

GENERACIÓN

ANÁHUAC

REVISTA DE LA RED DE UNIVERSIDADES ANÁHUAC

CASO DE ÉXITO
LOS CURRICANES Y RAPPALA
UN SUEÑO GASTRONÓMICO
HECHO REALIDAD

**LA INACABABLE
PUGNA
EUA-CHINA**



**HABILIDADES DEL FUTURO
Y TECNOLOGÍA EDUCATIVA**
¿CÓMO DIFERENCIARNOS
DE LAS TAREAS QUE PUEDEN
REALIZAR LAS MÁQUINAS?

***PICKING
WINNERS***

**DOS INDUSTRIAS QUE CRECEN
EN MÉXICO Y UNA QUE NO**



Sorteo Anáhuac^{MR}
QUINTA EDICIÓN

**SEGUIMOS BUSCANDO A
NUESTROS EGRESADOS**

¡Participa!

**Y PODRÁS SER PARTE DE UN
SORTEO ESPECIAL DE UN**

JETTA 2019



Escanea aquí

PARA MÁS INFORMACIÓN EN:

www.sorteoanahuac.mx

   /Sorteo Anáhuac



PERMISO SEGOB: 20190119PS09

DERECHOS RESERVADOS ©

Sueña en grande con Sorteo Anáhuac

¡Súmate!
y ganemos todos

VINCULACIÓN DINÁMICA PARA EL DESARROLLO DEL ESTADO



Dr. Luis Linares Romero
Rector de la Universidad Anáhuac Xalapa

NOS VEMOS EN:

www.anahuac.mx/generación-anahuac

Facebook: [AnahuacEgresados](#)

Instagram: [generacionanahuac](#)

Twitter: [@anahuacegresado](#)

México se encuentra en construcción en diversos ámbitos y con muy distintos actores nacionales e internacionales. Frente a las demandas impostergables que nuestra sociedad requiere, los universitarios debemos reflexionar nuevamente sobre nuestro papel como actores sociales. No podemos y no debemos aislarnos: el conocimiento que resguardamos, transmitimos y generamos debe necesariamente surgir y ensamblarse con la realidad que nos circunda. Una realidad compleja pero que ninguna institución es capaz de analizar y comprender mejor que la Universidad.

Es nuestra alta responsabilidad brindar herramientas científicas, académicas, humanas y espirituales a los hombres y mujeres que se integran a la vida productiva de México, propiciando, así, que sus liderazgos sean ejercidos con un sentido social y trascendente, tanto en sus vidas personales como profesionales. Esta visión integral de la educación es lo que nos identifica como universitarios Anáhuac y desde esa identidad estamos obligados a asumir dicha responsabilidad como actores dinámicos en el desarrollo regional y nacional. Nuestra tarea formadora trasciende, en definitiva, las aulas: se proyecta en el tiempo y en el espacio, nos compromete institucional y humanamente en formar egresados como líderes sensibles a las necesidades de su entorno, con el espíritu y la capacidad necesarios para buscar todo tipo de soluciones bajo cualquier circunstancia, e integrándose a equipos de trabajo diversos.

En la Universidad Anáhuac Xalapa comprendemos que debemos trabajar con cada estudiante, pero también con cada maestro, investigador, coordinador, consejero y empleado, en su inmensa individualidad, para diseñar estrategias de desarrollo innovadoras y con sentido social, que consideren la participación de la academia, del gobierno y del sector empresarial en cualquier proyecto, con independencia de su ámbito espacial de impacto, puesto que si logramos incidir a escala local también influiremos en el ámbito global. Dentro de esa lógica y bajo los lineamientos de la planeación rigurosa y la evaluación de resultados, diseñamos programas, diplomados y cursos acordes a las necesidades de los empresarios locales; participamos en ejercicios de ciudadanía y buen gobierno; generamos proyectos de desarrollo sustentable; firmamos convenios de colaboración académica no solo con otras universidades, sino con empresas e instituciones públicas nacionales e internacionales; alentamos las prácticas profesionales de nuestros alumnos en empresas y organismos en los que puedan demostrar sus conocimientos y su calidad humana; fomentamos la presencia de nuestros estudiantes y maestros en grupos de acción social para que atiendan a sectores vulnerables de México y del mundo; brindamos espacios que permiten el desarrollo artístico y deportivo de alto rendimiento; divulgamos los resultados de nuestras investigaciones en publicaciones académicas y científicas; tendemos redes entre nuestros alumnos y nuestros egresados porque es precisamente nuestra vocación como Red Anáhuac lo que nos permite comprender el trabajo colaborativo y el valor de la generosidad; buscamos, en definitiva, la verdad en todas sus manifestaciones. Somos universitarios construyendo el bien de México. Somos Anáhuac.

