

LIDER[®]

EMPRESARIAL

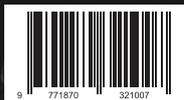


La Mujer en la Agroindustria:
Un área de oportunidad

Bajío:
La región que reactiva
su riqueza vitivinícola

Mujeres en la política

UNA MUJER DE EQUILIBRIO Y CONTRASTES
ANA CECILIA GARZA HIRIART



:UNID

**TU PASIÓN
Y VOCACIÓN**



**EL RESPALDO
DE UNID**



**¡LA INSPIRACIÓN
DE LOS LÍDERES
DEL MAÑANA!**

QUE TUS SUEÑOS NO SE
QUEDEN EN CASA.

**¿QUIÉN ERES TÚ?
#YOSOYUNID**

INICIO DE CLASES

MAYO - SEPTIEMBRE 2021

INFORMES AL 492 113 58 91

TALISIS:

**¿QUIÉN ERES TÚ?
#YOSOYUNID**

 **UNID_Zac**

 **UNID Campus
Zacatecas**



ARGENTA

P R E M I U M C L A S S

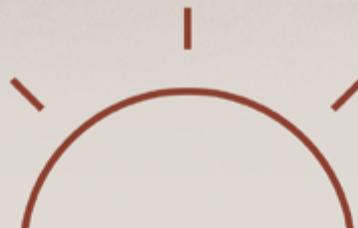
Eleva tu visión de vida

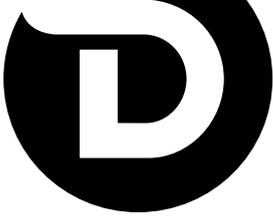
¡LOTES RESIDENCIALES YA EN PREVENTA!

T. 492-925-1000

www.argentaresidencial.com

GIZ | DESARROLLOS





DIRECTORIO

Francisco J. López Espinoza
Fundador
fjlopez.es@promexe.com

Rafael López Rivera
Director Corporativo
rlopez@promexe.com

Mónica Valdés Miranda
Directora Zacatecas
mvaldes@liderempresarial.com

Brenda Idiam Méndez Cassab
Gerente general Corporativo
brendacassab@promexe.com

Oswaldo González Camacho
Dirección editorial
ogonzalez@promexe.com

Paola Ruiz Valenzuela
Redacción
pruiz@liderempresarial.com

Paola de la Torre
Redacción
pdelatorre@liderempresarial.com

Juan Gerardo Rodríguez Ruiz
Redacción
grodriguez@promexe.com

Liliana Rebeca Martínez López
Redacción
lrmartinez@promexe.com

Luis Fernando Vega Ojeda
Redacción
fvega@promexe.com

Yadira María Teresa Cuéllar Miranda
Corrección de estilo
ycuellar@promexe.com

Edgar Alejandro Pérez Martínez
Video y fotografía
eperez@promexe.com

Jaqueline Hassel Flores Rivas
Diseño
jflores@liderempresarial.com

María Fernanda Ramírez Padilla
Diseño
framireza@promexe.com

Eugenio Herrera Nuño
Análisis
eherrera@promexe.com

VENTAS Y PUBLICIDAD ZACATECAS

direccionventas@liderempresarial.com
Tel: 492 491 1256 y 492 559 2875

AGUASCALIENTES

direccionventas@promexe.com
Tel/Fax: 449 962 9281 / 82

SAN LUIS POTOSÍ

Andrea C. Aguilera Muñoz
Directora San Luis Potosí
Andrea.aguilera@liderempresarial.com

Claudia Lyly Escobedo Robledo
Ejecutiva de ventas
lescobedo@promexe.com

Jhania Sofía Pérez Hernández
Relaciones públicas
jperez@promexe.com

Paola Karina Martínez Gaytán
Relaciones públicas
pmartinez@promexe.com

COLABORADORES

Genaro Borrego
Manuel González

Derechos de Autor y Derechos Conexos, Año 2021, Número 18, Marzo 2021. Lider Empresarial es una publicación mensual editada y publicada por Mónica Guadalupe Valdés Miranda, Calle Escuela Normal 505 - A Col. Sierra de Álica C.P 98050, Zacatecas, Zac., www.liderempresarial.com. Editor Responsable: Mónica Guadalupe Valdés Miranda, Calle Escuela Normal 505 - A Col. Sierra de Álica C.P 98050, Zacatecas, Zac. Reserva de Derechos al uso Exclusivo: 04-2005091914225900-102; ISSN No. 1870-3216 ambos solicitados y otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor, Certificado de Licitud de Título No. 13385, Certificado de Licitud de Contenido No. 10958, ambos solicitados y otorgados por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Edición No. 18, tiraje 4000 ejemplares.

Lo expresado en los artículos de la revista es responsabilidad de sus autores y no necesariamente es el punto de vista de la editorial. Es permitida la reproducción total o parcial del material aquí publicado, siempre que sea mencionada la fuente: Lider Empresarial, número de edición, mes y año.

RECONOCERNOS EN LAS DEMÁS MUJERES

Inspirar a las nuevas generaciones es esencial para hacer un cambio significativo en el mundo. Con frecuencia nos encontramos con historias de éxito donde las condiciones propiciaron llegar a la cúspide de un área, lo que nos motiva a explorar nuestras capacidades. Aun en la segunda década del siglo XXI, las mujeres seguimos derrumbando las barreras impuestas por la historia y tomamos los espacios que nos hemos ganado gracias a nuestro trabajo.

Al pertenecer a diversas disciplinas, la trayectoria de las mujeres que ocupan estas páginas, amplían nuestra visión de lo que es posible cuando se sobrepone el empeño y creatividad a las expectativas ajenas. Ejemplo de ello es Ana Cecilia Garza Hiriart, quien ha sabido conjuntar ambos rasgos; de empresaria exitosa a escritora de un blog, sabe que la superación es posible gracias al conocimiento y a escuchar el llamado de la intuición.

Sobre Amalia García y Abigail Hernández, reconocemos su capacidad de liderazgo, empatía y sororidad; mientras que de Isabel Terán, ser un referente del estudio de la literatura en nuestro país. En todos los casos hay un rasgo en común, son mujeres que han construido un legado para las que vienen y la posible inspiración de quienes se inician en su rubro.

En esta edición también tocamos algunos puntos sobre la participación femenina en la agroindustria y los logros que se están consiguiendo debido al cambio de perspectiva. Con relación a este tema, también observamos los «*imperdibles*» de la industria vitivinícola y mezcalera en la región Bajío.

Más allá de que marzo es el mes de la mujer, se trata de la oportunidad de cuestionar nuestro lugar en la historia. Actualmente nuestra participación en el mundo es tal, que cada día honramos los logros conseguidos en el pasado y nos planteamos nuevas metas para el mañana.

Mónica Valdés Miranda
Dirección Zacatecas



www.liderempresarial.com
[youtube /Revista Lider Empresarial](https://www.youtube.com/RevistaLiderEmpresarial)
[facebook /Revista Lider Empresarial](https://www.facebook.com/RevistaLiderEmpresarial)
[twitter @rlempresarial](https://twitter.com/rlempresarial)
[instagram @ldrempresarial](https://www.instagram.com/ldrempresarial)



TASA DEL **8.99%+** **GARANTÍA EXTENDIDA** + **SEGURO GRATIS**



ERTIGA
2021

Suzuki Autos Zacatecas Suzukizac

Boulevard Héroes de Chapultepec #1602
La Escondida, Zacatecas, Zac. C.P. 98160

(492) 158 0770



20 PORTADA

PERSPECTIVA ECONÓMICA

- 06 ¿CUÁL ES EL POTENCIAL ENERGÉTICO DE ZACATECAS?
- 08 EL AÑO DE LAS REMESAS: ¿CÓMO LE FUE A LA REGIÓN?
- 10 ¿CÓMO ISRAEL SE CONVIRTIÓ EN EL LÍDER MUNDIAL EN VACUNACIÓN CONTRA COVID-19?
- 12 2021: LA RECUPERACIÓN EN MARCHA
- 16 UNA FRACCIÓN DEL MUNDO EN ZACATECAS

PERSONALIDADES

- 18 EL POTENCIAL EMPRESARIAL DETRÁS DE LOS SUEÑOS: SARA ABIGAIL HERNÁNDEZ URENDA
- 19 RESCATE DE MEMORIA, CULTURA E IDENTIDAD HISTÓRICA: ISABEL TERÁN

PORTADA

- 20 **UNA MUJER DE EQUILIBRIO Y CONTRASTES**

DIAMANTE DE MÉXICO

- 26 AGROINDUSTRIA: EL MOTOR DE LA ECONOMÍA REGIONAL POST-PANDEMIA

NEGOCIOS

- 29 LA MUJER EN LA AGROINDUSTRIA: UN ÁREA DE OPORTUNIDAD
- 30 AMÉRICA LÓPEZ: LA PIONERA DEL AJO NEGRO EN MÉXICO
- 31 GABRIELA GALICIA: UNA MUJER QUE PROMUEVE LA AGRICULTURA SOSTENIBLE
- 32 LETICIA SERMENT CABRERA: LA MUJER QUE LIDERA LA TRANSFORMACIÓN
- 33 ALSON DEL MEZCAL: LA GUARIDA DE LA TRADICIÓN ZACATECANO
- 34 MEZCAL: UN TESORO POR DESCUBRIR
- 36 CANNABIS: ¿NUEVO BASTIÓN DE LA INVERSIÓN PRIVADA EN MÉXICO?
- 40 BAJÍO: LA REGIÓN QUE REACTIVA SU RIQUEZA VITIVINÍCOLA
- 44 MÁS DE UNA DÉCADA DELEITANDO PALADARES: VINOS TIERRA ADENTRO

ACTUALIDAD

- 46 MUJERES EN LA POLÍTICA
- 47 CLAUDIA ANAYA
- 48 AMALIA GARCÍA
- 50 GEOVANNA BAÑUELOS
- 51 CATY MONREAL

LÍDER LIFE

- 52 PASOS FIRMES Y CIMIENTOS CONCRETOS: JOAQUÍN MADERO
- 54 QUERÉTARO Y SU TURISMO DE ROMANCE
- 56 ZACATECAS Y SUS SIETE DIPLOMAS MÁS PRECIADOS



La **pandemia**
sigue

**Cuídate, lávate las manos,
usa gel antibacterial.**

DIPLOMADO EXPORTACIONES Y COMERCIO DIGITAL PARA MIPYMES

INICIO: **9 ABRIL, 2021**

6 MÓDULOS:

- Diagnóstico para la exportación.
- Detección de oportunidades y evaluación de la industria en el mercado internacional.
- Marco jurídico y normatividad aduanera del comercio exterior.
- Logística internacional.
- Desarrollo de estrategia de entrada al mercado internacional y formas de pago.
- Comercio digital transfronterizo.

BENEFICIOS:

- Detecta nuevas oportunidades de comercio internacional.
- Diseña estrategias innovadoras para la comercialización.
- Desarrolla negocios globales y estrategias de internacionalización.
- Asegura el cumplimiento legal de las operaciones internacionales.



INVERSIÓN
COSTO DEL PROGRAMA
\$ 16,600.00 *

BECA 50%
DE APOYO SEZAC
\$ 8,300.00 *

* Inversión exenta de IVA.
Fecha límite de inscripción 5 abril, 2021



**50%
APOYO**
SECRETARÍA
DE ECONOMÍA



Tecnológico
de Monterrey

Educación
Continua

Para mayores informes:



492 909 0486 | ocastelo@tec.mx

SEZAC: (492)491 5000 ext 36195
minerva.villegas@zacatecas.gob.mx

<https://economia.zacatecas.gob.mx>

Secretaría de Economía Zacatecas

@Sezac_

¡PÓNTELO!

CUBREBocas OBLIGATORIO



SECRETARÍA DE
ECONOMÍA
Trabajemos Unidos

Mantén tu
#SanaDistancia

MANTÉN SIEMPRE TUS
ESPACIOS
VENTILADOS

¿CUÁL ES EL POTENCIAL ENERGÉTICO DE ZACATECAS?

El sector energético en Zacatecas, así como en el país, precisa de cambios que, hasta el momento, se han presentado dentro del esquema de la modernidad y la calidad de energía. Para que estos cambios sean posibles dentro del estado, la labor de la Agencia de Energía del Estado de Zacatecas es fundamental, ya que lleva a cabo procesos, proyectos e investigaciones que pueden impulsar y desarrollar mejores condiciones energéticas para el estado, así como para la atracción y captación de inversión.

Según indica Manuel de Jesús Macías Patiño, titular de la AEE Zacatecas, dentro de ésta se tienen que realizar modificaciones en diferentes aspectos, tanto en lo administrativo como en lo económico, en relación con la nueva infraestructura que se planea instalar en la entidad, así como todas las actividades de gestión, para que las potencialidades puedan ser aprovechadas por inversionistas locales, nacionales e internacionales.

Las autoridades nacionales, principalmente la Secretaría de Energía y la CENACE, son los organismos que aprueban los proyectos de energía que pueden entrar al sistema a partir de una serie de regulaciones en las que se priorizan las energías en el siguiente orden: hidráulica, nuclear, geotérmica, ciclos combinados de alta eficiencia, termoeléctricas, solar privada y ciclos combinados. Dada la compleja situación que se vive actualmente en el país, las competencias que puede ofrecer Zacatecas son potenciales y diversas.

Para cumplir con sus objetivos, la agencia necesita preparar y certificar a zacatecanos para que sean reconocidos como fuentes confiables de generación de energía alterna. Poder formar el recurso humano traerá consigo la inversión y un crecimiento económico de la entidad. La capacitación se necesita en tres órdenes: gobierno, sociedad y el sector empresarial, para lo cual, es indispensable el apoyo federal.

Las ventajas competitivas con las que cuenta el estado se dan principalmente por su ubicación, ya que todo el territorio cuenta con buenas serranías que pueden ser utilizadas para la generación de

energía eólica y de las que se puede aprovechar la radiación solar. Además, cuenta con dos ductos de gas natural uno proveniente de Estados Unidos y otro más pequeño dentro del país. Estos aspectos brindan una conectividad y una gran ventaja, ya que la capacidad de producción energética en el estado es vasta: en el área eólica es de 952 gigawatts; en energía solar, es de 721 gigawatts; y en energía geotérmica, es de hasta 818 gigawatts.

Los proyectos que llevan a cabo son diversos, sin embargo, entre los más destacados se encuentra la producción de fertilizantes nitrogenados en colaboración con el Instituto Mexicano del Petróleo. Además, en conjunto con el Laboratorio de Software Libre (Labsol) llevan a cabo distintos trabajos, entre los cuales se encuentra la creación de ciudades inteligentes o smart cities, a partir de las luminarias del alumbrado público, en el que se aprovecha el sistema fotovoltaico para integrar pequeños detectores que puedan transmitir wifi y permitan dar a conocer la temperatura, la radiación solar, la calidad del aire, entre otros. Este proyecto tuvo su prueba en Tlaltenango y se planea instalar en Zacatecas y Guadalupe.

Las estrategias que maneja la agencia para poder dar impulso a los potenciales anteriormente mencionados radican principalmente en la formación de personal, en la investigación y en el desarrollo de proyectos relacionados con la acumulación de energía. Macías Patiño menciona, *“Ahorita es un reto generar acumuladores para la energía, nadie está pensando en cómo acumular energía. La generamos, ¿y luego qué? ¿dónde la guardamos?”*. Según menciona, esta labor es de esquemas difíciles, por lo cual es necesario mantener los vínculos y convenios con el Instituto Nacional de Investigaciones Nucleares, así como con el Instituto Mexicano del Petróleo, para poder desarrollar lo necesario en estos rubros.

Por otro lado, la agencia ya cuenta con instalaciones dentro de la Quantum, ciudad del conocimiento, además de tener infraestructura para la generación de energía geotérmica y solar, por lo que los avances, desde su creación en 2019, han sido significativos. ◉



Gas en tu auto

SOMOS



 LLAMA A GAS CAMPANITA

493 93 2 11 79

Paola Ruiz / Líder Empresarial

EL AÑO DE LAS REMESAS: ¿CÓMO LE FUE A LA REGIÓN?

México logró una captación histórica de remesas durante 2020, contrario a las estimaciones del Banco Mundial, en las que se preveía una caída cercana al 20% frente al año anterior. De enero a diciembre los envíos de los connacionales acumularon 40 mil 607 millones de dólares (mdd), sobrepasando con 11.43% el total de 2019 (36 mil 439 mdd).

Los resultados están determinados por la frecuencia y cantidad de dólares por transacción, realizadas en su mayoría desde Estados Unidos. En este sentido, el Banco de México (Banxico) informó que las transferencias electrónicas desde ese país tuvieron una elevación del 11.8% interanual.

Respecto a la región Centro-Bajío-Occidente -en la que se contemplan los estados de Aguascalientes, Guanajuato, Jalisco, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas-, a lo largo de 2020 se registró una aportación de 11,591.98 mdd, equivalente al 28.54% del total nacional.

La entidad que contribuyó en mayor medida a este resultado fue Jalisco con 4,153.42 mdd (35.83% del total de remesas destinado a la región), el cual ha liderado la lista regional desde 2016. Por otro lado, Aguascalientes fue la que menos contribuyó, con 539.92 mdd (4.65%), si

bien hubo un aumento de 6.77% en la cantidad recibida de remesas frente al año anterior. El porcentaje restante se distribuyó de la siguiente manera:

Guanajuato: 3,468.88 mdd (29.92%)
San Luis Potosí: 1,425.25 mdd (12.29%)
Zacatecas: 1,202.33 mdd (10.37%)
Querétaro: 802.18 mdd (6.92%)

La menor captación por estado fue la conseguida por Aguascalientes durante el primer trimestre (127.79 mdd). El panorama mejoró de forma progresiva los siguientes nueve meses. En contraste, Jalisco tuvo la mayor captación por estado durante el periodo comprendido entre octubre y diciembre (1,081.77 mdd).

En parámetros generales, el trimestre más productivo para la región fue el cuarto (2,992.31 mdd). Aunque el año inició superando el último trimestre de 2019 y la tendencia a la alza se mantuvo por un periodo más, al llegar al tercero se registró una caída de 2.25%. Hacia el cierre del año las condiciones mejoraron, pues la cifra del último periodo fue 3.20% mayor, equivalente a 2,992.31 mdd.



¿Cómo le ha ido al Bajío en la última década?

En los últimos 10 años, Aguascalientes ha sido el estado de la región con menor recepción de remesas (considerando que es el estado más pequeño y el número de migrantes que de ahí parten es bajo) de tal forma que no es sorprendente que haya presentado el resultado más bajo durante ese lapso, en el primer trimestre de 2010 (67.49 mdd).

Mientras tanto, Guanajuato se mantuvo a la cabeza en recepción de remesas desde 2010 hasta 2015. A lo largo del lustro ostentó la recepción más cuantiosa de la región, la cual consiguió en el segundo trimestre de 2012 (631.73 mdd). Esta cifra fue superada por Jalisco cuatro años más tarde, en el mismo periodo de 2016 (651.80 mdd).

A partir de ese momento Jalisco escaló hasta el peldaño más alto en el indicador económico y se ha mantenido ahí hasta los últimos reportes de Banxico. Incluso, el máximo monto trimestral alcanzado en la década le corresponde, en el cuarto periodo de 2020 (1,081.77 mdd).

Desde el inicio de la década hubo un aumento progresivo en las cifras, condición que se vio afectada en 2013, donde hubo un retroceso de (-) 5.25%. Al iniciar el 2014 se recuperó la constante, con aumentos que oscilan entre los 7.45% y los 14.58%. En este sentido, el más significativo que hubo entre años fue entre 2016 y 2017: 14.58%. Mientras que el menos perceptible de la década ocurrió en el paso de 2011 a 2012, que fue de 0.96%.

