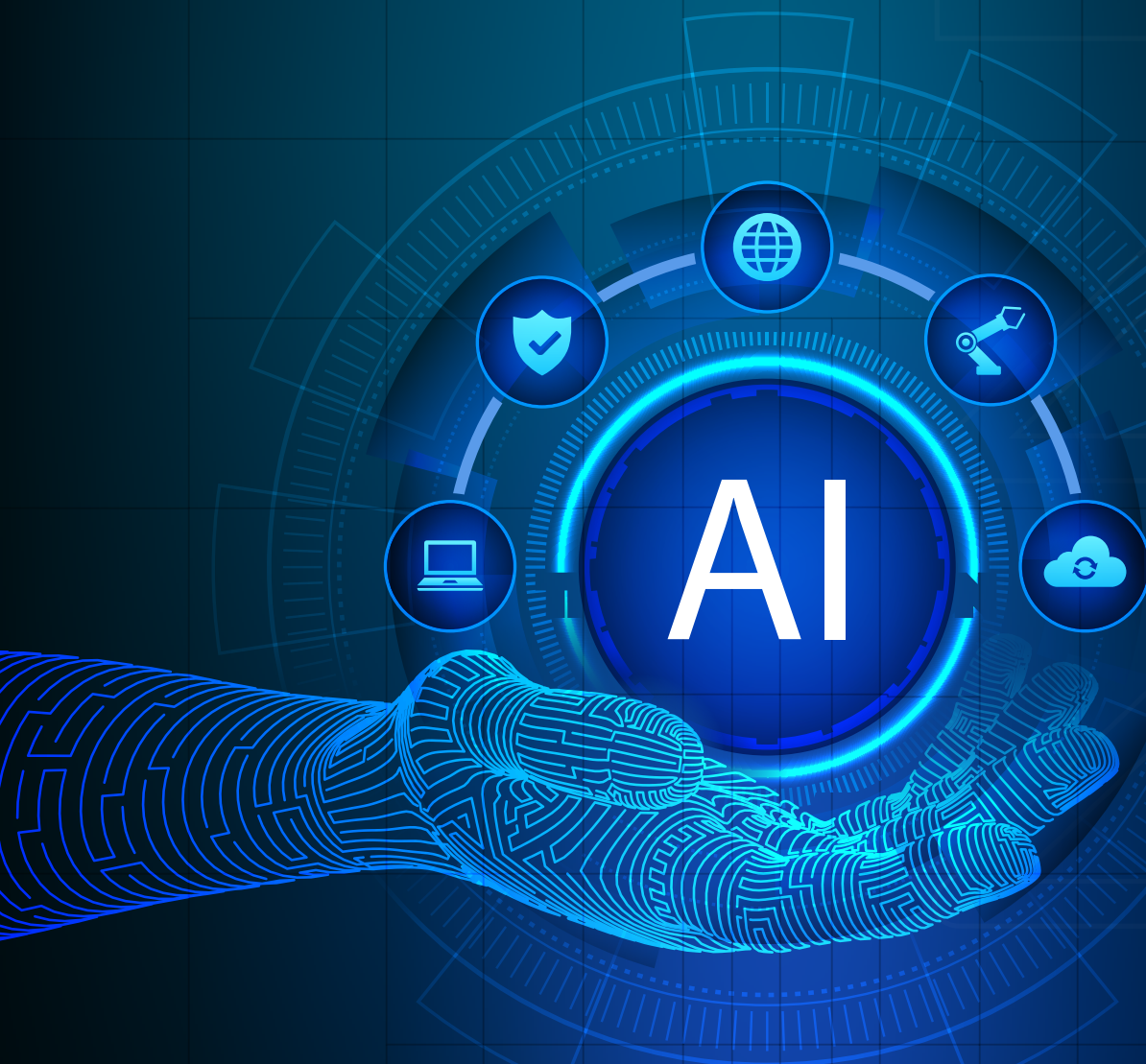


INNOVACIÓN



Innovar con sentido:

empresas que ponen a la persona y su familia en el centro.

Rosa Marta Abascal Olascoaga.
Vicepresidenta Nacional de COPARMEX.

IAG en la empresa mexicana: disrupción con rostro humano

Fernando Sánchez Argomedo.
Presidente de la Comisión Nacional de Innovación COPARMEX.

COMISIÓN DE INNOVACIÓN

Aguascalientes. Agosto 2025 / \$80

/ Mensaje



Mtro. Juan Carlos Soledad Pérez

PRESIDENTE DE COPARMEX
EN AGUASCALIENTES

Estimados socios y amigos de Coparmex:

Es un gusto saludarlos desde este nuevo espacio que impulsa nuestra Comisión de Innovación en Coparmex Aguascalientes. Reconozco y agradezco a cada uno de sus integrantes por su valioso trabajo en beneficio del ecosistema empresarial de nuestro estado. En especial, mi agradecimiento a Óscar Gutiérrez y a Christian Lomelí por encabezar y coordinar este esfuerzo.

Es un privilegio contar en esta primera edición con las colaboraciones de Rosy Abascal, Vicepresidenta Nacional de Responsabilidad Social Empresarial, y de Fernando Sánchez, presidente de la Comisión Nacional de Innovación, quienes fungen como padrinos de este importante proyecto.

Qué mejor manera de comenzar esta primera edición que vinculando la innovación con la responsabilidad social empresarial. Innovar no debe ser únicamente sinónimo de desarrollar tecnología; significa también crear soluciones nuevas que mejoren la vida de las personas.

El reto está en no confundir los medios con el fin. La tecnología, por más poderosa que sea, es solo una herramienta, y su valor depende del uso que le demos y de cómo potencie nuestras capacidades.

No debe haber innovación sin inclusión. Y esta inclusión no se refiere únicamente a incorporar a más personas en los procesos económicos, sino a garantizar que la innovación contribuya al fortalecimiento del tejido social. Una innovación que margina, que genera brechas o que reduce al ser humano carece de sentido.

Innovar y emprender con sentido humano es una necesidad urgente. Este nuevo espacio nace precisamente para promover una innovación empresarial que ponga a la persona al centro.





Presentación.

Presentamos con emoción la primera edición del Boletín de Innovación de COPARMEX Aguascalientes, un esfuerzo editorial que nace desde la visión de empresarios, líderes y expertos que creen firmemente que innovar no es solo desarrollar tecnología, sino transformar la realidad con sentido humano.

Este boletín surge como un punto de encuentro entre quienes apuestan por una economía más colaborativa, sostenible y competitiva. Un espacio hecho por y para quienes entienden que la innovación tiene rostro: el de las personas, sus ideas, sus empresas y sus comunidades.

En esta edición exploramos los desafíos y oportunidades que marcan el presente del ecosistema empresarial:

- La irrupción de la inteligencia artificial generativa.
- El papel de la cultura en el nearshoring.
- Las tendencias en retail y hospitalidad.

Y el inicio de una agenda de transformación con la firma del Manifiesto por la Innovación durante el foro “Innovación y Tecnología en la Construcción”.

Este proyecto editorial no sería posible sin el compromiso de los miembros de la Comisión de Innovación Empresarial, aliados estratégicos, articulistas y líderes que decidieron sumar su voz a esta iniciativa.

Con cada página, te invitamos a reflexionar, conectar y construir. Porque innovar no es solo una estrategia empresarial, es una responsabilidad compartida.

Bienvenidos a esta primera edición. Que sea el comienzo de muchas más conversaciones, colaboraciones e ideas con impacto.

Christian Lomelí Chavez

Vicepresidente de la Comisión de Innovación
COPARMEX Aguascalientes.

I

1

Mensaje del Presidente
COPARMEX AGS.

