡

SON 24 VEHÍCULOS ELÉCTRICOS, RÉPLICAS DE UN FORD T 1908, QUE EMULAN A LOS CARRUAJES UTILIZADOS EN EL SIGLO XIX.

TED^x CalzadadelosHéroes
x = independently organized TED event

Todas las charlas ya disponibles en Youtube.



Ingresa al código para verlas.

Re-flexión (2023) Museo de Arte e Historia de Guanajuato
tedxcalzadadelosheroes.com ·   @tedxcdlh

MUSEOS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE QUERÉTARO QUE TE LLENARÁN DE INSPIRACIÓN

REDACCIÓN



ENCLAVADOS EN EDIFICIOS DE TRADICIÓN HISTÓRICA, NO SOLO SON JOYAS ARQUITECTÓNICAS QUE ENRIQUECEN LA EXPERIENCIA CULTURAL.

El centro histórico de Querétaro, con su encanto colonial, esconde tesoros culturales que te transportan a través del tiempo. Los museos destacan como guardianes de la historia y el arte de la región.

Aquí te presentamos cinco museos imperdibles que debes incluir en tu visita a este pintoresco destino.

1. Museo Regional de Querétaro.

Inicia tu exploración en el Museo Regional de Querétaro, ubicado en el exconvento de San Francisco. Este recinto te sumerge en la historia regional desde la época prehispánica hasta la actualidad. Sus exposiciones bien curadas incluyen arte sacro, objetos arqueológicos y documentos históricos que narran la fascinante evolución de la región.

2. Museo de la Ciudad.

Desde el 14 de febrero de 1997, el inmueble del exconvento de San José de Gracia de Religiosas Capuchinas asumió una vocación de carácter público al recibir al Museo de la Ciudad, cuya misión es divulgar el arte contemporáneo y la extensa colección atemporal que cuenta la historia de Querétaro.

3. Museo de Arte Contemporáneo Querétaro (MACQ).

Sumérgete en la creatividad contemporánea en el MACQ, ubicado en un hermoso edificio histórico. Este museo celebra la diversidad artística con exhibiciones rotativas de artistas locales e internacionales. La vibrante escena artística de Querétaro cobra vida aquí, ofreciendo una experiencia única a los amantes del arte moderno.

4. Museo de la Restauración de la República.

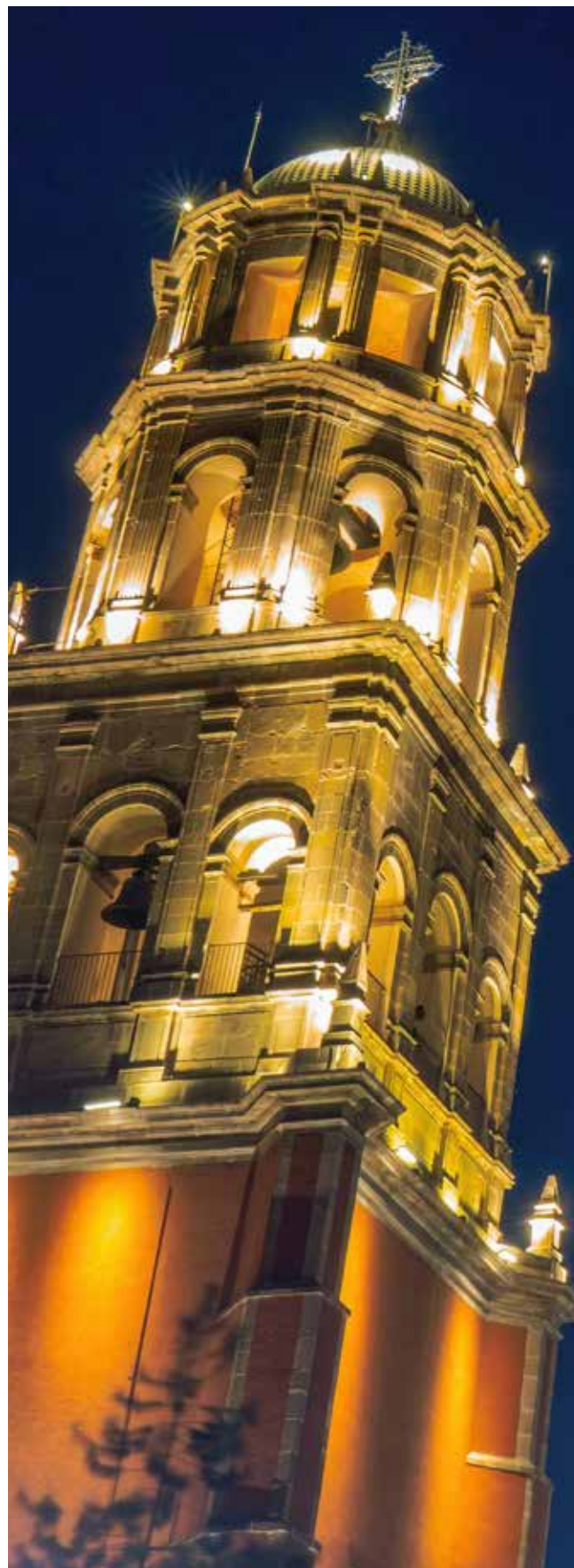
En el antiguo Teatro Iturbide, descubrirás el Museo de la Restauración de la República, dedicado a un capítulo crucial de la historia mexicana: la restauración de la República después del Segundo Imperio.

Fotografías, documentos y objetos te transportarán a ese momento trascendental, revelando detalles fascinantes sobre los héroes y las circunstancias que cambiaron el curso de la historia.

5. Museo de Arte Sacro Santa Rosa de Viterbo.

Finaliza tu recorrido en este museo ubicado en el exconvento homónimo. El lugar alberga una impresionante colección de arte sacro, con piezas que datan del siglo XVII. Su arquitectura añade un toque especial a la experiencia, transportándote a una época en la que la fe y el arte se entrelazaban de manera sublime.

Con estas cinco recomendaciones tu visita al Centro Histórico de Querétaro será una inmersión en la riqueza cultural y artística de la región. ➤



EXPERIENCIA GASTRONÓMICA EN BERNAL

FERNANDA BERMÚDEZ

“OLIVO TINTO”
ES UN OASIS
CULINARIO QUE
CELEBRA LA
AUTENTICIDAD,
LA TRADICIÓN Y
LA PASIÓN POR LA
BUENA COMIDA.

En pleno corazón de Bernal, dentro del destacado complejo “Viñedos Puertas de La Peña” se encuentra la propuesta gastronómica de la chef Ana Martorell, la cual busca cautivar los sentidos a partir de una experiencia culinaria auténtica y enraizada en la rica tradición mexicana.

Un oasis para los sibaritas

“Olivo Tinto” es el nombre del exclusivo restaurante y se destaca por la utilización de ingredientes locales como el queso, el dulce, los quelites o el caldo de piedra. Se encuentra en el corazón de Peña de Bernal dentro del destacado complejo “Viñedos Puertas de La Peña” situado al comienzo de la Sierra Gorda Queretana, que se caracteriza por tener un clima semidesértico bajo un paisaje extraordinario.

“Olivo Tinto” ha sido seleccionado como el lugar culinario ideal que marcará tendencia este año gracias a la vasta oferta culinaria que ofrece.

A cinco minutos del centro de Peña de Bernal, uno de los denominados “pueblos mágicos” —gracias a su tercer monolito más grande del mundo—, “Olivo Tinto” refleja la conexión única con la tierra, ya que cuenta con 250 olivos alrededor de los viñe-

dos, combinando su majestuosidad con la esencia de la uva tinta.

Desde platillos clásicos hasta creaciones innovadoras como lo es el French Dip de Carnitas, el Short Rib y Pescado Sol y Sombra; cada bocado cuenta una historia de sabores que honran la herencia culinaria de México. Además, el compromiso del restaurante con la sostenibilidad se refleja en la cuidadosa elección de ingredientes provenientes de la región, apoyando a productores locales.

El ambiente está diseñado para ser una fusión de elegancia y calidez, ofreciendo un espacio acogedor que invita a los comensales a sumergirse en una experiencia gastronómica inolvidable.

“Olivo Tinto” no es solo un restaurante, es un oasis culinario que celebra la autenticidad, la tradición y la pasión por la buena comida, integrando dentro de Viñedos Puertas de la Peña un espacio donde se muestran de manera equilibrada la naturaleza con la modernidad, respetando el medio ambiente; brindando sustentabilidad económica a la región, ofreciendo una experiencia vinícola, gastronómica y turística para todos aquellos que buscan descubrir nuevas experiencias enfocada en la cultura, el arte, la gastronomía y la inclusión. ➤

SAN MIGUEL DE ALLENDE

A 45 MINUTOS DE QUERÉTARO, UN DESTINO DE TENDENCIA 2024

REDACCIÓN

SE DISFRUTA CAMINANDO POR SUS CALLES EMPEDRADAS LLENAS DE MANSIONES COLONIALES Y HERMOSOS TEMPLOS.

San Miguel de Allende ha sido nombrado como uno de los 10 mejores destinos en las tendencias de American Express Travel para este 2024. Quienes acuden a esta ciudad, lo hacen para disfrutar de sus bellos paisajes, su enriquecedora cultura y la deliciosa oferta gastronómica con la que cuenta.

La ciudad de San Miguel de Allende, Guanajuato, declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, ha entrado en la lista mundial de recomendaciones de viajes American Express Trending Destinations: Off the Beaten Path como "Destino en tendencia" para este año.

Ubicada al norte del hermoso estado de Guanajuato, es una joya colonial que se

distingue por la calidez de su gente, su riqueza histórica, cultural, gastronómica y arquitectónica, por lo que una vez más se ha convertido en uno de los lugares más reconocidos a nivel mundial.

La lista anual Trending Destinations para 2024, de American Express Travel, incluye los 10 lugares imprescindibles para vacacionar, descubrir joyas ocultas y nuevas experiencias que los viajeros están buscando. Estos paraísos son:

- Colinas de Adelaida, Australia.
- Bodrum, Turquía.
- Niseko, Japón.
- Porto Cervo, Italia.
- Saint Kitts y Nevis.
- San Miguel de Allende, México.
- Santa Fe, Estados Unidos.
- Seychelles.
- Bandera de India.
- Zermatt, Suiza.