AÑO	AGUASCALIENTES	GUANAJUATO	JALISCO	QUERÉTARO	SLP	ZACATECAS	TOTAL REGIÓN
2010	293.9	1,981.31	1,755.55	354.52	629.44	581.7	5,596.42
2011	306.3	2,155.76	1,895.77	383.28	700.78	625.43	6,067.32
2012	332.65	2,138.27	1,443.49	378.55	738.68	654.43	6,126.07
2013	305.58	2,007.56	1,754.99	411.52	707.02	633.78	5,820.45
2014	323.86	2,096.44	1,959.83	398.19	769.86	700.15	6,248.33
2015	348.93	2,218.45	2,174.1	459.84	847.41	755.67	6,803.68
2016	395.93	2,412.12	2,520.78	525.11	960.81	878.04	7,692.79
2017	433.33	2,773.53	2,881.42	595.59	1,125.77	1,005.28	8,814.92
2018	473.24	3,057.85	3,304.79	662.48	1,240.04	1,095.85	9,834.25
2019	505.66	3,321.89	3,536.95	710.6	1,345.43	1,129	10,549.53
2020	539.92	3,468.88	4,153.42	802.18	1,425.25	1,202.33	11,591.98
TOTAL DE LA DÉCADA	4,258.58	27,632.06	27,381.09	5,681.86	10,490.49	9,261.66	85,145.74

La clave del ascenso

Si la economía mundial se vio afectada por el cierre de fronteras y el cese de labores, ¿cómo es posible que la recepción de remesas aumentara aun durante 2020? Jael Pérez Sánchez, vicepresidente regional de la Federación del Colegio de Economistas, explica que debido a que el número de migrantes no ha evolucionado, el crecimiento de remesas está sustentado en que *“muchos paisanos se están dando a la tarea de mandarle más dólares a sus familias para que puedan subsistir”*.

En apoyo a esta premisa, Gil Gordillo Mendoza, presidente del Colegio de Economistas de Aguascalientes, concuerda con Pérez Sánchez y explica que la entrada de dólares a México ha contribuido a estabilizar el tipo de cambio.

Gerardo Rodríguez / Líder Empresarial

¿CÓMO ISRAEL SE CONVIRTIÓ EN EL LÍDER MUNDIAL EN VACUNACIÓN CONTRA COVID-19?

Israel se ha erigido como líder indiscutible en la vacunación contra COVID-19. Al 18 de febrero, ya había inmunizado al 30% de su población, cifra más alta para cualquier país. Asimismo, información recabada por Our World In Data sitúa a la nación del Medio Oriente como líder per cápita a nivel mundial en la campaña de inoculación contra el coronavirus.

Más allá de ser una población relativamente pequeña (nueve millones de habitantes) en comparación con otros países, hay otros factores que han contribuido al gran avance de Israel en contra de la pandemia. Aquí los repasamos.

1.- Anticipación: Israel fue uno de los primeros países en cerrar acuerdos con las farmacéuticas para asegurar grandes dosis de la vacuna, incluso a costa de pagar un precio más alto que algunas naciones europeas. El gobierno israelí aseguró ocho millones de dosis de la vacuna de Pfizer y seis millones del biológico desarrollado por Moderna. Esto le permitirá haber inmunizado a toda su población antes de que finalice marzo.

2 . - Cobertura de Salud Universal: El sistema sanitario de Israel es uno de los más reputados del mundo, brindando atención médica gratuita a todos sus ciudadanos.

Por ley, cada israelí debe adherirse a alguna de las **cuatro Organizaciones para el Mantenimiento de la Salud (HMO, por sus siglas en inglés)**, quienes se encargan de proveer servicios médicos a los habitantes a través de miles de clínicas repartidas en el país.

La red conformada por las cuatro organizaciones HMO otorgan al gobierno israelí una infraestructura eficiente para la distribución y aplicación de la vacuna.

El Ministerio de Salud ha señalado que, gracias a los cuatro fondos de salud, el gobierno puede identificar a la población por grupo etario y por enfermedades preexistentes (comorbilidades) para así ejecutar estrategias fundamentadas.

“Con todos estos datos, es realmente sencillo tomar decisiones prioritarias y saber con exactitud cuántas vacunas enviaremos a cada uno de los centros de vacunación”, manifestó para Business Insider el vocero del ministerio, el Dr. Boaz Lev.

3.-Confianza ciudadana en el sistema de salud: Los líderes políticos de muchos países alrededor del mundo no gozan de la confianza de sus ciudadanos, situación que se ha recrudecido con la gestión de la pandemia (sin irnos más lejos, López Obrador en México y anteriormente Donald Trump en EE.UU.)

El primer ministro Benjamin Netanyahu no es ajeno a esta situación, pues según el Instituto de la Democracia Israelí el 62% de los ciudadanos de su país lo ve con recelo.

No obstante, el 90% de la población se siente satisfecha con los cuatro fondos de salud existentes en el país. Esto se refleja en que solo el 1% de los israelíes al año decide cambiar de HMO, pese a que es un proceso relativamente sencillo.

En declaraciones para The Jerusalem Post (JPO), Ran Balicer, jefe de Innovación de Clalit (la HMO más grande del país), dijo que las cifras anteriores “manifiestan el nivel de confianza hacia el sistema de salud y la infraestructura que hemos construido a lo largo de los años”.

4.- Un país digitalizado: El sistema de salud de Israel cuenta con uno de los registros digitales más adelantados del mundo, lo que ha permitido al gobierno diseñar con mayor eficiencia la campaña de vacunación contra COVID-19. Han identificado con exactitud a las poblaciones de riesgo y monitoreado al detalle los avances en el programa de inmunización.

Especialistas en Salud israelíes consideran que esta ventaja tecnológica alentó a las farmacéuticas como Pfizer para priorizar a Israel en el suministro del biológico:

“Observaron en nosotros la posibilidad de no solo vacunar, sino monitorear si las personas mostraban efectos adversos. Se percataron que Israel podría convertirse en un ensayo internacional para ver los resultados de una rápida y eficiente campaña de vacunación. Eso es muy valioso para cualquier compañía”, han señalado.

Los resultados no pudieron ser más claros. Clalit reveló a inicios de febrero una caída del 94% en infecciones sintomáticas por COVID-19 entre las 600,000 personas

que recibieron las dos dosis de la vacuna de Pfizer. Asimismo, Clalit encontró una reducción del 92% en las probabilidades de sufrir manifestaciones graves por el virus.

5.- Comunicación clara: De acuerdo con datos del HMO Meuhedet, al momento de iniciar el programa de inmunización, únicamente el 40% de la población estaba dispuesta a vacunarse. Ahora, casi la totalidad de los habitantes desea inocularse ante el coronavirus.

El gobierno y las HMO emprendieron intensas campañas de comunicación por televisión, radio, periódicos e internet, alentando a los ciudadanos a aplicarse el biológico.

Incluso, los directivos de los fondos de salud sostuvieron largas discusiones con los líderes de las comunidades ultra-ortodoxas para explicarles las evidencias científicas alrededor de las vacunas, hasta que alcanzaron un dictamen rabínico de que el antídoto era seguro.

6.- La resiliencia ante emergencias: El pueblo israelí está habituado a responder ágilmente ante los contratiempos: los conflictos bélicos y los desastres naturales han propiciado en la población un sentido de ágil respuesta, mencionan las autoridades.

“Israel está cimentado en hacer frente a situaciones de emergencia, nuestro país se basa en el reclutamiento de soldados para ayudar a los demás”, señaló Allon Moses, especialista en Microbiología y Enfermedades Infecciosas.

Por ejemplo, más de 700 paramédicos militares en descanso se sumaron a la campaña de vacunación para agilizar los avances, informó el Ministerio de Defensa Israelí.

“Israel sabe cómo movilizarse. Nos hemos acostumbrado a trabajar en un estado de emergencia. Nuestras HMO se han habituado a reaccionar rápidamente, preparándose al instante para catástrofes y logrando reasignaciones complejas de mucho personal”, explicó Ran Balicer.

Pero el éxito también obedece a la disposición de la sociedad en general, enfatizó a TJP Ido Hadari, jefe de comunicación del HMO Maccabi HealthCare Services: *“Puedes contar con todo el personal preparado y entrenado, puedes tener todas las dosis de la vacuna, pero si el público no coopera, no puedes lograr los resultados”.*

2021: LA RECUPERACIÓN EN MARCHA

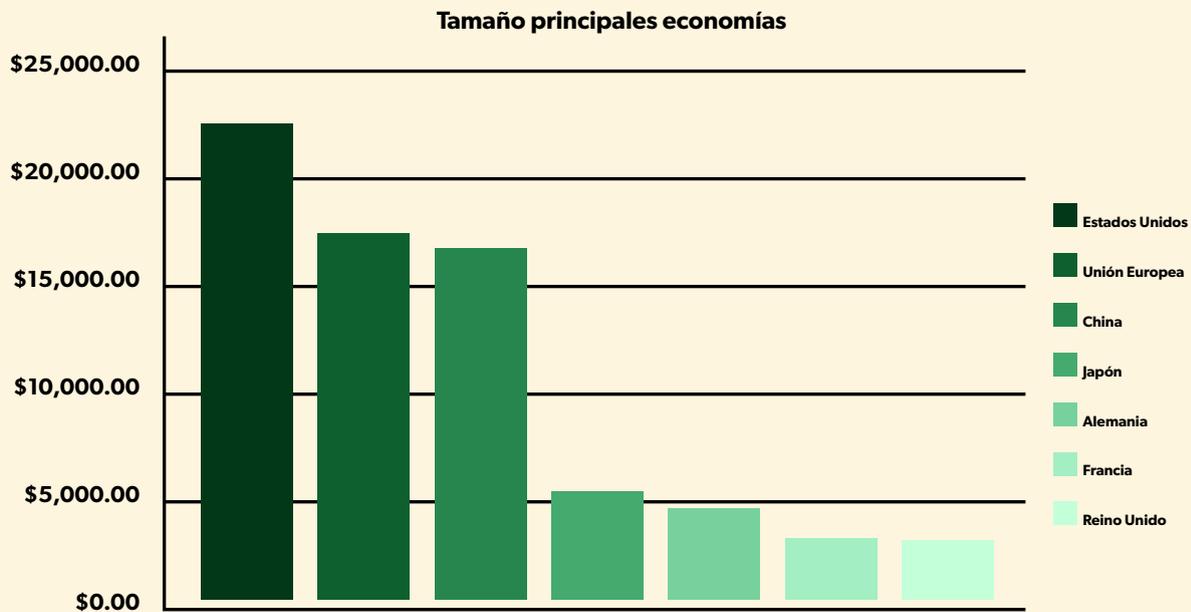
POR: WALTER BUCHANAN, CFA SOCIO Y DIRECTOR DE INVERSIONES EN SAVENEST

Cómo sabemos, 2020 fue un año económicamente duro. Como efecto de la pandemia, entramos en una recesión global. No obstante, para 2021 varios economistas muestran optimismo, y lo podemos constatar en los títulos que han compartido algunas casas de análisis:

- **J.P. Morgan:** *“La economía global sanará, abraza el optimismo”*
- **Vanguard:** *“(Estamos) llegando al amanecer”*

Mientras ese momento llega, hagamos un repaso de cómo han evolucionado las potencias económicas globales durante esta crisis, la cual nos enseñó que incluso las naciones más poderosas son vulnerables a una emergencia de salud.

Para comenzar, observemos el valor de sus economías en miles de millones de dólares (mdd):



*Fuente FMI

Estados Unidos permanece como la economía más grande del mundo. Si consideramos la Unión Europea como una región, ésta ocuparía el segundo lugar, seguida de China. Sin embargo, la nación asiática se perfila para convertirse en la próxima economía número uno hacia el 2027.

LA REHABILITACIÓN COMO FACTOR DE DESARROLLO EN ZACATECAS



Durante los últimos años y tras una considerable inversión, en el estado de Zacatecas se ha reforzado la atención a las personas con discapacidad para su tratamiento y óptima integración, a partir de diferentes programas y espacios de infraestructura en los que se brindan servicios de calidad, derivados del Sistema Estatal para el Desarrollo Integral de la Familia.

A nivel nacional, la entidad ocupa el cuarto lugar con mayor incidencia de personas con alguna discapacidad motora o sensorial que no les permite el pleno desarrollo de sus posibilidades dentro de la sociedad. Ante este panorama y teniendo en cuenta que cualquier persona a partir de múltiples factores puede quedar discapacitada, los organismos correspondientes han creado las oportunidades para brindar una atención adecuada, según la necesidad y tipo de discapacidad que se trate.

El estado cuenta con 46 centros de atención, llamados Unidades Básicas de Rehabilitación (UBR), mismas que, a partir de una inversión de más de 5 millones de pesos hecha en marzo del 2020, se rehabilitaron y equiparon para complementar y hacer que el trabajo de los rehabilitadores sea más eficiente. Esta inversión se consiguió a partir de la gestión de la Honorable Presidenta de la SEDIF, Cristina Rodríguez de Tello.

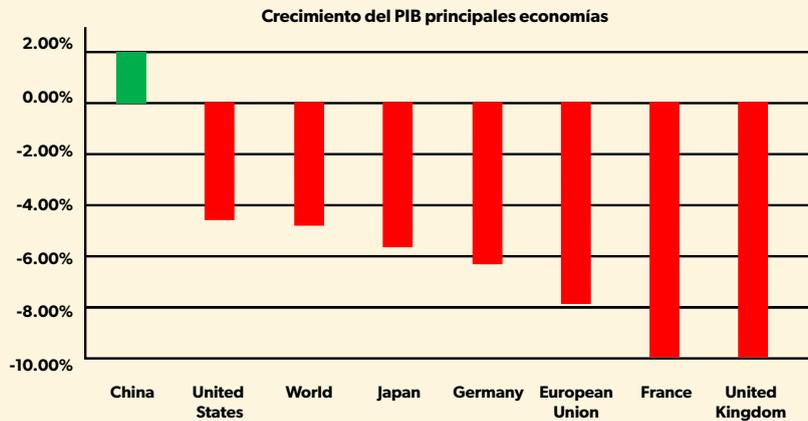
Los proyectos de rehabilitación se presentaron desde el organismo estatal ante el gobierno federal para poder captar recurso y llevar a cabo el reforzamiento de los espacios. En un primer momento se logró obtener un millón de pesos derivado del Fondo Nacional de Atención para las Personas con Discapacidad 2020.

Tras lograr la autorización de los proyectos, durante el desarrollo del primero se reequiparon 33 Unidades Básicas de Rehabilitación y con el segundo 13 UBR's, lo cual benefició a más de 3,500 personas directas que reciben terapia de estos espacios y de manera indirecta a sus familias y su entorno.

El equipo de mejora consta de: colchones, tinas de remolinos, electroestimuladores, alberca de pelotas, juegos de poleas, balancines, lámparas infrarrojas, caminadoras, equipos láser, juegos de rodillos, ligas de resistencia, mesas de tratamiento, colchones, pelotas de Bobath, pelotas Bossu, mesas de Kanavel, entre otros, así como el equipo necesario para mantener la higiene de las áreas.

Con esto podrá ser posible una mejor atención en un panorama que exige el tratamiento de miles de zacatecanos. Asimismo, durante los últimos años se han dado las condiciones para la creación de políticas públicas que mejoren la calidad de vida y condiciones de este sector poblacional, posicionando como prioridad la rehabilitación. ☺

Veamos cómo impactó la recesión económica global a estos gigantes:



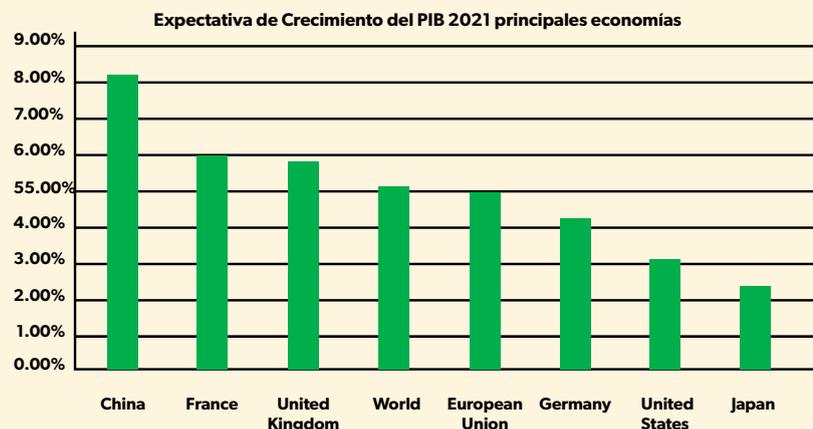
A pesar de ser el epicentro de la pandemia, China logró crecer cerca del 2%: los estrictos controles de su gobierno le permitieron mitigar y frenar el contagio. Sobre todo, pudieron reanudar actividades con mayor rapidez que el resto del mundo. En años anteriores, la nación oriental venía creciendo a tasas superiores al 6%, alrededor del triple que sus peers.

*Fuente FMI

2021: hacia la recuperación

La expectativa de crecimiento global para 2021 se ubica en 5.2%, cifra no vista en los últimos 10 años. Cabe recordar que estos altos indicadores se atribuyen a un "efecto base", ocasionado por la caída extraordinaria que sufrieron las principales economías en sus Productos Internos Brutos (PIB) en el 2020.

A pesar de que los crecimientos esperados para 2021 son considerados altos, la mayoría de las principales economías no recuperarán los niveles de sus PIB (en términos reales previos a la pandemia) sino hasta 2022. Asimismo, se espera que el PIB global recupere sus niveles pre-COVID hacia 2023.



Cabe recordar que estos números son proyecciones y, como cada año, pueden cambiar si aparecen nuevos factores. El principal elemento que incidirá sobre la recuperación económica global no será de naturaleza económica, sino sanitaria: el avance general en la vacunación.

Para lograr una inmunidad colectiva, diversas fuentes estiman la necesidad de inmunizar al menos al 70% de la población (tomando en cuenta vacunas e inmunidad natural). Se pronostica que Estados Unidos lograría esto en el primer semestre de 2021.

Por otro lado, los riesgos que podrían amenazar el escenario de recuperación global son:

- Problemas logísticos en la cadena de suministro de vacunas.
- Nuevas variantes del virus ante las cuales las vacunas no sean tan efectivas.

A futuro, cada vez se escucha más la teoría de que, una vez resuelto el tema de la pandemia, aparecerán unos nuevos veintes dorados (*roaring twenties*) como los que hubo después de la fiebre española de 1918.



La **pandemia**
sigue

**Cuídate, lávate las manos,
usa gel antibacterial.**

Apoyemos a Nuestros Artesanos

*Aquí puedes adquirir una artesanía
creada por las manos zacatecanas.*

19 de Marzo Día de las y los Artesanos

1. Casa de Artesanías Zacatecas.
Av. Hidalgo 503, Centro Histórico, Zac.
2. Casa de Artesanías Sombrerete
Calle Hidalgo # 207 Col. Centro.
3. Casa de Artesanías Teúl de González Ortega
Calle Madero #14, Col. Centro.
4. Casa de las artesanías Tabasco
Col. Centro
5. Casa de las artesanías Villa González O.
Plaza Madero, Col Centro #5.
6. Pinos (Módulo de Turismo)
7. Centro Platero, Guadalupe.
8. Casa Grande, Tacoaleche
9. Museo Chalchihuites, Sombrerete
10. Hotel Fiesta Inn, Zacatecas Capital.
11. Hotel Hampton Inn, Zacatecas, Capital.
12. Hotel Tolosa, Zacatecas Capital.

Tienda en línea:

<https://zacatecasartesanal.com/>



Secretaría de Economía Zacatecas
Subsecretaría de Desarrollo Artesanal



@Sezac_
@DifusiónSDA



Casa de las Artesanías

SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO ARTESANAL

Calle Dr. Hierro 508 A, Centro Histórico
teléfonos: 492 925 44 78 y 924 3723

<https://economia.zacatecas.gob.mx>



¡PÓNTELO!