PLUMAS ANÁHUAC



MAESTRO CARLOS LEPE PINEDA

Amigo de los libros desde su más tierna infancia, es un entusiasta lector y bibliófilo. Ha dedicado casi dos décadas a la actividad académica y de gestión universitaria, sin abandonar la docencia y el hábito de la lectura. Su libro favorito es *Yo confieso*, de Jaime Cabré, y prácticamente no ve series de Netflix. Tiene tres hijos y tres perros (mera casualidad). Ama a su esposa y, aunque lo intenta seriamente, su biblioteca personal está más desordenada de lo que quisiera.



DOCTORA LAURA ITURBIDE GALINDO

Economista por devoción y convicción. Interesada en el análisis del entorno económico de los negocios y de la toma de decisiones de los agentes económicos, informados y desinformados, racionales e irracionales. En constante búsqueda de soluciones innovadoras para la superación de la pobreza y la reducción de las brechas de la desigualdad. Curiosa de los diferentes modelos de negocio, disruptivos e incluyentes, apoya a empresas y organismos desde el Instituto de Desarrollo Empresarial Anáhuac a atreverse a moverse fuera del "business as usual" y a profesionales a comprender que el mundo ya cambió, así como a integrar nuevas capacidades en su ADN y orientadas al bien común desde la Coordinación de la Maestría en Economía y Negocios.



DOCTORA MARÍA ISABEL RAMOS ABASCAL

Coleccionista de experiencias gastronómicas, a veces viajera, a veces anfitriona, siempre estudiosa de la comida y las formas en las que se comparte. Alumna y maestra convencida de que es comiendo como se entiende la gente. Ocupada en las formas en las que la consumimos; persuadida de que es a través de la alimentación y la educación que es posible la transformación. Entusiasta del aprender y del comer, combina estas dos aficiones para enseñar a otros las distintas maneras de la comensalidad en la Coordinación de la Maestría en Dirección de Negocios.



VLADIMIR ARTEAGA

Curador de *gadgets*, electrónica y videojuegos. Evangelizador de la realidad virtual y amante empedernido de las tendencias digitales. De los pocos que puede decir que vive de su *hobby* e irónicamente busca que la gente conecte más de manera presencial por medio de la tecnología.



MAESTRA OLIVIA E. NUÑEZ ORELLANA

Me define mi pasión por formar y por promover la belleza de la persona, el matrimonio y la familia. Con estudios de comunicación y pedagogía soy orientadora familiar y *coach* para jóvenes, matrimonios y familias. Y el cine ¿qué? Guionista y productora de cine mexicano con valores. Desde 2008 dirijo *Be Human* un programa internacional de formación de jóvenes líderes. Expositora en foros nacionales e internacionales en España, Italia, Hungría, Costa Rica, El Salvador y varios más en México, en el idioma común de muchos: amor a la vida y la familia. La mujer del año 2011 en la categoría de Desarrollo Social por Promomédios y casada desde hace 30 años, con el don de tener dos hijas.

