

REVISTA

MH **empresa**

CRECIENDO A OTRO NIVEL

MEGATENDENCIAS 2021
¿TU EMPRESA ESTÁ
PREPARADA?

¿UN DEPARTAMENTO DE
CALIDAD ES NECESARIO?
CONÓCELO

ESTILO DE VIDA Y
TURISMO DE NEGOCIO
DURANTE LA PANDEMIA

EMPRESA A LA VANGUARDIA

INNOVACIÓN EMPRESARIAL

ADAPTABILIDAD

\$50.00 MXN · \$2.64 USD



WWW.MHEMPRESA.COM.MX

ADIOS MARKETING 2020
¿QUÉ SE QUEDA Y QUE SE VA?



Las reglas del juego cambian.

Amigo lector:

Se ve muy cerca el final de 2020, aunque el final de la pandemia no tiene fecha. Este año se está yendo muy rápido para muchas personas, pero para la mayoría de empresarios ha sido un año muy largo y lleno de sacrificios, en el que muchos no ven, ni verán esa luz al final del túnel, porque se fueron quedando en el camino, donde no se ve el día en que puedan reabrir sus empresas al cien por ciento de capacidad.

Quienes lograron subirse al comercio electrónico, marketing digital, y hacer una disrupción de sus servicios, encontrando una manera de cambiar la forma de vender o de satisfacer necesidades a sus clientes, no solo lograron sobrevivir en la pandemia, sino también crecer más de lo que se hubieran imaginado.

Este año aprendimos muchas cosas. Las reglas del juego cambiaron y los participantes somos los mismos; rápidamente tuvimos que reinventarnos o desaparecer en el camino. Quiero tomarme un tiempo para agradecer a todos nuestros amigos anunciantes de parte de todo el equipo que integramos la Revista MHempresa. A ustedes que han encontrado un valor en nuestra revista, a ustedes que saben que la hacemos con el fin de que estos artículos ayuden a crecer y no desfallecer en el camino, por esas muchas aventuras que pasamos este año y que estoy seguro que seguiremos pasando muchos años más, GRACIAS.

DIRECTOR GENERAL REVISTA MHEMPRESA
Raúl Campos Espinoza

COLABORADORES

Raúl Campos Espinoza
DIRECTOR GENERAL

Gabriela Bernal Gutiérrez
DISEÑADORA SENIOR

Jazmín Cháidez Rocha
GERENTE DE VENTAS

Ameis Lectores A.C.
REDACTORES

Iliana Bernal Gutiérrez
DIRECTORA EDITORIAL

Pedro Benítez Montañez
EDITOR

Rosario López Torres
DISEÑADORA JUNIOR

RESERVA

669 270 9434

Estamos listos otra vez
Conoce nuestro
Programa de Sanidad

Siéntete seguro en Hoteles Sleep Inn

Descansar bien nunca está fuera de moda

Habitación

Desayuno tipo americano

Transportación

Estacionamiento

Centro de Negocios

Solicita tu Tarifa Empresarial

al correo : reservaciones@operadorasi.com

NUESTROS DESTINOS

CIUDAD DE MÉXICO - CULIACÁN - HERMOSILLO - MAZATLÁN - MEXICALI - MONTERREY NORTE - QUERÉTARO - TIJUANA - VILLAHERMOSA

Síguenos en



Relajáte vamonos a Mazatlán



PAQUETE ESPECIAL
VACACIONA 4 DÍAS 3 NOCHES

A SOLO **\$1,999.00**
mxn
Imp. Incl.

PARA DOS ADULTOS Y 2 MENORES DE 12 AÑOS.
Válido hasta el 20 de diciembre de 2020 *No aplica del 13 al 16 de Noviembre.



Habitación



Desayuno tipo
americano



Estacionamiento



Centro de Negocios

RESERVA CON NOSOTROS: **667.100.3526**



Greengy
ENERGÍA INTELIGENTE

Ahorra hasta un **99%** de luz instalando paneles solares

Llámanos al 800 099 2222
y te decimos cuánto puedes ahorrar

Instalamos sistemas fotovoltaicos
en toda la República Mexicana

Contamos con un plan de financiamiento **a tu medida.**



www.greengy.com.mx [GreengyMx](#) ahorra@greengy.com.mx 800 099 2222

OFICINAS: CDMX • TIJUANA • CULIACÁN
GUADALAJARA • QUERÉTARO • MONTERREY • MÉRIDA

CONTENIDO

NOVIEMBRE -
DICIEMBRE 2020



24 NEGOCIOS Megatendencias 2021 ¿Tu empresa está preparada?

ESTILO DE VIDA

- 8 5 consejos para un estilo de vida exitoso para este 2021
- 14 Estilo de vida y turismo de negocio durante la pandemia



NEGOCIOS

- 31 Valores de ética empresarial que acompañan al éxito
- 36 ¿Un departameo de calidad es necesario? Conócelo
- 41 Liderazgo laissez-faire; confiando en tu equipo de trabajo
- 45 Propósitos de año nuevo para empresas exitosas
- 52 Orientando negocios hacia el fin de año



TECNOLOGÍA

- 57 Empresa a la vanguardia

RECURSOS HUMANOS

- 64 Código de conducta; conoce el cómo y por qué aplicarlo en tu empresa
- 70 La importancia de los recursos humanos al final de año



MARKETING

- 74 Adiós marketing 2020 ¿qué se queda y que se va?



5 consejos

para que tengas un estilo de vida exitoso este 2021



Detrás de marcas, empresas, negocios o productos exitosos en el mercado, existen personas clave que se han esforzado para lograr que esto fuera posible, y así como las marcas compiten por un lugar en el mercado las personas tienen esa competencia para ser las más capaces en puestos dentro de la empresa y ser exitosas.

Con lo dicho, muchas personas se han preguntado a lo largo del tiempo sobre cuál es la fórmula

para ser exitoso. Y a pesar de que no hay ninguna en específico, existen hábitos que se repiten en estas personas que han alcanzado sus metas y objetivos, siendo para muchos su adopción un estilo de vida en espera de que desencadene el éxito el próximo año.

1. Compromiso a la mejora continua

A pesar de que muchas personas tienen como propósito mejorar su estilo de vida, solo unas

pocas logran ser constantes, ya que el sentimiento de motivación puede caer en poco tiempo. Pero esto es lo que hace diferente a las personas exitosas, la constancia. Desarrollar el gusto y amor por el conocimiento es uno de los hábitos que más se repiten en la cabeza de los líderes de cualquier empresa.

2. Hacer más allá de lo requerido

La capacidad de volverse indispensable es

invaluable, y realizar una tarea o un extra aun cuando no se pide, o sin ser obligación, tarde o temprano se convierte en una escalera hacia un mejor puesto, sin mencionar el mejoramiento personal. La idea no es pasar por encima de los demás, sino destacar.

3. Hablar menos, escuchando más

Hay mucho que se puede aprender con solo escuchar un poco más; tomar el tiempo para



prestar un poco más de atención a las demás personas ayudará no solo a que esa persona se sienta más cómoda o comprendida, sino también a que se desarrolle una capacidad de observación y análisis para llegar a conclusiones y respuestas más inteligentes cada vez.

Una persona exitosa suele ser un buen oyente, ya que adquiere información de experiencias nuevas que pueden servirle a futuro.

4. Desarrollar el gusto por la lectura

Leer es probablemente uno de los hábitos más repetidos entre las personas exitosas; al igual que escuchar, se adquieren experiencias, además de incrementar el vocabulario personal, siendo la lectura uno de los hábitos más enriquecedores con una amplia variedad de títulos creados por mentes brillantes que hacen cambiar constantemente la manera de pensar de las personas, sin mencionar el estímulo por la creatividad

**EL GRADO DE CONFIANZA QUE DAS
A TUS CLIENTES, ES PROPORCIONAL
A LA SATISFACCIÓN QUE
NOSOTROS TE BRINDAMOS**

Nos especializamos en

**Oficinas · Hospitales · Industrias · Restaurantes · Aeropuertos
Escuelas · Centros comerciales · Viviendas**

que esto implica. Las personas exitosas conocen el valor de esto y es por eso que es una actividad que repiten día a día.

5. Una actitud positiva ante todo

A pesar de ser el último consejo, no significa que sea el menos importante; como las anteriores, es una constante entre las personas exitosas debido a que nunca se rinden ante la adversidad. En lugar de mantener una mala postura lejos del enfoque principal, tomarse mejor un tiempo para reflexionar y entender

que más allá de una adversidad es un obstáculo, y también puede ser la oportunidad de una nueva puerta que muchos han decidido ignorar o pasar de largo.