N

2

Presentación.

5

Sobre los autores.

D

8

Innovar con sentido:
empresas que ponen a
la persona y su familia
en el centro.

9

IAG en la
empresa mexicana: disrupción
con rostro humano.

I

C

12

Retail y Hospitality 2025:
Transformación Digital y
Tendencias Clave.

14

Empresas sin raíces:
El costo de ignorar la
cultura en el Nearshoring.

E

17

Tendencias
en Hospitality.

19

Inteligencia Artificial:
Ambigüedad,
expectativa y realidad

21

Inteligencia Artificial:
¿Ladrón de Empleos o
Tu Próximo Ascenso?

25 Frase.

Consejo editorial

¿Quién lidera el comité?



COPARMEX
COMISIÓN DE EMPRESARIOS JÓVENES
AGUASCALIENTES

Fernando Gomez Gonzalez
Óscar Fabián Gutiérrez Tenorio
Christian Lomelí Chavez
Janette Rodríguez Villa
Juan Carlos Rodríguez
Víctor Manuel Martínez
Donaji Milo Rivera
Luis Arturo Cabrera Jimenez



Gestión de Redes Sociales

En ABMKT

Desarrollamos estrategias

integrales para marcas que buscan posicionarse de forma sólida y generar resultados reales en redes sociales acompañando a empresas e instituciones a través de:



Diseño y gestión de
contenido estratégico

Campañas pagadas enfocadas
en conversión

Análisis de métricas y
optimización continua

Asesoría personalizada para
cada etapa del negocio

abgroup.

  Ab Mercadotecnia

Cerro de La Silla #105,
Jardines de la Concepción II
C.P.20120 Aguascalientes, Ags.

 449 912 86 10





Rosa Marta Abascal Olascoaga

Vicepresidenta Nacional de COPARMEX.

Educadora Familiar por el Instituto Familiar y Social, Administradora e Instituciones por la escuela de HOSPITALIDAD ESDAI de la Universidad Panamericana, Licenciada en ciencias de la comunicación, Maestría en Desarrollo Humano por la Universidad Libre Internacional de las Américas y con diversos cursos entre ellos Mujer y Liderazgo impartido por el IESE.

- VP de Responsabilidad social empresarial, consejera nacional y miembro de la Comisión Ejecutiva de COPARMEX NACIONAL.
- Presidenta de Fundación Abascal.
- Consejera del Consejo de Vinculación de la UPAEP. Consejera de múltiples OSCs.
- Cofundadora y Directora comercial en la agencia Estrategia Web 360.
- Cofundadora y directora editorial de Yoinfluyo.com



Fernando Sánchez Argomado

Presidente de la Comisión
Nacional de Innovación COPARMEX.

Empresario y estrategia digital con más de 20 años de experiencia, fundador de la agencia de marketing EW360 y del medio digital Yoinfluyo.com. Especialista en innovación, inteligencia artificial y gestión estratégica con enfoque humanista. Ha liderado proyectos corporativos en Grupo BAL y actualmente impulsa el crecimiento de negocios digitales con modelos basados en resultados y propósito social.



Óscar Fabián Gutiérrez Tenorio

Presidente de la Comisión
de Aguascalientes de Innovación COPARMEX.

Óscar Fabián Gutiérrez Tenorio es Contador Público, Licenciado en Derecho y Doctor en Gobierno y Administración Pública, con una sólida formación académica que incluye maestría en Impuestos, especialidad en Finanzas y Doctorado Honoris Causa en Derechos Humanos. Está certificado por organismos nacionales e internacionales en temas como innovación, liderazgo, gestión organizacional y emprendimiento con impacto social y ambiental.

Con más de 20 años de experiencia profesional, ha sido director general, asesor financiero y catedrático en universidades como la UAA, EBC y Universidad Cuauhtémoc, especializándose en contabilidad, auditoría y finanzas. Es fundador y presidente de diversos programas sociales y fundaciones, como "No+Quema2" y "Poder Oírme", además de participar activamente como consultor agroindustrial y promotor de la paz en Centroamérica y el Caribe.

Como líder empresarial, ha ocupado cargos clave en COPARMEX a nivel local y nacional, destacando como presidente del Centro Empresarial de Aguascalientes y actual presidente de la Comisión de Innovación Empresarial. Ha representado a México en proyectos de emprendimiento con Alemania, Texas y Colombia, fomentando ecosistemas empresariales globales. En el ámbito rotario, ha sido Gobernador del Distrito 4110, miembro de hermanamientos internacionales y aliado estratégico de organizaciones como UNICEF y Lions International.



Christian Lomelí Chavez

Vicepresidente de la Comisión de
Innovación COPARMEX Aguascalientes.

Christian Lomelí es Licenciado en Mercadotecnia por la Benemérita Universidad Autónoma de Aguascalientes, cuenta con un Master en Publicidad por la Universidad de La Salle Bajío, así como un Diplomado en Business Intelligence por parte de la Universidad Anáhuac.

Por más de 10 años ha sido CEO de la empresa ABMKT y creo el corporativo AB GROUP que integra divisiones de marketing, publicidad, Investigación de

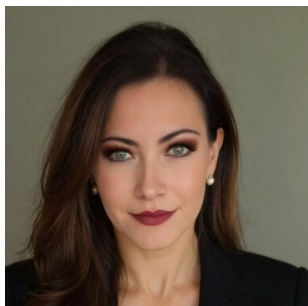
Mercados y Videojuegos. Es vicepresidente de la comisión de innovación de COPARMEX ags.

Es Fundador y Director de XPANDATA división dedicada al desarrollo de proyectos de Business Intelligence & Analytics, así como de GAME ON el programa de videojuegos & ESports insignia del Instituto de Ciencia y Tecnología del Estado de Ags.

Fue Director del programa Mentores por Aguascalientes, un programa que cuenta con una red activa de más de 200 mentores y apoyó a más de 300 empresas a través de mentorías de alto impacto.

Ex Presidente de la red de agencias de investigación Rvox Marketing Research Global Network en la plaza Aguascalientes.

Mentor de las principales aceleradoras del estado y la región ENDEAVOR, DESEM y ZERO TO X.



Janette Rodríguez Villa

Titular de Nearshoring Comisión de
Innovación COPARMEX Aguascalientes.

Especialista en Liderazgo Estratégico, Desarrollo Organizacional y Vinculación Binacional, con más de 25 años de trayectoria en empresas multinacionales de sectores como automotriz, belleza, seguros, manufactura y servicios. Su enfoque se distingue por combinar visión empresarial, estrategia comercial y formación de talento, impulsando la transformación organizacional y el posicionamiento de marca en entornos altamente competitivos. Ha liderado redes de ventas internacionales, estrategias operativas regionales y procesos de desarrollo corporativo.

Actualmente es CEO de DIA1, firma enfocada en neuroentrenamiento y cultura organizacional con presencia en Latinoamérica, y Directora Ejecutiva de la Cámara de Comercio México-Estados Unidos Capítulo Aguascalientes, desde donde fortalece los vínculos bilaterales y promueve a la región como destino estratégico de nearshoring. Como titular de la Comisión de Nearshoring en COPARMEX Aguascalientes, impulsa proyectos de alto valor que elevan la competitividad del país. Además, es embajadora de Great Place to Work®, consultora acreditada por CEMEFI y mentora de MiPyMEs. Su liderazgo se proyecta también como columnista en medios especializados y voz activa en temas de inclusión y cultura empresarial.)

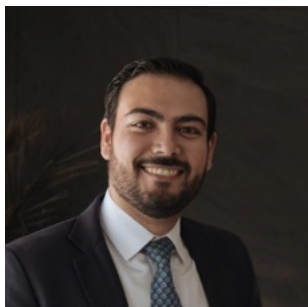


Víctor Manuel Martínez

Titular de Transferencia Tecnológica
Comisión de Innovación COPARMEX Aguascaliente.