Sin duda, esta distinción resalta la rica historia, la arquitectura cautivadora y la cultura vibrante que definen a esta ciudad mexicana.



¿CÓMO VIAJARÁN LOS

REDA

EL 95% DE LOS VIAJEROS BUSCA EXPERIENCIAS DE VIAJE QUE BENEFICIEN SU SALUD MENTAL O FÍSICA.

Las nuevas generaciones prefieren los viajes con conciencia y las vacaciones que les ayudan a un crecimiento personal. A los jóvenes nativos digitales les encanta la tecnología, además, son independientes y emprendedores, y por encima de todo quieren “vivir la vida” y gran parte del dinero que ganan lo invierten en viajar. Les encanta vivir nuevas experiencias.

Un informe anual global realizado por la web de reservas de hoteles, Hoteles.com, revela que el 95% de los viajeros jóvenes, buscan experiencias de viaje con el objetivo de enriquecer su salud mental o física, ampliar sus horizontes o aprender nuevas habilidades.

Según los datos de su estudio, los jóvenes dejan atrás los lujos y prefieren disfrutar del viaje. De hecho, hasta el 51% de ellos están dispuestos a renunciar a las redes sociales o al internet a cambio de la recompensa de un viaje de superación personal.

El estudio también reveló que además de este tipo de viajes, los jóvenes buscan descubrir nuevos lugares y culturas, los sabores locales, conocer gente de todas partes y vivir experiencias culturales y naturales que les permitan sumergirse completamente en el destino.

Y ese afán por experimentar cosas nuevas los llevará a buscar destinos menos convencionales de lo habitual y a vivir aventuras auténticas por encima de todo.

Otras tendencias de viaje

Los jóvenes se han convertido en un mercado atractivo para la industria turística, de acuerdo a la empresa de reservas Despegar, es así como se han localizado algunas tendencias que siguen los nuevos viajeros.

Road trip

Los viajes por carretera han sido populares entre grupos de jóvenes por ser una opción accesible. Incluso si no se tiene automóvil se puede rentar uno y, aún así, los gastos son menores. Este tipo de viajes se pueden hacer en distancias cortas y aportan un gran atractivo cultural.

Turismo responsable

Entre los intereses de los jóvenes está hacer camping o tener contacto con la naturaleza. Al aumentar su conciencia sobre la protección del medio ambiente, los viajes también los hacen de forma sustentable, sin afectar especies ni espacios e incluso colaborando durante su viaje en proyectos de conservación.

Nómadas digitales

Los jóvenes trabajan a la distancia mientras recorren el mundo apoyándose en la tecnología y hospedándose en estancias largas. En 2021 Despegar registró un aumento de 40% en el interés por alquileres temporales. Lo anterior se relacionó con los viajes de jóvenes quienes comenzaron su vida laboral de forma remota.

Turismo de voluntariado

Ser voluntario significa dar lo mejor de sí a través del trabajo y esfuerzo sin recibir una recompensa económica a cambio, se hace porque se desea ayudar al



¿S JÓVENES ESTE AÑO?

CCIÓN

medio ambiente o abordar un problema social en específico, sin embargo, en muchas ocasiones la causa por la que se lucha está en otra región, por lo que hay que viajar para auxiliar.

Muchas organizaciones civiles especializadas en una causa específica realizan campañas para reunir a jóvenes que tengan ganas de trabajar por el cambio y sean parte de su equipo de voluntarios viajeros. Esta opción ofrece descubrir nuevos lugares, ayudar y sobre todo vivir experiencias únicas, que, como se mencionó, es una de los mayores atractivos para los jóvenes.

Podemos encontrar así opciones para realizar limpieza de playas en México, reforestaciones o promover la conservación de una especie en riesgo de extinción como la tortuga marina.

Los mejores investigando

Entre las principales motivaciones para elegir un destino, los jóvenes destacan que el 83% es por conocer un lugar nuevo; un 60% por la recomendación de amigos y familiares, y un 42% se debe a la información que ha visto en internet.

En este sentido, los jóvenes son los que más tiempo dedican a soñar y planificar su viaje, fases a las que asignan más tiempo que el resto de los perfiles.

Según la Asociación Mexicana de Venta Online, en 2021, los principales consumidores de viajes en línea tenían entre 25 y 34 años. Esos jóvenes planean y comparan precios de vuelos y hospedaje en tiempo real, lo hacen a través de páginas web. Comprenden con al menos un mes de anticipación sus viajes nacionales y de 3 a 4 meses los internacionales.

A la hora de pagar, los jóvenes confían mucho más en internet, por lo que los pagos de servicios también son digitales. El 96.8% utiliza un teléfono celular para acceder a servicios financieros básicos y pagar en línea, según datos del INEGI y el IFT. Los jóvenes tienen una amplia confianza en la banca en línea, la prefieren por su practicidad y comodidad.

Los canales de reserva

A diferencia de las generaciones X e Y, las nuevas generaciones utilizan un mayor número de fuentes de información para preparar sus viajes, entre las que destacan los amigos y familiares, con un 59%; las páginas web de opiniones y de destinos turísticos, con un 51%, quedando por detrás las guías de viaje, los blogs especializados, las agencias de viaje y las redes sociales. ➤



5 FORMAS DE OPTIMIZAR EL AHORRO DE ENERGÍA EN LAS EMPRESAS EN ESTE 2024

REDACCIÓN



LA EFICIENCIA ENERGÉTICA GLOBAL CAYÓ DEL 2% AL 1.3% EN 2023.

En un mundo donde la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental se convierten en pilares fundamentales, la reducción de gastos energéticos en las empresas emerge como una obligación ineludible. Este compromiso no solo se traduce en ahorros financieros significativos, sino que también ejerce un impacto positivo en el medio ambiente.

México ocupa el decimotercer lugar a nivel mundial entre los países con más emisiones de gases efecto invernadero, por lo cual, se anunció el objetivo de reducirlas en 35% para el 2030. Cabe destacar que el principal sector que generó gases de efecto invernadero fue el manufacturero, con más del 18%, esto derivado de su consumo energético en 2022.

Las consecuencias de la intensidad energética que se dejarán sentir en 2024

Según la Agencia Internacional de Energía (AIE), la tasa de progreso estimada para 2023 en intensidad energética, cayó por debajo de las tendencias de largo plazo al 1.3% desde un 2%, en comparación con 2022, lo que significa que los sistemas proveedores tendrán mayor intermitencia y esto traerá fuertes afectaciones en el consumo eléctrico global durante el 2024.

Asimismo, las empresas son grandes consumidoras de energía y su papel en la transición hacia prácticas más sostenibles es crucial, por lo que la eficiencia energética no solo implica adoptar tecnologías más avanzadas, sino también fomentar una cultura organizacional comprometida con el uso responsable de los recursos. Razón por la cual, Quartux, empresa mexicana que ofrece soluciones de almacenamiento de energía, comparte 5 formas de optimizar el ahorro de energía en las empresas, para este 2024:

LA EFICIENCIA ENERGÉTICA NO SOLO IMPLICA ADOPTAR TECNOLOGÍAS MÁS AVANZADAS, SINO TAMBIÉN FOMENTAR UNA CULTURA ORGANIZACIONAL COMPROMETIDA CON EL USO RESPONSABLE DE LOS RECURSOS.

1.- Impulso a prácticas de ahorro en la planilla laboral:

La optimización del consumo energético es un proceso multifacético que comienza con la concienciación, y es debido a ello que líderes empresariales deben impulsar una mentalidad de ahorro entre sus colaboradores, promoviendo prácticas simples, pero impactantes, como apagar luces y equipos cuando no se utilicen o ajustar termostatos para reducir el consumo de calefacción y aire acondicionado.

2.- Inversión en tecnologías más eficientes:

La iluminación LED, los sistemas de climatización inteligentes y la maquinaria actualizada son pasos fundamentales, que si bien implican una inversión inicial, a largo plazo consiguen ahorros superiores al 90% en consumo en el sistema de iluminación y emisiones de CO2.

3.- Realización de auditorías energéticas:

Las evaluaciones minuciosas identifican áreas de alto consumo, oportunidades de mejora y permiten la implementación de estrategias específicas que traen consigo medidas de ahorro personalizadas. Su implementación, en una auditoría energética, puede generar un ahorro significativo tanto en términos de energía como de costos, mediante la optimización de los sistemas y la reducción de consumos innecesarios. Las empresas pueden disminuir su huella ambiental y lograr un uso más eficiente de los recursos.

4.- Establecer políticas internas que fomenten la eficiencia:

Desde horarios de trabajo flexibles hasta la utilización de tecnologías de automatización para apagar equipos, cada pequeña acción contribuye a un uso más responsable de energía.

5.- La transición hacia fuentes de energía renovable:

El uso de tecnologías de almacenamiento se vuelve imperativa. Tanto la implementación de tecnologías innovadoras, como las baterías de ion litio inteligentes, son sistemas de almacenamiento de energía eléctrica que, respaldados por un software con inteligencia artificial, representan un paso significativo hacia la optimización del rendimiento ecológico-energético de las empresas.

La revolución de las baterías inteligentes

Las baterías de ion litio inteligentes tienen el potencial de revolucionar la forma en que las empresas gestionan su energía. Su capacidad para almacenar energía proveniente de fuentes renovables, como la solar o la eólica, y liberarla en momentos de alta demanda o cuando la generación no es óptima. Además, contribuye a la estabilidad de la red eléctrica y a la reducción de picos de consumo.

Los beneficios de reducir los gastos energéticos en las empresas no se limitan a la esfera económica, pues la disminución de la huella de carbono y la preservación de recursos naturales son contribuciones tangibles hacia la lucha contra el cambio climático y la creación de un entorno más sostenible para las generaciones venideras.

El avance hacia la generación de electricidad renovable y la adopción de tecnologías de almacenamiento, como las baterías de ion litio inteligentes, ofrecen una oportunidad para mejorar la eficiencia energética y reducir la dependencia de fuentes de energía convencionales. ➡





SMART CITIES

¿LOGRARÁ QUERÉTARO SER UNA DE ELLAS?