Hay muchos consejos de hábitos que las mentes y personajes más exitosos implementan en su día a día, pero no hay duda de que adoptar al menos uno de éstos en un estilo de vida para el siguiente año marcará una gran diferencia respecto al presente.

(POR AMEIS LECTORES, A.C.)

9 hábitos que practica la gente exitosa a diario



Estilo de vida y turismo de negocio durante la pandemia

A pesar de que el estilo de vida de todas las personas ha sido afectado por la pandemia, el regreso a la nueva normalidad ha hecho que se restaure un poco la actividad en varios sectores. Sin embargo, uno de los más golpeados ha sido el turismo, con un duro impacto en el mundo de los negocios, en lo económico y en lo productivo, ya que se limitaban los acuerdos entre proveedores y la atención en un sector más allá de lo local que terminaba convirtiéndose en retrasos.

De acuerdo con una investigación, el impacto del turismo internacional y nacional puede ser tan fuerte que los países con destinos turísticos más atractivos pueden perder entre el 2 y 10% de su PIB en el año 2020.

El turismo pospandemia se ha vuelto distinto para adecuarse a las restricciones de

movimiento con el cuidado de que no haya algún rebrote, que a su vez busca curar el agotamiento causado por el confinamiento. Hay cambios que pueden ser incluso impuestos de manera permanente para muchas agencias de viajes y vuelos con el propósito de tener un control en el sector luego de la pandemia.

Muchas personas están optando por recuperar su estilo de vida lo más rápido posible y regresando a sus hábitos de viaje. Europa es uno de los destinos que comenzó a abrir sus puertas a los turistas con rapidez, a pesar de una incertidumbre grande de los expertos, ya que una gran parte del público en general estaba dispuesta a viajar a corto plazo dentro y fuera de los países que más fueron afectados por la pandemia, siendo las estancias en ciudades o

destinos cerca de la playa los más atractivos para éstos.

El sector turismo se encuentra optimista y con temor en la búsqueda de una óptima adaptación dentro de la nueva normalidad, teniendo a la mano la consulta con expertos para implementar cambios que seguramente pierdan vigencia una vez que la vacuna esté desarrollada.

Los viajes en avión despiertan entre ojos

La bioseguridad para los pasajeros y los tripulantes en este medio masivo es una de las más grandes preocupaciones; esta es la razón por la cual los viajes largos en el mundo se reducen incluso con una limitante de número de pasajeros, pero a medida que las restricciones se levanten más aviones estarán en los cielos. Mientras tanto, los operadores mantendrán sanitizando los aviones tras





cada viaje, a la vez que estos primeros utilizan cubrebocas, gafas y guantes para la seguridad de todos.

Política de cancelación flexible

Uno de los más grandes retos que ha tenido el turismo ha sido un gran número de cancelaciones, debido a que las personas se quieren sentir seguras, prefieren omitir sus viajes a sabiendas de que haya un rebrote en el destino. Esta característica ha vuelto atractiva a las agencias y hoteles que tienen implementado este sistema, ya que brindan

la confianza de que tanto la agencia de viajes como los hoteles en realidad se preocupan con el bienestar de sus pasajeros e inquilinos.

Menús digitales

Uno de los cambios que han tenido los restaurantes para evitar el contacto físico ha sido la implementación de cartas en formato digital por medio de códigos QR en las mesas, lo cual se ha vuelto tan atractivo que muchos de estos lugares piensan ampliamente en adoptar esta práctica de

manera permanente; se trata de un plus para evitar el intercambio de objetos como el que se hace con las tarjetas de crédito.

La implementación de un estilo de vida más responsable, a la vez que se aplica la innovación para lograr la sostenibilidad de los viajes pospandemia, es solo uno de los puntos a considerar para restaurar el sector turismo que poco a poco recupera más fuerza con más y mejores medidas preventivas que atraigan al público.

(POR AMEIS LECTORES, A.C.)

Un sobre que puedes llevar **siempre contigo.**

A TAN SOLO \$435
Rinde más de un mes

Beneficios del Matcha

Té verde matcha orgánica
 Sabores y colores 100% naturales

Libre de azúcar
 Fuente de Vitamina C

Tú también puedes lograr tus sueños

Enviamos a toda la República Mexicana. Síguenos: Arya Joyas @aryamexico

aryamexico.com.mx

CEDI CULIACÁN

Av. Álvaro Obregón y Aguilar Barraza Plaza Victoria #425 sur local 103
Colonia Jorge Almada C.P. 80206
Teléfono: 667 715 5547

CEDI ZACATECAS

Bld. Adolfo López Mateos 103, local C-2.
Teléfono: 491 584 4944



INNOVACIÓN EMPRESARIAL Adaptabilidad

En una época donde la competitividad no da tregua al descanso en el mundo empresarial y el movimiento de los mercados donde la tecnología es explotada para llevar más y mejores experiencias a los clientes, es importante que las empresas y negocios empiecen a autoevaluarse en su posicionamiento en el mercado, no solo hablando de su lugar de prestigio o intereses que tienen los consumidores, sino también en cómo la empresa se encuentra a la vanguardia de la innovación, si necesita una transformación o adaptación de sus procesos internos y la experiencia de los servicios y productos ofrecidos a los clientes.

Las empresas más prósperas son también las dispuestas a buscar la innovación y que no tienen miedo a la transformación o adaptación en donde sea necesario; tanto los pequeños negocios como las grandes empresas no se pueden quedar siempre con la misma capacidad de productividad y captación de clientes en el mercado, ya que éste les exige de alguna manera un rediseño que las ayude a no estancarse en el pasado.

La adaptabilidad de cualquier modelo de negocios está basada en su estrategia y estructura; también en un segundo plano por medio de parámetros que se quieran manejar y ponerlos en relación con el mundo de los negocios. Tanto la estrategia como la estructura dependen una de otra, como el dilema clásico del huevo o la gallina. La estructura será determinante para la estrategia, y la estrategia determinará la estructura, siendo la coherencia de ambas la clave para saber cuánta adaptabilidad tiene la empresa.

Con esto dicho, la sugerencia de una adaptación en la manera de cómo se realizan las tareas en las empresas o de cómo se llevan los productos o servicios a los clientes con el uso de las nuevas tecnologías que tienen como base mantener la identidad o ideología de toda la vida, es factible para las empresas que cuentan con estructuras y estrategias que permitan un reajuste que no implique grandes esfuerzos o cambios radicales en los procesos internos y que sobre todo fomenten la mejora continua.

Por otro lado, la transformación implica, en muchos casos, la reconsideración de cómo una empresa crea valor hoy y se espera que lo cree en el futuro. Se necesita pensar en grande, ya que un crecimiento exponencial no es suficiente para ganar en el mundo de los negocios actuales. Una transformación tendrá siempre un enfoque de crecimiento sostenido frente a los modelos disruptivos casi constantes, y para esto es necesario una reinención ágil e inteligente.

Cuando una empresa da paso a una transformación es por que ya ha definido una ambición audaz que va más allá de buscar un lugar en el mercado a largo plazo, siendo esta la decisión de rediseñar sus modelos de negocios, operativos e incluso de marketing para ofrecer un valor de innovación que atraiga no solo a clientes, sino que se posicione como una empresa que busque, atraiga y motive a los mejores prospectos que trabajen en ella.





¿Adaptación o transformación? En conclusión, se puede referir que la adaptación se orienta a empresas que no solo están cómodas con sus modelos actuales, sino también que éstos cuentan con la flexibilidad que les permite agregar, eliminar o actualizar procesos o métodos de cómo realizar una acción no solo interna, sino con los clientes y el mercado.

Mientras que la transformación es un proceso que muchas veces puede considerarse tajante, ya que una vez tomada la decisión implica (al menos en la mayoría de casos) un cambio total de procesos internos, para buscar un posicionamiento sostenido con estrategias bien pensadas que la sitúen con un mejor valor en el mercado.

(POR AMEIS LECTORES, A.C.)



ACANE
Academia de Negocios

**Expertos en
entrenamiento
en ventas,
servicio al cliente
y liderazgo
comercial**

CAPACITACIONES
VÍA **zoom**
Y PRESENCIALES

Servicio en toda la
República Mexicana

www.acane.com.mx
contacto@acane.com.mx

Plaza del Botánico, Calle Carlos Líneo #1997 Int. 204,
Col. Chapultepec, C.P. 80040. Culiacán, Sinaloa.