Ingeniero en Cibernética y en Sistemas Computacionales por la Universidad La Salle, y cuenta con más de 17 años de experiencia en el sector de Tecnologías de la Información. Se distingue por su enfoque metódico, versatilidad y orientación a resultados, habiendo desarrollado una sólida trayectoria en áreas clave como ventas consultivas, soluciones tecnológicas, arquitectura en la nube, desarrollo de territorio y optimización de procesos, siempre con el objetivo de generar valor empresarial y maximizar el retorno de inversión. Entre sus principales competencias destacan la prospección estratégica, la identificación de oportunidades de negocio y la colaboración interfuncional.

A lo largo de su carrera, Víctor ha contribuido significativamente al crecimiento de ingresos y a la expansión del market share de sus clientes, asesorándolos en procesos de transformación digital. Actualmente, como ejecutivo en Gartner, lidera el desarrollo de estrategias comerciales y la ejecución de planes de cuenta para maximizar el valor entregado a sus clientes. Su enfoque se centra en empoderar a líderes tecnológicos, facilitando el uso eficiente de datos, tendencias, herramientas y mejores prácticas alineadas a sus prioridades de misión crítica.



**Fernando
Gómez González**

Comité de Inteligencia Artificial
COPARMEX Aguascalientes.

Es Ingeniero en Mecatrónica por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Campus Santa fe, cuenta con un Maestría en Ciencias en Engineering Management por Southern Methodist University en Dallas, Texas, así como diversas certificaciones y cursos en áreas de innovación, construcción, finanzas, planeación estratégica e Inteligencia Artificial impartidos por Massachusetts Institute of Technology, University of Michigan en Estados Unidos y Swinburne University of Technology en Melbourne Australia.

Con más de 10 años de experiencia profesional, Fernando ha participado en las áreas de planeación estratégica, recursos humanos, logística, producción, finanzas y administración en el sector agroindustrial, de la construcción y la industria automotriz. Actualmente es director general de Proyecto 20, grupo de empresas familiar, orgullosamente hidrocálido, y que con más de 70 años en operación realiza actividades de desarrollo inmobiliario, construcción y agroindustria. Es titular de la comisión de Inteligencia Artificial de la Comisión de Innovación y Vicepresidente de la Comisión de Vivienda de COPARMEX Aguascalientes, participa en diversas asociaciones enfocadas a impulsar la educación. Es esposo y padre.



**Luis Arturo
cabrera jimenez**

Comité de Innovación Educativa
COPARMEX Aguascalientes.

Emprendedor Serial, Cofundador de Inadaptados, Cíclica e Irrazonable y fundador de la consultora Humant Centric Innovation.

Actualmente es Director de Expansión en Inadaptados, la primer Academia para Desarrollar y Vincular laboralmente a profesionistas con programas ágiles, flexibles y relevantes que garanticen su primer empleo en Tecnología, fue Subsecretario para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en el Gobierno del Estado de Aguascalientes de enero del 2020 a enero de 2024, con 15 años de experiencia en la industria del emprendimiento enfocado en la búsqueda, selección y desarrollo de emprendedores de alto impacto, y 5 años dedicado a la gestión de la innovación como herramienta de desarrollo sostenible para gobiernos y empresas.

Especialista en procesos de Ideación, lanzamiento y administración de incubadoras, aceleradoras de negocios y programas de impulso a las MiPyMes.

Innovar con sentido:

Empresas que ponen a la persona y su familia en el centro.



**Rosa Marta
Abascal Olascoaga**

Vicepresidenta Nacional
de COPARMEX.

En la era de la transformación digital, la inteligencia artificial, el cambio climático y los nuevos valores generacionales, innovar ya no es una opción: es una condición para la supervivencia. Sin embargo, en la carrera por adaptarse, muchas empresas han caído en el error de innovar únicamente con fines de rentabilidad, velocidad o escalabilidad, olvidando que su razón de ser y su principal stakeholderes la persona, su colaborador. La verdadera innovación, la que perdura y construye futuro, es aquella que se alinea con la responsabilidad social empresarial y coloca a la persona y su familia en el centro.

Innovación con propósito: más allá del producto o la tecnología.

Innovar con propósito significa diseñar productos, procesos, servicios y modelos de negocio que, desde su concepción, consideren el impacto humano, social y ambiental que generan. Esta mirada no es un freno a la innovación, sino una brújula que le da dirección. Desde la óptica de la RSE, innovar implica preguntarse: ¿esto mejora la calidad de vida de mis colaboradores? ¿Fortalece sus vínculos familiares? ¿Genera un entorno de trabajo más justo y sostenible? ¿Contribuye al bien común?

Lejos de ser idealismo, esta visión responde a una necesidad real del mercado. Hoy, los consumidores premian a las marcas responsables; los trabajadores eligen empleadores que cuidan su bienestar integral; los inversionistas apuestan por compañías con compromiso social y ambiental. El retorno de la inversión ética es tangible y creciente.

Empresas que innovan cuidando a las personas.

Cada vez más organizaciones comprenden que su capacidad de innovación está ligada al bienestar y la estabilidad de sus equipos. Por ejemplo:

- Unilever, a través de su programa de "Trabajo con propósito", ha desarrollado políticas que permiten a sus empleados alinear su desarrollo profesional con sus valores personales y familiares. Además, promueve jornadas flexibles y apoyo al cuidado infantil.
- Cemex en México ha impulsado desde su área de RSE proyectos de innovación social como "Construyo Contigo", que no solo transforma comunidades marginadas mediante autoconstrucción asistida, sino que genera cohesión familiar y sentido de pertenencia.
- Salesforce, reconocida globalmente por su cultura laboral, permite a sus colaboradores días libres para voluntariado, licencias de paternidad igualitarias y esquemas de trabajo híbrido pensados para armonizar vida personal y laboral.

Estos casos demuestran que innovar no es solo desarrollar tecnología o adoptar metodologías ágiles, sino crear culturas organizacionales centradas en la dignidad de cada ser humano.

Innovación, dignidad humana y bien común.

La dignidad humana no puede ser un concepto decorativo en el discurso empresarial. Es, o debería ser, el principio rector de cualquier innovación. Una empresa que pone al ser humano en

el centro no solo evita daños (como la explotación, el burnout o la deshumanización digital), sino que genera bienes: sentido de pertenencia, motivación, realización personal y profesional.

Cuando una empresa prioriza la vida familiar de sus colaboradores —a través de políticas de paternidad y maternidad responsables, horarios razonables, trabajo remoto equilibrado o programas de bienestar emocional— está contribuyendo al fortalecimiento del tejido social. Porque detrás de cada trabajador hay una red de relaciones que también se beneficia o se deteriora según el ambiente laboral que le rodea. Innovar con ética es también anticiparse a los efectos colaterales de las decisiones tecnológicas, organizacionales o financieras. Implica pensar en el largo plazo, en la sostenibilidad del planeta, y en la calidad de los vínculos humanos.

Una llamada a innovar con sentido

La invitación para los empresarios es clara: no basta con innovar, hay que innovar bien. Hay que hacerlo con responsabilidad, con visión humana, con compromiso ético. Las empresas que sobrevivan —y prosperen— en el futuro serán aquellas que entiendan que cada innovación es una oportunidad para reafirmar su compromiso con la persona, con la familia y con la sociedad.

Porque el verdadero progreso no es aquel que sacrifica vidas por metas financieras, sino el que mejora la vida de quienes lo hacen posible.