FERNANDA BERMÚDEZ

SE DIRIGEN HACIA LA AUTOSUFICIENCIA ENERGÉTICA, DEMOSTRANDO QUE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA PUEDE SER LA FUERZA IMPULSORA HACIA UN FUTURO URBANO MÁS SOSTENIBLE Y RESILIENTE.

Hoy como nunca antes, estamos siendo testigos de la transformación de la ciudades a Smart Cities, impulsada por lo que debería ser la adaptación al cambio climático; en ello, la innovación y la sostenibilidad van de la mano y al parecer, la capital queretana quiere pertenecer a este rubro, ¿lo logrará?

De acuerdo con GreenTech, este cambio paradigmático no solo redefine la manera en que experimentamos la vida urbana, sino que también establece las bases para un futuro donde la innovación tecnológica y la responsabilidad ambiental convergen de manera sinérgica.

En la ciudad de Querétaro se está dando una transformación importante en cuanto a la movilidad desde la reestructura de una de sus principales avenidas, la 5 de Febrero, pero ¿será suficiente?

Infraestructura conectada: el cimiento de las Smart Cities

La revolución de las Smart Cities se erige sobre el fundamento sólido de una infraestructura interconectada, que redefine la forma en que las ciudades operan y prosperan. La implementación de sensores inteligentes en toda la ciudad se convierte en los ojos y oídos digitales, proporcionando datos en tiempo real sobre diversas variables urbanas. Desde la monitorización del tráfico hasta la gestión eficiente de la energía, estos sensores forman una red inteligente que se adapta y responde a las necesidades cambiantes de la ciudad.

Esta infraestructura conectada va más allá de la mera recopilación de datos. Facilita la automatización de procesos urbanos, mejorando la eficiencia y reduciendo el desperdicio de recursos, por ejemplo, la gestión de residuos se vuelve más eficiente gracias a sensores que alertan sobre niveles de contenedores, permitiendo recogidas programadas y reduciendo así la contaminación visual y ambiental.

La interconexión también se extiende a los servicios municipales, fomentando la colaboración y la toma de decisiones basada en datos. Los departamentos de seguridad pública pueden utilizar datos en tiempo real para una respuesta más rápida a emergencias, mientras que los servicios de mantenimiento pueden anticipar y abordar problemas antes de que se conviertan en crisis. Esta integración transforma la ciudad en un organismo vivo,

adaptándose continuamente para optimizar la calidad de vida de sus habitantes.

En última instancia, la infraestructura conectada de las *Smart Cities* se convierte en la columna vertebral de un ecosistema urbano más inteligente y eficiente. La ciudad no solo responde a las necesidades de sus habitantes de manera proactiva, sino que también sienta las bases para un futuro donde la tecnología y la sostenibilidad no son opciones, sino imperativos para la evolución de nuestras comunidades urbanas.

Movilidad Inteligente: reinventando la forma en la que nos movemos

La movilidad inteligente en las *Smart Cities* representa un capítulo emocionante en la revolución tecnológica urbana. Estas ciudades buscan redefinir la experiencia de desplazarse, utilizando la tecnología como catalizador para abordar los desafíos de la congestión vehicular, las emisiones contaminantes y la falta de eficiencia en el transporte público.

Desarrollo del transporte público conectado

En el corazón de la movilidad inteligente se encuentra el desarrollo de sistemas

de transporte público conectados. Las *Smart Cities* implementan tecnologías que permiten la sincronización de horarios, la gestión en tiempo real de rutas y la facilitación de pagos electrónicos, todo diseñado para hacer que el transporte público sea más accesible y atractivo para los ciudadanos.

Fomento de la movilidad sostenible

Estas ciudades no solo se centran en la conectividad, sino también en promover opciones de movilidad sostenible. Desde la implementación de estaciones de carga para vehículos eléctricos hasta la creación de carriles para bicicletas y patinetes eléctricos, se están desarrollando infraestructuras que apoyan modos de transporte más amigables con el medio ambiente.

Tecnología de navegación y gestión del tráfico

Las *Smart Cities* están aplicando tecnologías de navegación inteligente para optimizar el flujo del tráfico. Sensores y algoritmos avanzados permiten la gestión dinámica de semáforos y la creación de rutas alternativas en tiempo real, reduciendo la congestión y mejorando la eficiencia del transporte.



Enfoque en la experiencia del usuario

Aplicaciones móviles proporcionan información en tiempo real sobre el transporte público, alertas sobre cambios en las rutas y la posibilidad de planificar trayectos integrando diferentes modos de transporte, creando así un entorno donde la movilidad se adapta a las necesidades individuales de los ciudadanos.

La movilidad inteligente en las *Smart Cities* no solo apunta a hacer que el desplazamiento sea más eficiente, sino que también busca reducir la huella ambiental y mejorar la calidad de vida de los habitantes urbanos. Este enfoque holístico no solo transforma la forma en que nos movemos, sino que también allana el camino para un futuro donde la movilidad urbana es sinónimo de eficiencia, sostenibilidad y comodidad.

¿Y la autosuficiencia?

En el corazón de la revolución tecnológica de estas “ciudades inteligentes”, la gestión energética eficiente emerge como un pilar fundamental para un futuro urbano sostenible. Estas ciudades están adoptando tecnologías innovadoras para transformar la forma en que se genera, distribuye y consume la energía, allanando el camino hacia la autosuficiencia y la reducción significativa de la huella de carbono.

Están redefiniendo la iluminación urbana con sistemas inteligentes. Sensores de luz que ajustan automáticamente la intensidad de la iluminación según la necesidad, contribuyendo al ahorro energético y

creando ambientes urbanos más seguros y sostenibles.

Generación de energía renovable

Pese a que el tema de las energías renovables sigue tratando de encontrar cabida en México, es un hecho que para muchas ciudades inteligentes en el mundo se trata de una piedra angular. Paneles solares integrados en edificios, parques e instalaciones urbanas, junto con turbinas eólicas estratégicamente ubicadas, contribuyen a la generación de energía limpia y sostenible.

“Smart Citizens”

También los ciudadanos tendrían que ser “ciudadanos inteligentes”. Además de las tecnologías, este tipo de ciudades fomentan un cambio en los comportamientos hacia estilos de vida más sostenibles de sus ciudadanos. Programas educativos, incentivos para la eficiencia energética en los hogares y la promoción de prácticas ecoamigables, contribuyen a la construcción de comunidades más conscientes de la energía.

En conjunto, la gestión energética eficiente en las *Smart Cities* no solo busca reducir costos, sino también mitigar el impacto ambiental. Estas ciudades están dando pasos audaces hacia la autosuficiencia energética, demostrando que la innovación tecnológica puede ser la fuerza impulsora detrás de un cambio significativo hacia un futuro urbano más sostenible y resiliente.

¿Será que la capital del estado queretano logrará colarse para ser una “ciudad inteligente”? ➔



FACTOR FINTEC

DOMINGOS 20:30 HRS

EL MUNDO DE LAS FINANZAS Y LA TECNOLOGÍA

SERGIO LOREDO

BERENICE TRUJILLO

IAN DÁVILA



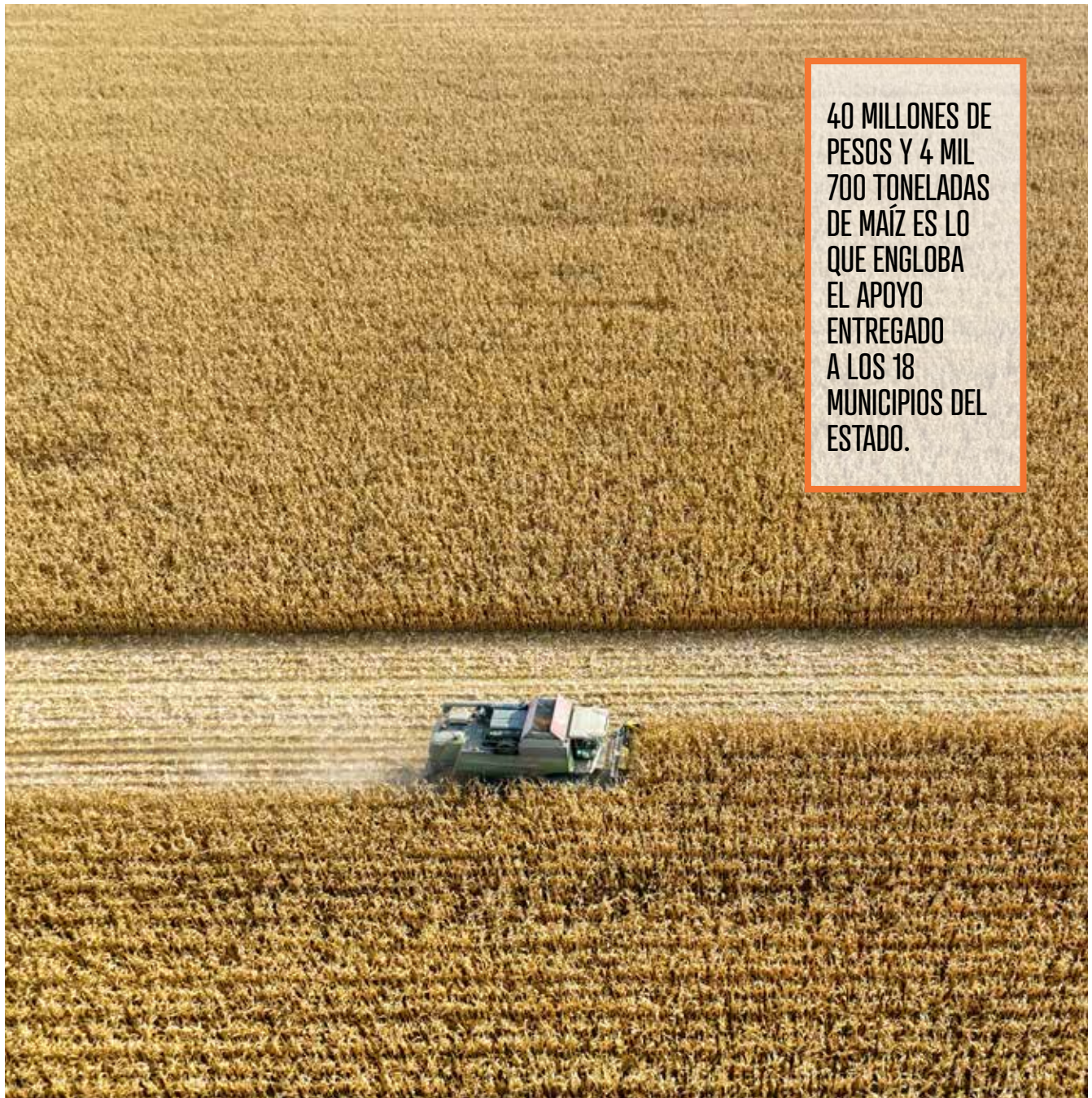
@FactorFintec

FactorFintec

DESTINA EL GOBIERNO DE QUERÉTARO INVERSIÓN PARA EL CAMPO DE LA REGIÓN

SERGIO ÁNGELES

40 MILLONES DE PESOS Y 4 MIL 700 TONELADAS DE MAÍZ ES LO QUE ENGLOBA EL APOYO ENTREGADO A LOS 18 MUNICIPIOS DEL ESTADO.



El estado de Querétaro crece rápidamente como un estado industrial, en el que pareciera que el principal ingreso económico es debido a las inversiones que hay en la entidad, no obstante, uno de los sectores que mantiene el buen nivel del estado es la producción de alimentos.