MEGATENDENCIAS 2021

¿Tu empresa está preparada?



El año 2020 ha sido de retos para todas las empresas a escala global y ha llamado a nuevas tendencias que no se esperaba que por fin tuvieran el visto bueno hasta en un par de años más. Esto es un paso fuerte de cambio en la manera en que el público consume y es atraído por el contenido.

Con solo unas pocas semanas para finalizar el año, ya se visualiza el tipo de contenido y las estrategias que girarán en torno a ello durante 2021. Estar al tanto de las nuevas

tendencias es una carta muy útil para impulsar empresas y negocios, destacándose entre la competencia con la posibilidad de innovar en estrategias publicitarias de productos y servicios.

Con el marketing digital como elemento imprescindible para cualquier estrategia de ventas que cada día rompe más la barrera entre las redes sociales y el comercio en línea, éstas primeras se han convertido en escaparates para conectar con el cliente

de manera más directa, siendo ellos el punto de atención.

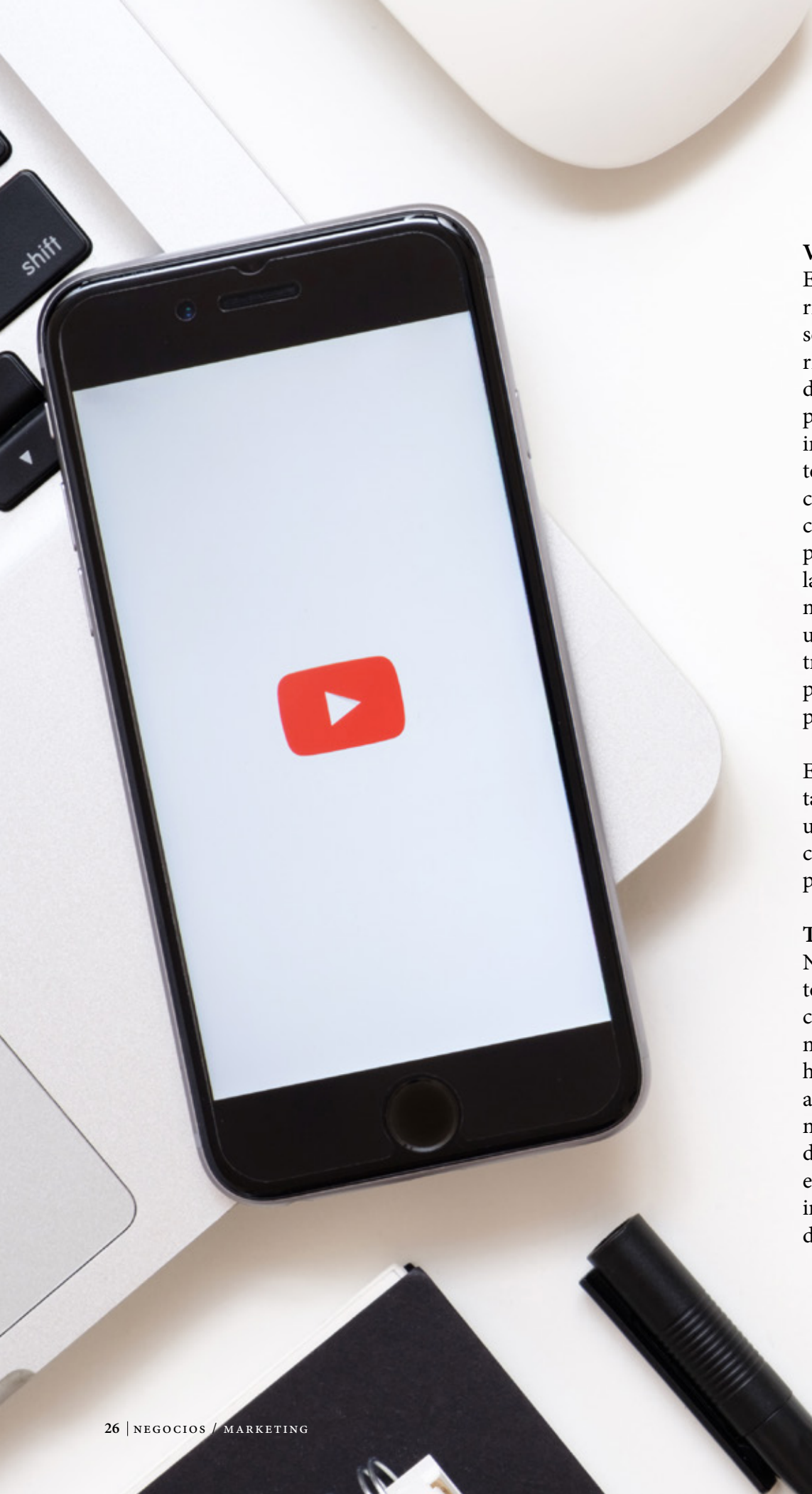
Las siguientes son las herramientas, prácticas y tipo de contenido que se espera que las empresas y agencias publicitarias busquen explotar el próximo año:

Influencers

A pesar de que en años anteriores se miró cómo personas con un gran número de seguidores recomendaban productos y servicios

de marcas en específico, este año fue donde se notó una explosión de ello, y se espera que las marcas no se detengan en la inversión de este tipo de estrategias el siguiente año.

Esto debido a que el contenido creado por *influencers* es más cercano y va respaldado de la confianza de sus seguidores; estas personas seguirán siendo contratadas para posicionar marcas, recomendar productos y servicios e incluso representar campañas para conectar directamente con su público.



Videomarketing

El contenido publicitario en formato de video se ha convertido de herramienta estándar a una de las más efectivas para promocionar marcas en internet; su éxito se extendería durante mucho tiempo a causa de la cancelación de eventos presenciales este año por la pandemia; muchas marcas han encontrado un buen recurso con las transmisiones en vivo para presentar un nuevo producto y aclarar dudas.

El uso de esta herramienta va más allá de viralizar un video; su propósito es captar o atraer clientes potenciales para la marca.

Tiktok y videos verticales

No se esperaba que el éxito del video vertical para contenido de entretenimiento tuviera un éxito hasta tal vez el próximo año, pero con el incremento de personas usando Tiktok muchas marcas, empresas o negocios han iniciado con la creación de su propio contenido



Son parte de tu empresa,
protégelos desde:

\$2.33
diarios

PLAN SALUD

GASTOS MÉDICOS

SERVICIO PREMIUM

SEGURO DE VIDA

WWW.SEGUPROMEDICO.COM/MEMBRESIAS-PROBENEFITS

CONTACTO@SEGUPRO.COM.MX | 800 099 9000



para crear video de entretenimiento, informativos o incluso tutoriales de cómo usar o reutilizar ciertos productos.

Además de que no se puede omitir que los usuarios crecieron increíblemente rápido contando con millones de seguidores que ya comienzan a facturar promocionando marcas como lo mencionamos. A pesar de que Instagram tiene su propio sistema llamado Reels, el video vertical ha llegado y por fin ha conseguido el gusto bueno para el público en general que antes solo se limitaba a consumir contenido que lo obligaba a girar un poco en su celular.

Entre otras tendencias, se espera que las compras por medio de *in-mail*, que serían compras por medio de un correo propio de *e-mail marketing*, pueda alcanzar su auge si éstas van respaldadas de la confianza del cliente, siendo este un método para llegar a las personas que no conocen a la empresa o personas que no la siguen en redes sociales.

(POR AMEIS LECTORES, A.C.)



4 beneficios de usar video marketing

Ayuda a recordar mejor la marca

Los videos que impactan en los usuarios y que generan algún tipo de emoción en ellos, son los más fáciles de recordar para el usuario.

Los videos son más fáciles de consumir

Por lo general, los usuarios preferimos ver un video que leer un artículo, ya que nos resulta más comodo y atractivo.

Te ayuda a llegar a más usuarios

YouTube es el segundo buscador más utilizado, imagina el potencial de usuarios que pueden ver tus videos.

Mejora tu posicionamiento

Un buen video puede colocarse en los primeros resultados de Google. Puede posicionar tus servicios o productos mediante videos.