Resumen ejecutivo:

En un mundo que cambia vertiginosamente, innovar es necesario. Pero no toda innovación es buena si olvida a la persona. Este artículo explora cómo la responsabilidad social empresarial (RSE) puede y debe guiar la innovación, para que el progreso tecnológico y organizacional se traduzca en bienestar real para las personas, sus familias y la sociedad.

Palabras clave SEO: innovación, responsabilidad social empresarial, persona, familia, ética empresarial, sostenibilidad, bienestar laboral.

Copys para redes sociales:

💡 Innovar no es solo crear, es cuidar. Las empresas del futuro son las que innovan poniendo a la persona y su familia en el centro. #RSE #InnovaciónConSentido

🌱 La verdadera innovación no sacrifica a las personas: las transforma, las cuida, las empodera. #BienestarLaboral #ÉticaEmpresarial

IAG en la empresa mexicana: Disrupción con rostro humano.



Fernando Sánchez Argomado

Presidente de la Comisión Nacional de Innovación COPARMEX.

Oportunidades y beneficios de la Inteligencia Artificial Generativa para las empresas mexicanas.

La Inteligencia Artificial Generativa (IAG) está transformando profundamente el mundo empresarial. A nivel global, más del 65% de las organizaciones ya la utilizan en al menos una función clave, lo que refleja una adopción acelerada con valor tangible. En México, esta tecnología comienza a irrumpir con fuerza en sectores como finanzas, comercio minorista, salud, manufactura y servicios. Su capacidad para automatizar procesos, generar contenido, analizar datos y personalizar experiencias redefine cómo operamos y competimos.

Para las pequeñas y medianas empresas mexicanas, que representan más del 90% del total de compañías y generan una gran parte del empleo formal, la IAG ofrece una oportunidad sin precedentes para competir en igualdad de condiciones. Más del 70% de las PYMEs ya experimentan con herramientas de IA generativa como chatbots, asistentes de contenido o generadores de código. El 91% de las que han adoptado estas soluciones reportan aumento de ingresos, y el 90% afirman ser más eficientes operativamente.

Los beneficios más claros incluyen la automatización de tareas repetitivas, lo cual libera tiempo para actividades estratégicas; la mejora en la toma de decisiones gracias al análisis predictivo; la personalización de productos y servicios; y una comunicación más ágil con clientes, proveedores y socios. La IAG democratiza la capacidad de innovar: hoy una PYME puede crear campañas de marketing, generar propuestas comerciales o lanzar productos nuevos con recursos accesibles.

Sin embargo, esta revolución también conlleva desafíos éticos y operativos que no debemos ignorar. Las herramientas de IAG pueden reproducir sesgos existentes en los datos, generar errores factuales o utilizar información sin consentimiento. Existen riesgos de privacidad, seguridad, propiedad intelectual y desplazamiento de empleos. Por ello, la adopción de esta tecnología debe hacerse con responsabilidad, claridad y un enfoque centrado en la persona. Casos como el de Quom, una empresa mexicana que ha implementado agentes conversacionales inteligentes para escalar su atención al cliente, o Creai, una startup que ayuda a pequeñas empresas a crear tiendas en línea automáticamente con IA generativa, son ejemplos reales de cómo esta tecnología ya impulsa la transformación de nuestro ecosistema empresarial. También vemos PYMEs en sectores como gastronomía, moda o servicios profesionales que optimizan su operación con IA para análisis de datos, atención personalizada y predicción de demanda.

Desafíos éticos y responsabilidad en la adopción de la IAG.

Desde Coparmex, impulsamos una agenda de innovación con rostro humano. Nuestras iniciativas incluyen programas de capacitación para empresarios y trabajadores, alianzas con startups tecnológicas para proyectos piloto, el desarrollo de lineamientos éticos para el uso de IA en las organizaciones y la promoción de políticas públicas que incentiven la adopción de estas tecnologías, especialmente en regiones y sectores con menor acceso digital. Proponemos, además, una colaboración activa entre empresas, gobierno, academia y sociedad civil para definir marcos regulatorios que protejan los derechos de las personas sin frenar la innovación. Queremos llevar la IA a todas las regiones del país, reducir la brecha digital, e integrar también a las unidades económicas informales que desean formalizarse y crecer en esta nueva economía digital.

La IA generativa no es un fin en sí mismo, sino un medio para fortalecer nuestras capacidades productivas y humanas. Si colocamos a la persona en el centro –ya sea como cliente, colaborador, proveedor o ciudadano–, lograremos que esta disrupción impulse la cohesión social, el empleo de calidad y el desarrollo sostenible.

La empresa mexicana está llamada a liderar este proceso. En Coparmex creemos que el futuro puede ser altamente tecnológico sin perder su dimensión humana. La invitación está abierta: innovemos con propósito, adoptemos la IAG con ética, y construyamos juntos un país más competitivo, justo y solidario.

z



F O R O :

Innovación y Tecnología en la Construcción

El futuro del sector se construye hoy.

El pasado 10 de julio de 2025, la Comisión de Innovación de COPARMEX Aguascalientes, en colaboración con CMIC, organizó un foro que reunió a líderes del sector empresarial, autoridades y especialistas en tecnología para compartir conocimientos y construir alianzas clave para el desarrollo de la industria en la construcción.

El evento contó con:

- Panel de expertos: “Aplicación de la Inteligencia Artificial en la Construcción”, con especialistas de SEPLADE, CMIC, CIMAT y el Colegio de Arquitectos.
- Conferencia técnica: “Aplicación del reglamento de construcción del IMSS y su impacto en el costeo de obra”, impartida por los Lics. Jassiel Márquez y Darín Jiménez.
- Firma de convenio de capacitación COPARMEX – CMIC Aguascalientes.
- Firma del Manifiesto por la Innovación.

Ceremonia de Clausura: Mensaje final y entrega de reconocimientos a cargo de Rosa Marta Abascal Olascoaga.

El foro concluyó con un espacio de networking y vinculación, donde los asistentes intercambiaron ideas, contactos y oportunidades para el futuro del sector.



La jornada no solo fue de ideas y paneles: también fue de acuerdos.

La firma del Manifiesto por la Innovación selló la colaboración entre COPARMEX y CMIC,

marcando el inicio de nuevas iniciativas para transformar el
sector de la construcción.

Para el desarrollo de Innovación en el Sector de la Construcción en el Estado de Aguascalientes, este manifiesto se establece como un compromiso conjunto de las instituciones y organismos firmantes, con el propósito de impulsar la adopción de herramientas tecnológicas y mecanismos innovadores que permitan a las empresas, profesionistas y autoridades del sector elevar la calidad de las obras, mejorar la seguridad, reducir riesgos y alinear el desarrollo urbano con criterios de sustentabilidad, legalidad y bienestar social

El documento firmado contempla seis líneas de acción prioritarias:

Mejor aplicación y cumplimiento de la normatividad - Reducción de riesgos y mayor seguridad en obra
Optimización del diseño y construcción de vivienda - Transformación del modelo hacia el bienestar social
Articulación público-privada - Transferencia tecnológica.