GENERACIÓN ANÁHUAC

REVISTA DE LA RED DE UNIVERSIDADES ANÁHUAC

SECRETARÍA EJECUTIVA DE LA RED DE UNIVERSIDADES ANÁHUAC

MTRO. EDUARDO SÁNCHEZ MEJORADA
Secretario Ejecutivo

LIC. ULISES JARA RAMOS
Director de Comunicación y Mercadotecnia

MTRO. LUIS ROMAY REYGADAS
Director revista Generación Anáhuac

LIC. LUIS MANOLO SÁNCHEZ MARTÍNEZ
Editor revista Generación Anáhuac

MTRA. PAOLA MOYE LÓPEZ
Diseño revista Generación Anáhuac

VENTAS
Luis Manolo Sánchez
Tel. 53 28 80 96
Ext. 2131

CONSEJO EDITORIAL

DR. CIPRIANO SÁNCHEZ, L.C.
Rector Universidad Anáhuac México

LIC. GLORIA LAURA SEPTIÉN CRESPO
Rectora IEST

MTRO. MIGUEL PÉREZ GÓMEZ
Rector Universidad Anáhuac Mayab

DR. LUIS LINARES ROMERO
Rector Universidad Anáhuac Xalapa

P. JESÚS QUIRCE, L.C.
Rector Universidad Anáhuac Cancún

MTRA. YOANI PAOLA RODRÍGUEZ VILLEGAS
Rectora Universidad Anáhuac Oaxaca

MTRO. JOSÉ G. MATA TEMOLTZIN
Rector Universidad Anáhuac Puebla

MTRO. LUIS E. ALVERDE MONTEMAYOR
Rector Universidad Anáhuac Querétaro

MTRO. ALEJANDRO LANDERO
Director Nacional del Instituto Juan Pablo II para la Familia

COLABORADORES

Vladimir Arteaga, Laura Iturbide, Maricela González, Daniela Acosta, Sarahí Pérez, Anna Karina Cruz, Patricia Martínez, Baruch Alberto Berrera, Olivia Nuñez, Enrique Chávez-León, Lilliana Ceja, Cristina Prado, Marisa Ramos, Carlos Lepe, Paola Moye

PREPrensa DIGITAL E IMPRESIÓN
Calle de la Alcaicería núm. 8 Zona Norte Central de Abastos, Delegación Iztapalapa, Ciudad de México, C. P. 09040 Teléfonos: (0155) 5640 9266 y 5640 9384 Fax: 5694 9602 www.infagon.com.mx

"Generación Anáhuac"® Todos los derechos reservados ©2005 es una publicación trimestral gratuita a todas las generaciones de egresados de la Red de Universidades Anáhuac, editada por la Dirección de Comunicación y Mercadotecnia de la Secretaría Ejecutiva de la Red de Universidades Anáhuac, ubicada en Lomas Anáhuac s/n, colonia Lomas Anáhuac, Huixquilucan, Estado de México, C.P. 52786, Teléfono: 56 27 02 10. www.anahuac.mx Editor responsable: Mtro. Roberto Sánchez Mejorada. Certificado de Licitud de Contenido Núm. 2942. Certificado de Licitud de Título Núm. 3352. Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo Núm. 04-2005-020717035600-102. Tiraje 30,000 ejemplares. Permiso SEPOMEX Núm. 0050289. Características: 210551212. Los artículos firmados son responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan la opinión de la Institución. Estimado egresado: nuestra revista "Generación Anáhuac"® forma parte de un programa integral de servicios al egresado y llega a ti en forma gratuita. El financiamiento que nos permite seguir ofreciéndote este servicio se logra por medio de los anuncios contenidos en la misma. El material publicitario se acepta con criterio ético y el editor no se responsabiliza por la veracidad de los mensajes contenidos en los anuncios.



CONTENIDO

1 PRESENTACIÓN

2 PLUMAS ANÁHUAC

4 CONECTADOS

• E3 2019: Lo más nuevo del entretenimiento electrónico

Tendencias en *gaming* para todos los gustos.

5 INTERNACIONAL

• ¿Cómo ven a México en los Estados Unidos?

Revisa estas claves para ser el país del que todos nos sentimos orgullosos.

6 MONEY TALKS

• La inacabable pugna EUA-China

¿Realmente la guerra desatada entre las dos potencias es puramente comercial?



