NOVIEMBRE 2026 | N.24 REVISTA empresariosydirigentes.com

EL EMPRESARIO

VIAJE DE AMIGOS
Empresarias visitaron
la Tradicional de Salgado.

GALA DEL MARIACHI
Fortalecer la amistad
y nuestras tradiciones.

NUEVO SOCIO
Se integró a EYD
Pedro Nava Vargas.



Dr. Raúl Montalvo

TRANSFORMAR con INTELIGENCIA: el NUEVO DESAFÍO EMPRESARIAL

Innovar no es seguir tendencias,
es generar valor, conectar estrategia,
talento y tecnología.

apasa®

ESPECIALISTAS EN VALUACION Y ASESORIA INDUSTRIAL, S.C.

¿CONOCE USTED EL VALOR REAL DE SU EMPRESA?

LO INVITAMOS A AGENDAR UNA CITA PARA DISCUTIR SUS NECESIDADES



NUESTROS SERVICIOS:

- Avalúos Industriales
- Avalúos Bolsa Mexicana de Valores
- Inventarios de activo fijo
- Determinación de sumas asegurables
- Valuación bajo normas nacionales e internacionales
- Deterioro de activos
- Estudios

CORREO: VENTAS@APASA.COM.MX WWW.AVALUOSINDUSTRIALES.COM 3333280013

¡EL ÉXITO DE UN EMPRESARIO, ESTÁ EN LAS VIDAS QUE LOGRAMOS TRANSFORMAR!

Estimados amigos, empresarios y dirigentes:

Es un gusto compartir nuevamente con ustedes algunas reflexiones sobre las experiencias que hemos vivido como asociación, los encuentros que fortalecen nuestros lazos de amistad y las oportunidades que seguimos construyendo juntos.

Quiero comenzar agradeciendo a quienes nos acompañaron en nuestro reciente viaje al Bajío.

Fue una experiencia extraordinaria, llena de convivencia, amistad y momentos inolvidables junto a nuestros compañeros y sus esposas.

Mi reconocimiento especial a nuestro querido amigo Paco Arroyo y familia, por la excelente organización y dedicación que hicieron posible este maravilloso viaje.

Los empresarios de Celaya que nos hicieron el favor de recibirnos quedaron muy agradecidos y entusiasmados por continuar fortaleciendo los vínculos empresariales entre Guanajuato y Jalisco.

Porque cuando nos reunimos, no solamente fortalecemos amistades...

También construimos grandes oportunidades.

El día de hoy quiero agradecer especialmente y darle la bienvenida al Dr. Raúl Montalvo por aceptar nuestra invitación para compartir este día con nosotros.

Asimismo, al Tecnológico de Monterrey, a su director, Juan José Pacheco, y a Arcelia Gómez, por la alianza que hemos venido construyendo en beneficio de nuestros socios.

Mi reconocimiento también a quienes participaron en nuestro excelente curso de inteligencia artificial.

Amigos, detrás de cada viaje, conferencia, curso y encuentro, existen muchas horas de planeación, mucho esfuerzo y dedicación.

Y todo ese trabajo lo realizamos con enorme entusiasmo, porque creemos profundamente en el valor de nuestra asociación.

Los invito a participar, a aprovechar estos espacios y a seguir construyendo juntos.

Porque una asociación es tan grande como el compromiso y la participación de sus integrantes.

A veces, entre tantas responsabilidades, problemas y decisiones, olvidamos reconocer lo que verdaderamente hemos construido.

Cada uno de ustedes ha enfrentado dificultades, ha tomado riesgos y ha sacrificado momentos importantes con su familia para sacar adelante su empresa.

Pero quiero que hoy recordemos algo:

Detrás de cada empresa hay familias que encuentran sustento, jóvenes que encuentran oportunidades y personas que pueden construir un futuro mejor.

Y eso, queridos amigos, es mucho más grande que cualquier cifra en un estado financiero.

Como les he comentado anteriormente, el verdadero éxito de un empresario no está solamente en lo que logra ganar...

Sino en las vidas que logra transformar.

Sigamos construyendo empresas fuertes, generando oportunidades y trabajando por un Jalisco y un México mejores.

Y que cuando algún día miremos hacia atrás, podamos sentirnos orgullosos, no solamente de las empresas que construimos...

Sino de las vidas que ayudamos a cambiar.



Pedro Mario Soto Reynoso
PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN
DE EMPRESARIOS Y DIRIGENTES A.C.