CUBREBOCAS OBLIGATORIO



SECRETARÍA DE
ECONOMÍA
DESARROLLO ARTESANAL
Trabajemos Unidos



Mantén tu
#SanaDistancia



MANTÉN SIEMPRE TUS
**ESPACIOS
VENTILADOS**



UNA FRACCIÓN DEL MUNDO EN ZACATECAS



Durante la actual administración de la capital zacatecana se ha apostado por fortalecer los lazos con las ciudades hermanas y apostar por la «*vinculación productiva*» con embajadas y gobernantes, desde los ámbitos empresarial, cultural, académico, entre otros. Además se ha mostrado un creciente interés por participar en convocatorias a cargo de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE).

De acuerdo con lo informado por Fernando Becerra, secretario de Turismo y Desarrollo Económico, estos han sido los contactos que ha establecido Zacatecas y los beneficios que ha traído al municipio. Son el resultado de las reuniones entre delegaciones extranjeras y autoridades, donde se ponen en la balanza los puntos de convergencia.

ISRAEL

Se han explorado oportunidades para la conectividad y búsqueda de alianzas estratégicas. En materia económica, se consiguieron avances con la empresa MER Group para estrategias en ciberseguridad, desarrollo de software y hardware para la industria minera.

JAPÓN

Con el país asiático se han fortalecido las relaciones económicas, académicas, culturales y de amistad. Entre las labores destacables se encuentra la realización de misiones comerciales digitales para promover inversiones entre empresas japonesas y emprendimientos zacatecanos.

En materia turística y cultural, se analizó la generación de expresiones artísticas para participar en modalidad híbrida, presencial y a distancia, durante festivales culturales.

REPÚBLICA CHECA

Debido a que el acceso a la educación es un tema central para Zacatecas, se establecieron las bases para posibilitar el

intercambio estudiantil. Mediante la relación con la Embajada de la República Checa en México, se acordaron las pautas para que los estudiantes de ambos sitios complementen sus planes de estudio o realicen proyectos de investigación en las instituciones participantes; además de tener la experiencia de estudiar en el extranjero.

FRANCIA

Se generaron nuevas iniciativas de cooperación y vínculos bilaterales, entre gobiernos locales de México y Francia. En materia de cultura, se logró tener acceso a recursos del Ministerio de Relaciones Internacionales de Europa, para garantizar actividades de colaboración entre Orange y Zacatecas.

ESPAÑA

Aunque son de origen español, las festividades de Moros y Cristianos gozan de una entrañable escenificación en Zacatecas. Cada año, hasta antes del inicio de la pandemia, se recibían a miles de participantes y espectadores; por eso se acordó realizar la promoción de estas representaciones tanto en Orihuela, España, como en Zacatecas, para reforzar la hermandad entre ambas.

SUIZA

La delegación suiza propuso que el ayuntamiento de Zacatecas participe en la convocatoria «*Protección de Bienes Muebles*» donde se presentarán proyectos de inversión de hasta 2 millones de pesos en esquema de peso a peso.

Además, en materia de inversión, se comentó con Swiss Business Hub el apoyo y comercialización para pymes de Zacatecas y Suiza, adicional a la capacitación de colaboradores; entre otras acciones.





Genaro Borrego Estrada
borregogenaro@hotmail.com

IDEOLOGÍA VS ECOLOGÍA Y ECONOMÍA

un papel centralizador y excluyente de la iniciativa de los particulares, la cuál bien podría ser incentivada y regulada con leyes y reglamentos adecuados a fin de garantizar que prevalezca el interés general y sea compatible con los legítimos propósitos de generar valor económico simultáneamente a la generación de valor social.

Dicha noción centralizadora estatista tuvo su influencia en la ideología socialista de principios del siglo XX, la cuál permeó en nuestro país en la época de la guerra fría, es decir, en un tiempo completamente diferente al que hoy día vivimos. Tanto en México como en los países donde fue puesta en práctica acabó generando pobreza, atraso y crisis económicas y sociales.

A la caída del muro de Berlín en 1989, el mundo se globalizó y al mismo tiempo esa ideología se desmoronó. Ese cambio histórico propició, casi obligadamente a los países, a la apertura y la competitividad global, y por ende a redefinir y actualizar el papel del Estado como promotor y rector del desarrollo. Todos lo han hecho a excepción de Cuba. Incluso China que mantiene un régimen comunista se abrió incentivando la iniciativa e innovación privada lo cuál ha sido clave para alcanzar el progreso que hoy tiene, es decir, la supremacía mundial disputada sólo por los Estados Unidos de Norteamérica.

La ideología estatista centralizadora está históricamente descalificada por fallida y anacrónica. No cabe en los tiempos actuales -en ningún gobierno- pretender ponerla en práctica a riesgo de propiciar lo que ya hemos experimentado en el pasado; retraso, más pobreza y crisis. Es por tanto inexplicable que en México se estén dando esos pasos hacia atrás en actividades estratégicas como es la industria eléctrica, bajo el argumento de que se trata de un servicio público, cuando en México ya hemos adoptado una definición de lo que dicho servicio significa.

Servicio público, ciertamente, es aquel que el Estado está obligado a proporcionar y a garantizar para toda la población, pero que los particulares NO

están necesaria e irremediamente obligados a recibir y aceptar. Me explico: el Estado tiene la obligación de proporcionar el servicio público de la educación, pero a nadie se puede prohibir que acuda al servicio de particulares. Lo mismo ocurre con la salud; a nadie se le puede impedir atenderse con un médico particular si así lo desea o atenderse en un hospital privado, aunque también se trate de un servicio público.

En el caso de la electricidad debería ser lo mismo, tratándose de la generación y la comercialización a los hogares y usuarios en general. Es verdad que las fases de transmisión y distribución de la energía son de suyo un monopolio natural, ya que no es conveniente ni posible que existan varias redes, por lo cuál esas etapas de la cadena de valor, SI deben ser exclusivas del Estado. Es decir; la generación de energía y su comercialización NO necesariamente deben ser exclusivas del Estado, en cambio la transmisión por alta tensión y la distribución SI deben serlo. Es indispensable hacer esta diferenciación la cuál la Ley en comento no hace. Monopoliza todo el proceso lo cuál será claramente en perjuicio de la ecología y la economía y por ende de la población.

La tendencia mundial en cuanto a la generación de electricidad es que sea por medios sustentables es decir, a través de procesos que no dañen el medio ambiente; que no se emitan gases de efecto invernadero a la atmósfera, lo cuál está propiciando un gravísimo cambio climático de consecuencias terribles- no exagero- para la humanidad en el mediano plazo; y que no se utilicen combustibles fósiles como el carbón y el combustóleo, que tanto perjuicio causan a la salud y a la naturaleza. Esta forma de generación limpia la practican fundamentalmente los particulares. En el caso de México, la Comisión Federal de Electricidad, solamente genera de esa manera a través de hidroeléctricas, en un porcentaje menor a la que genera o puede generar a través de termoeléctricas que utilizan carbón y/o combustóleo.

La Iniciativa de Reforma a la Ley de la Industria Eléctrica enviada al Congreso de la Unión, por el Presidente de la República Andrés Manuel López Obrador, con carácter de preferente, y que ya fue aprobada en sus términos, “sin cambiarle ni una coma”-como el propio Presidente lo había previamente pronosticado- tiene una inspiración meramente ideológica sin considerar las consecuencias de su aplicación en la ecología y en la economía, en perjuicio del “pueblo”, que tanto se invoca como invariable beneficiario de todas las decisiones gubernamentales, y del medio ambiente y por tanto de la naturaleza, con indiscutible impacto global. Seguramente también tendrá una relevante consecuencia en la diplomacia mexicana ante nuestros socios internacionales y la comunidad política mundial.

Es evidente que el pensamiento -y quizá también la emoción- que está atrás de su contenido es el concepto de que el Estado es el único que puede y debe proporcionar directamente los servicios indispensables para el desarrollo nacional y el bienestar de la población. Es la idea del Estado monopólico y no el Estado rector; así como la convicción dogmática de que invariablemente la actividad privada es especulativa y contraria al interés nacional. Subyace en este concepto una descalificación generalizada a la actividad empresarial y por tanto un desincentivo a la inversión privada y también a mi juicio un concepto erróneo del servicio público.

No cabe en esta manera de pensar la posibilidad de que el Estado sea rector y regulador de todo el desempeño económico de los particulares, lo que prevalece es la obsesión de asignarle

Lee el artículo completo en
liderempresarial.com

EL POTENCIAL EMPRESARIAL DETRÁS DE LOS SUEÑOS

SARA ABIGAIL HERNÁNDEZ URENDA

Después de más de 71 años sin una mujer en el puesto, Sara Abigail Hernández Urenda se convirtió en presidenta de la Cámara Nacional de la Industria de Transformación (Canacintra) en Zacatecas. Debido a su perfil empresarial sobresaliente y la dedicación que la caracteriza en sus acciones, se consolidó como la opción ideal para relevar a Alejandro Valadez Perea.

En un sentido más personal, se define como “una mujer soñadora”, ya que cree en la existencia de una sociedad justa, donde el equilibrio sea prioridad y se ponga un alto a la violencia. Sabe que para lograr los grandes objetivos es necesario trabajar en equipo, buscando alcanzar el mayor potencial en cada proyecto; rasgo que le será necesario al desempeñar su cargo.

UNA EMPRESARIA CON AMPLIA CONCIENCIA AMBIENTAL

Previo a su fructífera carrera como empresaria realizó estudios profesionales como arquitecta en el Tecnológico Regional de Zacatecas y, desde hace 12 años, ha concluido cursos y talleres sobre temas ambientales en el Tecnológico de Monterrey, afines al cambio climático, gases de efecto invernadero, planes estatales de acción ante el cambio climático, impacto ambiental y manejo integral de residuos.



Su incursión en la vida empresarial se sustenta con el ímpetu de dos generaciones, gracias al ejemplo de su padre y abuelo. En la década de los 90 la familia de Abigail inició sus labores en el área de las refaccionarias, donde mantuvieron una por alrededor de nueve años. En cuanto a Salher, la empresa que dirige ahora, ya se acerca a los 19 años siendo especialista en la gestión integral de residuos.

Uno de los momentos más trascendentales en su carrera fue el haber participado como consejera de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat), lo cual definió el rumbo de sus intereses, más allá de lo que había experimentado como empresaria:

“Los consejeros de toda la república me contagiaron el ánimo de proteger el medio ambiente y del cuidado de los recursos naturales. Profesionalmente siempre he buscado la capacitación, pues creo que es un camino de todos los días, no la consecuencia de un nombramiento específico”, expresó.

Asimismo, formó parte del equipo técnico para la declaratoria del «Área Natural Protegida Cerro de la Bufa» y ocupó una plaza en el Consejo de Cambio Climático de Zacatecas, cargos que han sido posibles dado los resultados obtenidos tras su formación académica.

LA PARTICIPACIÓN DESTACABLE DE MUJERES EN CANACINTRA

Como presidenta, Hernández Urenda espera dar continuidad a los proyectos vigentes, además de fortalecer las herramientas de los afiliados mediante capacitación y certificaciones. De tal forma que apoyará a los jóvenes emprendedores y mujeres que incursionan en el área; apostará por impulsar la tecnología e innovación, así como desarrollar la proveeduría especializada.

Actualmente se encuentra construyendo y respaldando el plan de trabajo para este año. Para hacerlo posible ha colaborado y mantenido comunicación con las cinco mujeres que conforman el equipo de la Cámara y también con la mesa directiva, donde parte importante son también mujeres.

“No podemos perder de vista que el mundo de los negocios es un mundo de hombres en el que hemos trabajado mucho en la equidad de género y en disminuir la simetría del poder. Es importante tomar y retomar el tema de la sororidad, en el que dejamos de competir y juntas logramos nuestros objetivos; en este caso, por el beneficio la Cámara y los afiliados”, finalizó. ☺

RESCATE DE MEMORIA, CULTURA E IDENTIDAD HISTÓRICA: ISABEL TERÁN

En la historia de México existe un periodo cuyos productos culturales y artísticos fueron relegados y desatendidos tras la independencia del país: el periodo novohispano. El olvido, sin embargo, no ha podido alcanzarlo, sino que, por el contrario, se ha trabajado para su recuperación y reivindicación por parte de especialistas que se han dado a la tarea de dar a conocer todo este mundo. Tal es el caso de la docente e investigadora Isabel Terán, quien se dedica al rescate de obras virreinales que han sido poco estudiadas, que nunca han sido editadas o que fueron censuradas, para darlas a conocer al público así como a los especialistas de este tema.

Desde temprana edad cultivó el gusto por la lectura y la literatura, la cual se vio reforzada desde el ámbito educativo y que poco a poco la llevó a canalizarlo hacia algo más profesional. Este interés la llevó hacia el estudio de la Licenciatura en Letras Españolas, en la Universidad Autónoma de Nuevo León. Más tarde conocería la Literatura Novohispana y su relación con ella se definiría de manera contundente, haciéndola parte de la tercera generación que se dedica a esta línea de investigación.

Pocas veces las circunstancias participan de manera tan conveniente para que el crecimiento mutuo entre (en este caso) sujeto y objeto se dé de manera tan óptima y recíproca: a partir de sus estudios en la Maestría en Estudios Étnicos y de Lenguaje en el Colegio de Michoacán, la literatura novohispana definiría la vida profesional y de investigación de Isabel Terán, al mismo tiempo que la labor de la investigadora, abona, profundiza y amplía más este campo que sigue en proceso de conformación

Dentro de la literatura novohispana, la del siglo XVIII fue la que llamó su atención y sobre la que se han volcado la mayoría de sus investigaciones. En éstas se ha dedicado a cuatro grandes caminos: la crítica, las discusiones entre diferentes autores, el tema de la muerte y la sátira. Esto, sin embargo, no le ha impedido acercarse a cuestiones de censura, emblemáticas (por ejemplo la relación entre imagen y texto), obras censuradas o prohibidas por la Inquisición, o de religión.

Los proyectos en los que trabaja son tanto personales, nacionales como internacionales, lo cual la coloca como un referente dentro del campo que ha dado un impulso a este sector. Por mencionar algunos, actualmente se dedica al rescate de diferentes obras y manuscritos De manera interna-



cional colabora con la Universidad de Alicante de España, en un proyecto de mujeres que retoman temas novohispanos en la actualidad y con la Universidad Autónoma de Madrid, en un proyecto sobre Mujeres en la inquisición tanto en España como en el entorno Novohispano.

Entre su labor docente y de investigación encuentra un ambiente propicio y de retroalimentación que le permite aprender siempre y conocer nuevas perspectivas de su propia línea de investigación a partir de las interacciones académicas con sus alumnos. *“Yo espero que la vida me dé muchos años todavía para seguir trabajando y rescatando obras, y sobre todo para entusiasmar a los jóvenes para que sigan esta trayectoria y puedan seguir esta línea de investigación”.* ◉



UNA MUJER DE EQUILIBRIO Y CONTRASTES



“Conocer el interior de uno mismo implica valentía; hasta que tomamos la firme decisión de hacerlo, logramos trascender nuestras limitaciones inconscientes. Nos abrimos paso a la verdadera abundancia, a la plenitud, a la felicidad”.

A

na Cecilia Garza Hiriart es una mujer de convicciones firmes, que ha sabido hacer uso de su pasión y talento para destacar en el ámbito de la construcción de obras hidráulicas. Con sólo 36 años de edad, ha logrado consolidarse como empresaria en el estado de Zacatecas, ha podido disfrutar de ser madre de dos hijos a los que adora y, además, ha conseguido dedicar tiempo a capacitarse en lo relacionado al autoconocimiento y crecimiento personal.

Al inicio de su trayectoria laboral fungió como administradora del negocio de su padre; quien le enseñó la importancia de cumplir con los compromisos que se adquieren y de luchar por lo que realmente se desea. Con la experiencia obtenida y el apoyo de las personas que conocían su trabajo en el sector empresarial, tomó la decisión de comenzar un proyecto propio.

En las siguientes páginas compartiremos más sobre los diferentes roles de Ana Cecilia: hablaremos sobre lo que la ha inspirado a lo largo de su vida, los retos a los que se ha enfrentado, lo que caracteriza su perfil empresarial y sus anhelos actuales; conoceremos los rasgos corporativos y los aspectos creativos que la definen.

EL VALOR DE SEGUIR METAS PROPIAS

Es profesionalista, estudió la Licenciatura en Administración de Empresas. Esto le permitió establecer su propia empresa, aunada a la experiencia adquirida tras una década de trabajar con su padre.

“El giro de mi papá siempre ha sido la perforación de pozos, yo decidí capacitarme y dedicarme a hacer los trabajos que se requieren después de concluirla. A suministrar y colocar equipos de bombeo, a realizar líneas de conducción de agua, tecnificaciones y electrificaciones, servicio de videoinspecciones a fabricar e instalar tanques de almacenamiento. En general, todo lo relacionado al equipamiento de pozos y el uso eficiente del recurso hídrico. Lo hice, principalmente, para no hacernos competencia en el ámbito laboral”.

En 2005 se registró como «Persona Física» bajo su propio nombre; sin embargo, fue hasta 2008, estando embarazada de su primera hija, que sintió el impulso necesario y suficiente para conseguir sus proyectos de forma independiente. Se sintió motivada a tomar un camino propio, a buscar el éxito personal y a construir un futuro de forma autónoma.

“Siempre estaré agradecida con los ingenieros que me dieron mis primeras oportunidades de trabajo, valoro enormemente que hayan confiado en mí; así como los compañeros contratistas que me impulsa-

ron a seguir adelante. En ese tiempo existía una dependencia llamada CEAPA; jamás olvidaré las veces que, en un café de contra esquina, pasamos horas platicando y debatiendo sobre nuestras ideas para arreglar el mundo”.

Es evidente que disfruta mucho su trabajo y que tiene amplios conocimientos en el tema. Habla con indiscutible interés sobre su personal, grúas, maquinaria y de todo lo relacionado a la ejecución de sus obras. Es claro, también, que sus acciones atienden al objetivo primordial de disfrutar la vida, de compartir momentos con sus seres queridos y sentirse satisfecha con el resultado de sus acciones.

Hablando sobre el trayecto que ha recorrido, reconoce ampliamente que la colaboración del padre de sus hijos fue determinante. Menciona que juntos hicieron frente a un Programa que implicó cumplir con varios proyectos a la vez, en distintos municipios del estado; el cual tuvo un fuerte impacto en el crecimiento de ambos.

En relación a conciliar la familia con el trabajo, menciona que es uno de sus principales retos; puesto que es complicado cumplir con sus propias expectativas como mujer, como madre y empresaria:

“Desde mi punto de vista, es verdad que existe una fuerte presión sobre las mujeres. La sociedad pretende, casi como una





exigencia, que no descuidemos el hogar a pesar de nuestros compromisos laborales; sin embargo, me parece que el desafío es intrapersonal. Lo describiría como la dificultad de decidir el tiempo que invierto en mi misma, el que dedico a mis hijos y el que destino a mi trabajo. Habiéndolo resuelto, el poder sentirme plena y satisfecha con ello. Seguro esta complicación está influenciada por la presión social, pero estoy segura que trascenderlo es una labor personal”.

Hablando sobre los objetivos que Ana Cecilia pretende lograr como directora de GH Hidráulica y Construcciones; menciona el deseo de seguir realizando obras de calidad para la Administración Pública del estado, sus municipios y entidades circunvecinas. Continuar reinvertiendo sus recursos en instalaciones, maquinaria y personal capacitado; a fin de ser cada vez más solvente para competir por una mayor cantidad de proyectos; además de ampliar su cartera de clientes en el sector privado y dar a conocer de forma contundente sus productos y servicios.



Hablando de éxito, es más importante quién está a nuestro lado mientras recorremos el camino y en el momento en el que llegamos a la línea de meta, que el simple hecho de llegar hasta ahí”.



CONOCERTE COMO A QUIENES TE RODEAN

Conversando sobre las bases del éxito, hay dos aspectos que señala durante la entrevista en repetidas ocasiones. Por un lado, la determinación de comprometerse con sus propios ideales y, por el otro, la certeza de contar con un excelente equipo de trabajo.