Sin embargo, debido a la sequía que se ha presentado desde los últimos dos años, muchos de los plantíos se ven debilitados y los productores se han visto forzados a vender sus terrenos y ganados, por lo que el gobierno del estado de Querétaro optó por otorgarles un apoyo para impulsar el crecimiento gradual de sus producciones.

Inversión para el campo

Mauricio Kuri González, gobernador de Querétaro, anunció una inversión de 40 millones de pesos para fomentar la producción de maíz, que busca favorecer a más de 14 mil productores de los 18 municipios. Este recurso cubrirá 31, 333 hectáreas afectadas desde la sequía del 2022 y la reciente del 2023.

“Si las zonas metropolitanas, urbanas, necesitamos algo todo los días, es comida. Y la comida nos las dan ustedes, los que se rifan todos los días desde la madrugada”, reconoció el mandatario estatal.

A su vez, afirmó lo difícil que han sido los dos últimos años y cómo se vieron afectados los ciclos de siembra y cosecha, pero de igual forma, hizo mención de los diversos programas que se pusieron en marcha para fortalecer y apoyar a las y los productores, brindándoles de tecnología y herramientas, haciendo que su trabajo sea mucho más efectivo.

El secretario de Desarrollo Agropecuario, Rosendo Anaya Aguilar, informó que desde que se reconoció el problema, las dependencias de gobierno estatal y algunas administraciones municipales se les pidió sumar esfuerzos para poder respaldar a las familias queretanas que se sostienen de la venta de su producto o bien, que lo consumen, y que con el bajo flujo y disponibilidad de agua en las presas y pozos esto no puede ser posible.

Agregó que durante el pasado 2023, Mauricio Kuri destinó 60 millones de pesos como un extra a los recursos ordinarios, al sector agropecuario; finalizó reafirmando su compromiso y apoyo a todas las regiones productoras que ponen en alto el nombre del estado con sus siembras.



El presidente municipal de Corregidora, Roberto Sosa Pichardo, apuntó que esta es una muestra real de compromiso frente a las problemáticas que aquejan a cientos de personas, recordó que es de suma importancia atender estas situaciones para contribuir en la labor que realizan las personas que trabajan en el campo, que hacen que se pueda llevar comida tres veces al día en las casas de los municipios, de México y hasta del mundo.

Desde la comunidad de La Cueva, Alina Guerrero fue la encargada de representar a las y los beneficiarios de este apoyo, quien además, afirmó que este respaldo sirve como un estímulo al esfuerzo que realizan todos los involucrados en los procesos de producción de los alimentos; agregó que se ha generado el compromiso de seguir trabajando la tierra y fomentando el amor al campo en las generaciones que vienen.

Las toneladas de maíz que serán entregadas a cada municipio son las siguientes: Amealco recibirá 748, Arroyo Seco 94, Cadereyta De Montes 449, Colón 346, El Marqués 414, Ezequiel Montes 140, Huimilpan 297, Jalpan de Serra 107, Landa de Matamoros 165, Pedro Escobedo 209, Peñamiller 83, Pinal de Amoles 130, Querétaro 479, San Joaquín 30, San Juan del Río 578, Tequisquiapan 158, Tolimán 40 y por último, Corregidora tendrá 233. ➤



LANZA GOBIERNO DE QUERÉTARO RED ESTATAL DE CLÚSTERS

SERGIO ÁNGELES

Mauricio Kuri González, gobernador del estado de Querétaro, fue el encargado de anunciar el lanzamiento de la Red Estatal de Clústers, la cual será presidida por la Secretaría de Desarrollo Sustentable (SEDESU), con el objetivo principal de agrupar, en un inicio, a siete sectores económicos que se encuentren alineados al modelo de la triple hélice para que puedan diseñar estrategias que impulsen el crecimiento económico de la región.

El gobernador agregó que el arranque de esta red facilita la creación de políticas públicas y proyectos estratégicos que refuerzan a la industria local, lo que aumenta las ventajas competitivas con las que ya cuenta la entidad, que son también atractivos para nuevas inversiones locales, nacionales e internacionales.

LOS DE MAYOR IMPACTO EN LA ECONOMÍA Y CRECIMIENTO EN LA REGIÓN BUSCAN APOSTAR POR LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO DE PROYECTOS.

“Estamos compitiendo con el mundo, entonces me da gusto ver a las rectoras y rectores, que están aquí con ustedes para esto que se llama la triple hélice, que en Querétaro lleva muchos años trabajando, sea una realidad y es parte de nuestra ventaja competitiva”, señaló, Kuri.

Debido a los beneficios que esta unión representa para las y los queretanos, el presidente del municipio de Querétaro, Luis Bernardo Nava, estuvo presente durante la ceremonia de lanzamiento a lado del gobernador y del titular de la SEDESU, Marco Antonio Del Prete Tercero, quien compartió que la finalidad de esta red es crecer las relaciones colaborativas teniendo en mente nuevos e innovadores proyectos que generen beneficios mutuos.

“A través de esta Red, estandarizamos criterios operativos y de gobernanza, proporcionando certidumbre a la comunidad empresarial e industrial, al mismo tiempo que promovemos la institucionalización de los clústers. Nuestro objetivo es asegurar la excelencia operativa de estos organismos”, expresó Del Prete.

Tras una felicitación general a los presidentes e integrantes de los clústers que conforman este grupo, se apuntó que los sectores que se integraron cuentan con los requisitos solicitados por la secretaría, además de que, gracias al trabajo que realizan, alcanzaron la certificación en sistemas de calidad ante el Secretariado Europeo para el Análisis de Clústers (ESCA), lo que permite que se estandaricen sus operaciones y los fortalece de acuerdo a los parámetros internacionales.

Luis Enrique Hernández Yáñez, presidente del Clúster de Logística de Querétaro, recaló que una meta clara para los integrantes de la red es apoyar la innovación, la tecnología, el emprendimiento y la economía popular en el estado.

La red inicia trabajos con la integración de los clústers: automotriz, energético, para la innovación logística, de plásticos, vitivinícola, médico y de salud y el aeroclúster. Los representantes de cada uno de ellos tienen como objetivo promover y fomentar la investigación, la innovación y el desarrollo productivo y tecnológico de Querétaro, así como apoyar la integración de las micro, pequeñas y medianas empresas al tiempo que se analicen las fortalezas del mercado de la entidad, de México y del mundo. ➔

ADQUIRIMOS Y COMERCIALIZAMOS
AUTOMÓVILES CLÁSICOS

Y ÚNICOS, TRASCENDIENDO FRONTERAS
NACIONALES E INTERNACIONALES



WWW.MASTERTOYSOFFICIAL.COM



MASTERTOYS.OFFICIAL



MASTERTOYS.OFFICIAL

LA CULTURA DEL RECONOCIMIENTO EN EL DESEMPEÑO DE LOS EMPLEADOS: UN IMPULSO A SU BIENESTAR Y PRODUCTIVIDAD

ALDO MEJÍA



LAS ESTRATEGIAS ADECUADAS PUEDEN DISMINUIR SIGNIFICATIVAMENTE LA ROTACIÓN DE PERSONAL EN LAS EMPRESAS.

Cada vez cobra mayor relevancia la gestión adecuada de los recursos humanos para lograr las metas trazadas dentro de una empresa u organización. En este sentido, la cultura del reconocimiento juega un papel crucial en la motivación y desempeño de los empleados.

Sin embargo, vale señalar que en la cultura mexicana hay un respeto por la figura de autoridad, venido desde las estructuras familiares, en muchos casos. Este aspecto se traslada al ambiente laboral, en el que el reconocimiento se vuelve una expresión tangible de valor y aprecio.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) indica que el 76% de los em-

pleados mexicanos considera el reconocimiento laboral como un factor clave para su satisfacción en el trabajo. La valoración del reconocimiento refleja la necesidad de las organizaciones de adaptarse a las dinámicas culturales para optimizar el rendimiento de sus equipos.

Este aprecio no solo tiene un impacto positivo en la satisfacción laboral, sino que también está vinculada directamente con la productividad y la retención de talentos. Un informe del Centro de Investigación en Economía y Negocios (CIEN) destaca que las empresas que implementan programas de reconocimiento bien estructurados experimentan un aumento del 20% en la productividad de sus colaboradores.

Cuando las muestras de aprecio laboral se realizan de manera pública y constante, no solo motivan al individuo reconocido, sino que también inspiran a otros a esforzarse por alcanzar objetivos y metas. Esto crea un ciclo positivo que impulsa la productividad en toda la organización. Además,

el reconocimiento efectivo se asocia con una disminución significativa en la rotación de empleados, lo que se traduce en ahorros considerables en costos de reclutamiento y capacitación.

Los desafíos en la implementación

A pesar de los beneficios evidentes, implementar una cultura del reconocimiento en el entorno laboral mexicano no está exento de desafíos. La jerarquía organizacional arraigada en la cultura mexicana puede crear barreras para la implementación exitosa de programas de reconocimiento.