Contenido

3
EDITORIAL

4
ACTUALIDADES
- Límites éticos ante la IA.
- Futuro del trabajo en México.
- El cumplimiento fiscal.

6
PORTADA
Dr. Raúl Montalvo
La incorporación de tecnología, por sí sola, no garantiza mejores resultados.

12
FOTO GRUPAL

14
NUEVO SOCIO
"No es fácil ser empresario":
Pedro Nava Vargas

15
BOLETÍN ECONÓMICO
Crece la desocupación en Jalisco.

16
VIAJE ENTRE AMIGOS
Un recorrido con sabor, historia y tradición en La Tradicional de Salgado.

18
GALA DEL MARIACHI
Música, tradición y orgullo mexicano.

20
MOVILIDAD
Trasladarse en Guadalajara: más tráfico, más estrés, menos tiempo para vivir.
Ignacio Baeza Ramos

23
TIPS EMPRESARIALES
Mario Rizo

24
EL RINCÓN DEL CHEF
La fusión de los sabores de México, Perú y Francia.

DIRECTORIO

COMITÉ EDITORIAL NOVIEMBRE 2026

MANUEL MURO ARROYO
Director de revista y página web

PEDRO SOTO REYNOSO
Subdirección de revista

ROSARIO BAREÑO DOMÍNGUEZ
Directora Editorial

LIC. MIGUEL GONZÁLEZ
Redacción y estilo

RICARDO RENDÓN
Dirección de Arte

ZAIRA MARIELA GUTIÉRREZ VEGA
Coordinadora

ALEJANDRO CHÁVEZ
Diseño WEB

LUIS FRANCISCO RODRÍGUEZ JIMÉNEZ
Fotografía

PEDRO SOTO REYNOSO
Ventas

CONSEJO DIRECTIVO 2026-2027

LIC. PEDRO MARIO SOTO REYNOSO
Presidente

C.P. HÉCTOR ORTIZ ORNELAS
Vicepresidente

ING. IGNACIO BAEZA RAMOS
Secretario

ING. JOSÉ RODOLFO DEL MONTE CECEÑA
Tesorero

SR. ARTURO DE JESÚS SÁNCHEZ CÓRDOBA
Vocal

LIC. FEDERICO DIAZDELEÓN MARINO
Vocal

LIC. CÉSAR ARTURO VILLEGAS GUZMÁN
Vocal

LIC. EFRAÍN BARBA TAPIA
Vocal

LIC. JORGE ENRIQUE GONZÁLEZ PÉREZ
Vocal

LIC. FRANCISCO JAVIER RAMOS SAENZPARDO
Coordinador de Expresidentes

LIC. JOSÉ SANTOS MEDINA BRAMBILA
Comisario

SR. LEONARDO PLACENCIA ENRÍQUEZ
Asesor

LIC. FERNANDO MESTRE NORIEGA
Asesor

EMPRESARIOS Y DIRIGENTES, A.C.

© 2026 El Empresario. Todos los derechos reservados. Impresa en Global Print en Guadalajara, Jalisco. noviembre 2026.

GlobalPrint
IMPRENTA & PUBLICIDAD

EDITORIAL

LA POLÍTICA NO, LA TECNOLOGÍA TAMPOCO: EL FUTURO DE LA EMPRESA EXIGE INTELIGENCIA ESTRATÉGICA

La inteligencia artificial no transforma por sí sola a las organizaciones. La verdadera evolución empresarial comienza cuando la estrategia, el talento, los procesos y la tecnología trabajan bajo un mismo propósito: generar valor sostenible.

En el mundo empresarial, innovar se ha convertido en una exigencia permanente. La digitalización, la inteligencia artificial y las nuevas herramientas tecnológicas avanzan a una velocidad que obliga a las organizaciones a replantear sus modelos de negocio. Sin embargo, en medio de esta carrera por mantenerse vigentes, surge una pregunta fundamental: ¿las empresas están transformándose realmente o simplemente están siguiendo una tendencia?

La transformación exige algo más profundo: visión, liderazgo y capacidad para tomar decisiones sustentadas en el valor que realmente se genera.

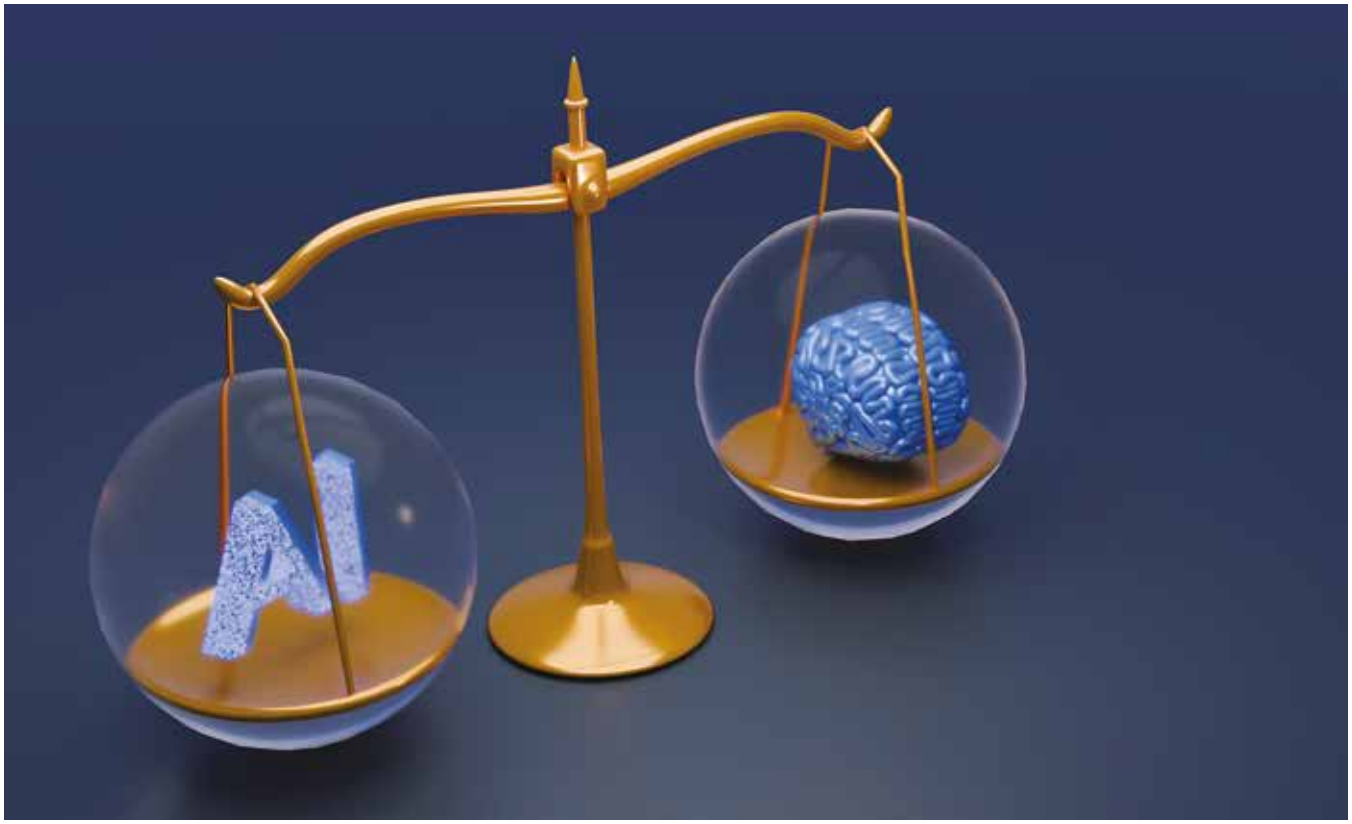
El desafío consiste en comprender que la tecnología debe estar al servicio de la estrategia y no al revés. Una herramienta digital puede ser innovadora, pero si no mejora la experiencia del cliente, no optimiza las operaciones, no fortalece la rentabilidad o no contribuye a resolver una necesidad real, su incorporación pierde sentido.