Fuente: www.adveischool.com

VALORES DE ÉTICA EMPRESARIAL QUE ACOMPAÑAN AL ÉXITO



Cada vez más los consumidores y el público en general empiezan a darle mayor importancia al comportamiento de las empresas antes de tomar la decisión de adquirir sus productos o servicios, y hoy día si una empresa o negocio quiere tener éxito que perdure no solo puede apostar a la venta y generar alguna ganancia, ya que ahora es necesario apostar por el desarrollo de valores éticos fundamentales dentro de la empresa que puedan ser inyectados en los colaboradores y aportar un valor a la sociedad.

La ética empresarial gira en torno a todos los valores, principios y normas que se reflejan en

la cultura de la empresa, haciendo que este código de ética se replique en el día a día para influir en la productividad de la empresa como en la relación con los clientes, proveedores y colaboradores de la misma, todo con la meta de ejercer un bien común hacia la comunidad en general.

Las empresas que manejan un código de ética empresarial y promuevan sus valores atraerán y retendrán a los mejores talentos, a la vez que crean un ambiente laboral seguro para todo el personal logrando así una mayor confianza en los consumidores, que se traducirá en un incremento en la rentabilidad de la empresa.

- **Transparencia y honestidad**

Una comunicación transparente con clientes y proveedores, con cuentas económicas claras a las que el público pueda acceder, potenciará la confianza dentro y fuera de la empresa, sin olvidar el trato y la comunicación con los colaboradores convirtiéndolos en pilares importantes que reflejarán el compromiso que tiene la empresa en lograr un impacto positivo en la sociedad.

- **Fomento de la creatividad**

Dar paso a la creatividad y escuchar la idea por parte del personal para mejorar el rendimiento de la empresa es fundamental para lograr una mayor productividad, rentabilidad y competitividad frente a la competencia, ya que estimular el desarrollo de ideas hará no solo que se aproveche el talento en la organización, sino que atraerá nuevo y tarde o temprano se daría a conocer el ambiente laboral que se vive ahí mismo, haciendo más atractiva la empresa.

- **Respeto por el medio ambiente**

Toda empresa tiene un impacto ambiental, por impacto energético, emi-





siones de gas o ruido, así como una producción de desechos. Es por eso que entre los valores éticos debe estar contemplado proteger la naturaleza, siendo uno de los que más causa interés en las comunidades y el público en general. La implementación de programas que fomenten el reciclaje y una inversión del presupuesto para disminuir el impacto ambiental son solo algunos de los ejemplos de prácticas en las empresas más prósperas y que son aceptadas por el público en general.

• **Responsabilidad social**

Sin ser el menos importante de ellos, el compromiso de las empresas con la sociedad contribuirá a mejorar las condiciones de vida en la zona donde éstas se han establecido; con iniciativas que impulsen el crecimiento de dicha comunidad, no solo logrará una mejor y rápida imagen positiva a rango local, sino que aumentará la confianza con dicho público, que incluso se fideliza con una marca, producto o servicio, sintiéndose identificado con ellos.

(POR AMEIS LECTORES, A.C.)

¿Un departamento de calidad es necesario?

Conócelo



Hoy día, todas las empresas deben contar con estándares de calidad elevados porque de no tenerlos perderían una gran ventaja ante su competencia; garantizarlo no solo radica en una normativa que todas las empresas deben cumplir, sino también en mantener y elevar la satisfacción de los clientes y los empleados de la organización, logrando así ser más competitivas y rentables.

Un departamento de calidad es imprescindible, ya que se encarga de verificar el cumplimiento de las normas y políticas en la em-

presa, adaptarlas y aplicar los estándares de calidad impuestos por la misma bajo condiciones específicas de la organización de los productos o servicios que ofrece, además de agregar criterios para su adecuada supervisión.

La responsabilidad de la satisfacción que tendrá el cliente por los productos o servicios caerá sobre este departamento, ya que además de verificar el funcionamiento o la garantía de satisfacción que se le da al cliente también supervisa los procesos para que esto

se lleve a cabo para presentarse al mercado, agregando también la reducción de costos sin pérdida de calidad, sin limitarse a una sola área, extendiendo su supervisión en todos los departamentos de la empresa.

El estudio de un marco normativo forma parte de su trabajo también, encargado de aplicar la norma ISO 9001 de la Organización Internacional para la Estandarización, la cual establece los requisitos en un sistema de gestión de calidad en las empresas y organizaciones. Así, dando este sello de confianza a los consumi-

dores para convencerlos de adquirir sus servicios o productos.

La dirección y manejo de los proyectos de innovación es uno de los roles donde solo el departamento de calidad puede ser el protagonista con base en la cultura de la innovación empresarial, ya que participa de manera activa en los procesos de diseño, promoviendo una mejora continua, aportando soluciones prácticas y novedosas que respeten la norma de calidad que rige en la empresa sin afectar la calidad del producto final.



La formación de empleados va de la mano con el cumplimiento de la normativa del sistema de gestión de calidad; es crucial que los colaboradores no solo la conozcan, sino que la apliquen para estar bien capacitados, encargándose de que el personal posea los criterios de calidad en la empresa.

La administración y gestión de documentos también será por parte del departamento de calidad, siendo éste quien lleve todo el tema jurídico y legal relacionado con los procesos de

calidad, garantizando que todos los requisitos y la documentación estén en regla, así como será su rol realizar los análisis de control de riesgo y gestionar programas para la óptima inspección de calidad.

Con lo dicho, este departamento es clave para crear los procesos que lleven a la optimización de un producto, así como el incremento de productividad en la empresa para aumentar la competitividad con un producto óptimo y con el riesgo mínimo de procesos.

(POR AMEIS LECTORES, A.C.)

VICON
CALL CENTER

Atraemos, mantenemos
y multiplicamos a
tus clientes

**SERVICIOS DE
CAMPAÑAS TELEFÓNICAS**

Ofrecemos soluciones en sus procesos de negocio utilizando recursos humanos especializados y tecnología de punta a través de soluciones totalmente integradas, creando trajes a la medida de nuestros clientes.



TELEMARKETING
(proceso cierre y venta)



CAMPAÑAS
PROMOCIONALES



REPORTES DE
SEGUIMIENTOS

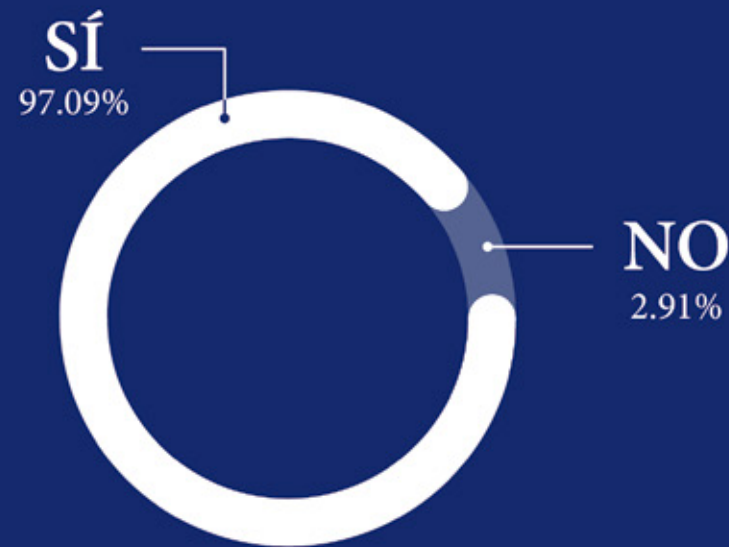


DUDAS Y
SUGERENCIAS

¿ES ÚTIL LA NORMA

ISO 9001?

¿Crees que las empresas se benefician al implementar la norma ISO 9001?



Entre el **63%** y el **77%** de las empresas cree que la norma ISO 9001 tiene un gran impacto en la empresa, independientemente de su tamaño o actividad principal.

MIENTRAS QUE

Entre el **2.3%** y el **3.3%** de las empresas cree que la norma no añade ningún valor a la empresa.

¿Qué clase de beneficios genera la norma?



LIDERAZGO LAISSEZ-FAIRE; confiando en tu equipo de trabajo



Con el liderazgo como pieza esencial que une el trabajo del personal con las necesidades de los clientes, es importante recordar que éste no solo se determina por la eficiencia o productividad que tiene su equipo de trabajo, sino también en cómo estos mismos se sienten dentro del equipo, así como su satisfacción laboral.

Todos los líderes de proyecto asumen este cargo de diferente manera, asumen un estilo que más se adapte a ellos mismos, pero entre todos esos estilos hay uno que se adapta a los integrantes del equipo con poder y decisión propia.