Una de sus convicciones inquebrantables es que «todo se puede» si se tiene el apoyo suficiente. «Elegir, confiar y delegar» son tres actividades que menciona como indispensables, no sólo para el logro de objetivos en el ámbito empresarial, sino en todos los que se desarrolla el ser humano.

“Hablando de éxito, es más importante quién está a nuestro lado mientras recorremos el camino y en el momento en el que llegamos a la línea de meta, que el simple hecho de llegar hasta ahí. Con ello me refiero a pareja, hijos, familia, amigos, compañeros de trabajo; en fin, a las personas que son significativas en nuestras vidas. Elegir, confiar y delegar, es la única manera de crecer.

Confiar primero en uno mismo, en la propia capacidad de decidir. Conozco mis limitaciones y sé que mis empleados tienen cualidades que yo no. Eso me da seguridad, por eso los tengo y los valoro como parte de mi equipo. Ellos saben que yo poseo otras cualidades, lo que les da la certeza de seguir mis indicaciones. Soy consciente de que saber que tienen la capacidad de encargarse de sus responsabilidades me permite salir a buscar proyectos potenciales”.

Dos de las cualidades que más la enorgullecen respecto a su trabajo son: la calidad con la que ejecuta las obras que le son asignadas y la rapidez con la que las lleva a cabo. Nos explica que, debido a la naturaleza del rubro, el trabajo viene con fuerza por temporadas. Se incrementa exponencialmente cuando son liberados los recursos



para la ejecución de obra pública en los tres niveles de gobierno y, por el contrario, decae en el lapso entre el término de los proyectos conseguidos en un ejercicio fiscal y la liberación de los recursos del año siguiente. Refiere que, por ello, algunas empresas del sector no tienen personal de planta; sin embargo, no es una política que le parezca adecuada para implementar en su negocio.



“Despedir a mi equipo de confianza en los tiempos en los que escasea el trabajo no es viable para mí, ni tampoco prescindir de ellos por completo. La primera opción provocaría que mi gente no tuviera una buena calidad de vida y la segunda mermaría la calidad de las obras que ejecutamos”.

VER LA VIDA Y SUS MATICES

Además de su empresa, como resultado de su interés por el autoconocimiento y el crecimiento personal, Ana Cecilia aperturó recientemente un blog. Está alojado en el dominio www.anahiriart.com y lleva por nombre Desde Aquí Hasta Ahora.

“En el ámbito de la obra pública, la comunidad empresarial me identifica como ‘Cecilia Garza’, así que decidí utilizar ‘Ana Hiriart’ para lo relacionado al blog. Lo elegí como un reconocimiento a mi mamá y a su linaje. Desde mi punto de vista, las habilidades que tengo en el ámbito de la escritura y lo relacionado a la creatividad, las heredé de ellos”.

Tras haber realizado una serie de cursos internacionales y concluir un postgrado, se certificó como acompañante en Bioneuroemoción. Desde el inicio de su formación, ha aprendido a experimentar la vida desde una perspectiva holística, integral. Asegura que esto ha tenido un impacto positivo y contundente en su crecimiento económico y en todos los aspectos de su vida.

“Conocer el interior de uno mismo implica valentía; hasta que tomamos la firme decisión de hacerlo, logramos trascender nuestras limitaciones inconscientes. Nos abrimos paso a la verdadera abundancia, a la plenitud, a la felicidad. En el momento en el que somos capaces de ver que todo lo que nos sucede, lo que atraemos a nuestras vidas, atiende a una enseñanza superior que implica integración; en ese instante, podemos crecer y avanzar verdaderamente”.

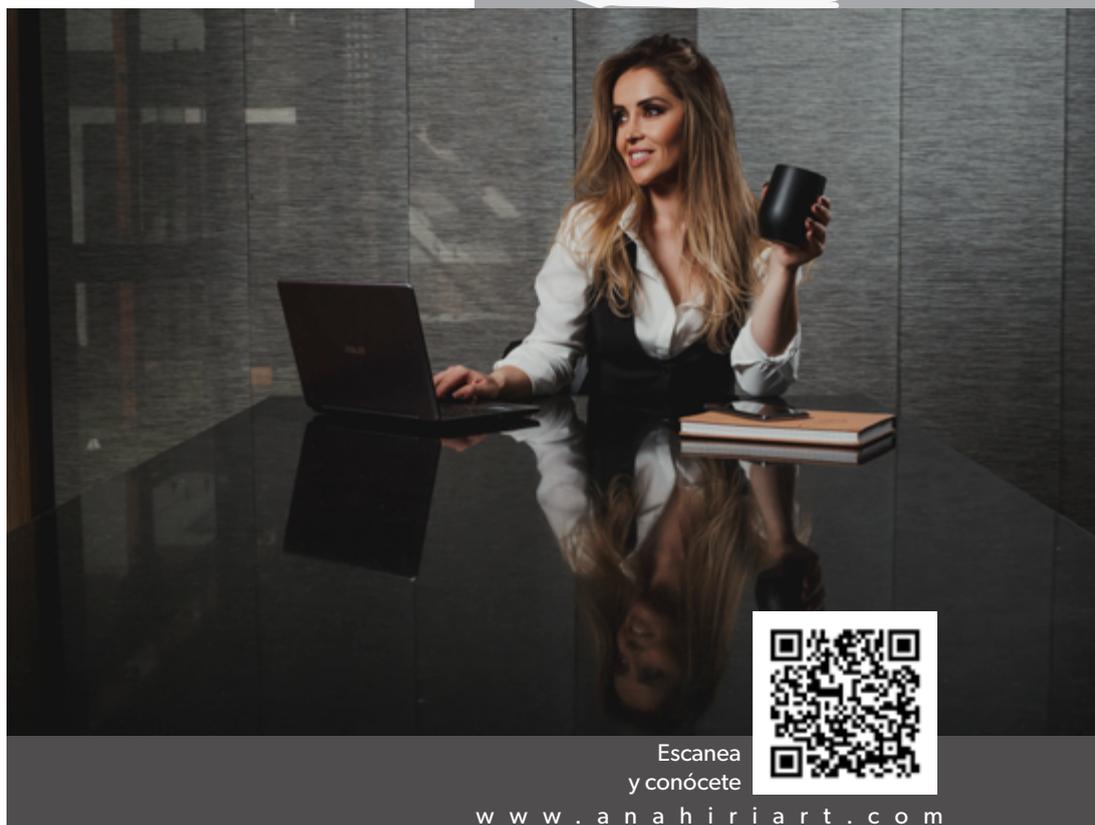
Ya que los temas que maneja son universales, el blog está dirigido por igual a hombres y mujeres, a jóvenes y adultos. Ha sido diseñado para compartir, con quienes decidan leerlo, los conocimientos que la vida le ha permitido adquirir. Además,

explica que ella misma está viviendo su proceso de crecimiento, de toma de conciencia; por eso decidió titular el sitio: «Desde Aquí Hasta Ahora».

“Ver todo lo que nos sucede como una oportunidad y no como un problema; percibir a quienes nos rodean como un complemento y no como un opuesto; esa es la principal lección. Yo estoy recorriendo mi propio camino, estoy aprendiéndolo también. Los niños y adolescentes aún no tienen tan arraigadas las creencias que nos limitan cuando somos adultos, por eso me parece de vital importancia compartirles esto. Que los padres y madres nos hagamos conscientes de que es así, puesto que su educación depende de nuestro nivel de conciencia. Mi verdadera intención, en la medida de mis posibilidades, es lograr un mundo más sano y equilibrado”.

Uno de los senderos que contempla seguir el blog, además de continuar en su versión escrita, es pasar al plano audiovisual. El potencial de Ana Cecilia como líder de opinión, le jugará a favor al momento de relacionarse con su público. ☺

AH
ANA
HIRIART



Escanea
y conócelo

www.anahiriart.com

AGROINDUSTRIA: EL MOTOR DE LA ECONOMÍA REGIONAL POST-PANDEMIA

Si hay un sector que durante 2020 sacó la casta en nuestro país, ése es el primario. Datos de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) señalan que, a pesar de la pandemia, el año pasado se alcanzó un volumen de producción récord de 291 millones de toneladas de alimentos.

Esto aunado a que las exportaciones agroalimentarias generaron ingresos al país por 39 mil 525 millones de dólares, lo que equivale a un crecimiento de 5.19% en comparación con 2019.

¿Cuál fue la contribución de los estados de la región Bajío para que se generaran estas cifras? Aquí lo exploramos.

AGUASCALIENTES: UN CAMPO MUY PRODUCTIVO

En Aguascalientes las actividades del sector agropecuario representan una fuente de empleo e ingresos, principalmente para la población del sector rural. El titular de la Secretaría de Desarrollo Rural y Agroempresarial (SEDRAE), Miguel Muñoz de la Torre, menciona que las actividades primarias aportaron 9 mil 57 millones de pesos (mdp) a precios constantes, lo que representó 4.06% del PIB Primario 2019. En 2018, la aportación al PIB Estatal fue

de 3.99%; en 2017, de 4%; y en 2016, de 3.91%.

En total, refiere la SEDRAE, son 33 mil 798 las personas que se dedican al sector primario en Aguascalientes, de las cuales 26 mil 788 están abocadas a la agricultura (la mayoría a cultivos forrajeros y de granos), 6 mil 974 a la ganadería (la mayor parte a la crianza de ganado bovino de carne y de leche), y 36 a la pesca.

El año pasado, según cifras de la misma dependencia, se obtuvo una producción de 3 millones 452 mil 710 ton/mlts., generando un valor total de 22 mil 983 mdp. Estas cantidades se desglosan de la siguiente manera: los productos agrícolas abarcaron 2 millones 657 mil 591 ton/mlts., y un valor de producción de 3 mil 854 mdp. Otros como miel, huevo y leche generaron 391 mil 486 ton/mlts., y valor de 2 mil 607 mdp. Los alimentos cárnicos produjeron 403 mil 473 ton/mlts., y 16 mil 510 mdp; el sector acuícola, 160 ton/mlts., y 12 mdp.

A nivel nacional, Aguascalientes destacó en 2020 con estos productos: la guayaba ocupó el segundo lugar en el ranking nacional, con una producción de 62 mil 897 toneladas y un valor de producción de 383 mdp, el cilantro también ocupó el segundo lugar, con 8 mil 639 toneladas y 26 mdp generados; el maíz forrajero de riego ocupó el tercer lugar, con 884

mil 560 toneladas y 644 mdp; la carne de pollo también el tercer lugar en el ranking con 343 mil 869 toneladas y 12 mil 131 mdp; la coliflor, cuarto lugar, 7 mil 519 toneladas y 20 mdp, entre otros.

Muñoz de la Torre comenta que varios productos cosechados en el estado se exportan en fresco a Estados Unidos y Canadá: brócoli, ajo, guayaba, cilantro, coliflor, pitahaya y uva de mesa. A su vez, congelados se envían: brócoli, zanahoria, espárrago y coliflor.

A Europa se mandan ajo y espárrago, mientras que Alemania en específico destaca por sus compras de miel. En el país, los principales nichos de mercado para los productos hidrocálidos son las centrales de abasto de Guadalajara, Ciudad de México y Monterrey, donde se distribuyen mayoritariamente a estados del centro y occidente.

Cabe señalar que la disponibilidad de productos agrícolas y pecuarios varía, siendo de septiembre a diciembre el periodo más importante para la entidad.

Por otro lado, el titular de la SEDRAE reiteró que la estrategia de reconversión productiva continuará hasta el término de la actual administración. La meta es alcanzar 2 mil hectáreas. Hasta el momento se tiene un avance de mil

639.29 hectáreas distribuidas en cultivos como uva de mesa y de vino, arándano, limón, maguay, aguacate, durazno, espárrago, fresa, granado, higo, nogal, olivo y nopal verdura.

En 2021 se prevé una inversión de 170 mdp en el sector primario, incluyendo 10 millones para la adquisición del seguro agrícola catastrófico. En total, se emitirán 30 convocatorias para programas de impulso al campo, con previsiones de colocar el 80% de los recursos en el primer trimestre del año.

SAN LUIS POTOSÍ: EJEMPLO DE DESARROLLO AGROINDUSTRIAL

Al cierre de 2019, San Luis Potosí observó una desaceleración por la excepcional sequía presentada en gran parte del país, la cual afectó a la producción agropecuaria.

Sin embargo, para el primer trimestre del 2020, el sector primario del estado registró un crecimiento en sus ingresos de 0.8% respecto al año previo. Gracias a ello, San Luis Potosí se posicionó en el lugar número ocho de la producción nacional con 11 millones 034 mil 625 toneladas que representan un total de 33 mil 994 millones de pesos.

José Tonatiuh Hervert Carballo, dirigente de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) en el estado, explica que los productos que encabezaron la lista de producción en 2020 fueron:



- **Jitomate:** 306 mil 621 toneladas y un valor de 3 mil 725 mdp.

- **Caña de azúcar:** 4 millones 543 mil 485 toneladas y un valor de 3 mil 471 mdp.

- **Naranja:** 370 mil 188 toneladas y un valor de 639 mdp.

- **Chile:** 296 mil 298 toneladas y un valor aproximado de 3 mil 602 mdp.

El funcionario asevera que las condiciones climatológicas del estado en los meses de junio a septiembre propician los mejores niveles de producción agropecuaria, creando una acertada sinergia con los periodos más activos de comercialización entre los meses de septiembre y marzo.

Añade que los principales destinos de exportación de los productos del sector primario potosino son Estados Unidos, Japón, España, Bélgica, Rusia, China y Guatemala.

De cara a los retos de este 2021, Tonatiuh Hervert comparte que se aumentará el valor de la producción agrícola con una estrategia de reconversión productiva basada en alimentos como girasol (en sustitución de sorgo), el impulso y fortalecimiento de la agricultura protegida (en reemplazo de la agricultura en cielo abierto) y la implementación de semillas híbridas de mejor calidad para la exportación.



Esto traerá un panorama favorable para el estado. El objetivo, indica Tonatiuh Hervert, es hacer crecer el campo potosino.

QUERÉTARO: UN SECTOR EN CRECIMIENTO

Las tierras de Querétaro no sólo albergan industrias especializadas de grandes inversiones. La agricultura y la ganadería juegan un rol importante en la economía del estado, puesto que el 35.3% de la superficie estatal es agrícola (poco más de 237 mil hectáreas).

Los principales municipios que cuentan con la mayor extensión de superficie agrícola son Amealco de Bonfil, San Juan del Río, El Marqués, Querétaro y Jalpan de Serra, los cuales concentran 46.2% del total del estado. Asimismo, entre los principales productos que se siembran la entidad se encuentran maíz blanco, frijol, maíz amarillo, avena forrajera, alfalfa verde, pasto cultivado y manzana.

En relación con las temporadas más importantes para la siembra, durante el ciclo primavera-verano destacan el maíz blanco, el frijol y el maíz amarillo; referente al ciclo otoño-invierno, el maíz blanco, la avena forrajera y el frijol. De los cultivos perennes, se cuenta con alfalfa verde, pasto cultivado y manzana.

Pese a la crisis económica del 2020 ocasionada por la pandemia, la agricultura de Querétaro registró un incremento tanto en su volumen como en el valor comercial al cierre del 15 de diciembre, apunta el titular de la Secretaría de Desarrollo Agropecuario del estado (SEDEA), Carlos Heinz Dobler Mehner. Si bien, aclara que los datos aportados son estimaciones estatales preliminares, dado que la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural no ha publicado las cifras oficiales.

“En la parte de agricultura al estado como tal le fue bastante bien. Tuvimos un incremento de más o menos el 5% (en relación con el 2019) en el volumen total de producción en riego. Tuvimos un millón 178 mil 430 toneladas de productos del campo de la parte agrícola en riego y 580 mil 194 toneladas de la zona de temporal. En el valor del comercial tuvimos un incremento del 9%, 2 mil 639 millones,



lo que se produjo en los sistemas de riego y 876 millones lo que se produjo en temporal”, señala.

El funcionario añade que el sector pecuario de la entidad, junto con los correspondientes de Guanajuato, San Luis Potosí y Aguascalientes, constituyen el 58% de la producción total del país. En el caso específico de Querétaro, el estado pasó del décimo al noveno lugar en el ranking nacional, con 817 mil 287 toneladas de productos pecuarios producidos (res, pollo, cerdo, lácteos y huevos).

“El valor comercial de la producción pecuaria alcanzó una cifra de 17 mil 868 millones de pesos. Pasamos del décimo lugar al octavo lugar, es decir, en los productos pecuarios no nada más incrementaron en volumen, sino que el valor comercial también se incrementó”, refiere.

Dobler Mehner agrega que pese a la disminución del 6% del presupuesto federal para este rubro, durante el periodo gubernamental estatal del 2021 (que culmina el próximo 30 de septiembre), se mantendrán los apoyos estatales al sector agropecuario en temas de sanidad,



riego, seguro de gastos catastróficos y programas productivos de proyectos estratégicos.

ZACATECAS: UN ESTADO DE BASES AGROPECUARIAS

Durante el 2020 la producción agropecuaria en Zacatecas, si bien tuvo sus bajas, continuó posicionada dentro de los primeros lugares a nivel nacional, tanto en volumen de producción como en valor económico. Según indica el titular estatal de la Secretaría de Agronomía y Desarrollo Rural (SADER), José María Llamas Caballero, el Producto Interno Bruto (PIB) del sector tuvo un valor aproximado de 19 mil mdp en 2020, cifra superior a la del 2019, de 18 mil 422 mdp.

La producción agrícola ocupa un lugar central en la economía de la entidad. Dentro de este sector, los productos zacatecanos continuaron en los primeros lugares a nivel nacional. En el número uno se ubican cuatro productos: el frijol, el ajo, el chile seco y la avena forrajera.

En segundo lugar se encuentran la lechuga, el chabacano, la tuna, la uva de mesa y el tomate verde; a continuación, en tercer lugar están la cebolla, el durazno, la guayaba, el maíz forrajero, la zanahoria, el membrillo, el nopal, el camote y la chía.

El sector agrícola está conformado por 1 millón 225 mil hectáreas, de las cuales, 87% (1 millón 65 mil) están dedicadas a la siembra de temporal y 13% (159 mil 800) a la siembra de riego. En 2020 se exportó un volumen de 12 mil toneladas de productos como repollo, cilantro, brócoli, zanahoria, uva, tallo de ajo, tuna, entre otros.

Al valor del PIB también contribuyó el sector pecuario: la entidad ocupa el

primer lugar en la producción de carne de caprino y el segundo lugar en producción de lana. Asimismo, se ubica como uno de los estados ganaderos más importantes, con relevantes números de exportación.

En este rubro se exportaron 23 mil 260 cabezas de ganado bovino, becerros, hembras y machos castrados, cuyo destino fue principalmente Estados Unidos. Por su parte, los alimentos agrícolas tuvieron como destino Nicaragua, China, Honduras, Estados Unidos, Islas Canarias, Costa Rica y Guatemala. En ambos casos el principal socio comercial es Estados Unidos. Los productos provienen de las casi 60 empresas agropecuarias zacatecanas.

El estado también es un exportador indirecto, ya que a través de comercializadoras de otras entidades se capta su producción para envíos al extranjero. Una de las características de su agroindustria es que se basa principalmente en el producto primario: sólo 20% de las empresas le dan valor agregado a sus productos, entre ellas, Grupo Modelo, una de las más importantes en Zacatecas.

Dado que algunos mercados se contrajeron por la pandemia, principalmente turismo y servicios, los productores disminuyeron su industria para adecuarse a los volúmenes de demanda y evitar excesos. No fue este el caso de los granos básicos como el frijol, el maíz y el trigo, que presentaron un realce de consumo, por lo que su producción continuó en cantidades normales.

De cara a un año de reactivación, Llamas Caballero indicó que el estado tiene muchas oportunidades de inversión y negocio en la cadena de valores de sus productos, lo cual resulta atractivo tanto para empresas locales como internacionales.