Un estudio del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) señala que el 45% de los empleados considera que la falta de reconocimiento proviene de la falta de comunicación entre niveles jerárquicos.

La clave para superar estos desafíos radica en adaptar las estrategias de reconocimiento a la cultura local. La implementación de sistemas de reconocimiento que respeten la estructura jerárquica, pero que al mismo tiempo fomenten la participación y retroalimentación a todos los niveles, puede ser una solución efectiva.

Otro aspecto importante en la cultura del reconocimiento es la distinción entre el reconocimiento no monetario y el monetario. Mientras que un bono o incentivo económico puede ser una forma efectiva de reconocimiento, el Centro de Estudios Económicos del Sector Privado (CEESP) sugiere que el reconocimiento no monetario, como el elogio público y la asignación de responsabilidades adicionales, tiene un impacto más duradero en el compromiso y desempeño laboral.

El reconocimiento no monetario se alinea mejor con la cultura mexicana, donde la valoración de la contribución personal y la conexión emocional con el trabajo son aspectos fundamentales. En este sentido, las organizaciones deben encontrar un equilibrio entre ofrecer incentivos económicos y reconocimientos que resalten los logros individuales y fomenten un sentido de pertenencia entre los trabajadores.

El papel de la tecnología

En el mundo laboral actual, la tecnología juega un papel crucial en la implementación de estrategias de reconocimiento efectivas. Plataformas de gestión de desempeño, aplicaciones móviles y sistemas de retroalimentación en tiempo real permiten

a las empresas reconocer el buen trabajo de manera rápida y eficiente.

Un informe de la Cámara Nacional de la Industria Electrónica de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información (CANIETI), destaca que el 68% de las empresas que utilizan tecnología para gestionar el reconocimiento experimentan una mejora significativa en la moral de los empleados.

La integración de la tecnología no solo facilita el proceso de reconocimiento, sino que también contribuye a la transparencia y equidad en la aplicación de estas prácticas. Además, permite adaptar las estrategias de reconocimiento a las preferencias individuales, aumentando su impacto y relevancia.

Cuatro formas de reconocimiento laboral:

1.- Reconocimientos públicos y ceremonias de premiación.

La realización de reconocimientos públicos y ceremonias de premiación puede tener un impacto significativo en la moral y el compromiso de los empleados. Estos eventos representan un escenario que sirve para destacar los logros individuales y de equipo, generando un ambiente positivo y fomentando la cultura de reconocimiento dentro de la empresa.

2.- Desarrollo de programas de desarrollo profesional.

Informes indican la importancia del desarrollo profesional como una forma efectiva de reconocimiento no monetario. Ofrecer oportunidades de capacitación, mentoría y programas de desarrollo personalizados puede ser percibido como un gesto valioso por parte de la empresa, demostrando su compromiso con el crecimiento y la mejora continua de sus empleados. Además de que es una forma de mantenerlos actualizados en sus áreas de trabajo, lo que les permitirá desarrollar mejor sus funciones.

3.- Flexibilidad laboral y equilibrio vida-trabajo.

La flexibilidad laboral y la promoción de un equilibrio adecuado entre la vida laboral y personal son aspectos altamente valorados por los empleados. Reconocer y apoyar las necesidades individuales de los trabajadores, ya sea mediante horarios flexibles, teletrabajo o medidas que faciliten la conciliación familiar, puede ser un medio efectivo para reconocer el esfuerzo y la dedicación. Además, contribuyen al bienestar y satisfacción personal.

4.- Participación en proyectos estratégicos y toma de decisiones.

La inclusión de empleados en proyectos estratégicos y procesos de toma de decisiones importantes es otra forma destacada de reconocimiento no monetario en el ámbito laboral. Este enfoque no solo reconoce la experiencia y habilidades de los empleados, sino que también los hace sentir valorados al ser parte integral de las iniciativas clave de la empresa, promoviendo así un sentido de pertenencia y contribución significativa.

Así, la cultura del reconocimiento trae consigo beneficios tanto para la empresa como para el empleado. Una estrategia bien aplicada, con formas de valoración adecuadas, pueden ser determinantes para tener un entorno laboral saludable y mejorar la productividad al interior de la compañía. ➔

NU: PIONERO EN LA DIGITALIZACIÓN DEL DINERO

SOFÍA GAMBOA



Nu México se ha unido con Félix Pago para revolucionar el proceso de transferencias transfronterizas para residentes estadounidenses que envían dinero a familiares en México y para transacciones comerciales, lanzando una solución de pagos de WhatsApp.

Esta asociación demuestra el compromiso que ambos tienen con los latinos en Estados Unidos y sus familias en México. Félix Pago es una tecnológica que se especializa en el envío de remesas mediante aplicaciones de mensajería; de acuerdo con datos internos de esta firma, 90% de sus usuarios son inmigrantes mexicanos de clase trabajadora en Estados Unidos que laboran en el sector de la construcción.

Los clientes de Nu pueden comenzar sus transacciones enviando un enlace de solicitud de dinero a través de su aplicación, que viene precargada con datos bancarios, vía Whatsapp. Luego, los destinatarios estadou-

nidenses pueden interactuar directamente con un chatbot de Félix Pago en Whatsapp, eliminando la necesidad de descargar aplicaciones adicionales.

El envío de dinero desde Estados Unidos a México estará a cargo de Félix Pago. Una vez que el remitente completa la operación, los fondos se recibirán instantáneamente en pesos mexicanos a través del Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios (SPEI) en la cuenta Nu.

Los destinatarios de transferencias de dinero tendrán opciones adicionales para poner una parte (15%) de los fondos recibidos en una caja de dinero, promoviendo objetivos de ahorro para los clientes mexicanos de Nu-bank.

El costo de esta transacción será de 2.99 dólares por envío, sin importar el monto del mismo. A excepción de la primera transacción, la cual será gratuita.

INMOBILIARIA DE LUJO QUE ENTIENDE TUS NECESIDADES

Somos lujo, confort y plusvalía



MASTER
PROPERTIES

WWW.MASTERPROPERTIES.COM.MX



MASTER_PROPERTIES_LATAM

NU BANK ATIENDE A 90 MILLONES DE CLIENTES EN BRASIL, MÉXICO Y COLOMBIA, LO QUE LA CONVIERTE EN LA EMPRESA DE TECNOLOGÍA FINANCIERA MÁS GRANDE DE AMÉRICA LATINA.

Mayor inclusión financiera

El gerente general de Nu México, Iván Canales, dice que su última oferta fortalece la posición del país como el segundo mayor receptor de dinero del exterior a nivel mundial y que esta nueva funcionalidad permite seguir ampliando nuestra huella en el país al ofrecer una opción simple, fácil, segura y rápida. Lo que, financieramente hablando, empodera a la población del país, ya que ayuda a reducir la brecha de inclusión financiera existente. Nu está presente en 9 de cada 10 municipios del país.

Antes de la introducción de su tarjeta Nu, 1 de cada 3 clientes mayores de 65 años no tenían tarjeta de crédito. Las iniciativas Fintech lideradas por empresas como Nubank están remodelando el panorama.

Además, Nu acaba de confirmar la integración de Dimo, plataforma de Banxico que permite enviar y recibir dinero, utilizando la infraestructura SPEI, solo con el número de celular de las personas, sin ningún tipo de comisión o costo para los usuarios, reduciendo así el uso de efectivo e impulsando la digitalización de la economía del país.

Mediante Dimo, se pueden generar comprobantes para un seguimiento detallado y verificar las iniciales del beneficiario, antes de completar la transacción, siguiendo los principios de brindar una experiencia rápida y segura que simplifica las necesidades financieras diarias.

Otro de los beneficios de Dimo es que permitirá a los clientes de Nu reducir el uso de

efectivo, disminuyendo el riesgo de robos y pérdidas.

Este anuncio se produce luego del lanzamiento de su *plataforma multiproducto* y la solicitud de transformar su licencia Sofipo en una licencia de Institución de Banca Múltiple. Estos pasos se dan después de su consolidación como la Sofipo más grande de México y una de las instituciones financieras mejor capitalizadas del país.

La transición hacia métodos de pago digitales impulsa la inclusión financiera, fomenta la innovación en tecnologías que mejoran la accesibilidad y eficacia de los servicios financieros, previene actividades ilegales, reduce costos y tiempos relacionados con el manejo del efectivo, beneficiando a todo el ecosistema financiero del país. Por ello, y para seguir contribuyendo a la digitalización de las finanzas en México, Nu busca trabajar de la mano de las instituciones financieras del país.

El portafolio de la empresa incluye tarjeta de crédito, cuenta de ahorro, tarjeta de débito, préstamos personales y ahora la opción de poder recibir dinero.

Nu Bank atiende a 90 millones de clientes en Brasil, México y Colombia, lo que la convierte en la empresa de tecnología financiera más grande de América Latina y ahora en el banco digital más grande del mundo. ➡

*** MBA Sofía Gamboa, Fintech Connector Mexico y especialista en modelos de negocio financieros e innovación.
@GamboaSofia**



BIOFLEX®

Empaques que cuentan tu historia.



Beyond Packaging

bioflex.mx [in](#) [d](#) [@](#) [f](#)

ESTOS SON LOS RETOS DEL E-COMMERCE PARA EL 2024

ALDO MEJÍA

LA HIPERPERSONALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES A TRAVÉS DE LA IA SERÁ FUNDAMENTAL PARA LAS EMPRESAS.

En el año 2024 el e-commerce va a cumplir 25 años como industria. Sin embargo, lejos de detenerse a celebrar, esta, y todas las empresas que usan canales digitales para realizar sus negocios, tienen que apretar el paso pues con este nuevo año también llegarán nuevos desafíos para poder satisfacer las demandas de los clientes.

Es por ello que nos hemos dado a la tarea de poner sobre la mesa algunos de estos retos, así como sus implicaciones a corto plazo.

La Inteligencia Artificial aumentada

Sin duda alguna la Inteligencia Artificial (IA) ha permeado en muchos aspectos de la vida cotidiana y no es la excepción en la industria del comercio digital. Marcos Pueyrredon, fundador y director del eCommerce Institute, considera que este será un año determinante para enfocar los esfuerzos

de los últimos meses para así dar el siguiente paso: el comercio unicanal.