El liderazgo *laissez-faire* tiene como objetivo contar con un equipo que pueda trabajar de manera independiente sin que haya una persona a cargo, o sin que el líder tenga que intervenir de manera constante en los proyectos. Este último toma un rol más centrado en las necesidades del cliente brindándole mayor atención y seguimiento.

A diferencia de los líderes que buscan la opinión de los integrantes del proyecto para la toma de decisiones, este tipo de liderazgo brinda independencia operativa al equipo y permite que tomen decisiones importantes.



- **¿Cuándo se puede realizar esta práctica?**

La práctica de este liderazgo se mira muy a menudo en empresas autónomas donde no es necesario que el líder esté presente para la toma de decisiones, los empleados trabajan con menos presiones y generan sinergias con otros miembros del equipo, así como en equipos creativos que ponen constantemente su competencia.

Cuando se dispone de un equipo que cuenta con gran experiencia en organización y desarrollo de competencias, está a su nivel máximo para garantizar la toma de decisiones adecuadas.

- **Requisitos**

Pero para lograr todo esto es necesario contar con un equipo experimentado y capacitado que pueda trabajar de manera independiente, que los empleados estén muy comprometidos con la empresa y que tengan una real motivación que garantice la entrega de proyectos, así como colaboradores capaces de asumir responsabilidades.

Aunque este modelo de liderazgo pueda levantar la ceja de más de uno, no hay que olvidar que debe existir un orden que lleva a que cualquiera de éstos funcione de la mejor manera, siendo siempre la experiencia y el conocimiento los que estén acordes a las decisiones para no perder la disciplina y cumplir con la meta objetiva.

Steve Jobs decía que no es demasiado inteligente contratar a los mejores profesionales en diferentes áreas y decirles cómo deben realizar sus tareas.

(POR AMEIS LECTORES, A.C.)

LÍDER

LAISSEZ-FAIRE

Como indica su nombre en francés, este líder «deja hacer» libremente a los miembros de su equipo.

- 1 No ejerce control ni motiva a su equipo
- 2 Delega tareas en sus trabajadores
- 3 Se limita a definir el objetivo pero no cómo cumplirlo



PROPÓSITOS DE AÑO NUEVO para empresas exitosas

A pesar de que los propósitos de Año Nuevo suelen ser más personales, es indudable que lo personal se une con lo profesional, y las empresas deben contar con sus propias metas y objetivos para el año entrante con el propósito incluso de ayudar a desarrollar a sus colaboradores sus metas, llevando del nivel profesional al personal.

Lo ideal sería pensar que todo el personal de la empresa busque o entienda qué es lo que se necesita para optimizar su funcionamiento, definiendo objetivos y metas a lo largo del año, siendo una práctica que todas las organizaciones tienen que seguir. Pero a pesar de que el Año Nuevo con una variedad de propósitos marcados, es normal que esa motivación se

pierda luego de unas semanas; por eso es importante establecer pequeños objetivos a corto plazo que den ese impulso de motivación y ayuden a generar un objetivo más grande.

A continuación, se enlistan algunos propósitos que toda empresa próspera sigue para continuar no solo con esa motivación de inicio de año, sino para garantizarlo durante el resto del mismo.

• Fortalezas y debilidades de la empresa

Año Nuevo significa para muchas empresas un análisis nuevo, el estado de las necesidades de los clientes y cómo se ha convertido el consumo durante el año pasado; es importante para saber y detectar qué y por qué no alcanzó

el éxito esperado, así como explotar una estrategia que funcionó más allá de lo esperado y que superó las expectativas para realizar de nuevo. Y con todo esto se podrá detectar o llevar un poco más allá el estudio para saber cuáles son los puntos fuertes y débiles de la empresa.

- **Planificación de acciones**

Las empresas no esperan hasta el último minuto; empiezan a plantearse objetivos incluso desde meses antes de un evento o del lanzamiento de una campaña para decidir qué estrategias utilizar o buscar nuevas para definir cuáles son más importantes y prioritarias dentro y fuera de ellas. Una buena organización es clave porque ayudará tanto a líderes como al personal a ser más eficaces y evitar pérdida de tiempo o errores al ejecutarlas.

- **Fidelizar a los clientes**

A la vez que es importante aumentar el número de clientes, es imprescindible lograr que se fidelicen con la marca para hacer que la empresa o negocio se vuelva más rentable; para lograrlo, es necesario revisar o crear una política de ventas que ayude a que esto suceda, con plazos y métodos de pago nuevos, políticas que garanticen la calidad o devolución de los productos de algún imperfecto, además de todo aquello relacionado con el cliente para que nunca tenga una experiencia negativa.

- **Cuidar al personal**

No solo se habla de dar un espacio donde los colaboradores se encuentren en confianza y puedan desempeñar su trabajo de la mejor manera, sino también de reconocer el mérito





de quienes han demostrado su esfuerzo a través de los años.

Además de reconocer sus necesidades y expectativas para mantener la confianza en cada uno de ellos para que se sientan parte de la empresa. Es por eso que muchas empresas toman como uno de sus propósitos principales el desarrollo de planes formativos dentro de las empresas y tener personal más capacitado y comprometido.

• **Renovación de material y equipo**

Es importante renovar tanto el material como el equipo con el que se trabaja en las empresas, ya sea tecnológico, inmobiliario o de papelería, pues las empresas que no le dan importancia a estos puntos empiezan a notar una baja en su rendimiento laboral que va más allá de una falta de motivación por que los equipos son obsoletos o no contribuyen a que las tareas se lleven en un tiempo más óptimo, haciendo que los objetivos de los proyectos y la empresa no se cumplan como tales.

Esta inversión ahorra tiempo, además de productividad, y se convertirá en rentabilidad a muy corto plazo en comparación con lo que puede ocasionar no hacerlo.

Todas las empresas deben tener objetivos y metas alcanzables, pero para ello es necesario contar con propósitos que se comprometan con la visión y misión de la misma, así como del personal que se encargará de estas labores.

(POR AMEIS LECTORES, A.C.)



RESIDENCIAL



MINIPYMES



COMERCIAL



INDUSTRIAL

Invierte en un sistema fotovoltaico (paneles solares) y **ahorra hasta un 99% en tu recibo de luz.**



Aumenta el valor de tu casa y/o compañía



Ahorro de hasta el 98% en tu consumo de energía eléctrica



Recuperas tu inversión en poco tiempo



No te preocuparás por incremento en tarifas de electricidad



Deducible de impuestos



Ayudas al medio ambiente

RECUPERA TU INVERSIÓN
HASTA EN DOS AÑOS

INSTALAMOS EN TODA LA
REPÚBLICA MEXICANA



Greengy
ENERGÍA INTELIGENTE

Contamos con un plan de financiamiento **a tu medida.**

OFICINAS:
CDMX • TIJUANA • CULIACÁN • GUADALAJARA
QUERÉTARO • MONTERREY • MÉRIDA

Llámanos al  800 099 2222

 GreengyMx

 www.greengy.com.mx

 ahorra@greengy.com.mx





Orientando negocios hacia el fin de año

El fin de año es para un gran número de empresas y negocios un periodo de cierres y renovaciones según los objetivos establecidos en el inicio de él; más precisos: en los meses de noviembre y diciembre es cuando se repasan los resultados y luego planificar los del siguiente.

Pero no hay que olvidar que todas las empresas se encuentran en constante operación, no dando ni un paso de ventaja a la competencia. Es por eso que no hay que olvidar la temporada en que nos encontramos y orientar a la empresa o negocio a un modelo que brinde mayor beneficio en esta época del año, sin dejar de lado la inyección de motivación a los colaboradores.

Algo que se puede aprovechar sobre el camino y que ahorra tiempo es conocer los resultados de ventas en ciertos

productos para optimizar las ganancias o recuperar un poco de la inversión que no se obtuvo al lanzamiento en mercado por medio de descuentos o promociones de productos almacenados o de servicios.

Los consumidores no solo comprarán regalos; también ropa y calzado para estas fiestas aptos para el clima, comida y decoraciones especiales de la temporada estarán de la mano en todo esto, así que pensar sobre qué tipo de productos diseñados para estas épocas se pueden vender será una muy buena idea, y si se hace una venta por medio de una tienda en línea no hay que olvidar que ofrecer un envío rápido es esencial para concretar su venta.