Además, señala que el campo en Zacatecas es un sector conveniente para innovar, emprender, generar servicios de alimentación y de seguridad alimentaria por medios remotos, entre otros. Considera que debe aprovecharse y encuentra necesaria la visión joven para su crecimiento. ◉

LA MUJER EN LA AGROINDUSTRIA: UN ÁREA DE OPORTUNIDAD

Es indudable que la presencia de las mujeres es cada vez más notable en todos los sectores, sobre todo en las áreas donde se toman las decisiones. En algunos rubros, como el agropecuario, surge un importante nicho de oportunidad para que tengan una mayor participación.

Un análisis de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) señala que las mujeres representan 40% de la fuerza laboral agrícola de los países en vías de desarrollo, aunque en América Latina este porcentaje equivale a 20%. La FAO también indica que, a pesar de su aporte, las mujeres experimentan mayores restricciones para acceder a activos y recursos productivos, servicios financieros y protección social.

En nuestro país, el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) señala que, en 2019, la participación económica de las mujeres en México era de 43.7%, mientras que la participación de las mujeres en el medio rural, fue de 34.2%.

Adicionalmente, datos revelados por la propia institución refieren que las trabajadoras rurales se dedican: al comercio (26%); a la industria, artesanía y como ayudantes (24%); a servicios personales (23%); a la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca (14%); y el porcentaje restante a otras actividades.

De igual modo, el INMUJERES expone que en la actualidad existen 32 mil 202 núcleos agrarios en el país, con poco más de 4.31 millones de ejidatarios y comuneros, de los cuales el 71% son hombres y solo el 29% son mujeres.

Sobre este punto, el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) considera que, en numerosas comunidades rurales e indígenas, cuando los hombres emigran a Estados Unidos las mujeres son quienes trabajan las tierras, pero no se les reconocen los derechos sobre ellas, aun cuando los dueños no regresen.

Por tanto, y si no figuran como propietarias, las mujeres no pueden recibir apoyos de programas de equipamiento o de infraestructura, ni créditos o apoyos económicos por pago de servicios ambientales.

A su vez, la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER) del gobierno federal, establece que, en 2019, en México había 778 mil mujeres que laboraban en

el sector primario: 78.7% en la agricultura, 17.8% en la ganadería, 1.4% en la pesca y 2.1% en otras actividades.

También señala que 15.2% de los hogares con negocio agropecuario y pesquero en el país son encabezados por una mujer. En estos lugares se dispone de un ingreso promedio mensual de seis mil 816 pesos.

¿Qué hace falta para que más mujeres se desempeñen en el sector primario? Aquí lo dilucidamos y presentamos algunos casos de éxito en Aguascalientes, Zacatecas y San Luis Potosí. ☺





AMÉRICA LÓPEZ:

LA PIONERA DEL AJO NEGRO EN MÉXICO

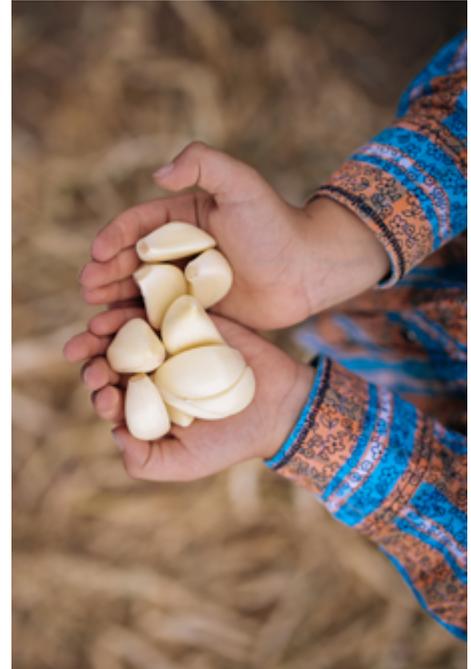
El interés por la agricultura surgió en América López tras seguir los pasos de su padre y crecer en un ambiente influenciado por la vida de campo. Debido a su inquietud por diversificar la producción del suelo zacatecano, su principal contribución al sector primario ha sido desarrollar un producto entonces desconocido en México: el ajo negro.

Su formación empírica en el rubro, reforzada con estudios en la Licenciatura en Negocios Internacionales en el Tecnológico de Monterrey Campus Zacatecas, la perfilaron para desempeñar su carrera empresarial con éxito. Su experiencia profesional arrancó en 2013 en el área de agronegocios en la Secretaría de Economía.

Importando sus ideas de Asia, América eligió nombrar a su marca como «Kuro», que significa «negro» en japonés (país de origen de su producto estrella). A partir de 2017 comienza como pionera en la oferta de ajo negro en el país, catapultando a la comunidad de Chaparrosa en Villa de Cos, Zacatecas.

Una de las estrategias más efectivas fue incluir en la publicidad los beneficios de su consumo, características físicas y sabor, así como ofrecer muestras gratis a los clientes potenciales.

“Ganarte la confianza de tu cliente es muy difícil, y que ellos vean resultados es la mejor satisfacción. En los próximos años esperamos presentar nuevos productos de ajo negro e incursionar en el área de la cosmética: existe un campo muy amplio donde se puede aplicar”, explicó.



Debido a la delicadeza que requiere el tratamiento de estos productos, América expuso que en la planta fermentadora predomina la mano de obra femenina. Además, considera que *“son más dedicadas y dispuestas a sacar el trabajo adelante”*.

Al reflexionar sobre su actual posición, América recuerda que desde el inicio tuvo que enfrentar una serie de retos. No obstante, los logros cosechados fueron posibles debido a que siguió sus sueños y confió en sus habilidades.

“Muchos agricultores creyeron que mi idea no tendría muchas posibilidades de éxito. Sin embargo, gracias al empoderamiento y apoyo de mis papás, a la perseverancia al tocar tantas y tantas puertas, hoy es realidad”, finalizó. ◻

“Estamos preparados para entrar a cualquier país”

GABRIELA GALICIA:

UNA MUJER QUE PROMUEVE LA AGRICULTURA SOSTENIBLE

IncurSIONAR en el sector primario, reconoce Gabriela Galicia Hernández, le ha dejado como enorme satisfacción la oportunidad de contribuir a generar crecimiento y desarrollo económico en Aguascalientes, específicamente en el municipio de Tepezalá.

Ahí se encuentra asentada -desde hace 17 años- la empresa que orgullosamente nació en el estado y que dirige junto a su esposo: **Agroestimulantes Mexicanos (Agroestime)**, dedicada a la elaboración y distribución de productos de nutrición vegetal de la más alta calidad para la agroindustria. Gracias a su crecimiento sostenido, ha consolidado su presencia en todo el país y muy pronto incursionará en Centro y Sudamérica.

La licenciada en Administración de Empresas por el Centro de Estudios Superiores del Estado de Aguascalientes, y que cuenta con una especialidad en Capital Humano por la Universidad Panamericana Campus Aguascalientes, reconoce que construir un consorcio líder e innovador no ha sido fácil. Como mujer considera que existe un área

clave de oportunidad en las actividades vinculadas con el campo, por el reto que implica satisfacer las necesidades alimenticias de la población.

“El sector primario estuvo relegado por mucho tiempo, pero con la pandemia volvió a renacer. Hay que ser conscientes de que tenemos que alimentar a un número muy importante de personas a nivel mundial. Nosotros ya estamos muy involucrados en el tema”, señala la también integrante de la Red de Empresarios O2X y de la Sociedad del Consejo Social de la Universidad Politécnica de Aguascalientes (UPA).

Explica que, para satisfacer la demanda alimenticia de más de 9,000 millones de personas que según las proyecciones poblarán el planeta en 2050, es necesario aumentar la producción de alimentos a escala mundial en 60%, pero con una gestión sostenible de la tierra, el agua y otros recursos naturales.

De hecho, Agroestime está comprometido en ofrecer soluciones que ayuden a incrementar la calidad y cantidad de las cosechas. Por ello, promueve acciones y estrategias que inciden en el desarrollo de

una agricultura sostenible en beneficio de las generaciones venideras. Además de que sus productos cuentan con registro ante la COFEPRIS, varios de ellos están inscritos ante el **OMRI (Organic Materials Review Institute)**, organización internacional encargada de establecer los insumos permitidos para uso en la producción agrícola y en el procesamiento de alimentos orgánicos.

“Estamos innovando en la formulación de nuevas líneas de productos que coadyuven y alienten este proceso transformador de nuestro sector, que a su vez redunde en un trato amigable con el ambiente”, subraya.

Enfatiza que los productores locales y nacionales que buscan exportar pueden tener la certeza de que elaboran fórmulas que cumplirán y superarán las expectativas de sus clientes a nivel internacional.

No conforme con la responsabilidad que tiene al frente del consorcio, Gabriela Galicia también genera alianzas con otras empresarias para impulsar a mujeres y jóvenes emprendedores en Tepezalá, pues quiere que su experiencia sea un detonante del talento que hay en ese municipio. ☺



LETICIA SERMENT CABRERA:

LA MUJER QUE LIDERA LA TRANSFORMACIÓN

Leticia Serment Cabrera es directora de las reconocidas botanas **Provi** y ex presidenta de la **Cámara Nacional de la Industria de Transformación (CANACINTRA)**, de San Luis Potosí. Creció con el ejemplo de su madre, quien hace más de cincuenta años fundó la marca de botanas, antes llamadas “botanas de Sor Juana”, debido a su ubicación:

“Esta empresa inició cuando yo era pequeña, en mi casa, en la estufa de mi mamá. Era una microempresa y, bueno, prácticamente todos los productos se vendían en la puerta de la casa”, recuerda Leticia.

Tiempo después se hace cargo de la compañía, la cual fue creciendo de a poco, hasta ser nombrada **Botanas Provi**, por la devoción de su madre a la Divina Providencia. Si bien su carrera de base es Cirujana Dentista, Leticia tuvo la habilidad de absorber todos los conocimientos posibles respecto a administración, finanzas, entre otros.

En 1999 Leticia fue la primera mujer invitada a pertenecer al consejo de CANACINTRA, lo que promovió aún más su crecimiento:

“En aquellos entonces mi empresa era pequeñita y me sentaba junto al director de Mabe, director de Canel’s, junto a grandes empresas y pues eso me ayudó para crecer y tener otra visión sobre los negocios”, menciona.

Después de permanecer varios años dentro del consejo de la cámara, Leticia fungió como vicepresidenta y a partir de febrero de 2019 como presidenta, hasta hace algunos meses:

“Tengo muchos objetivos, pero sobre todo quiero apoyar a las y los jóvenes empresarios y empezar a impulsar a las mujeres empresarias. Yo pienso que transmitir todas esas experiencias puede generar mucho aprendizaje y les ahorra mucho camino a las mujeres empresarias”, destaca Leticia.

Leticia reconoce que si bien el mundo empresarial “es un mundo de hombres”, también hay grandes mujeres directoras de importantes empresas: esto último, para ella, puede ser una gran ventaja para aquellas que deseen iniciarse en este entorno.

En cuanto a las actuales circunstancias, tanto en SLP como en todo el mundo, Leticia reconoce que ha sido un año difícil para la industria y que hay empresas que aún no se han recuperado. Aún así su filosofía le permite mirar hacia adelante.

“Cuando tenemos este tipo de caídas es cuando sale la templanza, cuando sale el carácter, el reinventarse, porque el estado de confort no nos permite crecer ni nos permite pensar. Entonces yo creo que ahorita que salimos todos de nuestro estado de confort podemos ver más allá”, puntualiza Leticia Serment. ☺



AL SON DEL MEZCAL: LA GUARIDA DE LA TRADICIÓN ZACATECANA

Un periodo de siete años es necesario para que la planta del maguey pueda ser utilizada para la creación de diversos productos. Durante este lapso, la tierra sobre la que se erigen los magueyes se llena de vida y recibe cantidades inmensas de energía que, más tarde, se pueden saborear en un trago de mezcal. Siglos han tenido que transcurrir desde Mayahue (Diosa del maguey), hasta la botella que guarda la vida contenida durante siete años para dar gusto a los paladares con una de las bebidas alcohólicas más 'perfectos' para el consumo humano.

La producción de mezcal en Zacatecas ha ido creciendo y constatándose como una industria de factor identitario en el estado. Ya sea para comidas, fiestas, reuniones o desamores, el mezcal es

un excelente compañero que brinda no sólo un sabor único y distintivo, sino que es también un detonador de experiencias turísticas que van más allá de un degustar.

Desde el 2009, El Son del Mezcal abrió sus puertas en una de las avenidas más icónicas del Centro Histórico de la ciudad de Zacatecas, para brindar a las personas un espacio sin precedentes y único en su género: un lugar para degustar y poder adquirir las variedades de mezcal que produce el estado.

Tanto la idea, como el concepto y el establecimiento surgieron de la necesidad de dar a conocer y promover la gran cantidad de mezcales que se produce en el estado, así como su calidad y sabor únicos, en las distintas variedades que tienen para ofrecer. Teniendo en cuenta esta ventaja que trae consigo la

variedad, se le puede dar gusto a todos los gustos.

Ante este indiscutible atractivo, uno de los aspectos que destacan de Al Son del Mezcal es la experiencia que ofrece, misma que lo ha posicionado, con el paso de los años, como un referente turístico en el que los visitantes pueden degustar y conocer más sobre las bondades que ofrece la tierra de Zacatecas, permitiendo un acercamiento hacia aquello que nos ha brindado identidad.

Dentro del establecimiento se pueden encontrar las más de 30 marcas de mezcal zacatecanas, en sus más de cien presentaciones, así como todo tipo de licores de la región. Se trata pues no sólo de un referente turístico o un espacio que ha reunido los sabores zacatecanos, sino que se trata de un lugar en el que se albergan y resguardan las tradiciones. ☺



MEZCAL:

UN TESORO POR DESCUBRIR

El mezcal se ha posicionado en el mercado de las bebidas alcohólicas; en nuestro país, hasta diciembre de 2015, 963 municipios de nueve estados habían sido reconocidos con la Denominación de Origen.

De acuerdo con el documento “Conociendo la Industria del Tequila y Mezcal” emitido por el INEGI (2019), esta industria constituye la segunda actividad económica más importante dentro del conjunto de las bebidas alcohólicas, ya que representa 18.6% de la producción bruta total. De este porcentaje el mezcal representa el 13%.

Esto implica que por cada 100 pesos que se invierten en la producción de bebidas alcohólicas, 20 corresponden al tequila y al mezcal. No obstante, sólo ocho unidades económicas concentran el 76.4% de la producción, mismas que emplean al 28.4% del personal ocupado.

Aunque la participación de las microempresas está aumentando, la producción se concentra cada vez más en las empresas medianas y grandes (de 90.1% en 2004 a 95.2% en 2014). Adicionalmente, se señala que la producción de estas bebidas se destina principalmente a satisfacer el consumo final (98.2%). De este, el 51% se destinó a las exportaciones.

En 2018 se exportaron 7 millones 125 mil litros con un valor de 53 millones de dólares; esta cantidad supera en un 43.73% los 3 millones 116 mil litros de 2017. A Estados Unidos se envía el 86.9% del mezcal, porcentaje que corresponde a 6 millones 191 mil litros. El segundo país destino fue España, con 80 mil litros.

MEZCAL EN AGUASCALIENTES, EN UN IMPASSE

En agosto de 2018, Aguascalientes fue incluido en la Declaración General de Protección de la Denominación de Origen Mezcal emitida por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), con lo que se auguraba el inicio de una época de bonanza para los productores de la capital, Asientos, Calvillo, Cosío, El Llano, Rincón de Romos y Tepezalá.

No obstante, productores de mezcal de Oaxaca impugnaron la determinación mediante diversos recursos legales, impidiendo la comercialización del mezcal agascalentense.

El presidente del Comité Estatal Sistema Producto Magüey-Mezcal y del Consejo de Productores de Magüey del Estado, Wenceslao Bautista Rodríguez, señala que de acuerdo con la Subsecretaría de Asuntos Jurídicos del Gobierno del Estado, los encargados de defender a los productores locales, los juicios se encuentran en fase de resolución y confían en que resulten favorecidos.

“Los productores estamos bien firmes y decididos a continuar con esta lucha, porque creemos que es una alternativa para nuestras familias y nos asiste la razón. Nosotros vemos una oportunidad económica para las comunidades más desprotegidas del Estado, y todo esto nos impulsa a seguir haciendo la defensa”, refiere.

Estimaciones arrojan que durante los meses que no han podido comercializar el producto se ha generado una pérdida económica de 800 mil euros, solamente en las exportaciones: ya tenían contratos firmados para hacer envíos a Estados Unidos, España y Francia, además, se han dejado de generar alrededor de 3 mil 600 jornales por año.

Pese a lo anterior, los productores han plantado 430 hectáreas de magüey en los siete municipios. Se suman a las 1,163 hectáreas de plantaciones sustentadas en el estudio técnico

justificativo que les dio el nombramiento. El presente año presentarán solicitudes para sembrar 220 hectáreas más.

Adicionalmente, los productores recibieron un curso de emprendimiento empresarial, siendo uno de los objetivos consolidar las marcas existentes y las que están en proceso de ser creadas.

Bautista Rodríguez explica que actualmente tres empresas están produciendo mezcal: la Bodega de Mezcal, creadora de la marca Mis Agaves, con un stock de aproximadamente 10 mil litros; La Realenga, de El Llano, que elabora entre 500 y 600 litros cada 15 o 22 días, y Real de Asientos, donde, de manera artesanal, se producen de 15 a 20 litros cada 15 o 22 días.

“Nuestras expectativas son: en el corto plazo, la resolución de los juicios; en el mediano, consolidar la actividad económica en torno al maguey, el mezcal y otros derivados. Tenemos mucha confianza en detonar el mercado de exportación que conlleva más ingresos a los productores, y posicionar a las marcas por región”, puntualiza.

MEZCAL ZACATECANO: UN PRODUCTO DE IDENTIDAD, CRECIMIENTO E IMPACTO

Desde el 2011, la producción de mezcal se ha caracterizado por ser rentable, con un crecimiento anual en sus ingresos de entre 4% y 5%. En este rubro Zacatecas ha contribuido de manera notable, ya que ocupa el cuarto lugar en producción.

Cuenta con más de 933 productores, que surten a 19 fábricas donde se crean alrededor de 60 tipos de mezcal. Según informa el titular de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER), José María Llamas Caballero, cada fábrica produce por lo menos dos modalidades distintas.

La región sur del estado (Teúl de González Ortega, Trinidad García de la Cadena, Jalpa y Juchipila) es la productora más importante, en donde se fabrica la principal variedad del agave azul o el agave tequilana weber, utilizado en la zona de Jalisco y del que nace el tequila.

Por otro lado, en la región histórica del estado (Pinos y Villa Hidalgo) se encuentran las variedades nativas de la zona, como el parrasana y el salmiana: de este último surge el tipo blanco o cristalino.

Zacatecas cuenta con 1,100 hectáreas de plantaciones de agave, utilizadas tanto para el mezcal como para la creación de endulzantes y la comercialización del gusano de maguey. Las principales marcas son: Real de Jalpa, El diamante del desierto y Piñón Gigante. Además, se pueden encontrar la Casa Mezcal Huitzila, El Zacatecano y El Caxcan.

La exportación de este producto tiene como principal destino Estados Unidos. Sin embargo, existen proyectos y planes de expansión hacia Japón, China y Centroamérica que, por el momento, se sitúan en fase de promoción y

divulgación. El impacto económico que ha generado en la región va más allá de la creación de fábricas y empleos directos: se ha convertido en una industria con incidencia en otros sectores como el turístico.

En ese sentido, Llamas Caballero menciona que la identidad regional y nacional de esta bebida tiene alcances importantes en la atracción de visitantes. “Lo que no hacen otros productos, el mezcal sí lo hace”, destaca, refiriéndose al impacto turístico que genera.