Toda iniciativa empresarial debe cumplir tres condiciones: responder a una demanda del mercado, ser factible tecnológica y financieramente, y mantenerse sostenible en el tiempo.

La innovación no puede desvincularse de la rentabilidad ni de la capacidad de una organización para sostenerse a largo plazo.

En ese sentido, la inteligencia artificial debe entenderse como una herramienta estratégica para mejorar la toma de decisiones, identificar oportunidades, optimizar procesos y generar resultados medibles. Su potencial es enorme, pero su implementación requiere claridad sobre los objetivos, preparación del talento y una estructura organizacional capaz de aprovecharla.

No obstante, el verdadero desafío no está únicamente en diagnosticar, sino en actuar. Una empresa puede conocer sus debilidades, pero necesita liderazgo, compromiso y disciplina para corregirlas.



EXPERTO LLAMA A LÍMITES ÉTICOS ANTE IA

El Doctor Andrés Díaz López, académico de Arizona State University, abordó los riesgos, beneficios y dilemas éticos de esta tecnología durante el 6.º Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Sociales, Económico y Administrativas de la Universidad Autónoma de Guadalajara (UAG).

El especialista analizó los alcances de la superInteligencia Artificial y comparó su desarrollo con la apertura de una "caja de Pandora", en referencia a los riesgos que podrían surgir de una tecnología cuyos efectos no se logren anticipar o controlar adecuadamente.

"El desarrollo de la SuperInteligencia Artificial capaz de auto-mejorarse de forma exponencial otorga la capacidad de vulnerar tantos sistemas informáticos, de seguridad, hasta el código genético humano y esto nos plantea establecer reglas éticas para su uso y desarrollo", comentó.

Asimismo, planteó interrogantes sobre quiénes deben decidir el rumbo del desarrollo tecnológico, cómo se incorporarán los criterios morales en los sistemas de Inteligencia Artificial y qué papel tendrán las predicciones de estas herramientas en la toma de decisiones de la sociedad.

El especialista Académico del Departamento de Sistemas de Información de Arizona State University (ASU), también destacó el dilema del doble uso de la tecnología: una misma herramienta puede contribuir a resolver problemas globales, desarrollar tratamientos médicos y generar conocimiento, pero también podría utilizarse con fines perjudiciales, como la creación de ciberarmas o patógenos.

EL FUTURO DEL TRABAJO EN MÉXICO SERÁ MULTIGENERACIONAL



La edad mediana en el país aumentó de 29 años en 2020 a 32 en 2025, lo que abre nuevas perspectivas para la diversidad generacional laboral. Esta transformación demográfica ocurre en un contexto de un menor crecimiento poblacional y una reducción de la fecundidad.

El futuro del trabajo también se define por quiénes integran los equipos y por cómo sus experiencias se complementan. A medida que cambia la estructura demográfica, las organizaciones deben reconocer el valor de distintas trayectorias y construir espacios donde el conocimiento circule entre generaciones.

Para Haydeé Jaime, Content Strategy Manager de Pandapé, "Las organizaciones necesitan reconocer el valor de las distintas generaciones y traducirlo en mejores decisiones de talento. En este escenario de cambios críticos para el futuro del trabajo en México, el reto de Recursos Humanos desde hoy es identificar de mejor manera las fortalezas de cada persona, eliminar sesgos asociados con la edad y crear condiciones para que perfiles diversos contribuyan a los objetivos comunes en sus entornos de trabajo".

1. La experiencia se convierte en conocimiento compartido.
2. El aprendizaje deja de tener una sola etapa.
3. La gestión del talento reconoce capacidades y potencial.

Pandapé es el software de gestión del proceso de selección (ATS) de Recursos Humanos líder en Latinoamérica. La plataforma permite a las empresas seleccionar y atraer al mejor talento, analizar KPIs, personalizar onboardings y mejorar el engagement.

EL CUMPLIMIENTO FISCAL INICIA EN CADA OPERACIÓN



La digitalización de la administración tributaria está cambiando el momento en que las empresas deben ocuparse del cumplimiento fiscal. El Plan Maestro 2026 del Servicio de Administración Tributaria (SAT) coloca entre sus ejes una fiscalización transparente y objetiva, además del combate a la compraventa de facturas falsas. En este escenario, revisar la información únicamente durante el cierre contable puede ser demasiado tarde: la consistencia fiscal comienza cuando se registra cada venta, compra, pago, movimiento de inventario o transacción con un proveedor.

Para TOTVS, empresa brasileña que crea soluciones para potenciar la evolución de las personas y las empresas, el cumplimiento fiscal no debe depender de una conciliación de última hora entre distintas hojas de cálculo y sistemas. Cuando la operación y la contabilidad están integradas, la empresa puede identificar divergencias antes de que se conviertan en un riesgo.