Promociones y concursos tienen su propósito, ya que, además de entretener, incentivan las compras sobre productos o



A final de año es cuando las personas se solidarizan más, dando parte de su dinero a obras de caridad a las empresas que realizan algún tipo de labor social, las cuales, a pesar de no contar con un beneficio financiero, tienen una muy buena imagen. Sostener una responsabilidad social durante estas épocas y darlo a saber a sus clientes no es para un beneficio propio, sino para que los consumidores sepan que al momento de comprar o contratar un producto o servicio están ayudando a una buena causa. La recolección de ropa o juguetes dentro de la empresa es una excelente idea también.

Por último, hay que recordar que muchas marcas a lo largo de los años han sabido aprovechar estos últimos meses del año de la mejor manera, pero su planeación viene incluso desde mediados del mismo para consolidar el éxito de sus campañas, o simplemente brindar una experiencia que solo pueden vivir con ellos en estas fechas, como lo es en el caso de Starbucks, que cada año cambia el diseño de sus vasos o empaques, además de ofrecer productos solo por esa temporada.

(POR AMEIS LECTORES, A.C.)



servicios específicos con la promoción por medio de redes sociales, que para este punto ya debería contar con toques orientados a las fiestas de fin de año; ello impulsará a lograr mayor alcance y dar un plus de éxito a estas promociones para llegar a más público y, a su vez, una mayor atención de futuros consumidores.

Una época donde la unión familiar y los buenos deseos estarán a flor de piel dan un paso a que las empresas también busquen conectarse con el público en general. Con esto dicho, el

uso de una campaña emocional o de pequeños obsequios acompañados de un mensaje emocional generarán empatía con los clientes haciéndolos sentir apreciados.

Felicitar o dar tus buenos deseos al público en general es una buena idea, y hacer lo mismo con los clientes que ya se tienen por medio de un mensaje más personalizado es aún mejor. Expresar los buenos deseos de la empresa o negocio hacia ellos durante los días especiales como Navidad y Año Nuevo fortalece la fidelidad, además de que humaniza la marca.

AÑO NUEVO ¿BRANDING NUEVO?

¿Resulta conveniente transformar enteramente la identidad de marca?
Responde estas cinco preguntas y sabrás cuándo sí y cuándo no.

Fuente: Merca 2.0



1

¿El consumidor ha evolucionado?

En casos como este, si es factible la transformación de la marca. Deberás detectar cómo se han transformado los hábitos de consumo del público hacia un producto y marca.

3

¿La marca ha cambiado?

Todas las marcas tienden a evolucionar con el paso del tiempo y transforman sus objetivos. Si aprendes a identificar esos cambios, realizarás un mejor proceso creativo renovador.

2

¿La competencia se ha transformado?

Es necesario observar de manera permanente qué es lo que realiza la competencia directa e indirecta de la marca, pero no caer en sus errores ni imitar sus aciertos.

4

¿Cambiaron los productos de la marca?

A veces, la esencia de una marca no se transforma, pero seguramente sí lo harán sus productos. Un buen rebranding debe proyectar la innovación en la oferta de una marca.

Empresa a la vanguardia

Hoy día, muchas empresas se enfrentan a un reto necesario de superar para obtener el mayor provecho en la competencia del mercado: la capacidad de adaptarse a las nuevas tecnologías, así como a los intereses de los clientes, poniendo a prueba su cultura de innovación.

La adaptación de modelos orientados al uso de nuevas tecnologías no solo es indispensable para que las organizaciones alcancen un punto óptimo de productividad, sino que también demuestren ser capaces de seguir en la competencia del mercado con un puesto relevante en él y difícil de superar, dando paso a que más y mejores proveedores se

acerquen a ellas, sin hablar de que las empresas buscarán una alianza que logre el impulso y beneficio mutuo que mucho antes no se consideraban con modelos tradicionales.

Por esto mismo, muchas corporaciones buscan la implementación de nuevas herramientas tecnológicas acordes a su visión y misión, tanto de manera interna como externa, con la finalidad de brindar mejor servicio a sus clientes y atraer a más consumidores para lograr un crecimiento exponencial.

A pesar de disponer de un gran número de herramientas tecnológicas al alcance de las



empresas, no significa que todas deban usarse para buscar un mejor desempeño, pues para esto es necesario un análisis previo.

Por ejemplo, el uso del término 'Big Data' ha adquirido mucha relevancia hoy día debido a que las empresas no se están limitando a la recolección de datos por los usuarios y clientes, ya que éstos al interpretarse de la mejor ma-

nera se vuelven conocimiento que les ayude a mejorar sus estrategias de negocios o ser la base para crear una campaña publicitaria que busque repuntar las ventas de cierto producto o servicio.

Pero para esto es necesario que se cuente con una persona a cargo de la recolección e interpretación de ella, ya que a pesar de que

PROTEGE A TU FAMILIA CON UN
SEGURO DE GASTOS
MÉDICOS MAYORES

SEGURO DE AUTO | GASTOS MÉDICOS | VIDA EDUCACIONAL | DAÑOS CASA HOGAR

Monterrey · Culiacán · Torreón
 800 099 9000
 contacto@segupro.com.mx

segupro.com.mx



muchas empresas o negocios cuenten con una gran cantidad de información no pueden utilizar una buena parte de los datos de los clientes para convertirlos en información valiosa.

Hoy prácticamente cualquier empresa se puede considerar tecnológica, en la medida en que la innovación es fundamental para su crecimiento sin importar su rubro. Tomamos un ejemplo que para muchos podría parecer muy alejado, la industria de la agricultura. Incluso ésta ya experimenta con la aplicación de datos obtenidos por análisis de suelo y clima para decidir con mayor precisión qué tipo de semillas deben plantarse, cuándo hacerlo e incluso cómo cultivarlas para tener mayor producción.

Con todo esto, no debe olvidarse que todas las empresas buscan un beneficio, y que a pesar de que se encuentran en una lucha constante con la competencia, también hay quienes buscan una alianza con otras organizaciones, siendo las de rubro específico con la tecnología o que se hallan cerca de ella las más buscadas para ampliar su beneficio.

(POR AMEIS LECTORES, A.C.)

APLICACIONES DEL BIG DATA

¿Qué es Big Data?

Son grandes volúmenes de datos que surgen a enorme velocidad desde múltiples orígenes y con distintos formatos.

¿Para qué sirve el análisis del Big Data?

Recaba toda la información disponible y la convierte en conocimiento.
Profundizar en las preferencias del consumidor.
Personalizar las acciones de marketing.

Economía y sector financiero

Captar tendencias económicas

El sector bancario puede inferir a través del análisis de los movimientos de las tarjetas de crédito cómo va a evolucionar la economía.

Prevención y detección del fraude

Plataformas de pago online identifican patrones de actividad fraudulenta en las operaciones que registran para crear alertas y permitir una detección precoz.

Smart cities y energía

Eficiencia y ahorro energético

Con datos procedentes de contadores inteligentes de los usuarios y con datos sobre variables meteorológicas se puede optimizar la producción de energía y maximizar el uso de energías renovables.

Medición del tráfico

Proporcionar a los usuarios información sobre dónde tienen más plazas libres para aparcar analizando los datos que emiten los sensores de aparcamiento instalados en una ciudad para reducir tiempos y contaminación.