“La personalización del e-commerce es la evolución hacia el unicanal. Hay que evolucionar el delivery de datos, porque uno de los grandes desafíos para este 2024 es que el canal online impacte el offline para ser rentable; y hoy el online necesita más el offline”, apunta.

Para poner en contexto la relevancia de este punto, en América Latina hay al menos cinco países que ya están en dos dígitos en la penetración de los canales digitales: México, Brasil, Colombia, Chile y Perú. Es decir, al menos el 10% de lo que se vende en dichas naciones pasa por canales digitales. “Esto ha hecho que tengamos -retailers, marcas y emprendimientos- la capacidad de ejecutar en el offline la capacidad de personalización que tenemos a través de los puntos de contacto”, asegura Pueyrredon.

En ese sentido, y de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), las empresas nacionales aún enfrentan obstáculos en la implementación de tecnologías avanzadas. Para superar este desafío, se requiere una mayor inversión en capacitación y actualización de las capacidades tecnológicas del personal, especialmente en el ámbito logístico.

Sin embargo, Marcos Pueyrredon considera que la IA aumentada es cada vez más accesible y permite construir un ecosistema de soluciones a través de las interfaces de programación de aplicaciones (API, por sus siglas en inglés) y a su vez mejorar la experiencia de compra del cliente ofreciéndole, además, una mejor propuesta de valor.

En este punto concuerda Héctor Pavón, Country Manager de VTEX en México, quien



enfatisa que hay que darle una experiencia única de compra a cada cliente. “No hay manera de llegar a la hiperpersonalización si no se conoce al cliente y se pueden hacer perfiles de lo más específicos que ya no se reducen a los grupos demográficos. El sueño de esto creo que sería que cada persona sea un segmento en sí mismo, que tenga vida propia”, comenta. Si es complicado o no dependerá de los datos y de su actualización constante.

Aunque apunta que no porque se disponga de una IA dentro de un proceso se puede ser invasivo con las personas: un cliente va a comprar cuando esté listo y tenga el dinero. “No porque se tenga una hiperpersonalización el cliente está obligado a comprar y en los siguientes dos años va a haber un tema fuerte de hasta dónde se deja correr a las máquinas”, señala, no dejando de lado que pronto se podría tener que empezar a regular y cómo las empresas adquieren una conciencia hacia la sociedad.

Para no volverse invasivos, Héctor Pavón sugiere que hay que implementar estrategias de fidelización en las que los clientes sean quienes, éticamente, te compartan su información hasta donde quieran hacerlo. “Cada vez es más caro llegar a audiencias pagando por el posicionamiento en buscadores, porque el tener clientes a través de estos canales cada vez es más caro”.

Modelos de comercio colaborativo y conversacional

No es ningún secreto que durante la pandemia el comercio por canales digitales creció significativamente. De acuerdo con la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), durante el 2020 el comercio electrónico creció un 81% llegando a 333 mil millones de pesos y en el 2022 alcanzó una cifra de 528 mil millones de pesos.

Esto, luego del confinamiento, no significó una disminución para los canales físicos de venta. “A la gente le gusta salir y qué bueno que los comerciantes estén llevando flujo a sus tiendas, pero se tiene que dirigir también a los canales digitales para brindarles una experiencia de omnicanalidad. Los retos son cómo aprovechar el tráfico orgánico en las tiendas físicas y canalizarlos en los canales digitales en los que haya catálogos extendidos, ‘pasillos infinitos’, disponibilidad de entrega a domicilio o de transporte de una tienda a otra”, apunta Pavón.



En ese sentido, las empresas de todos tamaños pueden aprovechar las herramientas que representan WhatsApp, el social selling o el concierge commerce que han dado pasos agigantados, como bien apunta Marcos Pueyrredon. “Porque luego de la pandemia sucedió la humanización del proceso de transacción que era bidireccional pero no tenía una dirección humana de por medio”, comenta.

Por medio de códigos QR en las tiendas departamentales, un cliente puede recibir asesoramiento en su idioma de un experto o de un ejecutivo de la marca. Además, si es el caso de un mueble, se puede hacer la muestra de cómo quedaría en determinado espacio. Si es una pieza de ropa o accesorio, se puede probar a través de realidad aumentada. “Y esto ha empoderado al consumidor porque hemos asimilado los canales de comunicación de nuestro día a día. Y hoy es más fácil porque el consumidor lo tiene incorporado en su teléfono móvil”, explica el director del eCommerce Institute.

El comercio unificado es la evolución de la omnicanalidad en donde no importa por dónde se relacione la oferta con la demanda, ya sea en canales físicos o digitales, o a través de terceros, como un marketplace, donde el cliente tenga atención a cada momento. ➡



FOTO: CORTESÍA HOLLOWITS

VIDEOVIGILANCIA INTEGRADA CON IA DE ÚLTIMA GENERACIÓN

ALDO MEJÍA

Cada vez son más los sectores en los que la Inteligencia Artificial se emplea para lograr mejoras u ofrecer resultados más efectivos. Uno de esos sectores es el de la seguridad, y en ello ya ha tomado ventaja la empresa especializada HOLLOWITS. Los modelos más recientes de sus cámaras de vigilancia ya cuentan con IA que mejoran la calidad de la imagen, tanto en el día como en la noche, así como en distintas condiciones climáticas.

Pero más allá de eso, son capaces de detectar situaciones potencialmente peligrosas como lo es la detección de humo, fuego o alguien invadiendo la propiedad. Además, estas cámaras están pensadas para instituciones universitarias, para las calles de la ciudad y para las vialidades de mayor afluencia.

Para ello, las cámaras HOLLOWITS han integrado tres características clave: un procesador de IA profesional, un sistema operativo abierto y un ecosistema abierto.

SU HERRAMIENTA SUPER-IA PERMITE LA CAPTURA Y RECONOCIMIENTO DE OBJETIVOS, EMITE MENSAJES DE BIENVENIDA, HACE RECUESTO DE CABEZAS Y ESTÁ ABIERTO A ALGORITMOS DE TERCEROS.

Platicamos con Mr. Lance Tang, CMO de HOLLOWITS, durante su visita a la Ciudad de México, con la que inauguró las actividades de lanzamiento que tienen preparadas para este 2024.

“Actualmente estamos en 50 países en los que proporcionamos, a empresas e instituciones, productos con

algunas funciones de inteligencia artificial. Esto incluye servicios de nube y plataformas de video para respaldar la información”, comentó.

“Al igual que otras marcas que tenemos, las cámaras con IA son nuestro producto principal, y para ellas tenemos un sistema abierto para que puedas descargar los algoritmos de tus cámaras y cambiarlos como desees”,

explicó sobre las principales diferencias que tienen con respecto a la competencia en el mercado actual. En ese sentido, el poder cambiar los algoritmos permite que las cámaras mejoren el reconocimiento facial y así poder usar el flujo de información de las personas que conoces.

El sistema operativo abierto de HOLLOWITS permite la implementación bajo demanda y la actualización en línea de algoritmos, ofreciendo flexibilidad y adaptabilidad a las cambiantes necesidades de seguridad. Esta capacidad de adaptación asegura que las cámaras HOLLOWITS AI puedan mantenerse al día con los avances tecnológicos, garantizando un rendimiento constante y mejoras continuas en la seguridad.

Además, el procesador de IA de última generación que incorporan las cámaras HOLLOWITS asegura resultados precisos y confiables, fundamentales para diversas aplicaciones en la industria de la videovigilancia. Este procesamiento potente permite un rendimiento óptimo, incluso en escenarios de alta demanda, brindando una experiencia de vigilancia de alta calidad.

Las mayores innovaciones que implementó la empresa en sus cámaras de última generación son:

- **SuperCoding:** ofrece una tasa de compresión de video superior al 60% basada en codificación H.265 y ahorra banda ancha de transmisión y espacio de almacenamiento sin disminuir la calidad de la imagen y la necesidad de enfoques de decodificación específicos.
- **SuperColor:** ideal para visión nocturna, pero también para adaptarse a cualquier escena durante todo el día y en cualquier clima. Esto es el resultado del súper sensor RGBW, que muestra mayor luz durante las tomas nocturnas a la vez que elimina la contaminación lumínica.
- **SuperIA:** esta herramienta permite la captura y reconocimiento de objetivos, emisión de mensaje de bienvenida para mejorar la experiencia del usuario, recuento de cabezas y detección de ausencias para operaciones eficientes, abierto a algoritmos de terceros.
- **Frame extraction backup:** copia de seguridad de datos durante las horas de menor actividad durante las noches sin afectar los servicios durante el día; copia de seguridad de extracción de fotogramas por tiempo,

plan o video específico resolviendo así la presión del consumo de ancho de banda.

En cuanto a lo que tiene que ofrecer HOLLOWITS en el contexto del mercado mexicano, Mr. Tang explicó que echaron a andar un proyecto en una autopista con lo que alimentaron la información para sus algoritmos para el escenario del transporte.

“En una carretera, nuestros sistemas de IA son idóneos para identificar si un vehículo rebasa el límite de velocidad establecido, si el conductor va en sentido contrario y si hay una obstrucción en el camino. Ahora vamos a implementar sistemas de videovigilancia en el Metro y esos son nuestros primeros pasos en México”, nos contó.

“Creo que la IA es el futuro del mundo, y la IA, y su algoritmo, es el núcleo de nuestras cámaras. Al elegir qué algoritmos quieres para tus cámaras damos un paso al frente en la industria, y proporcionamos una plataforma abierta que es muy flexible”, explicó. Así, un cliente de HOLLOWITS no sólo elige sus cámaras, también escoge un algoritmo propicio para su ramo: que detecte velocidad, personas o animales.

Los algoritmos disponibles en HOLLOWITS Algorithm Store abarcan una amplia gama de escenarios. Desde detección perimetral y de infracciones de estacionamiento en campus, hasta la gestión inteligente de almacenes en tiendas minoristas, las cámaras HOLLOWITS AI se destacan en diversos entornos. La detección de comportamientos, la protección de seguridad financiera y la detección de equipos de protección en sitios de construcción son solo algunos ejemplos de las funciones que ofrecen.

Por supuesto, con el avance constante que tiene la tecnología AIoT (Inteligencia Artificial de las Cosas, por sus siglas en inglés), no deja de ser importante la privacidad y la seguridad de los datos de las personas.