8 NETWORKING

Líderes Anáhuac

12 EDUCACIÓN

• Avanzar, evolucionar, crecer.

Una nueva imagen en la educación básica que apuesta por todo.

• Habilidades del futuro y tecnología educativa

¿Qué es lo que nos falta aprender para diferenciarnos de las tareas que pueden realizar las máquinas?

20 CASO DE ÉXITO

• Los Curricanes y Rappala

Un sueño gastronómico hecho realidad.

24 EN PORTADA

• PICKING WINNERS

Dos industrias que crecen en México y una que no.



30 WELCOME

Líderes jóvenes

34 REFLEXIÓN

• "Varón y mujer los creó"

¿Una verdad hoy cuestionada por la cultura?

40 SALUD Y NUTRICIÓN

• Salud mental: Un aspecto poco conocido de la medicina

¿Cómo favorecer la recuperación de una persona afectada por un trastorno mental?

42 ARTE Y CULTURA

• Diseño: La forma de hacer mirar con otros ojos

Así de simple: nos reconocemos a nosotros mismos y a los demás a través de los objetos de diseño.

44 ENTRETENIMIENTO

• Narrativas transmedia

¿Qué es esta tendencia?

Seguro que tú eres fan de más de una historia como estas.



46 RED ANÁHUAC

Comunidad Anáhuac

51 AGENDA

52 DEL CHEF

• Yucatán, una bomba de sabor

La vasta cultura maya aporta ingredientes únicos y técnicas muy peculiares.

54 LETRAS

• ¡Ay mis ojos!

Los peligros de los errores ortográficos y gramaticales.

55 RECOMENDACIONES

56 HUMOR A LÁPIZ

E3 2019: LO MÁS NUEVO DEL ENTRETENIMIENTO ELECTRÓNICO

FUIMOS A LA *ELECTRONIC ENTERTAINMENT EXPO* (E3), LA PRINCIPAL FERIA DE VIDEOJUEGOS A NIVEL MUNDIAL QUE SE LLEVÓ A CABO EN EL CENTRO DE CONVENCIONES DE LOS ÁNGELES, CALIFORNIA, EL PASADO MES DE JUNIO.

Por Vladimir Arteaga

Esta edición fue la antesala de la nueva generación de videojuegos por varias razones: Google y AMD hicieron presentaciones que pueden tomarse como el primer paso hacia un nuevo paradigma dentro de esta industria. *Stadia*, plataforma basada en la nube de *Alphabet Incorporated*, fue la primera sorpresa. Este concepto saldrá al mercado en noviembre en Alemania, Bélgica, Canadá, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Holanda, Irlanda, Italia, Noruega, Reino Unido y Suecia, permitiendo jugar prácticamente en cualquier lugar con resoluciones de hasta 4K dependiendo de la velocidad de conexión. México por el momento no está en los planes de esta plataforma.

Advanced Micro Devices, compañía que se encuentra presente en todos los dispositivos para gaming, realizó un evento llamado *Next Horizon: Gaming Tech Day* donde presentó las bases de lo que será la nueva generación de videojuegos. Estas novedades consisten en una nueva arquitectura llamada RDNA que tiene como principal enfoque la mejora en los cuadros por segundo, la imagen, sensibilidad en la reacción entre el control y la pantalla, más interacción con las redes sociales,

optimización de los dispositivos para mejorar los streamings y el soporte de intersistemas. Dicho de otra forma, los nuevos componentes como procesadores, tarjetas gráficas y consolas tendrán hasta un 50 % de mejor desempeño.

Ahora la pregunta será cuáles de estos juegos tendrán versión para las nuevas plataformas, porque en el caso de *Avengers*, Scot Amos, líder del estudio, nos confirmó que el juego buscará dar lo mejor de cada plataforma. Con esto no dudamos que la mejor versión será la de *Stadia* por los avances en materia de hardware basado en la nube.