La tendencia va más allá de México. De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), más del 80% de las administraciones tributarias analizadas desarrollan interfaces de programación de aplicaciones (API) para integrar sistemas, mientras que cerca del 85% afirman contar con personas, competencias e infraestructura para analizar grandes volúmenes de datos. El desafío aparece cuando facturación, compras, inventarios, nómina y contabilidad funcionan como procesos aislados. Una misma operación puede quedar registrada con fechas, importes o clasificaciones diferentes, lo que aumenta el trabajo manual y dificulta reconstruir el camino de la información



Dr. Raúl Montalvo

La TRANSFORMACIÓN INTELIGENTE EXIGE CONECTAR ESTRATEGIA, TALENTO, PROCESOS *y* TECNOLOGÍA

La incorporación de tecnología, por sí sola, no garantiza mejores resultados, mayores ventas ni una operación más eficiente

POR: ROSARIO BAREÑO DOMÍNGUEZ / FOTOS: LUIS FRANCISCO RODRÍGUEZ

El director de la EGADE Business School Región Occidente Doctor Raúl Montalvo presentó la filosofía del cubo como una metodología para articular las distintas dimensiones de las empresas, evitar inversiones tecnológicas sin resultados y construir modelos de negocio sostenibles con una visión de 360 grados.

En un entorno empresarial marcado por la acelerada evolución tecnológica, la inteligencia artificial y los nuevos desafíos de competitividad, las organizaciones enfrentan el reto de transformar sus modelos de negocio sin perder de vista sus objetivos estratégicos, el talento humano y las necesidades de sus clientes.

Bajo esta premisa, el doctor Raúl Montalvo, impartió la conferencia “De la transformación tradicional a la transformación inteligente: la filosofía cubo para conectar estrategia, negocio, talento, procesos, clientes y tecnología en la visión 360”, en la que expuso la importancia de superar los



modelos de transformación aislados para avanzar hacia una integración efectiva de todas las áreas de una organización.

Durante su exposición, ante las y los socios de la Asociación de Empresarios y Dirigentes A C. ,que preside el Licenciado Pedro Mario Soto Reynoso, el académico advirtió que la incorporación de tecnología, por sí sola, no garantiza mejores resultados, mayores ventas ni una operación más eficiente. Por el contrario, cuando las herramientas digitales se implementan sin una estrategia clara, sin procesos alineados y sin considerar a las personas, pueden convertirse en inversiones que no generan el valor esperado.

"Mi dicho es: 'No metas el negocio en la tecnología, mete la tecnología en el negocio'. No sé si me explico. Para mí el orden de los factores aquí sí altera el orden", expresó Montalvo al explicar uno de los principios fundamentales de su propuesta.

El especialista señaló que muchas empresas se han dejado llevar por la tendencia de adquirir sistemas de inteligencia artificial, plataformas digitales o soluciones tecnológicas sin tener claridad sobre el problema que buscan resolver.

"Me tocan muchas empresas que vienen con nosotros y nos dicen: 'Yo quiero inteligencia artificial'. Ah, ¿sí? ¿Para qué la quieres? No sé. Pero quiero inteligencia artificial porque todo mundo quiere inteligencia artificial. Ese es el error", expuso.

Para Montalvo, la transformación empresarial debe partir de una necesidad concreta del negocio y no de la presión por mantenerse a la vanguardia tecnológica.

LA TECNOLOGÍA NO SUSTITUYE LA ESTRATEGIA

Uno de los principales planteamientos de la conferencia fue la necesidad de comprender que la digitalización no puede considerarse

un objetivo aislado. La adquisición de un sistema, la automatización de un proceso o la implementación de inteligencia artificial deben responder a una estrategia previamente definida.

El director de EGADE Business School Región Occidente explicó que, en numerosas ocasiones, las organizaciones buscan resolver problemas estructurales mediante herramientas tecnológicas, sin realizar previamente una revisión de sus procesos internos.

"Si nosotros no hemos hecho mejoras en los procesos y quieres automatizar un proceso que está mal, ¿qué creen que vamos a tener? Un mal proceso automatizado. No vamos a mejorar los procesos. Y esa es la noticia", enfatizó.

Esta situación, dijo, genera sistemas fragmentados que no se comunican entre sí, dificultan la operación y terminan incrementando la complejidad de las empresas.

A este fenómeno lo denominó "Frankenstein digital", una realidad en la que las organizaciones acumulan plataformas, programas y soluciones que responden a necesidades particulares de distintas áreas, pero que carecen de una articulación integral.

"Siempre que buscamos juntar el negocio como sea, a un ERP, como sea a una digitalización, como sea a una inteligencia artificial, ahí estamos buscando parches a los sistemas. Ahí estamos creando lo que yo le llamo el Frankenstein digital, donde estamos trayendo muchos sistemas que no se comunican entre sí", explicó.

En este sentido, consideró que el desafío no consiste en sumar más tecnología, sino en desarrollar soluciones inteligentes, compatibles y capaces de trabajar de manera coordinada.

"Lo que queremos es generar tecnologías que sean más inteligentes, tecnologías que se amen, tecnologías que sean compatibles, tecnologías que me ayuden a mí como copiloto a través de agentes a generar una inteligencia mucho mayor", señaló.

La filosofía del cubo: una visión integral de la empresa

Como resultado del análisis de diversos casos empresariales y de las dificultades que enfrentan las organizaciones durante sus procesos de transformación, Montalvo desarrolló la filosofía del cubo, una metodología que busca representar de manera intuitiva las distintas dimensiones que deben armonizarse dentro de una empresa.

La propuesta contempla seis caras fundamentales: estrategia y liderazgo; cultura y talento 360 grados; valor al cliente 360 grados; modelo de negocios 360 grados; procesos y operaciones; y evolución tecnológica y digital.