“Por supuesto que la privacidad de datos es importante, y antes de llegar a México nos instalamos como empresa en España, donde tienen una política muy estricta sobre estas cuestiones, además de la protección de datos”, indicó. “Para México proporcionamos un nodo de Brasil en el que podemos almacenar los datos de América Latina. Ahora que si los clientes necesitan almacenamiento local podemos ofrecer un tipo S-400 si los desean tener una copia de seguridad en el servicio en la nube para poder almacenarla en nuestro nodo en la nube”.

Para comodidad de los clientes potenciales que hay en México, HOLLOWITS ya permite que sus productos estén en español. Además, para mostrar las ventajas que ofrecen los distintos modelos de cámaras que ofrece esta empresa, se han aliado con Integra que “tienen un equipo muy sólido y familiarizado con este campo, el de circuitos de CCTV o de vigilancia”.

Este 2024 será el segundo año de HOLLOWITS en nuestro país, y con ello se prevé que empresas, instituciones y hasta el gobierno puedan echar mano de sistemas de videovigilancia de última generación con tecnología AIoT para mejorar sus resultados. ➡



FOTOS: AURA PÉREZ

PUBLIFIX.NET: CONECTA A EMPRESAS Y MEDIOS EN LATINOAMÉRICA DESDE QUERÉTARO

FERNANDA BERMÚDEZ

EL OBJETIVO ES CONVERTIRSE EN UNA HERRAMIENTA MÁS COLABORATIVA EN TIEMPO REAL, DE INTERACCIÓN CONSTANTE ENTRE EJECUTIVOS DE MARKETING Y RP, Y EDITORES Y PERIODISTAS.

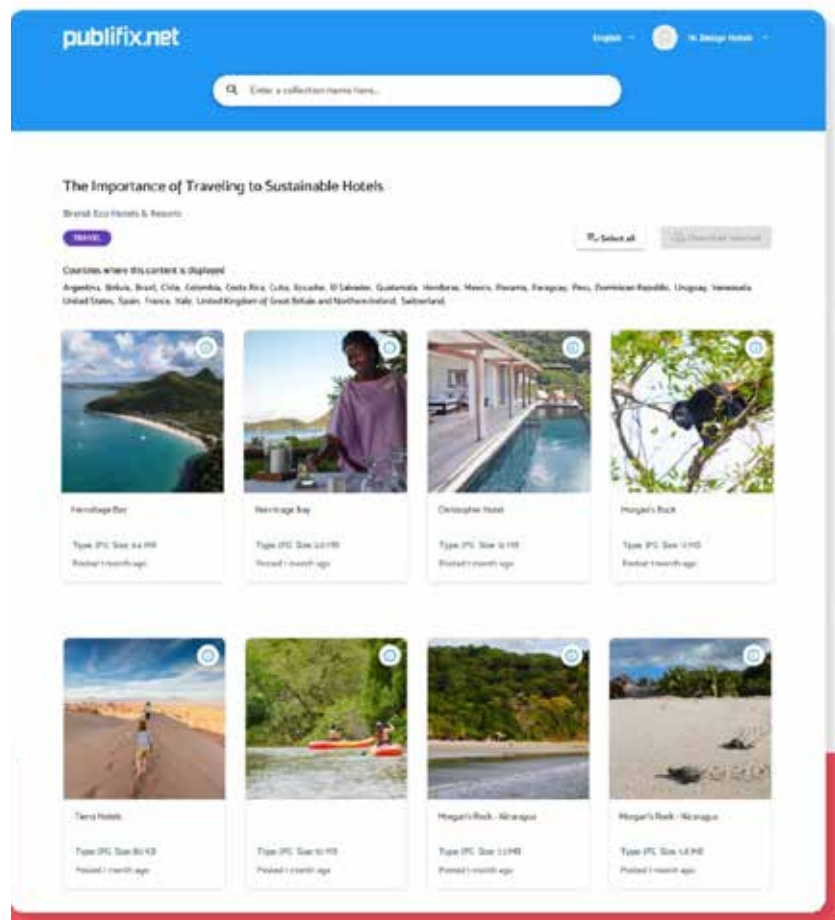
llamaba Press Ready, cuyo fundamento básico era, en esencia, exactamente el mismo que la actual plataforma, es decir, un servicio online diseñado para distribuir contenidos a los medios de comunicación. El fracaso que tuvimos con Press Ready en su momento fue estrepitoso, no solo por las barreras de desarrollo que existían en ese momento (tecnologías muy limitadas), sino también porque no logramos establecer una estrategia sólida de modelo de monetización del servicio. Así que tuvimos que abandonar la idea por más de 17 años. En el 2020, leí el libro “Suscritos” de Tien Tzuo, fundador de Quora, y fue como comencé a interesarme en el modelo de economía por suscripción recurrente y los modelos de SaaS (Software As a Service).

En una conversación exclusiva con Manuel Soto, Fundador de Publifix.net, **Mundo Ejecutivo Querétaro** explora los orígenes, desafíos y éxitos de esta innovadora plataforma, que ha logrado destacar en el competitivo mundo de la gestión de Marketing y Relaciones Públicas bajo el modelo de software-As-A-Service (SaaS).

Desde su fundación en 2021, Publifix.net ha experimentado un notable crecimiento, transformándose en una herramienta clave para la colaboración entre empresas y medios de comunicación latinoamericanos. Además, con el respaldo de una ronda de inversión pre-seed en 2022, la empresa con sede en Querétaro ha consolidado su posición como un actor clave en el desarrollo tecnológico y empresarial de la región.

¿Manuel, podrías contarnos cómo surgió la idea de crear Publifix.net y cuál fue la motivación detrás para establecer esta plataforma bajo un modelo de SaaS?

Claro, para comprender mejor la idea de lo que hoy es Publifix.net, tendríamos que regresar al año 2006. En ese momento, junto con Renato, mi primo y actual cofounder en Publifix, creamos una empresa que se



Para lanzar Publifix.net, desarrollamos una plataforma digital gratuita para medios de comunicación y con un esquema de suscripción recurrente para las marcas y empresas que quisieran distribuir sus materiales a través de nosotros. Fue así como surgió Publifix.net en febrero del 2021.

En el contexto específico de Querétaro, ¿cómo Publifix.net ha contribuido al desarrollo tecnológico y empresarial?

Estamos iniciando apenas nuestro cuarto año de operaciones, pero en este tiempo hemos tenido la oportunidad de sumergirnos a profundidad en el entorno de startups y empresas basadas en tecnología, tanto de México como de Latinoamérica. En el caso de Querétaro, Publifix.net forma parte de toda una red de nuevas empresas originarias del estado que han logrado hitos muy destacados. LeadSales y OpenPay, por ejemplo, son startups queretanas que han alcanzado rondas de inversión considerables, lo que ha permitido generar nuevas oportunidades laborales de muy alta especialización y han sentado las bases para que Querétaro se vaya convirtiendo en un hub de creación de nuevas empresas con un alto grado de componentes tecnológicos. Si a esto sumamos el enorme crecimiento que ha tenido el estado en cuanto a infraestructura de IT y comunicaciones, es un hecho que en el corto plazo continuaremos conociendo historias de éxito de emprendedores queretanos acercando empresas y servicios a escala global.

En el caso de Publifix.net, estamos orgullosos de ser una empresa establecida en Querétaro, que brinda servicio a través de la nube en más de una decena de países.

La ronda de inversión pre-seed que cerraron con Living On The Edge Capital en 2022 fue un hito importante. ¿Cómo ha influido este respaldo en el crecimiento de la plataforma?

Desde que cerramos la ronda con LOTE Capital, podemos decir que existe un antes y un después en Publifix.net. El respaldo de nuestros inversionistas nos permitió, en primer lugar, desarrollar una mejor plataforma para nuestros usuarios, con funcionalidades que les aportan más valor en su día a día. De igual forma, y como resulta común en el entorno de las startups, este respaldo nos ha permitido aparecer en el radar de fondos con tickets más altos, quienes en un futuro



FOTO: CORTESÍA PUBLIFIX

próximo podremos sumar a nuestro proyecto para seguir construyendo una plataforma más sólida.

Con más de 1,600 medios de comunicación afiliados en el sitio, ¿cómo ha facilitado la plataforma la colaboración entre empresas y medios de comunicación latinoamericanos?

Uno de los retos más grandes que hemos tenido que afrontar es precisamente el crecimiento de usuarios representantes de los medios de comunicación. Ya en la actualidad es gratificante observar, por ejemplo, cómo un cliente de Colombia sube un contenido a Publifix.net para ser distribuido en el mercado mexicano, y a las pocas horas, ver que ese contenido ya ha sido retomado por algunos medios para ser publicado en sus plataformas. Cada vez que vemos que se logra cerrar ese círculo virtuoso en el cual un cliente percibe el beneficio de haber subido su contenido a nuestro servicio, es cuando nos damos cuenta de que nuestro modelo realmente funciona. Durante estos cuatro años hemos ayudado a más de 500 empresas, desde pequeñas agencias de RP hasta compañías mundiales como Getty Images, Robert Walters, Stori o PayPal, a lograr una mayor exposición mediática a lo largo y ancho de Latinoamérica.

¿Cuáles son las metas y perspectivas a futuro?

Una de las metas más importantes para Publifix.net es convertirse cada día en una herramienta más colaborativa en tiempo real, es decir, dejar de ser solo una plataforma de distribución y monitoreo de contenido para convertirnos en una plataforma de interacción constante entre ejecutivos de marketing y RP, y editores y periodistas. En cuanto a nuestra contribución como empresa queretana, continuaremos empujando para impulsar el gran talento local en nuestro estado, bajo un entorno de altísima competencia como lo es la industria del software como servicio. ➤

UNIVERSITARIOS QUERETANOS SON SEMILLERO DE TALENTO EN EL CAMPO DE LA TECNOLOGÍA

SERGIO ÁNGELES

CIENTOS DE PROYECTOS SE DESARROLLAN AÑO CON AÑO EN DIVERSAS INSTITUCIONES, LLEGANDO A ALCANZAR RECONOCIMIENTO MUNDIAL.