Habrà que esperar la reacción del principal ausente, Sony con *PlayStation*, ya que indiscutiblemente no se quedará atrás con los anuncios hechos por su competencia dentro de la feria. [GA](#)



Otra de las sorpresas fue un panel organizado por Netflix en donde se confirmó

su incursión al mundo de los videojuegos con *Stranger Things* en PlayStation 4, Xbox One, PC, Mac, iOS y Android. No obstante, también lanzará el videojuego de *El cristal encantado: la era de la resistencia*, basado en el universo de Jim Henson con un concepto parecido a *Pokémon Go* y *Harry Potter: Wizards Unite* de Niantic pero con la franquicia de *Stranger Things*. También habrá asociaciones e integraciones de sus series en videojuegos de *Behaviour Interactive*, *Epic Games*, *Roblox* y *Ubisoft*.

Los mejores anuncios de la E3 fueron: la consola de Microsoft bajo el nombre código *Scarlett*, las nuevas tarjetas gráficas *RTX Super* de *NVIDIA*, así como los esperados títulos de *Borderlands 3*, *Control*, *Cyberpunk 2077*, *Dragon Ball Z Kakarot*, *Dying Light 2*, *Final Fantasy VII Remake*, *LEGO Star Wars: The Skywalker Saga*, *Luigi's Mansion 3*, *Marvels Avengers: A-Day*, *Ni No Kuni: Wrath of the White Witch Remastered*, *Pokémon Espada y Escudo*, *Pro Evolution Soccer 2020*, *Roller Champions*, *Shenmue III* y *Watch Dogs Legions*.



¿CÓMO VEN A MÉXICO EN LOS ESTADOS UNIDOS?



FOTOGRAFÍAS: SHUTTERSTOCK

UNA CARACTERÍSTICA DISTINTIVA DEL SER HUMANO ES LA TENDENCIA A GENERAR ESTEREOTIPOS MENTALES EN BASE A CLICHÉS ESTABLECIDOS EN LA CULTURA. Y AUNQUE LOS TIEMPOS DE LA REVOLUCIÓN MEXICANA FUERON HACE MÁS DE 100 AÑOS, MUCHOS SÍMBOLOS PERMANECEN Y AGUDIZAN CON EL FENÓMENO MIGRATORIO EN CRECIMIENTO.

Por Maestro Rodolfo J. Moncada

Desde que tengo uso de razón, he tenido la oportunidad de viajar seguido al vecino del norte, en esa época recuerdo que la percepción que los estadounidenses tenían de México no era del todo positiva. Para esto, es importante reflexionar sobre el papel que han jugado los medios de comunicación: las caricaturas, Hollywood y la falta de buena comunicación global de nuestro país.

Aunque también es pertinente pensar que quizá ese tipo de estereotipos son resultado del propio comportamiento de México. Solo es cuestión de visualizar: ¿cómo van vestidos nuestros paisanos a los estadios? Los estereotipos han cambiado negativamente y los culpables fuimos nosotros mismos.

Hace casi un año vivo en *The Greatest Place on Earth* y me he puesto a analizar qué percepción e imagen tienen los americanos hoy de México y de los mexicanos.

Trump, de manera muy inteligente, utilizó ese estereotipo para generar mayores adeptos en su campaña presidencial hace 3 años. Sumado a la desinformación que generan las redes sociales, a la situación que atraviesa nuestro país, a las decenas de series y películas de narcotraficantes y a la gran fama adquirida por *El Chapo* en los últimos años, el efecto sigue afectándonos. Nada más observen a los noticieros nacionales e internacionales y verán que no estoy equivocado. [GA](#)

AHORA BIEN, ¿QUÉ RECOMIENDO HACER PARA DEMOSTRAR LO CONTRARIO Y CAMBIAR ESA IMAGEN QUE TENEMOS?