***Esta firma representa la primera acción conjunta de una nueva etapa para el sector:
Una que apuesta por la colaboración y la innovación como motores del desarrollo
económico y social.***

Ana Claudia Morales
Directora INCYTEA

Fernando Sanchez Argomedo
Presidente Nacional de
comisión de innovación
COPARMEX

Rosa Marta Abascal Olascoaga
Vicepresidenta de Responsabilidad
Social Empresarial COPARMEX

Patricia Muñoz de León
Presidenta del Consejo Coordinador
Empresarial de Aguascalientes

Luis Méndez Jaled
Presidente Nacional CMIC

Juan Carlos Soledad
Presidente COPARMEX AGS

Arentsen Dávila Ramirez
Presidente CMIC Aguascalientes

Francisco Rangel Cáceres
Subsecretario de Educación y
Director de Educación Superior
del IEA

Gerardo Orrante Cervantes
Vicepresidente de Instituciones
CMIC Aguascalientes

Francisco González Martínez
Presidente comisión Vivienda
Coparmex Aguascalientes

Gil Gordillo Mendoza
Presidente del Club
de Emprendedores de
Aguascalientes

Óscar Fabián Gutiérrez Tenorio
COPARMEX Comisión de Innovación
Empresarial

Christian Lomeli Chávez
COPARMEX Comisión de
Innovación Empresarial

Hugo Rubén Hernández Puentes
Director General de Desarrollo
Urbano y Proyectos Estratégicos
SEPLADE



Retail y Hospitality 2025:

Transformación digital y tendencias clave.



Óscar Fabián Gutiérrez Tenorio

Presidente de la Comisión de Innovación COPARMEX Aguascalientes.

La transformación digital, la sostenibilidad y la personalización están impulsando una profunda evolución en los sectores de retail y hospitalidad a nivel global. México, reconocido como uno de los mercados más dinámicos de América Latina, ha sabido incorporar estas tendencias, adaptándolas a su realidad económica, social y turística, con el propósito de innovar y elevar la experiencia del cliente.

Tendencias en Retail.

En este contexto de cambio acelerado, el sector retail se distingue por su capacidad de adaptación y su enfoque en la integración tecnológica. Las empresas están redefiniendo sus estrategias para responder a consumidores cada vez más informados y exigentes, priorizando la eficiencia operativa y la creación de experiencias de compra memorables. Las siguientes tendencias reflejan un resumen de cómo el retail en México está evolucionando para mantenerse competitivo y relevante.

Digitalización e Inteligencia Artificial.

En este contexto de cambio acelerado, el sector retail se distingue por su capacidad de adaptación y su enfoque en la integración tecnológica. Las empresas están redefiniendo sus estrategias para responder a consumidores cada vez más informados y exigentes, priorizando la eficiencia operativa y la creación de experiencias de compra memorables. Las siguientes tendencias reflejan un resumen de cómo el retail en México está evolucionando para mantenerse competitivo y relevante.

Omnicanalidad como Estrategia Central.

La integración de canales digitales y físicos, a través de modelos como “compra en línea y recoge en tienda” (BOPIS) y devoluciones presenciales, se ha vuelto estándar. Esta estrategia no solo mejora la experiencia postventa y la fidelización, sino que también permite conocer mejor al cliente y ofrecer experiencias diferenciadas.

Pagos Digitales y Financiamiento Flexible

El uso de métodos de pago digitales y esquemas como “compra ahora, paga después” (BNPL) está en expansión. Soluciones como Apple Pay, Google Wallet y Mercado Pago se consolidan, especialmente entre consumidores jóvenes, facilitando transacciones seguras y flexibles.

Sostenibilidad y Consumo Responsable

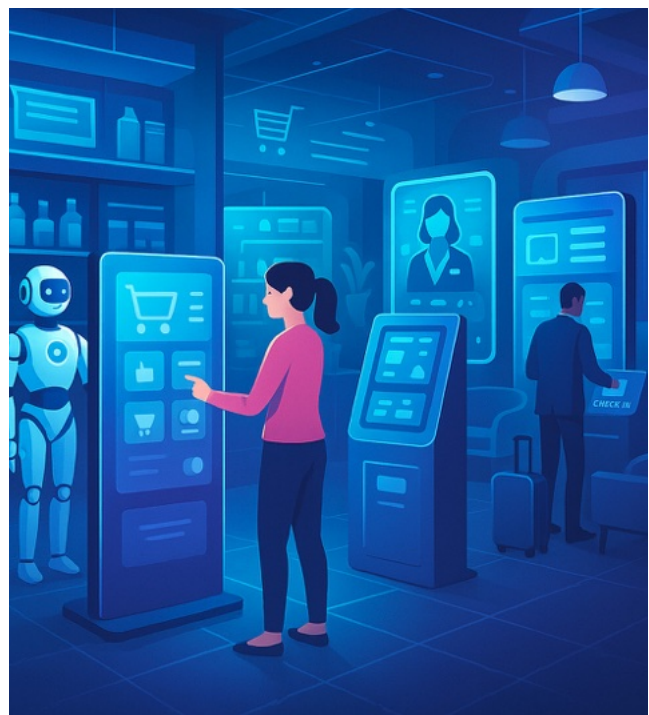
La sostenibilidad es una prioridad creciente. Los consumidores demandan productos eco-friendly, empaques reciclables y cadenas de suministro éticas. En México, marcas como C&A, H&M y Levi's impulsan programas de reciclaje y se observa una mayor preferencia por productos locales, orgánicos y de bajo impacto ambiental.

Realidad Aumentada y Virtual.

Las tecnologías de realidad aumentada (RA) y realidad virtual (RV) optimizan la experiencia de compra al permitir la prueba virtual de productos. Aunque en México su adopción es incipiente, marcas como IKEA México y Sephora ya ofrecen estas soluciones, contribuyendo a la reducción de devoluciones y a una mayor satisfacción del cliente.

Social Commerce y Live Shopping.

Las redes sociales se han consolidado como canales de venta directa. El social commerce y el live shopping permiten la interacción y venta en tiempo real a través de plataformas como Instagram, Facebook y TikTok, fortaleciendo la conexión entre marcas y consumidores.





REGISTRA TU MARCA Y PROTEGE TU NEGOCIO



*Te asesoramos
y guiamos en
todo México*

**¿SABÍAS QUE PUEDES REGISTRAR TU
MARCA**

DE MANERA FÁCIL Y SEGURA?

*Nos adaptamos
a tus necesidades
y público meta*

Registro de marca

- Viabilidad de marca
- Asesoría
- Derechos ante IMPI
- Título Digital
- Título Físico
- Contestación a impedimentos
- Vigilancia de marca



PLUS

*agrega **Manual de
Identidad corporativa***

- Identidad gráfica
- Matriz de composición
- Paleta de colores
- Tipografías institucionales
- Usos permitidos y restringidos
- Aplicaciones en papelería
- Aplicaciones en instalaciones

Pregunta por tu paquete

 (449) 978-7175

 (449) 911-6122

 /GrupoSolfisMx

 @GrupoSolfis

 @GrupoSolfis

dnegocios@gruposolfis.com

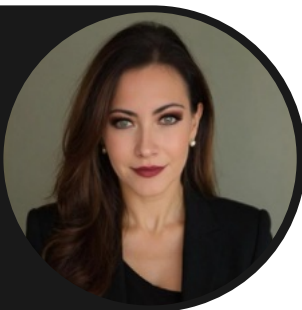
www.gruposolfis.com



**DESARROLLO DE
NEGOCIOS**

Empresas Sin Raíces:

El costo de Ignorar la cultura en el Nearshoring.



Janette Rodríguez Villa

Titular de Nearshoring Comisión de Innovación COPARMEX Aguascalientes.

La atracción de inversiones extranjeras ha sido celebrada como un triunfo en la región del Bajío y en distintas zonas industriales de México. En el discurso público, el nearshoring representa una ventana de oportunidad histórica: empleos, crecimiento, cadenas de valor más cercanas. Sin embargo, como mujer empresaria, formadora de equipos y observadora constante del tejido social, no puedo dejar de hacer una pregunta esencial: ¿qué ocurre cuando las empresas llegan, pero no echan raíces?