Durante el 2020 entre Jalpa y Tlaltenango se cosecharon 250 hectáreas (de las 1,100). En las otras regiones también hubo gran rendimiento. Las tierras donde se produce el mezcal se enriquecen, comenta Llamas Caballero. La tierra queda intacta por siete años, lo que vuelve al agave una planta muy especial: “Cuando tú te estás tomando un mezcal, te estás tomando una planta que estuvo tomando el sol y el sereno por siete años, con mucha energía cósmica”.

MEZCAL POTOSINO: MÁS DE 400 AÑOS DE HISTORIA

El mezcal de San Luis Potosí aporta una producción anual de 47 mil 760 litros de mezcal tan solo en las marcas registradas, de los 3.98 millones que se generan a nivel nacional, de acuerdo con cifras del Consejo Regulador del Mezcal, lo que equivale a 1.2% de la producción total.

Actualmente, los municipios de Miguel Hidalgo y Santa Teresa tienen productos certificados por el CRM al cumplir con todos los requisitos que demanda el organismo. De las empresas potosinas exportadoras de mezcal destacan: Real de Magueyes, que exporta al mercado de Estados Unidos, y Vinícola del Altiplano, que envía a Australia, Reino Unido y Uruguay.

En el estado se ha creado una ruta del mezcal: un recorrido por diferentes haciendas que ofrecen tradiciones, historias e identidad. Este evento turístico creó las condiciones para degustar y conocer los mezcales de la región.

El producto es parte de la identidad potosina por diversas razones. En primer lugar, porque es uno de los estados que tiene la Denominación de Origen que permite comerciar el mezcal dentro y fuera de México. En segundo lugar, impulsa al fabricante para mejorar la calidad de los productos derivados y así lograr una aceptación en el mercado a nivel internacional.

De acuerdo con Luis Miguel Rangel, autor del libro *Del elixir de los Dioses a la mezcalería*, hay dos tipos de mezcal que sobresalen en San Luis Potosí. El primer tipo es el ancestral, cuya elaboración no requiere procesos de mampostería. El segundo es el tradicional, aquel en que el maestro mezcalero utiliza el horno de mampostería, ollas, técnicas de fermentación, así como otras herramientas para la destilación del líquido. ◉



CANNABIS:

¿NUEVO BASTIÓN DE LA INVERSIÓN PRIVADA EN MÉXICO?

La industria del cannabis pasó de ser un tema ilegal a abrirse paso en México como foco de inversión nacional e internacional. A inicios de este año el gobierno federal publicó el reglamento que regula su producción, investigación y uso medicinal en el país.

A pesar de esta nueva regulación, son pocas las empresas mexicanas que han levantado la mano para dar a conocer su intención de invertir en la industria medicinal cannábica, mientras que las compañías extranjeras ponen el ojo en el mercado nacional.

La agencia de noticias Reuters apunta que las firmas canadienses Canopy Growth y The Green Organic Dutchman ya muestran interés por entrar a México.

Aurora y Khiron también tienen planes de invertir en el país, de acuerdo con Manuel Victoria, Chief Business Officer en Frontier Spectrum Inc, una sociedad financiera canadiense de la industria del cannabis medicinal.

“Aurora ha estado interesada desde el 2018 y Khiron también tiene intenciones de entrar con sus productos de cosméticos a México”, señala.

Y es que el mercado cannábico mexicano representa varias oportunidades para los inversionistas. Manuel Victoria estima que en pocos años podría ser uno de los principales productores del mundo, con ingresos estimados de 3 mil millones de dólares (mdd) para 2025 y hasta 12 mil millones de dólares para los próximos quince años. Esto refiriéndose únicamente al ramo farmacéutico.

Dicho mercado se valoró en el 2019 en 67 mdd y se espera que su crecimiento anual sea de 76.8%, de 2020 a 2027, según refiere la consultora Grand View Research.

Por este motivo, el directivo precisó a *Líder Empresarial* que la misma empresa Frontier Spectrum planea adentrarse al mercado medicinal cannábico del país a finales de este 2021: *“Estamos moviéndonos para preparar la entrada al mercado mexicano en un sector muy particular, que es el medicinal farmacéutico, a través de un preacuerdo con un grupo local que tiene presencia en todo el país”,* asevera.

Victoria prevé que el comportamiento de la industria cannábica mexicana sea muy similar al de la colombiana. Desde 2016 se estableció en ese país el marco



“¿Cuál es el equipo que compone la empresa?, ¿tienen un plan en marcha?, ¿cuál es el modelo de negocio que está funcionando? Ese tipo de preguntas son fundamentales para decidir si vas a invertir.”

regulatorio de productos medicinales de cannabis. Desde entonces han atraído alrededor de 500 mdd, según datos ofrecidos por la agencia de investigación Muisca Capital Group.

Agrega que en Colombia la industria medicinal cannábica genera actualmente mil 200 empleos directos y se calcula que para finales de esta década estará superando las 100 mil plazas de trabajo.

El directivo comparte que en la nación sudamericana muchas empresas nacionales se volcaron al tema del cultivo de la planta antes de plantearse ingresar a otros sectores del cannabis. Por ello, sugiere que, si los empresarios mexicanos pueden invertir en la industria farmacéutica junto con un grupo experimentado en la rama, es una oportunidad que no deberían dejar pasar.

Según refiere el especialista, el mercado medicinal representa el 70% de la industria del cannabis en el mundo. Actualmente, el mayor consumo es farmacéutico: *“Por tanto, el principal consumidor es alguien que tiene una dolencia o porque tiene una enfermedad en concreto. Hay una minoría en el consumo del cannabis recreativo, obviamente porque a este mercado todavía le falta mucho para ser legalizado a nivel global”*, asegura.

Manuel sugiere a los empresarios mexicanos que desean invertir en el mercado cannábico que la primera tarea es investigar cómo se posiciona la compañía en la que quieren aportar capital, qué visión tiene dentro de la industria y hacia dónde se dirige. Además, recomienda que se planteen los siguientes cuestionamientos.

NEGOCIOS Y CANNABIS: UNA COMUNIDAD EN CRECIMIENTO

A raíz de las oportunidades de negocio que resultan de la industria cannábica en México, en el 2018 se formó el **Grupo Promotor de la Industria de Cannabis (GPIC)**, conformado por 20 empresas y asociaciones nacionales e internacionales.

Su presidente, Erick Ponce, explica que el GPIC mantiene, además, relaciones con varias asociaciones empresariales del país: *“Nos hemos acercado a la Coparmex, al Consejo Coordinador Empresarial, Canifarma... También tenemos relación con asociaciones privadas, con grupos importantes como Deloitte y Endeavor”*, indica.

Respecto a la publicación del reglamento del uso medicinal del cannabis, Ponce reconoce la importancia de que México se haya convertido en uno de los primeros países en legalizar esta planta en todo su territorio, ya que podría convertirse en uno de los grandes competidores en el mercado global: *“Otro potencial importante es que el reglamento permite también la exportación de productos y eso hace que México pueda incrementar su competitividad internacional. Igualmente, la posición geográfica que tenemos con Estados Unidos, Canadá y la puerta hacia Latinoamérica es importante”*, expresa.

Con base en lo anterior, el titular del GPIC revela cómo proyecta que será la compenetración de la industria nacional con la inversión extranjera a través de tres estrategias.

La primera, refiere, tiene que ver con darle prioridad a los agricultores y a las comunidades vulnerables para poder participar en el mercado con el apoyo económico del gobierno y del sector privado.

Añade que, en la segunda parte de la cadena, México también debe capitalizar la infraestructura de manufactura con la que cuenta: *“Deberíamos posicionarnos como los manufactureros oficiales de los productos, no solamente para el mercado nacional sino también para el internacional”*, manifiesta.

Como tercer punto, Victoria señala que las ventas y la comunicación serán esenciales para consolidar la industria, una fórmula que requiere del apoyo de organismos internacionales: *“Sobre todo de países que tienen más experiencia que nosotros conociendo cómo se maneja el mercado”*, detalla.

FUERA TABÚES, BIENVENIDA LA INVERSIÓN

Ponce aclara que actualmente los empresarios mexicanos necesitan educación, capacitación e información acerca de cómo se maneja la industria cannábica; puesto que es un mercado naciente en el país, podrían caer en disyuntivas o estafas. De ahí que invita al sector privado a buscar asociaciones que los guíen en este camino:

“El llamado es a que los inversionistas y empresarios se acerquen a estos canales de comunicación ya verificados para que puedan tener un poco más de claridad de hacia dónde van las cosas”, asevera.

Asimismo, apunta que dos de los principales retos que sorteará la industria cannábica en el país son el conservacionismo de la población y la ilegalidad.

En cuanto al primer punto, asegura que México es un país conservador en el estricto sentido del tabú que hay alrededor de la planta, incluso con el simple hecho de pronunciar la palabra cannabis: *“Simplemente el tratar con el tabú y con el misticismo obviamente afecta, por eso yo creo que es el principal problema”*, refiere.

Por otro lado, la ilegalidad, asevera Ponce, es todo un tema derivado del comportamiento que pueda tener el mercado negro. Lo que refiere no es un secreto en la nación: *“México es un productor ilegal de cannabis desde mucho tiempo atrás, desde la planta hasta los productos y eso debemos combatirlo”*, apunta.

UNIVERSIDADES YA PARTICIPAN EN EL MERCADO

No solo los empresarios o inversores han estado detrás de la legalización de la medicina cannábica en México. Luego de que el gobierno

federal autorizara el uso de esta planta como fármaco en el 2017, se creó la **Asociación Mexicana de Medicina Cannabinoide**, que busca impulsar la academia y la investigación de este tipo de terapia en el país.

En este sentido, la médico psiquiatra Carmen Amezcuas, quien forma parte de dicha organización, asegura que centros académicos como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la ANÁHUAC, la Universidad Iberoamericana e incluso el Tecnológico de Monterrey ya generan vínculos para la investigación de la medicina cannábica con la Asociación.

Amezcuas apunta que han sido llamados en repetidas ocasiones para brindar capacitaciones en el tema por instituciones gubernamentales como la Comisión Nacional contra las Adicciones (CONADIC), el Instituto Nacional de Psiquiatría, el Hospital Psiquiátrico Infantil Dr. Juan N. Navaro y el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

Agrega que la organización está conformada por profesionales que buscan crear lazos con el gobierno, para capacitar a todos los profesionales de la salud acerca del beneficio médico de los derivados del cannabis.

“Hemos entablado una discusión muy

seria, muy científica. Somos especialistas, somos personas con maestrías, doctorados, gente muy seria y esa es la forma en la que hemos tratado nosotros de vincularnos con ellos. Tan lo hemos hecho que hoy somos parte del Consejo consultor dentro de CONADIC y estamos pugnando para que otras instituciones de la Secretaría de Salud nos usen como aliados expertos en el tema”, asevera.

Por último, la doctora explica que existen tres principales trastornos en que los cannabinoides CBD y THC causan efectos positivos, sin provocar la dependencia farmacológica como las benzodiazepinas, hipnóticos o sedantes. Estos trastornos son: el dolor crónico (migraña, lumbalgia, cefalea clúster, entre otros), el insomnio y la ansiedad.

La psiquiatra asegura que, de acuerdo con las últimas estadísticas del Instituto Nacional de Nutrición, el 50% de la población mexicana padece de dolores crónicos; los cannabinoides aportan un efecto antiinflamatorio y analgésico para esa indicación.

La profesional de la salud agrega que ciertos estudios indican que entre el 10 y el 18% de la población mexicana podrían llegar a sufrir ansiedad: *“Ahí el CBD tiene un efecto muy bueno, sin crear dependencia como con las benzodiazepinas”*, asegura.

Por último, el cannabis regula el tema de la vigilia-sueño: *“Las personas pueden llegar a dormir sin los efectos secundarios que causan los hipnóticos o sedantes”*, puntualiza. ☺

CRECIMIENTO EN MERCADOS INTERNACIONALES

DATOS REVELADOS POR MANUEL VICTORIA, CHIEF BUSINESS OFFICER EN FRONTIER SPECTRUM INC.



EN CANADÁ, EL CRECIMIENTO ANUAL ES DEL **35%**

REPRESENTANDO UNA GANANCIA AL AÑO DE **8 MDD CANADIENSES**



LA EMPRESA CANADIENSE PROYECTA

QUE PARA EL 2025 EL RENDIMIENTO DE INVERSIÓN SEA DE **5.7X**,

ES DECIR, CASI 6 VECES EL MONTO INVERTIDO, LO QUE REPRESENTA UN **45% ANUAL.**



EN COLOMBIA LA INDUSTRIA MEDICINAL CANNÁBICA GENERA ACTUALMENTE

MIL200
EMPLEOS DIRECTOS.

SE CALCULA QUE PARA FINALES DE ESTA DÉCADA ESTARÁ SUPERANDO LOS **100 MIL EMPLEOS DIRECTOS.**



EL MERCADO MEDICINAL REPRESENTA EL **70%**

DENTRO DE LA INDUSTRIA DEL CANNABIS EN EL MUNDO.

El expresidente de México (2000-2006) Vicente Fox fue nombrado en el 2018 miembro de la junta directiva de Khiron Life Science Corp, empresa colombiana dedicada a la investigación, producción y comercialización de la medicina cannábica.

BAJÍO: LA REGIÓN QUE REACTIVA SU RIQUEZA VITIVINÍCOLA

El consumo de vinos en México se ha incrementado con el paso del tiempo, a tal grado que de 2013 a 2018 registró un aumento del 8% anual en las ventas. Este ritmo llevó a la Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) a reconocer al país como el segundo con mayor tasa de crecimiento mundial, según describe **El mercado del vino** en México, un estudio de mercado (publicado a mediados de 2020) que contó con la supervisión de la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en la Ciudad de México.

En cuanto a la producción nacional, hasta 2017 el 75% se concentraba en Baja California, dado que es atravesada por la *Franja del Vino*. Esta ubicación geográfica le brindó las características adecuadas para convertir al Valle de Guadalupe en la región vinícola más importante del país; no obstante, los estados de Coahuila, Querétaro y Guanajuato le han sabido hacer competencia.

Centrándonos en la región Bajío, la tradición vitivinícola ha adquirido mayor fuerza desde el inicio del milenio, atrayendo las miradas nacionales y extranjeras. De acuerdo con los datos recabados en la entrevista de *Líder Empresarial* con el Consejo Mexicano Vitivinícola (CMV), actualmente la región suma más de 100 productores que cultivan cerca de 9 mil hectáreas.

DE SUELOS ARCILLOSOS Y CLIMAS ÁRIDOS

Según mencionan los expertos, para lograr vinos de altura es necesario el balance entre los factores ambientales, minerales y procesos de elaboración; lo que lleva a preguntar, ¿qué distingue a los vinos del Bajío? Además de las condiciones mencionadas, el CMV reconoce: *“la innovación, el empaquetado, la oferta enoturística y la gran pasión por el desarrollo de profesionales en el mundo del vino”*.

Que los productores apostaran por acrecentar su conocimiento enológico durante décadas ha sido crucial para consolidar las ventajas competitivas del bloque. Cada estado ha puesto sus productos a disposición del mercado, haciendo gala de sus «diferenciadores». En este sentido, el CMV engloba las características en un par de palabras:

- **Aguascalientes:** *Resurgimiento e investigación.*
- **Guanajuato:** *Tradición y cultura.*
- **Jalisco:** *Innovación y región emergente.*
- **Querétaro:** *Microclima y altitud.*
- **San Luis Potosí:** *Crecimiento y calidad.*
- **Zacatecas:** *Calidad y constancia.*

Las casas vitivinícolas han realizado un trabajo reconocible para impulsar el sector y llegar a un número más amplio de consumidores. Si bien existe una cartera amplia de productores en el Bajío, el CMV destaca a dieciocho como las principales. Aunque su distribución alcanza a los seis estados, existe una presencia mayoritaria en Querétaro. La lista está compuesta por las siguientes etiquetas:

- **Aguascalientes:** *Santa Elena, Bodegas Origen, Hacienda de Letras.*
- **Guanajuato:** *Cuna de Tierra, Vinos Guanamé, Viñedos San Miguel.*
- **Jalisco:** *Vinícola San José de Tepozán.*
- **Querétaro:** *Freixenet de México, La Redonda, Bodegas de Cote, San Juanito, Vinaltura, Puerta del Lobo, Rancho San Miguel.*
- **San Luis Potosí:** *Pozo de Luna y Cava Quintanilla.*
- **Zacatecas:** *Tierra Adentro y López Rosso Cavas.*

LAS EXPERIENCIAS RELACIONADAS AL VINO

Además de saber producir vinos aclamados por los consumidores, la región ha aprovechado la majestuosidad de sus viñedos al abrir sus puertas al público. Ejemplo de ello es la apertura de la **Ruta del Vino** Aguascalientes, *“la cual reúne a productores y experiencias que representan una nueva etapa en el enoturismo y reforzará la presencia vitivinícola del estado”*.

Por su parte, Querétaro y Guanajuato tienen una larga trayectoria en esta categoría turística, pues son reconocidos por aprovechar sus zonas para la realización de eventos, como fiestas y convenciones. Los demás estados no se quedan atrás. Los amantes del vino mantienen el interés de visitar sus casas vitivinícolas, ya sea para el conocimiento de los procesos de elaboración o para dar un aire nuevo a sus celebraciones.

Más allá de la oferta enoturística convencional, Guanajuato cuenta con el **Museo del Vino**, ubicado en el municipio de Dolores Hidalgo. Está compuesto por cinco salas interactivas en las que ilustran la historia de la bebida y hacen un recorrido desde el trabajo en los viñedos, hasta la gama de etiquetas del estado. A la oferta se añade el *Wine bar*, donde los visitantes pueden catar algunos vinos. Según el CMV, hasta antes de la pandemia contabilizaba hasta 10 mil visitantes cada año.

ANTE LAS EXIGENCIAS DEL MERCADO ACTUAL

Si bien la comercialización de los vinos del Bajío es exitosa en las estanterías, la adecuación a los nuevos métodos de consumo es esencial. Durante la pandemia los productores han sido conscientes de las necesidades del consumidor, por lo que se ha impulsado la venta digital a través de sus propias páginas web. En este sentido, el CMV considera que *“es indispensable que los productores cuenten con servicios de entrega a domicilio o aliarse con las plataformas de venta en línea: Rappi, Amazon, Barriocampo, entre otras”*.

La *«inclusión»* en el enoturismo es uno de los desafíos que la industria debe estar dispuesta a enfrentar, así como la producción de empaquetados que sean comprensibles por un público más diverso. Durante el 2020 se marcó un avance significativo en este propósito: el CMV realizó la Semana de la Inclusión en la Industria Vitivinícola, en la que impartieron capacitaciones en lengua de señas, expusieron etiquetas en braille y realizaron charlas para el público en general.

En los próximos años se espera que la industria vitivinícola continúe su evolución. Con respecto al Bajío, la combinación de experiencia y técnicas innovadoras augura vinos de alta gama, reconocibles en todo tipo de certámenes. Ante un futuro provechoso para la región, sólo basta destapar una botella y esperar los resultados del empeño de sus productores. ☺

ALGUNOS DATOS QUE NO SABÍAS DEL VINO DE LA REGIÓN

Querétaro ocupa el primer lugar de productores en el Bajío con 41 marcas.

El estado con más hectáreas plantadas es Zacatecas: 6,445. El de menor extensión es San Luis Potosí con 132.

Además de la producción de uvas para vino, los siguientes estados también producen uva de mesa:

- Aguascalientes: Salvador, Globo Rojo, Superior.
- Jalisco: Superior.
- Zacatecas: Globo Rojo, Cardenal, Flame.

Estas son las principales cepas que se producen por estado:

AGUASCALIENTES.

- Blancas: Garnacha Blanca, Muscat.
- Tintas: Malbec, Tempranillo, Syrah, Nebbiolo.

GUANAJUATO.

- Blancas: Sauvignon Blanc, Semillón.
- Tintas: Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah, Cabernet Franc.

JALISCO.

- Tintas: Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah, Tempranillo.

QUERÉTARO.

- Blancas: Chardonnay, Sauvignon Blanc, Chenin Blanc.
- Tintas: Pinot Noir, Cabernet Sauvignon, Malbec, Tempranillo.