Estas dimensiones, explicó, no deben funcionar de manera independiente, sino establecer conexiones que permitan a la organización avanzar hacia objetivos comunes.

"Eran tantas cosas que tenemos que armonizar y tenemos que alinear dentro de las organizaciones que es muy difícil. [...] La tecnología por sí sola no va a generar

tracción en la empresa. Lo mismo que la cultura por sí sola no va a generar tracción en la empresa. Necesitas generar componentes articulables dentro de la empresa, es decir, tecnología con algo más", indicó.

El académico detalló que la filosofía del cubo permite identificar cómo una decisión tomada en una determinada área puede repercutir en otras dimensiones del negocio.

Por ejemplo, una empresa puede adquirir un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) y considerar que con ello ha cumplido su objetivo de transformación digital. Sin embargo, si sus procesos no están completos, sus colaboradores no cuentan con la capacitación necesaria o existe resistencia al cambio, la implementación puede fracasar.

"Una cosa es la tecnología por sí sola no va a generar tracción en la empresa", reiteró.

La metodología pretende que los directivos tengan una perspectiva más amplia de sus organizaciones, identifiquen las áreas que requieren atención y comprendan cómo las decisiones estratégicas, operativas, tecnológicas y humanas se relacionan entre sí.

EL CLIENTE COMO CENTRO DE LA TRANSFORMACIÓN

Otro de los aspectos centrales de la conferencia fue la importancia de colocar al cliente en el centro de las decisiones empresariales, considerando tanto al consumidor externo como a los colaboradores que forman parte de la organización.

Montalvo explicó que uno de los errores recurrentes consiste en concentrarse únicamente en modificar procesos o adquirir tecnología, sin definir con claridad cuál es el valor que se pretende generar y para quién.

"Yo ya cambié un proceso, yo ya me transformé. Yo ya cambié un servicio, yo ya me transformé. Pero se nos olvidaban puntos esenciales que eran cuál es el impacto, cuál es el valor que yo quiero lograr y al final del día es para quién", comentó.

En ese sentido, subrayó que el cliente interno también debe ser considerado, pues los trabajadores son quienes ejecutan los procesos, adoptan las herramientas y hacen posible que las estrategias se traduzcan en resultados.

"Casi siempre nos enfocamos en el de afuera, pero también se nos olvida el de dentro. Y esa parte para mí también era esencial", afirmó.

Como ejemplo de la articulación entre las distintas dimensiones del cubo, mencionó el caso de Amazon y su propuesta de valor basada en la rapidez y la facilidad de compra.

Al pensar en la experiencia del consumidor, señaló que la promesa de agilidad debe estar respaldada por otras áreas, como el servicio al cliente, la tecnología y la cadena de suministro.

"De nada sirve que yo diga que mi propuesta de valor es ser ágil si yo no estoy activando otras partes precisamente de esa cara del cubo", puntualizó.

La transformación inteligente, por tanto, implica garantizar que la promesa comercial de una empresa se encuentre respaldada por una operación capaz de cumplirla.

Casos empresariales que evidencian los riesgos de una transformación desarticulada



Durante la conferencia, el doctor Raúl Montalvo presentó ejemplos de empresas que realizaron inversiones importantes en tecnología, pero que no obtuvieron los resultados esperados.

Uno de ellos fue el caso de Asda, supermercado británico vinculado históricamente con Walmart, que implementó un sistema tecnológico de gran alcance.

De acuerdo con lo expuesto por el académico, el programa representó una inversión millonaria y tuvo repercusiones en áreas como inventarios, nómina y pedidos.

Sin embargo, las ventas comparables registraron una caída de 2.8 por ciento frente al periodo anterior.

"Adoptó tecnología del más alto nivel, se supone que eso iba a traer más ventas y la matemática fue exactamente lo opuesto. En vez de crecer, decrecer", relató. Para Montalvo, este ejemplo demuestra que una inversión tecnológica puede convertirse en un riesgo cuando no existe una adecuada integración entre estrategia, procesos y liderazgo.

También expuso el caso del dispositivo AI Pin, una tecnología diseñada para interactuar con los usuarios mediante comandos de voz y ofrecer información sin depender de la experiencia tradicional de un teléfono celular.

Aunque el producto generó expectativas por su innovación, no consiguió la demanda proyectada.

"Se esperaban en el lanzamiento 100 mil unidades de venta y ¿cuántas creen que acabaron? 10 mil", comentó.

El especialista explicó que estos casos obligan a cuestionar si una innovación realmente responde a una necesidad del mercado o si su atractivo se basa únicamente en la novedad.




MÁS FOTOS

EYD DA LA BIENVENIDA A UN NUEVO SOCIO

El ingeniero Pedro Nava Vargas dijo:"No es fácil ser empresario. Hay muchos que quieren ser empresarios, hay muchos emprendimientos, pero pocos son empresarios"



POR: ROSARIO BAREÑO DOMÍNGUEZ / FOTO: LUIS FRANCISCO RODRÍGUEZ

La asociación fortalece su comunidad empresarial con la incorporación de nuevos integrantes comprometidos con el liderazgo, la responsabilidad social y el crecimiento de las empresas.

En un ambiente de fraternidad y compromiso empresarial, el presidente de la Asociación de Empresarios y Dirigentes A.C.,Licenciado Pedro Mario Soto Reynoso, tomó protesta al ingeniero Pedro Nava Vargas como nuevo integrante de esta comunidad, en una ceremonia en la que estuvo acompañado por su padrino, el ingeniero Ignacio Baeza Ramos.

Durante la ceremonia, Soto Reynoso destacó que incorporarse a Empresarios Dirigentes implica asumir un compromiso con los principios y objetivos de la asociación, así como participar activamente en la construcción de una comunidad basada en la confianza, el respeto y la colaboración.