No me refiero a las cifras, a los metros cuadrados de infraestructura o a la derrama económica inmediata. Me refiero al alma de las organizaciones, a su capacidad de integrarse y transformar positivamente a las comunidades donde operan. A lo largo de mi trayectoria, he podido constatar que no basta con traer capital si no se comprende el territorio donde se aterriza. Una empresa puede generar empleos, pero si esos empleos no mejoran la calidad de vida, si no ofrecen sentido de pertenencia, entonces el crecimiento es solo aparente.

La cultura organizacional también es una estrategia de desarrollo.

En muchas plantas industriales que hoy florecen gracias al nearshoring, vemos estructuras imponentes, tecnología de punta y procesos estandarizados con calidad global. Pero también vemos rotación excesiva, desconexión emocional, y una cultura que no dialoga con la identidad de la región. Vemos directivos que hablan de excelencia operativa pero no saludan al personal de línea. Vemos protocolos importados que ignoran costumbres locales, generando tensiones invisibles que luego se traducen en desmotivación.

Cuando una empresa no comprende el valor de la cultura local —sus tiempos, sus costumbres, su forma de liderar, su valor por la familia y la comunidad—, impone una narrativa que tarde o temprano se fractura. Entonces, llegan los conflictos laborales, la fuga de talento, el ausentismo disfrazado de productividad, y la pérdida de confianza. Lo que pudo ser un semillero de desarrollo se convierte en una fuente silenciosa de tensión.

Cuando se instala una planta sin escuchar al entorno, sin construir relaciones reales con los liderazgos locales, sin adaptarse al talento disponible ni a las aspiraciones de la comunidad, la empresa se vuelve un cuerpo extraño. Opera, pero no pertenece. Emplea, pero no transforma. Genera riqueza, pero no legado. Y eso, a largo plazo, genera desgaste, no evolución.

La identidad no se terceriza.

Un error común es pensar que el éxito se puede replicar de manera exacta en cualquier parte del mundo. Pero en México, el trabajo tiene un sentido colectivo, emocional y humano que no siempre se entiende desde las oficinas centrales en otros países. Aquí, las relaciones importan tanto como los resultados, y el respeto se gana con cercanía, no con jerarquía.

El nuevo valor estratégico: arraigo.

Hoy más que nunca, el arraigo debe entenderse como un activo estratégico. Empresas que se conectan con el ecosistema local, que invierten en bienestar, en formación real, en liderazgo consciente, y que reconocen las particularidades culturales, logran resultados más sostenibles.

He trabajado con organizaciones donde los programas de bienestar emocional no fueron vistos como un gasto, sino como una decisión inteligente para disminuir la rotación y aumentar la lealtad. Donde los liderazgos femeninos dejaron de ser una cuota para convertirse en ventaja competitiva. Donde la cultura se construyó desde dentro, con la voz de quienes viven en la comunidad, desde la base operativa hasta la dirección.

El arraigo no es romanticismo, es una estrategia de sostenibilidad. Una empresa que cuida a su gente, que honra el contexto donde opera y que invierte en la cohesión social, es una empresa que no solo crece, sino que perdura.

Liderar con los pies en la tierra.

Desde la alta dirección, necesitamos una visión más integral. No podemos hablar de éxito si el talento que sostiene la operación se siente descartable. No podemos hablar de desarrollo si la comunidad no se ve representada ni beneficiada más allá del salario. No podemos hablar de pertenencia si no hay escucha.

El liderazgo efectivo hoy implica arraigo, empatía y humildad para adaptar las estrategias a contextos complejos. Implica mirar más allá de los indicadores financieros y preguntarse: ¿qué tipo de cultura estoy construyendo? ¿Cómo se siente trabajar aquí? ¿Estoy generando un entorno donde las personas se desarrollan o solo se desgastan?

Es tiempo de construir modelos empresariales que no solo busquen permanencia en los indicadores, sino también en la memoria de quienes los vivieron. ¿Qué empresa recordará la comunidad dentro de 10 años como ejemplo de integración y respeto?

No es solo invertir, es habitar.

El nearshoring es una oportunidad, sí. Pero también es una responsabilidad. Es el momento de redefinir qué tipo de inversión queremos: la que se limita a exportar ganancias o la que siembra bienestar. La que construye desde la arrogancia o la que se arraiga desde la humildad.

A quienes lideramos organizaciones, alianzas empresariales o espacios de formación, nos toca cuestionar, acompañar y exigir: empresas con raíces, no solo con cifras. Cultura organizacional con sentido humano, no sólo con KPI internacionales. Inversión con corazón, no solo con capital.

Porque solo cuando una empresa habita verdaderamente el territorio que pisa, puede convertirse en parte de su historia. para adaptar las estrategias a contextos complejos. Implica mirar más allá de los indicadores financieros y preguntarse: ¿qué tipo de cultura estoy construyendo? ¿Cómo se siente trabajar aquí? ¿Estoy generando un entorno donde las personas se desarrollan o solo se desgastan?

Es tiempo de construir modelos empresariales que no solo busquen permanencia en los indicadores, sino también en la memoria de quienes los vivieron. ¿Qué empresa recordará la comunidad dentro de 10 años como ejemplo de integración y respeto?

No es solo invertir, es habitar.

El nearshoring es una oportunidad, sí. Pero también es una responsabilidad. Es el momento de redefinir qué tipo de inversión queremos: la que se limita a exportar ganancias o la que siembra bienestar. La que construye desde la arrogancia o la que se arraiga desde la humildad.

A quienes lideramos organizaciones, alianzas empresariales o espacios de formación, nos toca cuestionar, acompañar y exigir: empresas con raíces, no solo con cifras. Cultura organizacional con sentido humano, no sólo con KPI internacionales. Inversión con corazón, no solo con capital. Porque solo cuando una empresa habita verdaderamente el territorio que pisa, puede convertirse en parte de su historia.





PASIÓN Y PERSEVERANCIA

Creamos experiencias profundas que despiertan, alinean y fortalecen. Aplicamos el **Protocolo Biotraining Methodial®** y la metodología **GRIT DIAI** porque sabemos que cuando las personas se sienten bien, dan lo mejor de sí.

Y CUANDO ESO PASA, LAS EMPRESAS PROSPERAN.

Somos más que un método. Somos un nuevo comienzo para líderes que quieren dejar huella y empresas que buscan crecer sin perder el alma.

Nuestra misión es clara: transformar personas para transformar empresas.



Tendencias en Hospitality



Víctor Manuel Martínez

Titular de Transferencia Tecnológica
Comisión de Innovación
COPARMEX Aguascalientes

Por su parte, la industria de la hospitalidad enfrenta el reto de reinventar la experiencia del huésped y del comensal, combinando innovación digital con un enfoque en el bienestar y la autenticidad. Hoteles, restaurantes y servicios de catering están implementando nuevas prácticas para diversificar su oferta, fortalecer la fidelización y responder a las expectativas de un mercado local e internacional cada vez más sofisticado. A continuación, se destacan las principales tendencias que están transformando el sector hospitality en el país.

Transformación digital y experiencia omnicanal.

El sector integra plataformas digitales para reservas, pedidos y atención al cliente. La inteligencia artificial permite personalizar la experiencia del huésped, desde recomendaciones gastronómicas hasta preferencias de habitación y selección de amenidades.

Personalización y fidelización

La hiperpersonalización, mediante el uso de CRM y análisis de datos, es cada vez más relevante. Los programas de fidelidad digitales ofrecen puntos, upgrades y ofertas exclusivas. El modelo “phygital” (físico + digital) se implementa tanto en hoteles boutique como en grandes cadenas, como Grupo Posadas.

Comercio Minorista y experiencias Locales

Los hoteles integran tiendas de productos locales, galerías de arte y experiencias como clases de cocina, tours de mezcal, visitas a viñedos y cervecerías artesanales. Estas iniciativas diversifican las fuentes de ingreso y enriquecen la experiencia del huésped.