1. Que los gobiernos locales, estatales y federales se tomen en serio el tema de la seguridad y así pueda regresar la paz y la tranquilidad a nuestras calles, mejorando la imagen del país.
2. Comenzar a producir contenido audiovisual de calidad que refleje la calidez y el verdadero color que tiene nuestro país: La película *Coco* es un perfecto ejemplo.
3. Cambiar nuestra actitud, comportamiento y formas dentro de México y cuando viajemos a EE.UU. Un tip que siempre le doy a mis clientes que se meten en líos mediáticos es: “Compórtate como si te estuviera viendo tu mamá”. ¡No falla!

Estoy seguro que siguiendo estos (no tan sencillos) pasos, podremos vernos – y ser – como el país del que todos nos sentimos orgullosos.

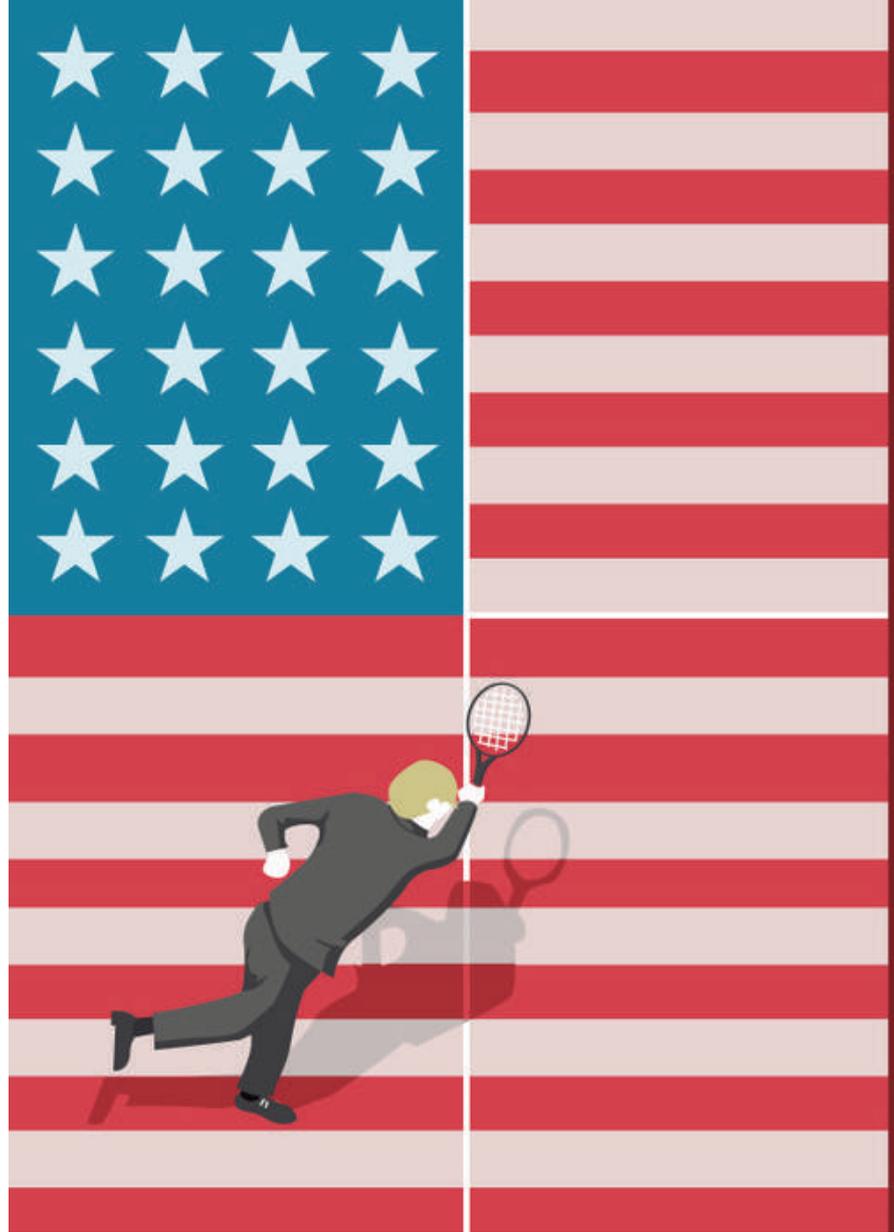


DOCTORA LAURA ITURBIDE GALINDO
 Coordinadora de la maestría en Economía y Negocios
 y Directora del Instituto de Desarrollo Empresarial
 Anáhuac en la Universidad Anáhuac México.
 Mail: idea@anahuac.mx | Twitter: @IDEA_Anahuac