"Ingresar a Empresarios Dirigentes no es simplemente formar parte de un grupo, es aceptar un llamado a liderar con conciencia, a compartir con generosidad y a sumar con compromiso", expresó el presidente al dirigirse al nuevo socio.

Nava Vargas,reconoció los retos que implica construir y mantener una empresa.

"Me honra mucho estar en un grupo de empresarios inteligentes. No es fácil ser empresario. Hay muchos que quieren ser empresarios, hay muchos emprendimientos, pero pocos son empresarios", señaló.

El nuevo socio destacó que la actividad empresarial exige valor, dedicación, preparación y fortaleza, no solamente individual, sino también familiar, debido a los desafíos que se presentan en la relación con clientes, proveedores, instituciones financieras y el entorno personal.

Asimismo, reconoció el esfuerzo de quienes han logrado consolidar sus negocios, generar empleos, obtener rendimientos y contribuir al crecimiento de sus colaboradores, al tiempo que cumplen con sus responsabilidades sociales.



AUMENTA DESOCUPACIÓN EN JALISCO

POR: DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y MERCADOLOGÍA (DEAM), ITESO.

Esta edición presenta un panorama de recuperación económica nacional, aunque con importantes contrastes sectoriales y regionales. En el tercer trimestre de 2026, el PIB creció 3.2% anual, mientras que las exportaciones aumentaron 37.9% en septiembre, impulsadas principalmente por las manufacturas no automotrices. Sin embargo, este dinamismo todavía no se refleja plenamente en el mercado laboral: la ENOE reportó una disminución de la población ocupada y de la participación económica. En Jalisco, la actividad económica creció apenas 0.5% en promedio durante el primer semestre y la tasa de desocupación aumentó de 2.1% a 2.5% entre septiembre de 2025 y septiembre de 2026.Esta edición también analiza dos dimensiones fundamentales para el desarrollo económico y social: las transformaciones demográficas y el trabajo infantil.



Descarga el boletín del ITESO

N44 Boletín de Análisis Económico Escuela de Negocios ITESO octubre 2026.

La TRADICIONAL *de* SALGADO ABRE *sus* PUERTAS *a* EMPRESARIAS *de* JALISCO

Una experiencia que combina historia, sabor y tradición en torno a la emblemática cajeta de Celaya.

POR ROSARIO BAREÑO DOMÍNGUEZ / FOTOS:CORTESÍA COCO SALGADO

La historia, el sabor y la riqueza de la tradición cajetera de Celaya fueron protagonistas de una experiencia especial para quince mujeres empresarias de Jalisco, quienes visitaron las instalaciones de La Tradicional de Salgado, reconocida por la elaboración de su emblemática cajeta y sus dulces de leche.

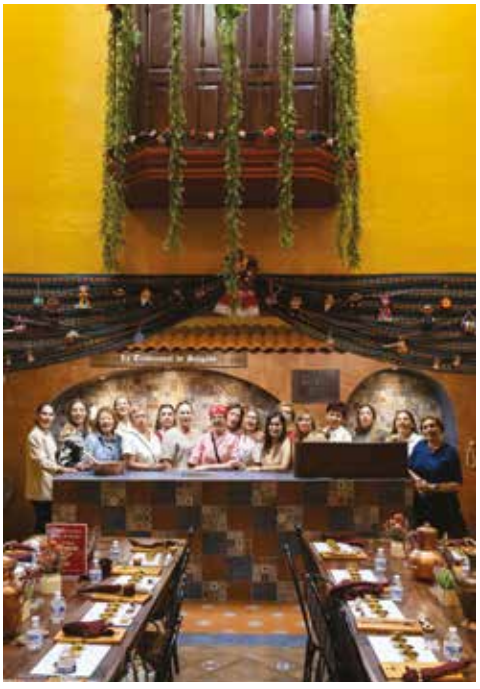
La visita estuvo encabezada por Coco Salgado, directora de la empresa, acompañada de Mauricio, director de Ventas y Mercadotecnia, y Citlali, coordinadora de Experiencias, quienes dieron la bienvenida al grupo y compartieron parte de la historia que ha consolidado a La Tradicional de Salgado como un referente de la tradición dulcera de Celaya, Guanajuato.

Durante el recorrido por la fábrica, las empresarias conocieron los orígenes de la cajeta, así como algunos de los procesos que forman parte de su elaboración. La experiencia permitió acercarlas al trabajo artesanal y al conocimiento que, generación tras generación, ha dado identidad a uno de los productos más representativos de la gastronomía mexicana.

Uno de los momentos más especiales de la jornada fue la experiencia de degustación titulada “La Cajeta y los Dulces de Leche Celayenses: Su Historia y Evolución”, en la que las visitantes tuvieron la oportunidad de probar diferentes variedades de cajeta y dulces típicos, al tiempo que descubrieron el ingenio de los maestros cajeteros para transformar este tradicional dulce en productos que hoy forman parte del gusto y orgullo de los celayenses.

Más allá de la degustación, el encuentro representó una oportunidad para reconocer el valor de las tradiciones, el trabajo artesanal y la innovación como elementos que permiten mantener viva una herencia gastronómica.


MÁS FOTOS









TRADICIÓN MEXICANA Y UNIDAD EMPRESARIAL EN LA GALA DEL MARIACHI

Velada mágica amenizada por el mariachi México Son y en la que degustaron deliciosos tacos al pastor, botanas y exquisitos postres.

POR: ROSARIO BAREÑO DOMÍNGUEZ / FOTO: LUIS FRANCISCO RODRÍGUEZ

Con el propósito de fortalecer la integración y fomentar una convivencia más cercana entre sus integrantes, se celebró la segunda Gala del Mariachi, una velada que reunió a empresarios y sus esposas en torno a la música, la gastronomía y las tradiciones mexicanas.