SAN LUIS POTOSÍ.

- Blancas: Chardonnay, Sauvignon Blanc, Gewürztraminer.
- Tintas: Cabernet Sauvignon, Merlot, Tempranillo.

ZACATECAS.

- Blancas: Sauvignon Blanc, Chardonnay, Viognier.
- Tintas: Cabernet Sauvignon, Merlot, Syrah, Malbec.



EL FIN DE UNA ERA

Por María José Valdez Martínez, Co-fundadora
O2X y Venture Studio México

Probablemente, cuando más adelante hablemos de esta pandemia, marcaremos un antes y un después: el fin de una era que llegó a cambiarlo todo. Según un estudio de **McKinsey Global Institute**, tan solo un tercio de la población de Estados Unidos reanudaron sus actividades cotidianas pre-COVID fuera del hogar, en comparación con 81% de los consumidores en China, 49% en Francia y únicamente 18% en México.

Con respecto a la actividad laboral, McKinsey estima que más del 20% de los trabajadores globales podrían trabajar de manera remota sin perder eficiencia; incluso en puestos de alto rango como finanzas, TI y seguros.

En un estudio, **Global Workplace Analytics** estima que 25 a 30% de la fuerza laboral mundial trabajará desde casa varios días de la semana para finales de 2021. Si lo piensas ahora, suena poco eficiente que un trabajador pierda el tiempo en traslados al inicio de la jornada, en el horario de la comida o al regreso a casa, cuando pueden iniciar sus actividades con un solo *click*. Como ya se ha escuchado mucho, el *home office* llegó para quedarse: si no en un 100%, sí en un esquema híbrido en la mayoría de las empresas globales.

Si las empresas deciden actuar de manera más “estricta” de forma innecesaria corren el riesgo de perder a sus empleados más talentosos. Estudios recientes coinciden en que el 70% de los trabajadores cambiarían de trabajo si les dieran más flexibilidad. Grandes empresas como Microsoft se convertirán en lugares de trabajo flexible, Siemens permitió el trabajo móvil dos o tres veces a la semana, Amazon Web Services informó que sus trabajadores se desempeñarán en un esquema híbrido.

Anteriormente si querías un “buen trabajo” o generar un gran impacto con tu empresa, tenías que estar presente en las “grandes ciudades”. Muchos estudiantes emigraban para entrar a universidades que les permitieran tener los mejores estudios. Actualmente, se ha vuelto una posibilidad hacerlo desde cualquier parte del mundo. Incluso vivir en estas ciudades puede representar una desventaja, a causa de los costos de vida mucho más altos.

Herramientas como *Dropbox*, *Google Hangouts*, *Zoom* o *Skype* (entre muchas otras) permiten que las personas sean igual de productivas desde casi cualquier lugar, sin importar donde se encuentre el empleador, el consumidor o el estudiante. Las nuevas generaciones tienen un nuevo horizonte de oportunidades.

Los *freelancers* serán los grandes ganadores. Acabada la pandemia, podrán ser “nómadas digitales” y vivir en el lugar que decidan,

trabajando donde mejor les acomode sin limitantes de espacio.

De igual manera, la pandemia ha impactado en la parte emocional de las personas. Nos hemos vuelto más selectivos al decidir en qué queremos invertir nuestro tiempo. Las compensaciones económicas ya no serán el factor número uno: los trabajadores valorarán ahora el fit que tengan con los valores, los estilos de vida, la flexibilidad, el equilibrio entre vida personal y laboral, qué tan agradable es el lugar y si eso los hace felices. La forma de pensar antes encasillada a los *millennials* se ha convertido en un pensamiento global.

En tiempos de crisis hay muchas oportunidades de crecimiento. Al desarrollarse nuevas necesidades se crean nuevas empresas, nuevas carreras y nuevos puestos de trabajo. Y el primero en llegar será el primero en pagar. ☺





MÁS DE UNA DÉCADA DELEITANDO PALADARES: VINOS TIERRA ADENTRO

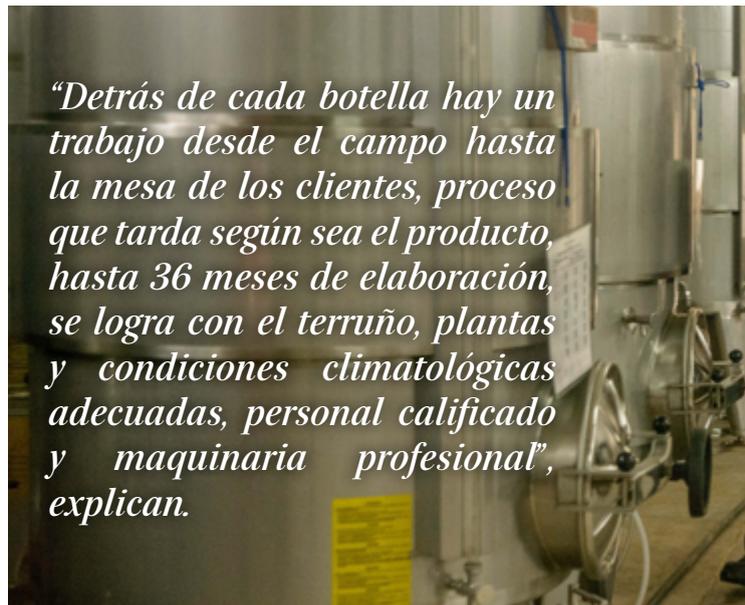
Beber vino ha pasado de reservarse para los momentos especiales, a ocupar un lugar en la cotidianidad. La fidelidad que desarrollan los consumidores hacia una marca se sustenta en la experiencia que pueden obtener de sus productos, la conexión que traspasa el plano sensorial.

La historia de Vinos Tierra Adentro inició hace más de una década, consiguiendo una cantidad importante de distinciones desde el inicio. Llevar sus 15 productos a las cavas mexicanas y extranjeras ha sido posible gracias al liderazgo de la familia López Muñoz, así como el trabajo realizado por su enólogo, el Dr. Joaquín Madero y el equipo de Campo Real Vinícola.

“Detrás de cada botella hay un trabajo desde el campo hasta la mesa de los clientes, proceso que tarda según sea el producto, hasta 36 meses de elaboración, se logra con el terruño, plantas y condiciones climatológicas adecuadas, personal calificado y maquinaria profesional”, explican.

El posicionamiento de la marca se ha potenciado desde hace 5 años, de manera que ha obtenido medallas de oro y plata en certámenes internacionales, reconocimientos al diseño de interiores y al viñedo como destino de bodas. A partir de 2017 sus puertas se abrieron al público, lo que estrechó el vínculo con los amantes del vino.

“Detrás de cada botella hay un trabajo desde el campo hasta la mesa de los clientes, proceso que tarda según sea el producto, hasta 36 meses de elaboración, se logra con el terruño, plantas y condiciones climatológicas adecuadas, personal calificado y maquinaria profesional”, explican.





Su aparición en el Top 10 de las mejores vinícolas del país ha motivado al reconocimiento e interés en el fomento del enoturismo en la región. En este sentido, no es de extrañar la posición que obtuvo en el Top 5 de las mejores fiestas de vendimia a nivel nacional.

“Nuestra experiencia enoturística tiene la presencia de instalaciones majestuosas, vistas panorámicas a los viñedos, recorridos a los procesos del vino y un deleite gastronómico, todo siempre acompañado de nuestras mejores etiquetas”, explican.

Sobre las metas a futuro, Tierra Adentro ha esbozado un cronograma flexible, en el que los logros se cosecharán a la velocidad que el trabajo lo permita. Será cuestión de que el tiempo nos encuentre para ver sus productos llegar a más rincones de México y otros países; aumentar su volumen de producción y avanzar hacia la profesionalización de sus colaboradores.

SENDEROS ABIERTOS EN EL PAÍS



Cadenas comerciales como HEB, City Market, Sams Club, Palacio de Hierro, Chedraui, la Europea y Liverpool han recibido a Tierra Adentro; lo que se refuerza con las opciones de compra en el mundo digital.

Si aún no sabes por dónde empezar, déjate guiar por los vinos más solicitados por el público y las recomendaciones de la propia vinícola:

- ◆ Cabernet Sauvignon, Malbec, Merlot
- ◆ Merlot Rosado
- ◆ Malbec selección limitada
- ◆ Nebbiolo, Cabernet Sauvignon
- ◆ Vinos blancos: Sauvignon Blanc y Blanc de Blancs ☺



MUJERES EN LA POLÍTICA

La formación de estas mujeres les ha permitido hacerse un camino provechoso en la política y compartir una visión diferente de lo que significa desempeñarse en el servicio público. Al afianzar la participación femenina, se asegura un campo de acción más amplio, en el que las necesidades del contexto pueden ser observadas desde todas sus caras para dar la solución más acertada.



“La fuerza no proviene de la capacidad física sino de la voluntad indomable”.

Indira Gandhi

CLAUDIA ANAYA

Claudia Anaya tiene casi 20 años dedicándose al servicio público; lapso en el que ha estado en contacto con ideologías, intereses y visiones diferentes. El conocimiento sobre el contexto le ha permitido dar valor a la diversidad de perspectivas, en la medida que sólo así es posible dar solución a distintos desafíos.

Más allá de representar a los partidos políticos que integran la alianza «*Va por Zacatecas*» PRI-PAN-PRD en la contienda por la gubernatura, Anaya explica que funge como portavoz del pueblo. En este sentido, menciona que la toma de decisiones está guiada por el arraigo que tiene hacia los zacatecanos:

“Toda mi vida he sido una aliada de las personas y lo seguiré siendo, porque quiero ayudar a que a la gente de mi estado le vaya bien, porque su esfuerzo merece un acompañamiento, que trabajemos codo con codo”.

Su gusto por el diseño de política pública la ha llevado a estudiar un doctorado en Administración Pública, para encauzar de forma efectiva los esfuerzos para adoptar nuevos modelos de dirección en las instituciones, lo que permitirá potenciar la eficacia a nivel estatal y municipal.

ELECCIONES CON MAYOR PARTICIPACIÓN FEMENINA

Considera que la gobernanza es posible mediante el empoderamiento de todas las personas *“más allá de su género”*. No obstante, está convencida de que se necesita la participación de más mujeres en altos cargos de responsabilidad, para gobernar desde una perspectiva diferente.

“No tengo duda del impacto que tiene en la vida de una niña, quien vea que quien está al frente de su estado es una mujer, como ella. Estoy convencida de que la mujer que avanza tiene el compromiso de abrir la puerta para que las demás también progresen”, explicó.



Alberto Rojas / Fotografía

“Estoy convencida de que la mujer que avanza tiene el compromiso de abrir la puerta para que las demás también progresen”

LO QUE ZACATECAS NECESITA

Anaya opina que el estado tiene áreas que requieren atención inmediata: *“le falta un empuje económico significativo, por lo que es muy importante afianzar los lazos entre la Federación y que se defina la política de inversión económica, para que de esa manera mejore la oferta para los empresarios. Podremos vincular a Zacatecas con los demás estados de la región, ya que se está convirtiendo en una zona económica especial”.*

De conseguir la gubernatura, explica que se asegurará de trabajar con expertos en cada tema, con el fin de construir las mejores soluciones. Se califica a sí misma como una *“mujer de técnica”*, pues utiliza sus capacidades y tiempo para construir puentes de diálogo entre sectores y especialistas. ☺



AMALIA GARCÍA

Amalia García Medina es la primera y, hasta la fecha, única gobernadora de Zacatecas. Activista, defensora de los Derechos Humanos, es heredera del linaje político del exgobernador priista Francisco Espartaco García Ruiz.

Sin embargo, asegura en entrevista con Dossier Político, no fue criada para la política. La formaron, dice, para el servicio público.

“En casa no hablábamos de cargos. Yo nunca hablé de cargos porque, además, yo ya muy joven cuando empecé a participar políticamente, participé en un partido de izquierda que ni siquiera tenía registro. Entonces yo no me proponía cargos, pero en cambio en la casa siempre, mi padre, mi madre, mis hermanos, siempre decíamos que era fundamental que las mujeres participáramos activamente en el ámbito que fuera. Mi madre insistía que no quería que sus hijas se prepararan

para ser sólo amas de casa, que ella no concebía eso para sus hijas”, recuerda.

Amalia García estudió la licenciatura en Sociología en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y la licenciatura en Historia por la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP). Decidió hacer política en la izquierda. Fundó varios partidos, incluido el Partido de la Revolución Democrática (PRD), del que fue presidenta nacional de 1999 a 2002. Ha sido diputada local y federal en varios periodos e integrante del primer consejo del Centro de Terapia de Apoyo a Víctimas de Violación y del Comité de Familiares de Presos, Perseguidos y Desaparecidos Políticos.

“Lo aprendí en mi casa viendo a mi padre recorrer el estado en jornadas muy intensas y además esas palabras que él nos reiteraba siempre: ‘la política es servir a la gente’. Y a mí me mo-

tivó y, por supuesto, esto lo vinculé ya más joven con mis causas. Entre otras, los derechos de las mujeres junto con la causa de la democracia, la causa de los derechos humanos, la causa de los derechos de las personas migrantes. Entonces, servir a la gente, pero lo fui vinculando y abrazando a causas a lo largo de mi vida”, dice.

Como gobernadora, García Medina marcó un precedente en la elaboración del presupuesto de egresos de Zacatecas, que por primera vez se hizo con perspectiva de género.

“¿Y qué quiere decir eso? Que los presupuestos atienden a los requerimientos de las mujeres para poder sentar las bases para que avancen en la igualdad en derechos, tomando en consideración las condiciones específicas en Zacatecas. Pero, ¿qué hacer para que las mujeres avancen, para que las mujeres participen en política? Se han tomado decisiones muy importantes”.

Más allá de un logro personal, la llegada de Amalia García a la gubernatura demostró que las mujeres pueden tener participación activa en la política. Pero también evidenció que se les exige un esfuerzo mayor.

“Existe lo que llamamos en las organizaciones de las mujeres un ‘terreno chiclosó’. ¿Por qué muchas mujeres dejan la carrera? Porque a la hora de casarse no tienen el tiempo para poder hacerse cargo de las tareas del hogar y cuidados y los estudios o abandonan el trabajo. Entonces, necesitamos que se compartan las tareas de cuidado con la sociedad, en las familias, el estado, las empresas. Todos tienen que compartir las tareas de tal manera que la incorporación de las mujeres a la vida pública sea una incorporación que no signifique el descuido en el ámbito de los cuidados para los integrantes del hogar”, explica la zacatecana.

A pesar de los avances en mecanismos de acceso de las mujeres a participar en el sistema político, cifras del Instituto Nacional Electoral (INE) revelaron que aunque más del 60% de la militancia de los partidos políticos son mujeres, el registro de candidatas no superó el 20% en la elección pasada.

Y los lineamientos que el INE y la ley han establecido para garantizar la paridad no son suficientes, a juicio de la exgobernadora. Desde su punto de vista, se requieren condiciones para que las mujeres ejerzan el poder una vez que acceden a él.

“Garantizar que estas tareas que realizamos las mujeres en la reproducción de la vida sean compartidas y que no sean a costa de limitar el desarrollo, la aportación, la inteligencia de las mujeres en la vida pública y en los espacios de decisión”

“Lo que se hace en casa es un trabajo que se hace para la reproducción en la vida y es un trabajo que tiene que ponérsele todo los reflectores y debe ser responsabilidad de todos los gobiernos, de la iniciativa privada, de las familias: garantizar que estas tareas que realizamos las mujeres en la reproducción de la vida sean compartidas y que no sean a costa de limitar el desarrollo, la aportación, la inteligencia de las mujeres en la vida pública y en los espacios de decisión.

Y que así como aportamos en la reproducción en la vida y hemos sido las que hemos sostenido el planeta este año y el pasado, necesitamos que se visibilice que la aportación de las mujeres en la reproducción de la vida es fundamental y también para que en los espacios de gobierno y de poder las mujeres aporten su capacidad e inteligencia como lo han hecho en buena parte del planeta”, afirma. ☺



GEOVANNA BAÑUELOS

Con una clara perspectiva sobre las condiciones en las que se encuentra el país, Geovanna Bañuelos de la Torre tiene la firme convicción de servir a México para que se logre un cambio en el que la justicia sea para todos, y uno en el que impere la igualdad, mitigando la marginación. A partir de su posición dentro de la función política como coordinadora del Grupo Parlamentario del Partido del Trabajo en el Senado de la República y a partir de otros en los que ha fungido, ha buscado siempre mejorar las condiciones de vida de los mexicanos.

Para hacer que los ideales se tornen una realidad concreta, ha contribuido al impulso e iniciativa de leyes que mejoren las condiciones de vida de los ciudadanos y, dentro de esa misma línea, se mantienen las metas que tiene como funcionaria, a través de un trabajo continuo que abone al país. *“Independientemente de cual sea mi futuro, sé que mi vocación estará en aportar para mi tierra, para mi país, desde cualquier trinchera”*, menciona.

Desde su posición indica que para que se pueda dar un desarrollo económico óptimo en el estado debe existir una estrecha colaboración entre el gobierno y el sector empresarial, que, a nivel federal, es tangible, según indica. A partir de reformas que se impulsen desde el Senado de la República, en busca de inclusión y justicia laboral, en donde se tome en cuenta tanto a trabajadores como empresarios, burócratas, académicos y mujeres, se pueden mejorar las condiciones económicas y al mismo tiempo las sociales y políticas.

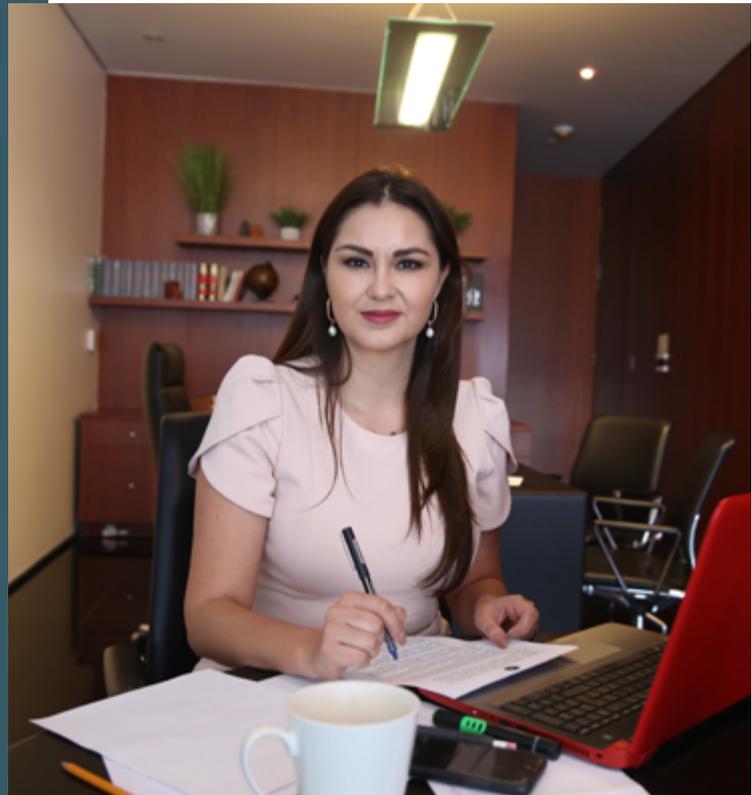
Geovanna Bañuelos menciona que las estrategias para que se dé una cooperación entre gobierno y el sector privado, es crear un vínculo permanente que sirva para el diseño e implementación de políticas públicas. *“Hoy no se gobierna de manera aislada. Se gobierna de manera incluyente”*. Al darles voto y voz en la ejecución de nuevas políticas públicas, se brinda dinamismo y un factor de cambio, pero no sólo integrando al sector privado, si no también al académico, el obrero, agropecuario y femenino.

De este mismo modo deben plantearse y generarse convenios más efectivos que puedan impulsar todas

las áreas de potencial para detonar el desarrollo económico y social del país, menciona, sin embargo, mientras no se tomen en cuenta a otros sectores de la población, como las mujeres y los jóvenes, estas áreas de impulso no se podrán aprovechar.