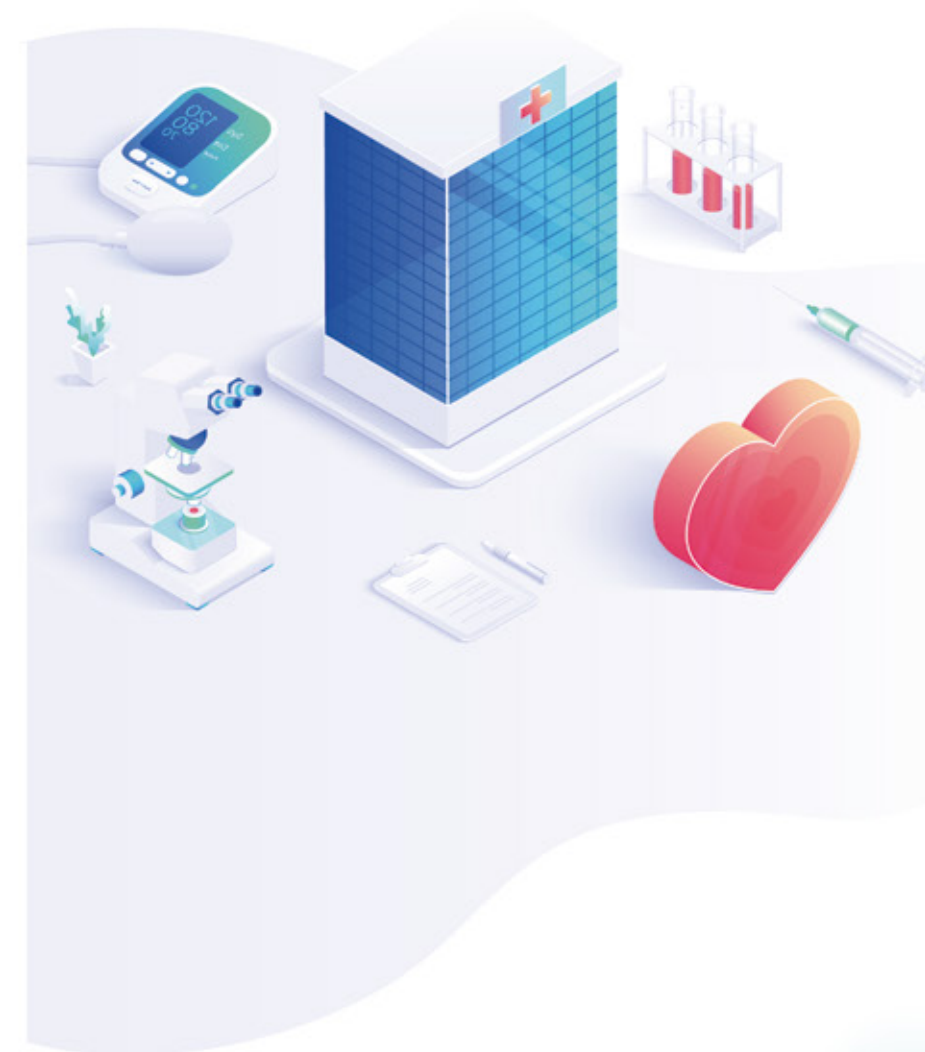
Sociedad y salud

Prevención de catástrofes naturales

Los científicos pueden analizar datos históricos de variables como la temperatura, la presión atmosférica o la nubosidad para predecir con mayor rapidez y exactitud la magnitud de un huracán y el rumbo que va a tomar.

Prevención sanitaria

La secuenciación del genoma humano produce gran cantidad de datos que los científicos pueden analizar para hacer más fácil, barata y rápida la investigación de enfermedades.



CÓDIGO DE CONDUCTA

Conoce el cómo y por qué aplicarlo en tu empresa



Empresas tanto respetables como exitosas cuentan con principios éticos que suelen referirse no solo a la protección de los derechos, sino también a los medioambientales y prácticas que promuevan un entorno saludable entre los colaboradores.

La importancia de esta declaración formal en las empresas está promovida tanto en los líderes de proyectos como en los

gerentes y socios de las empresas, los cuales guían a los colaboradores a una conducta óptima y de bienestar en su área de trabajo.

Estos últimos adquieren los valores y estándares éticos con los que se guía la organización; el primer paso es crear o desarrollar futuras normas en términos de Responsabilidad Social Corporativa.

Los códigos de conducta deben contener una serie de elementos fundamentales para que sean en realidad efectivos en los esquemas de cumplimiento normativo, ya que ésta sería la regla máxima de la empresa que girara en torno a ella para crear conductas permitidas y sancionables.

No debe olvidarse que no hay un código de conducta estándar y que no puede basarse en

otros documentos similares o de otras empresas, ya que cada uno está elaborado tanto para su rubro como con los valores que radican en sus productos o servicios; entre más alejado esté de los objetivos, misión y visión de la organización, más difícil será demostrar su cumplimiento.

Identificar las claves que los definen es solo el punto de partida, ya que si hay un desarrollo



erróneo puede generar riesgos y desorden en el día a día de la empresa:

- **Liderazgo con compromiso**

Es esencial que las personas con un puesto de liderazgo se comprometan a cumplir el código de conducta con mayor atención, ya que se convertirán en los modelos a seguir y ser promotores de la conducta esperada por los colaboradores. No hacerlo, implicaría una contradicción, perjudicando la eficiencia del sistema, además de volver difícil comunicar el mensaje deseado y hacer que se pierda la credibilidad de los directivos.

- **Valores a transmitir**

Cada empresa u organización es única, cuenta con su objetivo, visión, misión y valores que forman parte de su identidad corporativa; estos son elementos que se transmiten y se busca desarrollar en los empleados para generar un sentido de pertenencia a la empresa, haciendo que ese sentimiento esté acorde con el cumplimiento normativo, por lo cual el desarrollo de valores será fomentado en el código de conducta.

- **Bloques normativos**

La empresa está ligada a cumplir normas en

distintos bloques, los cuales cambian según su actividad, implicando que el código de conducta considere las obligaciones legales de la empresa para llevarlas a una estructura coherente con los valores, las conductas esperadas y prohibidas.

- **Conductas permitidas**

Como el punto lo indica, incitar a las conductas esperadas en los colaboradores o el personal de la empresa debe ser evidente, y aunque no se puedan prever todas las situaciones, sí se debe establecer un campo general que busque su desarrollo por medio de políticas y manuales.

- **Conductas prohibidas**

La contraparte del punto anterior establecerá un marco general de conductas rechazadas y que en ningún caso serán toleradas; en caso de existir, se actuará con una sanción. Se trata de un elemento esencial que, más allá de establecer un límite, advertirá que la empresa está separada de ciertas conductas.

- **Especificar un área responsable**

A nivel interno, la empresa debe facilitar en el código de conducta la información suficiente del área responsable y los procesos que se implementarán para que éste cumpla,



con la canalización de éste, un punto abierto para los colaboradores donde aclaran sus dudas o establecer queja sobre algo que no es correcto.

• **Compromiso voluntariado**

La última clave para incorporar en el código de conducta son las obligaciones derivadas de compromisos voluntarios que pueden venir de su responsabilidad social corporativa que estén de acuerdo con la comunidad, ya sea con compromisos sociales o que inciten al respeto del medio ambiente.

Aunque estas obligaciones no generan responsabilidad penal en contra de la empresa, ni desarrollan sus deberes asociados directamente con sus valores e identidad corporativa, es un elemento de gran valor y cuyo cumplimiento genera un impacto relevante a la compañía, no solo en lo legal, sino también a nivel de reputación y de manera financiera.

(POR AMEIS LECTORES, A.C.)



La mejor estrategia para hacer crecer su negocio,
es promover el desarrollo de sus colaboradores

Consultoría · Reclutamiento · Administración de nómina

CULIACÁN

Tel. (667) 285 4624
Tel. (667) 284 2197

TIJUANA

Tel. (664) 103 6079
Tel. (664) 902 0359

CDMX

Tel. (55) 7158 8922
Tel. (55) 7261 8492

QUERÉTARO

Tel. (442) 234 4166
Tel. (442) 253 9873



La importancia de los recursos humanos al final de año

El departamento de Recursos Humanos ha tomado cada vez mayor relevancia en las empresas. No solo es el área encargada de buscar nuevos talentos para que las corporaciones tengan a las personas más capaces en puestos importantes que incentiven a los demás con el ejemplo, sino que también se encargan de establecer e impulsar las metas de las empresas y de la motivación de cada uno de los colaboradores.

Tomando esto en cuenta, debemos mencionar que en estas fechas las personas de dentro y fuera de la empresa se sienten más conectadas con los buenos deseos, acercándose más a otras personas, y logrando que la empresa se conecte de manera emocional con ellas para dejar de lado la percepción de una corporación gris; es una labor importante para incentivar la motivación de cada colaborador, ya que esto da una buena imagen al momento de

que ellos mismos se expresan de su trabajo ante sus amigos o familiares.

Cada empresa debe contar con objetivos bien definidos para tener un camino a seguir que toda organización debe transitar. Dicho esto, la creación de un plan de recursos humanos exitoso a final de año será el manual a seguir para alcanzar las metas buscadas al siguiente año.

Los Recursos Humanos juegan un papel importante para el desarrollo de la productividad en estas fechas, cuando las empresas o negocios buscan obtener un mayor número de ganancias. Los colaboradores no quieren

sentir que al llegar a las oficinas el sentimiento de las fechas decembrinas queden atrás y solo vuelven a la hora de salida.

El impulso de cierre de fin de año puede depender incluso del plan contemplado para el siguiente, ya que un buen cierre da un gran paso de motivación hacia un gran comienzo.