El empresario Jorge González, anfitrión de esta celebración, destacó que el encuentro forma parte de las iniciativas impulsadas por la asociación para generar espacios distintos a las actividades empresariales habituales, en los que los socios puedan conocerse mejor y consolidar sus relaciones personales.

Amenizó la velada el mariachi México Son, que ambientó con con las canciones que identifican a Jalisco y México. La propuesta gastronómica estuvo integrada por una cena mexicana, con tacos al pastor como platillo principal, en un ambiente diseñado para disfrutar de una noche de celebración y camaradería.

Asistieron 80 personas, entre empresarios y sus esposas.La segunda Gala del Mariachi se consolida así como una iniciativa que apuesta por la convivencia, la







amistad y la integración familiar, valores que contribuyen a fortalecer la comunidad empresarial de la EYD.

"Es el segundo evento y tiene la misma intención de trabajar en la integración y convivencia de la asociación. Creo que hace mucha falta tener oportunidades para conocer a la gente de una manera diferente", compartió.

En este sentido, recordó que los viajes organizados por la agrupación también han contribuido a fortalecer los vínculos entre sus integrantes, al propiciar experiencias que van más allá de las reuniones de trabajo.

"Fuimos al viaje que organizó don Paco Arroyo y fue muy padre, porque tienes oportunidad de conocer gente de una manera diferente. Las cenas con las señoras también son una oportunidad más para conocernos", señaló.

Uno de los objetivos centrales de la Gala del Mariachi es incorporar de manera más activa a las esposas de los empresarios, quienes representan una parte importante de la vida de la asociación. La convivencia busca extender los lazos de amistad y colaboración que habitualmente se construyen en el ámbito empresarial y familiar.



TRASLADARSE EN GUADALAJARA: MÁS TRÁFICO, MÁS ESTRÉS, MENOS TIEMPO PARA VIVIR

Los mototaxis llegan a donde el transporte público masivo no puede llegar.

POR: IGNACIO BAEZA / FOTO: LUIS FRANCISCO RODRÍGUEZ

La "última milla" tanto en la logística, servicios en general, como en el transporte de personas siguen siendo un rompecabezas difícil de resolver, ya sea tanto para los prestadores de servicios como para los usuarios.

"Para entender este trayecto breve, hay que mirar el territorio que lo hace necesario."

En el borde de Lomas del Mirador, donde Tlajomulco se vuelve una mezcla de pendientes, calles angostas y tramos sin banquetas, una mujer espera frente a su casa. El aire huele a tierra húmeda y a desayuno recién hecho. Son las siete de la mañana y la luz apenas toca las fachadas irregulares. Ella carga una mochila, un termo y la urgencia de quien sabe que llegar tarde significa perder el día. El camión más





cercano está a quince minutos caminando cuesta arriba. El mototaxi, en cambio, aparece en menos de dos.

El conductor la saluda por su nombre. No hay aplicación, ni tarjeta de prepago para el transporte público, ni ruta oficial. Hay vecindad, hay reconocimiento mutuo, hay rutina. El vehículo avanza entre curvas cerradas, topes improvisados y tramos donde el pavimento se interrumpe sin explicación alguna. La mujer respira con alivio: en cinco minutos estará en la avenida Adolf Horn, donde podrá tomar el transporte masivo hacia su trabajo.

Para miles de habitantes del Área Metropolitana de Guadalajara (AMG), esta escena no es excepcional, es la vida cotidiana. El mototaxi no es un símbolo de informalidad, sino un puente entre la casa y la ciudad. Un modo de transporte que aparece justo donde la infraestructura formal se detiene. Un recurso que permite que la jornada empiece sin que la movilidad se convierta en una prueba física.

En estos barrios, la movilidad no es un concepto técnico abstracto. Es una necesidad inmediata e imperiosa. Y en esa necesidad, el mototaxi se vuelve parte de la comunidad, una extensión del territorio, una solución que emerge de la vida real y se fusiona con ella. Antes de cualquier debate, regulación o estadística, está esta escena: alguien que necesita llegar y alguien que lo lleva.

"Y en medio de esta expansión desigual, la movilidad deja de ser técnica y se vuelve una experiencia".

El AMG ha crecido hacia zonas donde la ciudad formal llega tarde o no llega. La expansión urbana, impulsada por desarrollos habitacionales de baja densidad y fraccionamientos cerrados, ha creado territorios fragmentados, difíciles de conectar mediante transporte masivo. En Tlajomulco, El Salto y Tonalá, la distancia entre la vivienda y la infraestructura de movilidad puede ser corta en metros, pero larga en esfuerzo.

Las rutas de transporte público masivo —Mi Macro, el Tren Ligero, los corredores estructurados— funcionan bien donde la densidad y la traza urbana lo permiten. Pero su lógica es rígida: requieren calles amplias, estaciones accesibles, demanda concentrada.

Patrocinadores

EVANS

BIOKEM®
LABORATORIO CLÍNICO

Salles Sainz
Grant Thornton

PLACENCIA
muebles

APSA®
ESPECIALISTAS EN VALUACION
Y ASESORIA INDUSTRIAL, S. C.