“Las mexicanas seguimos estando marginadas y relegadas en la política, la sociedad y la cultura Sin embargo, estas manifestaciones son el inevitable camino a la transformación del empoderamiento femenino que ya es palpable. Y como ejemplo, por primera vez, se considera la paridad en las candidaturas para las gubernaturas.¡Histórico!”. ☉

“Independientemente de cual sea mi futuro, sé que mi vocación estará en aportar para mi tierra, para mi país, desde cualquier trinchera”



CATY MONREAL

En consonancia con una agenda de activismo, lucha social y promoción de los derechos humanos, Eldaa Catalina Monreal Pérez, funge como militante y Consejera Nacional de Morena, con objetivos claros y con disposición de generar cambios. Las herramientas para lograrlo las ha cosechado desde que inició su participación política, a los 17 años, en Movimientos Juveniles, lo que le ha permitido, sobre todo, hacer una política «de a pie»: escuchando y dialogando con las personas.

Desde su trinchera y creando sus propios espacios, Caty Monreal promueve la inclusión en todos sus niveles y en apoyo a diferentes causas: mujeres, personas con discapacidad, pueblos originarios y de la comunidad LGBT+, para que sean escuchadas, tomadas en cuenta y más tarde puedan participar en puestos de liderazgo. “Quiero que todas y todos sumemos,

“Confío en que en esta reconfiguración podremos encontrar a mujeres preparadas y listas para generar políticas públicas que nos lleven a lograr una mejor sociedad”

que en conjunto generemos políticas públicas beneficiosas para todas las personas del país”.

En materia de desarrollo económico y empresarial de la entidad, sus acciones van ligadas a la promoción y al apoyo del comercio local, pues sabe que esto beneficia a más de un sector poblacional y económico. Además, siguiendo con la línea de su visión y objetivos, sabe que el papel de la mujer en la economía es importante, por eso creó una red de apoyo, principalmente de mujeres, en donde se brinda un espacio de ayuda para impulsar sus negocios. “Por eso decidí lanzar *Tiempo de Ser, un espacio por y para mujeres chingonas, empresarias y líderes zacatecanas*”.

Para lograr concretar una cooperación con el sector privado, Caty Monreal indica que es necesario fomentar el diálogo entre el sector privado y las productoras y productores zacatecanos, así como abrir espacios para difundir la amplia gama de oportunidades que ofrece el estado para la inversión privada y, por último, impulsar el crecimiento de las empresarias, puesto que, al cerrar las brechas de género, se puede aprovechar el máximo talento y potencial de las mujeres dentro del sector empresarial e industrial.

Marcar un verdadero logro en igualdad y la inclusión es uno de sus retos del día a día, que ha impulsado con pequeñas aportaciones. “Confío en que en esta reconfiguración podremos encontrar a mujeres preparadas y listas para generar políticas públicas que nos lleven a lograr una mejor sociedad”, menciona. Informar y concientizar para que se pueda lograr una educación incluyente y en general, una reeducación social, para dar voz y lugar a las minorías, son sus principales metas. ◉



PASOS FIRMES Y CIMIENTOS CONCRETOS: JOAQUÍN MADERO

Formular un camino conlleva a dar los primeros pasos para crear, no un mero trayecto con inicio y final, sino un medio, una guía para que estos puedan dar oportunidad a otros de formular sus propios caminos. Podría decirse entonces que, armar una vía es igual que crear oportunidades no individuales, sino colectivas. Esta labor es la misma que ha llevado a cabo el enólogo zacatecano, Joaquín Madero Tamargo, quien, a partir de pasos firmes y con una tradición familiar que ha trascendido generaciones, pudo cimentar en el estado de Zacatecas la oportunidad de desarrollo, desenvolvimiento y potencial en el área vitivinícola en el estado.

Con 72 años de edad, un espíritu jovial, así como un carácter abierto y múltiples esfuerzos, Joaquín Madero se ha constatado como un referente vitivinícola, junto con su hermano, Eduardo Madero, no sólo del estado sino de la región. El trayecto hacia lo que es hoy en día inició con la tradición familiar, según comenta, su hermano y él forman parte de la cuarta generación de la familia en estar dentro del medio vitivinícola que inició su bisabuelo, el fundador de lo que actualmente se conoce como Casa Madero.

Su relación y cercanía con la viticultura inició desde temprana edad: a partir de su entorno, desde los 10 años dedicaba sus vacaciones a trabajar en los viñedos y las bodegas, lo cual hizo surgir un interés que, años después lo incitó a formarse y especializarse dentro del área. Sus estudios profesionales los inició en la Escuela Superior de Agronomía Antonio Narro, en Saltillo, Coahuila, de donde se formó como Ingeniero Agrónomo. Más tarde, su interés y pasión lo llevaron hasta Montpellier, Francia, en donde estudió la especialidad en Viticultura y Enología, para luego realizar una estancia profesional en la ciudad de Marsella. Siguiendo esta misma línea realizó un doctorado en el Instituto de Enología de la Universidad de Burdeos.

Madero indica que su experiencia en el extranjero fue dura, pero interesante y formadora, ya que durante su formación pudo ser discípulo de profesores que, en su tiempo, fueron los padres de la viticultura y la enología moderna, tales como Denisse Boubals, Jean Branas, Jean Rivereau Gaypn, Emille Beynaud, entre otros. Tras tener la oportunidad de recibir una formación íntegra, pudo



formar parte del medio vitivinícola de manera profesional en su regreso a México. En su integración al sector dentro del país, ha tenido pasos firmes y una visión que al tomar en cuenta los aspectos, necesidades y nuevos mercados, le han dado los medios para llevar sus proyectos a cabo con profesionalismo y sobre todo, con honestidad.

TIERRA ADENTRO: EL POTENCIAL Y LA EXPERIENCIA

Los vinos Tierra Adentro no surgen de forma espontánea ni mucho menos impulsiva, sino por el contrario, se trata de un proyecto que

meditación y la aplicación de conocimientos adquiridos al encontrar una región con potencial para desarrollar e impulsar de manera concisa, la enología en el estado. *“El potencial de Zacatecas se detectó hace muchos años. Me tocó la oportunidad de trabajar en el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas, y Pecuarias, dentro del campo experimental de Calera, en donde desarrollamos e implementamos un programa vitivinícola en el que tuve la oportunidad de introducir 160 variedades de uva en un lote experimental, para vino blanco y tinto”.*

Es así que, desde 1982 y hasta 2008, se llevó a cabo un estudio de las 160 variedades y se detectaron un amplio número de variedades que se adaptaban perfectamente a las condiciones climáticas del altiplano zacatecano y dentro de éstas se encontraron las que tenían el mayor potencial enológico. A pesar del poco interés por la creación y consumo de vinos de mesa dentro del estado e incluso, del país, la apuesta por su desarrollo se llevó a cabo y dio pauta para que, en 2012 salieran al mercado los primeros vinos Tierra Adentro.

“Se plantaron los primeros viñedos, ya con la intención de hacer vinos, en 1998, aproximadamente. Se plantaron alrededor de ocho hectáreas con 4 o 5 variedades, y en el 2010 se vinificó por primera ocasión, ya de manera dignificada y con equipo especializado, el primer vino de Tierra Adentro”. El éxito del primer vino fue contundente, ya que la producción de 35,000 botellas se agotó en el primer año de lanzamiento. Esto dio pauta a que se plantaran más viñedos, llegando actualmente a tener 60 hectáreas exclusivas para los vinos.

LA PERCEPCIÓN HONESTA

Uno de los aspectos destacables de Joaquín Madero es su forma de trabajar y la forma en que se posa frente a la realidad. Tanto en el aspecto profesional, como personal, la honestidad ha sido y sigue siendo un factor clave para su desenvolvimiento, a la par que ha sido un detonante de los pasos firmes que lo han constatado como un referente vinícola. Sobre este último aspecto menciona que: *“Se necesitan tener valores muy claros. Le podríamos llamar de honestidad desde el punto de vista de que hay que ser muy honestos en dejar que la naturaleza, es decir: clima y suelo, hagan su función”.*

Teniendo en cuenta las condiciones sobre la región y las tierras sobre las que se trabaja, la serie de valores deben ser contundentes, de criterios firmes, a partir de los cuales se pueda tener una estrecha comprensión de la naturaleza para que haga su trabajo y dejar que los trabajadores se conviertan en un instrumento *“para poder llegar a tener una viticultura y una enología mu identificada con la región”.* La relación de Madero con la viticultura y la enología es estrecha, ya que ha conformado su pasión y ha sido un sector que le ha brindado la oportunidad de madurar junto con él.

Por otro lado, menciona que, dentro del panorama del estado dentro de este rubro, *“no pretendo ser un líder en la región, simplemente me posiciono como una persona que profesionalmente ha colaborado, durante muchos años, al desarrollo de la vitivinicultura. Y estoy dispuesto a seguir, en base a mis conocimientos y mi experiencia, apoyando estos desarrollos”.* Después de años y habiendo asentado las bases de un futuro vinícola y enólogo para el estado, se encuentra dispuesto a seguir colaborando para que siga creciendo de manera sólida.



Los procesos para llevar a cabo su trabajo y la manera en que contribuye desde su nicho a este crecimiento, es mediante la labor del día a día. En cada proyecto en los que se encuentra involucrado, se dedica a formar gente, tanto a sus colaboradores, como a sus socios y trabajadores, tanto en la viticultura como en todos los aspectos y niveles de esta. Ya sea dentro de las plataformas profesionales, hasta el viñedo y las bodegas, Joaquín Madero realiza la labor de compartir su pasión y de generar experiencia para quienes se ven envueltos en este sector.

Con esto logra que sus colaboradores y socios sean también *“socios en las experiencias, mancuernas de la experiencia del día a día.”* Este procedimiento es de completa relevancia para el enólogo zacatecano ya que, *“se van asentando los cimientos de futuros expertos (aunque no sean enólogos, en la elaboración de vinos y expertos en tomar decisiones en los diferentes ámbitos, y eso a mí me da mucha satisfacción, ir formando gente e ir formando colaboradores que comulguemos en todo esto”.*

Sin duda, los logros y reconocimientos internacionales que hasta ahora ha obtenido, a partir de los vinos Tierra Adentro, se sustentan en todo este cúmulo de valores, prácticas y procedimientos que contienen también una virtud de paciencia y cuidado hacia la labor y el respeto por el entorno, la visión y la formación de cimientos que darán pauta para el futuro enológico del estado. ☺

LOS PUEBLOS MÁGICOS DE QUERÉTARO

Jalapa de Serra

Q

uerétaro es más que un lugar atractivo para la inversión empresarial del país. Su gente, gastronomía, naturaleza, paisajes, conectividad, seguridad y arquitectura lo convierten en un lugar de encanto para los turistas nacionales e internacionales.

Debido a esto, para el cierre del 2019 el estado contó con 2 millones 520 mil turistas hospedados en hotel, provocando una derrama económica de 12 mil millones de pesos. Esto representó un incremento de visitas de alrededor de 31% en menos de seis años, refiere la Secretaría de Turismo de la entidad.

A pesar de que el estado cuenta con maravillosos lugares en todo su territorio, son seis los Pueblos Mágicos que todo visitante debe conocer debido a su diversidad cultural, gastronómica e histórica:



Cadereyta de Montes

TEQUISQUIAPAN

Nombrado Pueblo Mágico en el año 2012, aquí inicia la **Ruta Arte, Vino y Queso** del estado. Además de caracterizarse por su tranquilidad, calles adoquinadas adornadas con ventanas de fierro forjado y sus aguas termales, cuenta con un gran corredor de Parques Acuáticos, tiendas de artesanías y vuelos en globo aerostático.

En su Mercado de Artesanías encontrarás piezas de cerámica, piel, ópalo, telas tejidas, así como las tradicionales cestas de mimbre y palma. Además, por ser parte de la zona vitivinícola del estado, aquí podrás saborear vinos de mesa, acompañados de quesos artesanales frescos y madurados de excelente calidad.

SAN JOAQUÍN

Fue declarado Pueblo Mágico en el año 2015. Entre sus principales atractivos se encuentra la zona arqueológica de las Ranas, centro ceremonial, político y religioso de los antiguos chichimecas. Además, en este lugar está el Parque Nacional Campo Alegre, zona arbolada ideal para los almuerzos campestres y el disfrute de la naturaleza.

Existen dos meses claves para visitar en este lugar: abril, cuando se celebra el Concurso Nacional de Baile de Huapango, y agosto, mes en que se realizan las celebraciones tradicionales más importantes. En su gastronomía destaca la carne de puerco en salsa verde con nopales, la barbacoa de borrego y el mole, así como también el ate, los dulces de calabaza y de chilacayote.

JALPAN DE SERRA

En el año 2003, la UNESCO declaró patrimonio cultural de la humanidad a las misiones franciscanas ubicadas en Jalpan, Tancoyol, Tilaco, Landa de Matamoros y Conca. Posteriormente, Jalpan de Serra fue nombrado Pueblo Mágico en el 2010 por la preeminencia de la biodiversidad y el arte barroco.

Jalpan está rodeado de montañas, bosques, ríos, zonas semidesérticas, cuevas y paisajes naturales espectaculares, lo que lo convierte en un destino perfecto para practicar ecoturismo. Su comida regional se caracteriza por los platillos con nopales, acamayaz y *zacahuil*, propio de la región huasteca, así como la cecina y los dulces regionales.



Tequisquapan



Bernal



San Joaquín Las Ranas



Amealco

CADEREYTA DE MONTES

Recibió el nombramiento de Pueblo Mágico en agosto del año 2011, en reconocimiento a su magia y sabiduría medicinal heredada de los pueblos nómadas chichimecas (pames y jonaces) que habitaron esta región. Entre sus atractivos principales están el templo de San Pedro y San Pablo, El Pilancón, la fuente del Pinito y la fuente Grande.

Forma parte de la Ruta Arte, Queso y Vino de Querétaro. Se destaca por sus actividades de aire como vuelos en globo. En su gastronomía local resalta el consumo de los frutos que proporcionan las plantas del semidesierto, como el garambullo, la tuna, la pitaya, entre otros. Sus productos de origen animal no se quedan atrás, puesto que aquí puedes degustar mieles, huevecillos, chapulines, gusanos de maguay y *chamuseses*, principalmente para la elaboración de salsas.

BERNAL

San Sebastián Bernal es el nombre del pueblo que, gracias a su Peña y al rescate de la imagen urbana, en febrero de 2005 recibió el nombramiento de Pueblo Mágico. La Peña es el monumento natural del Estado de Querétaro, la cual fue declarada reserva natural protegida en 2007. En el 2009 fue certificada por la UNESCO como Patrimonio Cultural Intangible de la Humanidad.

La artesanía también resalta en este pueblo, pues encontrarás artículos de lana elaborados rústicamente en telares de más de 100 años, como rebozos, tapetes, cojines, chamarras y cobertores. Además, destacan sus platillos preparados en cazuelas de barro y fogones rústicos, como las gorditas martajadas con chile rojo, las enchiladas serranas con cecina, los nopales santos o la barbacoa de borrego tapada con pencas de maguay. De postre debes pedir sus típicos dulces de leche y la fruta cristalizada.

AMEALCO

Amealco de Bonfil significa en náhuatl "Lugar de manantiales". Fue declarado Pueblo Mágico el 11 de octubre del 2019 por sus paisajes campiranos, su identidad a través del tiempo, artesanías, sus trajes típicos y por sus famosas muñecas otomí, mismas que fueron nombradas Patrimonio Cultural Intangible de Querétaro.

No puedes dejar de conocer la cabecera municipal, donde encontrarás plazas históricas y una gran variedad de gastronomía local, en la que la cocina prehispánica resalta en sus platillos. Además, en el Mercado Municipal podrás degustar de las tradicionales carnitas, barbacoa de borrego y mole de guajolote.

©

ZACATECAS Y SUS SIETE DIPLOMAS MÁS PRECIADOS



La Bizarra Capital de nuestro estado se ha hecho acreedora a siete distinciones oficiales de gran valía a lo largo de su historia y que se traducen en emblemáticas gratificaciones a la cultura del esfuerzo o en justos homenajes a sus nobles habitantes que con el paso del tiempo han tejido con acciones, ingenio y sacrificio esas notabilísimas páginas de una historia rica y fecunda. De la que en gran medida nos sentimos orgullosos.

La primera distinción fue concedida el 17 de octubre de 1585. Ese día, el rey Felipe II signó la real provisión por la que le otorgaba a las Minas de Zacatecas el título y categoría de “Ciudad de Nuestra Señora de los Zacatecas”.

La segunda y tercera distinciones, llegaron juntas. El 20 de julio de 1588, Zacatecas, la ciudad más importante, poblada y rica de la Nueva España después de la Ciudad de México, se haría acreedora a dos títulos más: el de “Muy Noble y Leal Ciudad” y el de “Armas”, es decir, que a partir de esa fecha tendría un título nobiliario más y un escudo de armas. Privilegios que gozaron muy pocos asentamientos de la Nueva España. Los originales de las tres reales provisiones se resguardan y exhiben en lo que era la antesacristía del antiguo templo de San Francisco, actual Museo Rafael Coronel.

Cuarta distinción: el 11 de diciembre de 1993, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura le concedió a Zacatecas el título de “Patrimonio Cultural de la Humanidad”, uno de los más altos galardones que puede recibir una ciudad en el mundo. Y que sólo pudo conseguirse gracias al magnífico legado de nuestros ancestros y a las acciones de

conservación de las últimas generaciones. El diploma original también se conserva en el mismo recinto que los tres anteriores.

Quinta distinción: En este mismo tenor, la Ciudad de Zacatecas vuelve a quedar inscrita en la lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO, pero ahora como parte de un itinerario cultural denominado el “Camino Real de Tierra Adentro”. Este galardón fue otorgado el pasado 1º de agosto del año 2010. Hasta el momento, se desconoce el paradero del diploma correspondiente.

Sexta distinción: el 23 de junio de 2010, el Honorable Congreso del Estado de Zacatecas tuvo a bien distinguir a nuestra capital con la denominación de “Heroica Ciudad de Zacatecas”, un privilegio reservado tan sólo para medio centenar de ciudades mexicanas.

La séptima distinción: la de Capital Americana de la Cultura 2021 fue conferida al Estado de Zacatecas y su capital por el Bureau Internacional de Capitales de Cultura que tiene su sede en Barcelona, España; privilegio que comparte con otras ciudades mexicanas como Mérida, Guadalajara, Colima, San Miguel de Allende. Zacatecas es la sexta ciudad mexicana y la número 22 del continente americano que lo recibe. Y a lo largo de este año 2021, se desarrollará un programa especial para promover a nuestra capital y los pueblos mágicos de la entidad. Muchas felicidades a la gran familia zacatecana.

Estos son los siete títulos que hasta el momento ha conquistado nuestra prócer ciudad y que han sido otorgados por instituciones de carácter estatal, nacional e internacional. ☺



La pandemia
sigue

**Cuidémonos hoy,
salvemos nuestro
mañana.**



¡PÓNTELO!



**CUBREBOCAS
OBLIGATORIO**



**QUÉDATE
EN CASA**

9 1 1

NUEVA
COLECCIÓN

sula
BRICKS & MUROS

cesantoni
C E R Á M I C A

TENDENCIA EN MUROS

Muro Cerámico

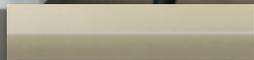
CASCATA

30 X 6 CM

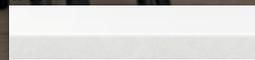
Mist



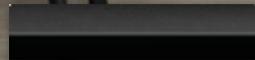
Sand



Snow



Smoke



¡ YA DISPONIBLES!

ADHESIVOS Y BOQUILLAS

Pegapiso - Pegazulejo - Pegaporcelánico - PSP

DE VENTA EN TIENDAS CESANTONI



Cesantonimx



www.cesantoni.com.mx