Querétaro se posiciona con pasos fuertes en un estado con altos índices de uso y desarrollo de tecnología. La alta oferta que existe en carreras que ofrecen las distintas universidades de la entidad, genera que más personas vean enfocado su desarrollo profesional en el área informática o en diversas ingenierías que los ponen a la altura de la competencia al momento de aplicar para emplearse en una de las múltiples empresas que tienen su sede en la entidad.

Algunos estudiantes de educación superior comienzan a innovar con el desarrollo de proyectos en los que buscan dar soluciones tecnológicas a problemáticas comunes y que puedan estar al alcance de la mayoría de las personas. Alumnos que van desde carreras de ingeniería, hasta algunos que están especializándose en alguna maestría o doctorado, apuestan por propuestas que enriquezcan la calidad del estado.

Estos son algunos de los proyectos generados por el talento de jóvenes queretanos.

Vacuna vs la soledad

La Facultad de Ingeniería de la Universidad Autónoma de Querétaro (UAQ), campus San Juan del Río, se dio cuenta de las afectaciones que las personas tuvieron debido a la pandemia por COVID-19, afectando los ámbitos sociales, físicos y mentales. Es por eso que crearon la “vacuna contra la soledad” y aunque por el nombre pudiera parecer que se trata de un piquete con aguja, esto no podría estar más lejos de la realidad.



FOTOGRAFÍAS: ALEJANDRO FUENTES.

Luis Alberto Morales Hernández, líder del proyecto, explica que es una herramienta que ayuda a inducir emociones positivas y placenteras en los pacientes, al mismo tiempo que mide el efecto de dichas emociones.

La aplicación es la siguiente: se inicia con un test para conocer el estado de la persona, una vez identificada la situación a atender -ansiedad, estrés, depresión, duelo, etc.-, se procede a utilizar uno de los 10 escenarios desarrollados de manera virtual, accediendo por medio de lentes de realidad aumentada; estas visiones inmersivas, de la mano con música y sonidos relajantes, buscan inducir sentimientos contrarios a los presentados en el test. Además, va acompañado de una meditación guiada que acompaña al paciente durante la sesión.

ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SUPERIOR BUSCAN DAR SOLUCIONES TECNOLÓGICAS A PROBLEMÁTICAS COMUNES.



Mientras esto sucede, se miden las pulsaciones cardiacas, la temperatura y respuesta sensorial que tiene el paciente para así determinar el número de sesiones que requiere y, de ser posible, que él las pueda llevar a cabo desde la comodidad de su casa.

Inteligencia artificial para redes sociales

María Fernanda Martínez, de la Universidad Tecnológica de Querétaro (UTEQ), desarrolló el proyecto ganador de una estadia en Japón. Durante 3 meses, María Fernanda vivió en el otro lado del mundo mientras desarrollaba este proyecto en el que se puede generar contenido para las redes sociales basado en las interacciones, mercado, público o gustos del mismo, utilizando la inteligencia artificial (IA) para lograrlo.

Se asignan 5 palabras clave con las que se busca en todo el internet noticias y artículos relacionados, para después colocarlos en una tabla y comenzar a tener el contenido para que solo se copie y pegue en las redes sociales, teniendo un mayor porcentaje de éxito y viralidad.

Nariz electrónica

También por parte de la UTEQ, María Fernanda Tlamayanco, creó una nariz electrónica. Pensando en los estragos que generó el COVID-19 en las personas, como por ejemplo, la pérdida parcial o total del olfato, generó un innovador invento en el que una cápsula eléctrica tiene como tarea principal detectar olores y mandar señales, ya sea positivas o negativas, a una base de datos para poder determinar si algo está en buen estado o no. Incluso en un escenario más aventurado, para detectar fugas de gas a tiempo.

Otra de sus aplicaciones en un futuro podrá ser el de un catador inteligente para la producción de vinos en la región, impulsando el sector turístico en la Ruta del Vino y el Queso que alberga Querétaro.

Jóvenes talentosos

Es así que, tanto el estado como empresas particulares, han puesto el ojo sobre estudiantes con deseos de crecimiento, impulso y conocimiento tecnológico, así como preocupados por temáticas actuales que contribuyan a ayudar a su localidad, a México e incluso al mundo.

Gracias a estos jóvenes Querétaro sigue siendo uno de los más atractivos en materia de desarrollo informático y producción para empresas de alto nivel y reconocimiento mundial. ➔



“EL TIKUNA”: ORGULLO DE LOS PUEBLOS ORIGINARIOS EN INSTAGRAM

FERNANDA BERMÚDEZ

SU ESPÍRITU EMPRENDEDOR LO LLEVÓ A CREAR UNA AGENCIA DE TURISMO COMUNITARIO PARA QUE LA GENTE INTERACTÚE CON LAS COMUNIDADES INDÍGENAS Y EL ENTORNO.

Juan Montenegro mejor conocido como “El Tikuna” es originario de Leticia, una comunidad adentrada en el Amazonas en Colombia, a los límites con Brasil. Después de recibir la corona que marca el momento en el que los abuelos consideran que los jóvenes están listos para transmitir el conocimiento, Juan decide que quiere hacer contenido en redes sociales sobre su comunidad y todo lo que conlleva.

¿Cómo comenzaste tu camino en Instagram?

Después de recibir la “corona” por parte de mi abuelo, lo que significó el momento de contar con su aprobación para que yo pudiera transmitir conocimiento (desde que nacemos en nuestra comunidad y otras, nos dan una corona pequeñita que con el paso del tiempo se va haciendo grande a medida de que vamos adquiriendo mayor conocimiento; las coronas más grandes las llevan los abuelos, quienes poseen toda la sabiduría y son los consejeros de la comunidad). Decía él: ve a mostrarle al mundo la cultura de los pueblos originarios, de los pueblos indígenas y eso hice, porque siempre hay estigmas sobre los indígenas, muchos prejuicios y mucho desconocimiento sobre el entorno con la naturaleza, las tradiciones, la gastronomía, la cultura.

Viví mucho tiempo en una ciudad grande como Bogotá donde sufrí bullying por ser indígena cuando pequeño, y pues al ver a mucha gente que se ha sentido como yo, quise cambiar a que sintieran orgullo por sus raíces.

¿Cuál fue el momento en el que tu contenido se volvió viral?

Hice un video de cómo llegar al Amazonas, luego empecé a hablar del turismo comunitario, de la gastronomía, de las costumbres y tradiciones locales y poco a poco me puse a compartir con la gente que se interesó.

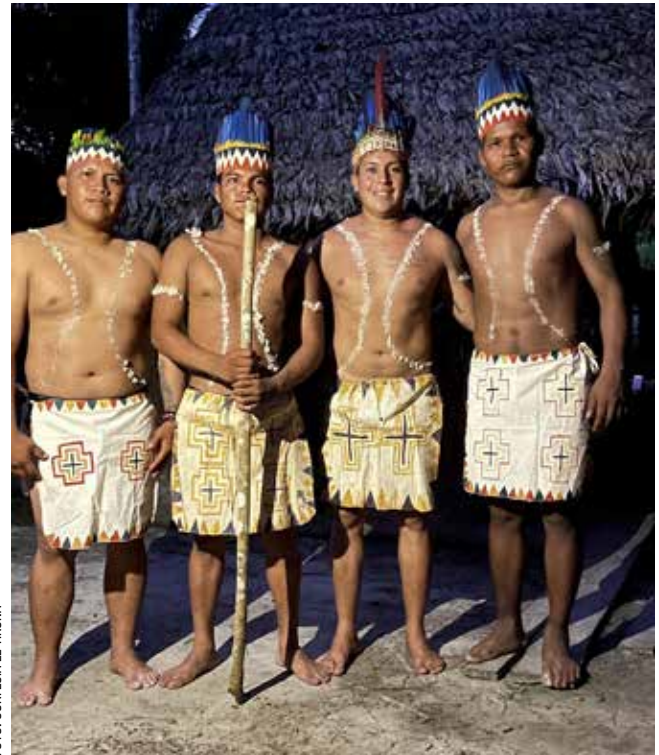


FOTO: CORTESÍA EL TIKUNA

¿Cómo ha tomado tu comunidad tu faceta de reconocido influencer quien ahora asiste a las alfombras rojas?

¡Imagínate!, al principio no lo creían, ni yo creía que llegaría a tanto. Siento que aún me falta mucho camino por recorrer, la idea es seguir llevando el conocimiento a muchos lugares, pero ahorita ya llegó a mi comunidad, llegó a Leticia y a otras comunidades; la gente está muy orgullosa y agradecida porque estoy mostrando al mundo que somos un pueblo en Colombia, al que el gobierno nos ha mantenido en el olvido así como las ciudades grandes que siempre han tenido estigmas sobre el Amazonas, que creen que es como en las películas donde las pirañas o las anacondas se comen a la gente cuando los animales se esconden de los humanos, los pueblos indígenas vivimos mucha presión.

También eres emprendedor, cuéntanos al respecto.

Sí, comencé una agencia de turismo comunitario donde llevo a las personas a interactuar con las comunidades indígenas y el entorno.

¿Qué debemos aprender, quienes vivimos en la ciudad, de los pueblos originarios?

Aprender a valorar lo que la naturaleza nos da, como dice mi abuelo: el entorno natural es el entorno espiritual, y esto es con uno y con los demás, entonces, si uno no cuida la naturaleza pues no cuida su mente, su cuerpo, ni su espíritu y esto se refleja en la sociedad. La base de todo es la naturaleza, por eso nuestros pueblos originarios siempre se han destacado, porque para nosotros, lo más importante es la Madre Selva, algunos le llaman Madre Tierra, para nosotros es la Madre Selva. ➡

WALLET NEGOCIOS

EMPIEZA HOY A ADMINISTRAR LOS RECURSOS DE TU EMPRESA.

Sin comisión por apertura.
Sin cuota por manejo de cuenta.
Tarjeta de Gasto Empresarial respaldada por VISA.
Acceso a la App Móvil y a la App Web 24/7.



¡Mándanos un mensaje!
 **55 3971.3401**

APAY
ALQUIMIA

WWW.ALQUIMIAPAY.COM



Pídela aquí

WE INVEST IN ESTABLISHED,
GROWTH-ORIENTED COMPANIES
AROUND THE WORLD.



MASTERGROUPMX

WWW.MASTERGROUP.MX



MASTER
GROUP