CLASS
HIGH DECORATIVE ILLUMINATION

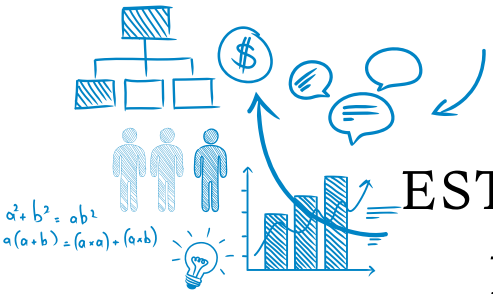
Soto y Varela®
ADMINISTRACIÓN DE INMUEBLES, S.C.
50
Lic. Pedro Mario Soto y Varela
Asesor Patrimonial
Financiero Inmobiliario

Jose Cuervo®

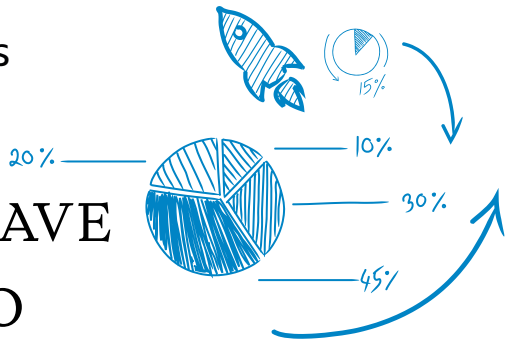
GRUPO
LUCAVA

SOTO&REYNOSO
CORPORATIVO INMOBILIARIO

PRESTO
PEGAMENTOS / SELLADORES



ESTRATEGIAS CLAVE PARA EL ÉXITO



CERTEZAS FRÁGILES



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

Hay una etapa en la vida profesional en la que ocurre algo paradójico. Mientras más experiencia acumulamos, más conscientes deberíamos ser de todo aquello que aún desconocemos. Sin embargo, muchas veces sucede lo contrario.

Los éxitos del pasado pueden llevarnos a pensar que ya entendemos suficientemente bien la realidad.

Y es precisamente ahí donde aparece uno de los mayores riesgos para cualquier líder, empresario o familia empresaria: dejar de revisar sus propias certezas.

La experiencia es invaluable.

Nos permite decidir más rápido, reconocer patrones y evitar errores ya conocidos. Pero también puede generar una ilusión peligrosa: creer que lo que funcionó antes necesariamente seguirá funcionando mañana.

La experiencia nos da respuestas.

La sabiduría nos recuerda que algunas respuestas tienen fecha de vencimiento.

En mis años acompañando familias empresarias he observado que muchos conflictos, errores estratégicos y oportunidades perdidas no se originan por falta de talento o capacidad.

Nacen de algo mucho más sutil.

La convicción de que ya sabemos lo suficiente.

Cuando dejamos de cuestionar nuestras conclusiones, comenzamos a confundir experiencia con verdad absoluta.

Y pocas cosas resultan tan peligrosas para una organización como una verdad que nadie se atreve a revisar.

Existe una frase común dentro de muchas empresas familiares: "Siempre lo hemos hecho así y nos ha funcionado."

La frase no es necesariamente incorrecta.

Lo preocupante es cuando se convierte en el argumento para dejar de analizar alternativas.

Lo que funcionó para construir una empresa no siempre será lo que permita trascenderla.

Los mercados cambian.

La tecnología evoluciona.

Los clientes transforman sus hábitos.

Las nuevas generaciones tienen expectativas distintas.

Las familias también evolucionan.



EL RINCÓN DEL Chef

TRES CULTURAS, UNA MESA: MÉXICO, FRANCIA Y PERÚ

POR: ROSARIO BAREÑO DOMÍNGUEZ / FOTOS: LUIS FRANCISCO RODRÍGUEZ

Tres culturas culinarias se encuentran en un menú que combina tradición, creatividad e ingredientes cuidadosamente seleccionados para ofrecer una experiencia de sabores y texturas.

El chef Gustavo Jacob Macías Aldana del Hotel Presidente InterContinental preparó un menú exclusivo fusionando la gastronomía de tres naciones.

La gastronomía se convierte en un punto de encuentro entre culturas cuando los ingredientes, las técnicas y las tradiciones se integran para dar vida a nuevas experiencias en la mesa. Bajo esta premisa, se presentó un menú especial que reúne la riqueza de las cocinas mexicana, francesa y peruana, tres propuestas que destacan por su identidad, diversidad y posibilidades de innovación.

Durante la presentación, los asistentes fueron invitados a disfrutar de una selección de platillos diseñados para recorrer diferentes expresiones culinarias, desde la frescura de los ingredientes marinos hasta la intensidad de los sabores tradicionales mexicanos y la delicadeza de la cocina francesa.

"En esta ocasión hemos hecho un menú con distintas cocinas, distintas gastronomías, y lo hace muy interesante. Dos de ellas son la peruana y la mexicana, la mexicana y la francesa. Y la tercera, la peruana, que es la que está muy de moda en los últimos años y también es muy interesante", explicó el chef al dar la bienvenida a los invitados.

Primer Menú

ENTRADA
Tiradito de atún, acompañado de leche de tigre, ají amarillo, camote y elote.

PLATO FUERTE
Mole, acompañado de camote, plátano frito y vinagreta.

POSTRE
Flan de mango y coco.

Segundo Menú

ENTRADA
Verduras con espárragos, acompañada de vinagreta y vegetales sellados con mantequilla y vinagre,

PLATO FUERTE
Robalo servido con salsa de mariscos, hojas de papa y pimiento glaseado.

POSTRE
Tarta de chocolate



MÁS FOTOS

pilot
AUTOTRANSPORTES

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



TU TRANSPORTE AL ÉXITO

NUESTROS SERVICIOS:

Nacional, importación y exportación

contacto@atpilot.mx

333860 4493

MAESTROS JOYEROS

maestrosjoyeros.com



| Los Angeles | 550 S Hill St Los Angeles, CA 90013, EE.

| Lobby 33 | Av. Patria #1891, Local 7 Planta Baja, Puerta de Hierro, Zapopan, Jalisco México.

| Distrito Joyero | Av. Mariano Otero #1249, Int. IC, Col. Rinconada del Bosque, Guadalajara, Jalisco México.

| Masaryk | Av. Presidente Masaryk #275, Local R1, Col. Polanco IV Secc. Delegación Miguel Hidalgo, CDMX.