LA INACABABLE PUGNA EUA-CHINA

CON EL ALEGATO DE TRUMP DE QUE CHINA ES EL ENEMIGO A VENCER POR EL ENORME DÉFICIT COMERCIAL ESTADUNIDENSE CON ESTE PAÍS (419.5 MMDD, 48 % DEL DESEQUILIBRIO TOTAL COMERCIAL DE EE.UU. EN 2018), EN MAYO UNA VEZ MÁS HUBO UNA ESCALADA DE ARANCELES ENTRE ESTADOS UNIDOS Y CHINA.

Por Doctora Laura Iturbide Galindo

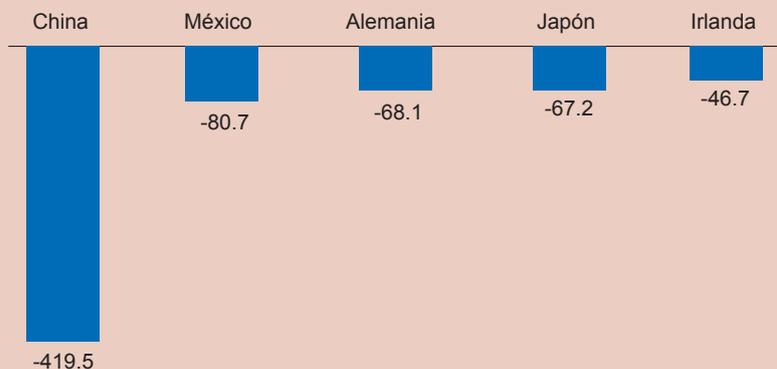


FOTOGRAFÍA: SHUTTERSTOCK.

A sí, mientras el primero elevó en 10 % en un equivalente de 200 mil millones de dólares en la importación de productos chinos, la nación asiática respondió subiendo sus tarifas en 60 mmdd a bienes americanos. Y existe la amenaza estadounidense de aplicar tarifas punitivas a China de alrededor de 300 mil millones de dólares, por año, en productos aún no gravados.

En este entorno, los efectos sobre precios, pero también sobre el comercio y el crecimiento global ya se han dejado sentir, porque se han debilitado. El temor siempre

PRINCIPALES PAÍSES CON LOS QUE EUA TIENE DÉFICIT COMERCIAL, 2018 (MILES DE MILLONES DE DÓLARES)



FUENTE: DEPARTAMENTO DE COMERCIO



Lo cierto es que en el mundo se empieza a evidenciar esta división de países en dos bandos: los que están con EE.UU. y aquéllos que apoyan a China. Estados Unidos busca aislarla del mundo, ya habiendo hecho las paces con Japón y Europa y fortaleciendo la relación con Inglaterra. Y China, por su parte, ha manifestado su disposición de seguir invirtiendo en África, Asia y América Latina; incluso estar dispuesta a comprar parte de la deuda europea para conservar su posición de liderazgo a nivel global. China tiene claro su objetivo: ser la potencia en innovación y tecnología en un futuro cercano y toda su estrategia se encaminará a ello.