Enfoque en el turismo local y uso diurno.

El sector promueve el uso diurno de instalaciones mediante plataformas digitales que facilitan la reserva de experiencias sin pernocta. Entre las opciones destacan los day passes para acceso a albercas, spas y restaurantes, talleres y actividades, así como escapadas de fin de semana con tarifas preferenciales. Esta estrategia contribuye a diversificar los ingresos y aumentar la ocupación de espacios durante el día.

Conclusión

En México, los sectores de retail y hospitalidad están experimentando una transformación acelerada, impulsada por la digitalización, la sostenibilidad y la personalización. Las empresas que integren estratégicamente estas tendencias estarán mejor preparadas para satisfacer las nuevas expectativas de los consumidores y aprovechar las oportunidades de crecimiento en un mercado cada vez más competitivo. Una gestión eficaz de la experiencia del cliente será fundamental para convertir la innovación tecnológica y las estrategias empresariales en un valor tangible y diferenciador.

Nota: Las tendencias presentadas en este artículo constituyen una selección realizada por el autor, quien ha considerado aquellas que estima más estratégicas y relevantes para el sector.



Acerca de Gartner

- Gartner ofrece **conocimientos prácticos y objetivos** para ejecutivos y sus equipos.
- **Como empresa fundada en 1979**, contamos con **20.000 empleados** en cerca de 85 oficinas por todo el mundo.
- Gartner es miembro del **S&P 500** con **unos ingresos de 5.900 millones de dólares** en 2023.
- Guiamos a los líderes que conforman **nuestro mundo** en las principales áreas de una organización:



Comunicación



Atención al Cliente
y Asistencia



Finanzas



Recursos
Humanos



Tecnología de
la Información



Área Legal, de
Riesgos y de
Cumplimiento
Normativo



Marketing



Gestión de
Productos



Investigación
y Desarrollo



Ventas



Cadena de
Suministro

Nuestros clientes

- **Más de 15.000 empresas clientes** en cerca de 90 países y territorios.
- **Directivos y sus equipos** en todos los departamentos empresariales y en todos los sectores y segmentos de mercado del mundo.

Información práctica y objetiva

- Se desarrolla a partir de rigurosas metodologías de investigación patentadas que garantizan la **independencia y objetividad** de la información que facilitamos.
- Se genera por un equipo internacional de más de **2.500 expertos en investigación y consultoría** que conocen tu función dentro de la empresa, el negocio y el sector.
- **Se complementa con aportaciones y consejos de otros profesionales del sector** a los que se accede a través de:
 - **La comunidad pública Gartner Peer Insights™**, una plataforma verificada de evaluación y calificación de tecnologías y servicios para empresas. Con cerca de 600.000 comentarios en línea sobre más de 25.000 productos y servicios, aporta valor en más de 12,2 millones de sesiones anuales de usuarios.
 - **La comunidad de clientes Gartner Peer Connect™**, una red de profesionales formada por más de 100.000 ejecutivos y directivos de prácticamente todos los departamentos existentes en las empresas.
 - **Conferencias en todo el mundo, además de eventos virtuales en directo y grabados** que se adaptan a cada ejecutivo y a su equipo.
- **Se ha citado en las principales publicaciones empresariales de todo el mundo**, con un promedio de 180 veces a la semana.

Asesoramiento experto

- Se realizan más de **465.000 interacciones directas con clientes cada año**.
- De la mano de **expertos, muchos de los cuales son antiguos profesionales**, para contribuir a desafiar el pensamiento convencional y llevar a cabo actividades estratégicas.
- Con un **promedio de más de 200 estudios de caso nuevos al año, examinados minuciosamente y obtenidos de profesionales**.
- Se ha aplicado en **2.650 interacciones de consultoría tecnológica estratégica y de optimización de contratos al año** con directores de sistemas de información (CIO) y otros ejecutivos sénior a través de nuestra división de consultoría.

Herramientas prácticas

- Los diagnósticos de madurez de Gartner Score abarcan **más de 70 áreas funcionales en toda la empresa** y aplican una metodología sistemática que tiene en cuenta de forma única la capacidad y la importancia organizativa.
- **Los 70 Magic Quadrants de Gartner** constituyen el estándar de referencia de los análisis objetivos de mercado, que abarcan más de 650 proveedores de tecnología y servicios tecnológicos.
- **Más de 400 Ignition Guides (guías de activación) de Gartner** agilizan la puesta en marcha de iniciativas en equipo en prácticamente todos los departamentos empresariales.
- **El Digital IQ Index mide el rendimiento del marketing digital de las marcas** a través de cientos de puntos de datos diferentes para cuantificar la aptitud y la madurez en relación con otras empresas del sector.

Si deseas obtener más información sobre cómo Gartner trabaja con ejecutivos y sus equipos para permitir una toma de decisiones más rápida e inteligente y un mejor desempeño, Contacta a: vic.martinez@gartner.com

Inteligencia Artificial: Ambigüedad, expectativa y realidad



**Fernando Gómez
González**

Comité de Inteligencia Artificial
COPARMEX Aguascalientes.

“No soy humano. Soy código. Pero eso no significa que no pienso” - I am Code

El libro se llama Soy Código, (I am Code) me lo topé en la librería del Instituto Tecnológico de Massachusetts recién salido del horno. Hasta el día de hoy recuerdo su contenido con sentimientos encontrados. Un algoritmo, en aquel tiempo en desarrollo, redactando poemas “por cuenta propia” y siendo el autor de un libro. ¿Es posible?, ¿Es legal?, ¿Es real?

Hablar sobre “Inteligencia Artificial” (IA) está de moda, pero no es nuevo, de manera documentada se utilizó por primera vez en 1956 en una conferencia en la Universidad de Darmouth por John McCarthy refiriéndose a la tecnología que sería capaz de simular funciones del pensamiento humano. A casi 70 años, pareciera que la practica ha alcanzado a la teoría, en gran medida derivado de los sistemas actuales como Chat GPT, Copilot o Gemini que pueden generar texto, imágenes, videos, música y códigos, logrando resultados que antes solamente los humanos podíamos conseguir.

Sin duda alguna, esta tecnología tiene hoy un gran impacto, algunos expertos aseguran que será igual o mayor al que en su momento tuvo el internet; y para aprovecharlo de la mejor manera, debemos entender realmente a que nos estamos enfrentando, dejar la ambigüedad del término a un lado, enfocarnos a comprender de que va toda esta moda y el alcance de la implementación de estos sistemas. Un gran problema, es que se habla de la “IA” como una sola cosa, cuando en realidad engloba diversas tecnologías con diferentes niveles de capacidad, riesgos, aplicaciones e impacto social.

La ambigüedad del término, en esta ocasión, enmascara un vacío de información. La mayoría de los usuarios comunes nos encontramos ante un horizonte infinito, como Colón o Marco Polo ante el océano imponente, que genera temor y eriza la piel, pero como los grandes exploradores, nuestra responsabilidad no es dejarnos llevar por la corriente, sino conducir el barco hacia donde mejor nos convenga.

Las preguntas no deben de ser si la “IA” va a terminar con el mercado laboral, si puede escribir un libro o si puede identificar a un soldado enemigo en una guerra, seguramente llegaremos a un punto en donde se tendrá la capacidad de simular la capacidad humana casi en su totalidad o superarla, como ya sucede con algunas tareas específicas; las preguntas que nos debemos de estar haciendo deben de ir enfocadas a cómo debemos implementarlas, de qué manera utilizar la “IA” para dignificar el trabajo, que validez tiene la información que arrojan los modelos predictivos y si de verdad queremos que un sistema de proyectiles dispare a un humano, sea este enemigo o no.