Los encargados de Recursos Humanos también deben recordar sus propósitos en estas fechas. Por ejemplo, al ser una temporada donde los resfriados son más comunes o las solicitudes de vacaciones aumentan por encima de otras épocas del año. Siendo la flexibilidad un incentivo de confianza y fi-



delidad en los colaboradores, pero sin olvidar que no se pueden dar permisos a todos, ya que la empresa podría colapsar o dar la oportunidad a que los retrasos se presenten justo en la época del año donde más se necesita ser productivo. Es por eso que el uso de herramientas como el teletrabajo o el *smart working* pueden ser excelentes para una conciliación con aquellos a los que no se les puede aprobar unos días de vacaciones.

Como ya se habló en este artículo, no hay que olvidar lo que pasa afuera, refiriendo que a los empleados les gusta mucho el sentimiento cuando las fiestas decembrinas se acercan, o notar el primer adorno navideño en la oficina; esto, a pesar de que no se pueda apreciar de manera directa en los colaboradores, les brinda una experiencia donde la empresa también es capaz de sentir y adecuarse a las estaciones del año como ellos lo hacen, dándoles una mayor comodidad incluso cuando haya tareas que necesiten un poco más de tiempo más allá de su horario laboral.

(POR AMEIS LECTORES, A.C.)



ADIÓS MARKETING 2020

¿qué se queda y qué se va?

Hace algunas décadas, las tendencias de marketing eran totalmente para la radio y la televisión, donde el consumidor interactuaba muy poco. Pero hace algunos años esto se transformó. Con el avance de la tecnología cambió la manera en que las marcas llegan y ofrecen sus productos o servicios al público; ello significó un incremento exponencial al pasar los años.



La adaptación a nuevas herramientas que ayuden a interactuar mejor con los clientes es crucial para seguir siendo relevantes en el mercado.

El marketing y la publicidad han provisto a las empresas de nuevas tendencias que ayudan a que éstas sean no solo más conocidas, sino a ganar confianza y respeto en el mercado.

Pero nunca hay que bajar la guardia, ya que tomando en cuenta que un nuevo año está a la vuelta de la esquina es común que las empresas busquen nuevas estrategias innovadoras o que se adapten a las nuevas tendencias para que las ayuden a ser más relevantes.

Hay que tomar en cuenta que no solo debe medirse el éxito de las estrategias de la empresa o

negocio propio, sino también echar un vistazo a lo que hicieron las demás, sin importar si son la competencia directa o no.

El uso de nuevas redes sociales, como TikTok en todo 2020 es uno de los ejemplos más fuertes, o al menos más fáciles de destacar, ya que generó un cambio en la tendencia de consumo de contenido, con el video en formato vertical de corta duración, que incluso Instagram terminó por desarrollar por sí misma con *Reels* después de que Facebook se rindiera con Lasso.

Pero también debe considerarse que no solo al tipo de formato hay que darle una oportunidad, o al menos un vistazo, para ver si es correcta su implementación en nuevas estrategias para 2021; también hay que tomar en

cuenta la sustentabilidad con el medio ambiente, ya que el incremento de intereses por las familias y en el planeta han ido en aumento, siendo que las empresas gastan más tiempo y dinero afirmando ser «verdes» por medio de la publicidad.

Los usuarios además buscan un comportamiento, o al menos mirar acciones de las marcas o empresas, dejando a un lado los mensajes huecos o repetitivos que terminan no solo espantando a los consumidores, sino a odiarlos.

Las prácticas *storybrand* tienen un gran potencial para el año entrante, tanto que incluso la televisión podría retomar un poco la fuerza que ha perdido en los últimos años, con la predicción de que se podría realizar una inversión de lo que se gastó en toda la década de los noventa. Claramente será un momento emocionante para ver a los medios evolucionar con espacios y plataformas tecnológicas, como lo es en la industria del entretenimiento con Apple TV+, Disney+ y muchas más.

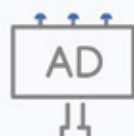
Por último, está claro que la pandemia hizo que surgieran muchas prácticas de las que no se estimaba su uso estándar hasta dentro de un par de años más, como las clases en línea, el teletrabajo y la confianza de las personas de adquirir productos en línea.

Esto dio un paso para que la conectividad fuera incluso más globalizada, y con la posible llegada de las redes 5G ayudarán a que el contenido llegue más rápido y con mejor calidad hasta los dispositivos móviles de las personas, lo que hará que todo mundo esté a la expectativa de lo que pueda ocasionar para obtener el mayor provecho posible. Estar atentos a ello se debería considerar una prioridad.

(POR AMEIS LECTORES, A.C.)



6 tendencias de marketing digital



Social ads

Las sofisticadas posibilidades de segmentación, los nuevos formatos de anuncios y el aumento de la confianza de los consumidores los convierten en una herramienta que mejora el ROI.



Apps de mensajería

Ya sea se utilicen para hacer SMS marketing o en su vertiente más publicitaria (WhatsApp lanzará los anuncios en 2020), las marcas pioneras jugarán con ventaja en un escenario poco saturado.



Mindful marketing

Los consumidores simpatizan con las marcas que se posicionan a favor de causas sociales y medioambientales. Las marcas deben hacerse más humanas en 2020 y adoptar compromisos reales.



Consumer generated content

Los usuarios más jóvenes no solo consumen contenidos, sino que lo generan. Esta tendencia puede ser aprovechada para tener presencia destacada fuera de los canales corporativos o de pago.



Experiencia publicitaria

El consumidor está cansado del exceso de anuncios, su irrelevancia y su carácter molesto e inoportuno. Pide publicidad nativa, *branded content* experiencias interactivas y recreativas.



Anuncios personalizados

Tecnología y data permiten conocer a cada usuario en detalle y servirle publicidad afín a sus gustos, intereses y necesidades. Experiencias dinámicas a partir de un uso predictivo de los datos.

PRESENTES EN CULIACÁN HERMOSILLO GUADALAJARA CAMPECHE



**MÉDICA
DE LA CIUDAD**
Calidad al alcance de todos



Suc. Culiacán: Av. Álvaro Obregón #1110 Norte. Col. Gabriel Leyva.
Tel: (667) 286 81 00

Hospital Médica de la Ciudad continúa expandiéndose en el territorio mexicano para brindarte la atención de calidad y a precios accesibles que mereces.

Recuerda que contamos con sucursales en Culiacán, Hermosillo, Campeche y Guadalajara. Contáctanos para mayores informes, nuestro personal está preparado para atenderte con las medidas sanitarias necesarias.

Tenemos especialidades tales como: pediatría, ginecología, medicina interna, cirugía general, traumatología, gastroenterología, urología, oftalmología, cardiología, cirugía plástica y neurología. Encuentra el especialista que necesitas.



Suc. Campeche: Carretera Lerma - Champotón
Km. 193, col. Country Club
Tel: (981) 818 16 99



Suc. Guadalajara: Pablo Valdéz #719
Col. San Juan de Dios.
Tel: (333) 883 10 80



Suc. Hermosillo: Blvd. Paseo Río Sonora
Sur #138, Proyecto Río Sonora
Tel: (662) 381 88 48

Av. Álvaro Obregón #1110 Norte, Col. Gabriel Leyva, Culiacán, Sinaloa. C.P.80030

Teléfono: 6672 86 81 00

WhatsApp: 6675 03 97 66

Entendemos las **necesidades de nuestros clientes** y les generamos valor a través de soluciones tecnológicas.

Somos una empresa de base tecnológica que apoyamos a las organizaciones a adoptar exitosamente la tecnología de información en beneficio del cumplimiento de sus objetivos de negocio.

SOLUCIONES



Infraestructura



Soluciones
E-learning



Financiamiento



Desarrollo de
software



Seguridad
Informática



Licenciamiento
de software

salutis  lite
Medical Software

Para El Médico de Hoy



bistroft
Sistema para comisarías

Nos concentramos en el
costo de producción

LEXIA
E-LEARNING, E-TRADE, E-LOGISTICS

Comienza ahora a mejorar la
rentabilidad y productividad
de tu empresa.



inroute
app
Gestión de transporte de pasaje

Una solución adaptada
para mejorar la logística
de tu negocio.

alert
by inroute

Una robusta plataforma para
Notificaciones de Alertas.



ANÚNCIATE EN NUESTRA REVISTA



Al momento de anunciarte, incluimos publicidad
en nuestros medios digitales.

revistamhempresa.com.mx / contacto@revistamhempresa.com.mx