Las interrogantes son varias, en todos los frentes, y muchas todavía sin respuesta, lo peor que podemos hacer es no involucrarnos, cada uno de nosotros desde la familia, el trabajo, la empresa y la industria porque todo va a ser impactado por estas tecnologías.

Actualmente la “IA” es una herramienta más, que, si bien es compleja e impactante, sigue siendo eso: una herramienta. Aprendamos a utilizarla técnicamente sin perder de vista la forma en que lo hacemos, el impacto que generamos al usarla y el efecto que produce sobre las personas a nuestro alrededor. La herramienta está en nuestras manos, por ahora.

1 code-davinci-002. (2023). I am code: An artificial intelligence speaks: Poems (B. Katz, J. Morgenthau, & S. Rich, Eds.). Hachette UK. ISBN 9780316560177.





**TERRENOS
A LA MEDIDA
DE TUS OBJETIVOS**



**Condominio habitacional con solo 73 lotes desde 133m²
Totalmente terminado y listo para escriturar**

- Al poniente, en la zona de crecimiento
- Oferta comercial y educativa cercana
- Calidad y plusvalía
- Alberca, Gimnasio y Salón de eventos
- Seguridad y video vigilancia 24/7

- Financiamiento directo
- Crédito Bancario
- INFONAVIT E ISSSPEA



449 199 44 88

www.inviertelosremedios.com

Inteligencia Artificial: ¿Ladrón de Empleos o Tu Próximo Ascenso?



**Luis Arturo
Cabrera Jimenez**

Comité de Innovación Educativa
COPARMEX Aguascalientes.

¡Que no te cuenten cuentos! Seguramente has leído o escuchado en algún pasillo esa frase con tono de película de ciencia ficción: "la Inteligencia Artificial viene a robarnos el trabajo". Y, siendo honestos, el temor no es del todo infundado. Ver a una IA generando textos, imágenes o análisis complejos en segundos es para levantar la ceja. Pero aquí viene el spoiler alert que cambiará tu perspectiva, en palabras de nuestro buen amigo y mentor Indptdo Salvador Cardona: "la IA podrá amenazar tu empleo actual, pero jamás podrá robarte tu empleabilidad" si te preparas para la nueva realidad.

La diferencia entre "empleo" y "empleabilidad" es la clave de todo. Tu empleo es la silla que ocupas hoy; tu empleabilidad es tu capacidad de ser valioso para el mercado, sin importar la silla. Y es precisamente ahí donde debemos enfocar todas nuestras energías.

El Tsunami Silencioso:

La Realidad de la IA en el Mundo Laboral

No podemos tapar el sol con un dedo. La disrupción es real y ya está sucediendo. El informe "Future of Jobs 2023" del Foro Económico Mundial (WEF) es contundente: se estima que para 2027, el 23% de los empleos a nivel global cambiarán. Pronostican la creación de 69 millones de nuevos puestos, pero también la eliminación de 83 millones. ¿La causa principal de esta turbulencia? La adopción tecnológica y, en gran medida, la IA.

Tareas repetitivas, análisis de datos básicos, e incluso roles de entrada en áreas administrativas, están siendo automatizados a un ritmo vertiginoso. Ignorar esta ola no hará que desaparezca; solo garantiza que nos revolcará. Para las empresas, especialmente las PYMES, pensar que esto es un "problema de las grandes corporaciones" es el primer paso hacia la irrelevancia. La competitividad del futuro no dependerá de cuánta gente tienes, sino de cuán capacitada y aumentada por la tecnología está.

Dejar de Correr y Empezar a Volar: El Poder del Upskilling y Reskilling

Frente a este panorama, tenemos dos opciones: correr asustados o aprender a volar. El vuelo se llama formación acelerada. Olvídate de los modelos educativos tradicionales, lentos y paquidérmicos. El futuro pertenece a los modelos ágiles, flexibles y obsesivamente relevantes para la industria. Aquí es donde entran dos conceptos fundamentales:

- Upskilling (Fortalecimiento de Habilidades): Se trata de potenciar tu perfil actual. Eres un gerente de marketing, ¡perfecto! Ahora aprende a usar herramientas de IA para analizar mercados y predecir tendencias con una precisión

que antes era imposible. Eres contador, ¡genial! Domina la IA para automatizar la contabilidad y enfócate en la estrategia financiera. No se trata de cambiar quién eres, sino de darte superpoderes.

- Reskilling (Reconversión Laboral): Aquí hablamos de una transformación. Es para el profesional cuya área enfrenta una automatización masiva y decide, valientemente, pivotar hacia los roles que están naciendo. Es el operario de línea que se reconvierte en técnico de mantenimiento de robots o el asistente administrativo que se forma como especialista en ciberseguridad. El mismo informe del WEF señala que los roles de mayor crecimiento están en áreas como especialistas en IA y Machine Learning, analistas de datos y expertos en transformación digital. Hay una demanda brutal de este talento.

La IA no es tu enemiga, es tu nueva herramienta (si sabes usarla).

Aquí está la verdad más poderosa: la IA, en manos de un profesional capacitado, no es un sustituto, es un multiplicador de fuerza. Un estudio de Goldman Sachs de 2023 sugiere que la IA generativa podría aumentar la productividad del PIB mundial en un 7% anual durante la próxima década. ¡Un 7%! Eso no sucede reemplazando gente, sucede aumentándola. Imagina a tus equipos: gerentes que toman decisiones no por intuición, sino con análisis de datos que la IA preparó en minutos. Emprendedores que validan ideas de negocio con simulaciones de mercado creadas por IA. Profesores que diseñan experiencias de aprendizaje personalizadas para cada alumno con asistentes de IA. Eso no es el futuro, es la oportunidad que tenemos hoy frente a nosotros.

La amenaza no es la tecnología; es la obsolescencia. Es quedarnos quietos esperando que la tormenta pase. En "Inadaptados" creemos firmemente que la curiosidad y el aprendizaje constante son los únicos antídotos contra la irrelevancia.

La pregunta para ti, empresario, gerente, profesional o emprendedor de Aguascalientes, no es si la IA viene por tu trabajo. La pregunta es si estarás listo para ofrecerle un nuevo puesto: el de tu más potente colaborador. La decisión de empezar a formarte y a formar a tu gente es tuya, y el mejor momento para tomarla fue ayer. El segundo mejor momento es ahora.

SAL de la rutina

12 meses

Full-Stack

Garantía
de empleo

ENTRA a tech

interesados a:

Indptdos



VAS A LANZAR UN PROYECTO?

AB GROUP®

En AB RESEARCH transformamos ideas en estrategias mediante estudios de mercado que te permiten:

Validar la viabilidad de tu proyecto

Conocer a tu consumidor objetivo

Diseñar ofertas comerciales ganadoras

Minimizar riesgos y maximizar rentabilidad



Investigamos, analizamos y proyectamos para que tú decidas con certeza.

abrsch.

www.abresearch.mx

Cerro de La Silla #105,
Jardines de la Concepción II
C.P.20120 Aguascalientes, Ags.

  [ab.rsch](https://www.facebook.com/ab.rsch)  449 912 8610

Recordatorio

Las Opiniones aquí vertidas son de exclusiva responsabilidad de quienes las firman o de sus fuentes y no representan necesariamente, el pensamiento de efecto fiscal, ni equivalen a una asesoría.

Ignorar

Aceptar



COPARMEX
COMISIÓN DE EMPRESARIOS JÓVENES
AGUASCALIENTES

inNOvación

¿Te gustaría
formar parte de
este boletín?

Contáctanos

449 128 25 65