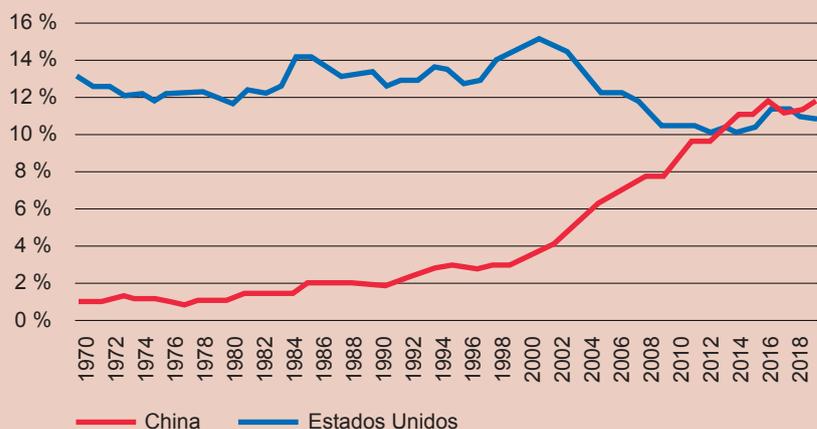
Si bien China ha mostrado una desaceleración en su economía, esta seguirá creciendo al menos 5 % en los próximos años, así como su avance innovador y tecnológico. Esto es de copiadores a desarrolladores y ha empezado a preocupar a la nación más poderosa del mundo: no solo por el tema de su superioridad en estos campos, si no a la postre por temas de seguridad, o sea, por su predominio tecnológico – militar. El 5G, por ejemplo, podría ser de hecho, uno de los factores clave de motivación de esta guerra con Estados Unidos, ya que esta es una tecnología fundamental para la siguiente generación de productos y servicios digitales. Quien llegue antes, tendrá mucho que ganar, no solo en el terreno económico.

La ambición de China por controlar el mundo no está en duda: a China le urge un dominio tecnológico a fin de aumentar la productividad antes de envejecer. Además, su arsenal nuclear es muy poderoso, por lo que Estados Unidos intentará parar su avance a toda costa. Luego es de suponer que el conflicto arancelario pudiera ser solo el inicio de la pugna entre las dos potencias. En este momento en particular, el presidente Trump busca capitalizar esta querrela en su carrera de reelección a la presidencia de Estados Unidos, aunque hay incluso voces nacionales pidiendo detenga su guerra contra este país. Los temas de “espionaje” y robo a la “propiedad intelectual” seguirán siendo parte de su discurso contra las empresas chinas. [GA](#)

es que una escalada proteccionista incrementa la incertidumbre y que implique reducciones adicionales en inversión, productividad y crecimiento. El Fondo Monetario Internacional (FMI) ha estimado que los aranceles de Estados Unidos y China y los que se prevén, podrían restar entre 0.3 % y 0.5 % al crecimiento del Producto Interno Bruto mundial en 2020, adicional al clima de riesgo que esto conlleva y a la reacción consecuente en los mercados financieros.

Empero la pregunta, aún con estos efectos adversos para las economías antes aludidas y para los indicadores mundiales, es si realmente la guerra desatada entre las dos potencias es puramente comercial.

PARTICIPACIÓN DE CHINA Y ESTADOS UNIDOS EN EL COMERCIO GLOBAL (% DEL TOTAL)



FUENTE: ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO

GERARDO DE ICAZA

DIRECTOR DE
COOPERACIÓN
Y OBSERVACIÓN
ELECTORAL DE LA
ORGANIZACIÓN
DE LOS ESTADOS
AMERICANOS (OEA)
UN EXTRAORDINARIO
ABOGADO CON
EXPERIENCIA EN EL
FORTALECIMIENTO
DE LA DEMOCRACIA.

Por Licenciada Maricela González Rodríguez



“ Yo veo cada reto como
una oportunidad de crecer,
fortalecerme y aprender ”

FOTOGRAFÍA: CORTESÍA DEL EGRESADO

GENERACIÓN ANÁHUAC: ¿Qué fue lo que te hizo estudiar en la Facultad de Derecho en la Universidad Anáhuac México?

GERARDO DE ICAZA HERNÁNDEZ: La verdad, en un principio fue el horario vespertino que se acomodaba a mi vida en aquel momento, además, soy sureño y no me quedaba tan lejos. Por último, en las visitas previas a la inscripción me sentí muy cómodo con los profesores y el alumnado.

G.A.: ¿De qué manera consideras que el estudiar en la Universidad Anáhuac México influyó en tu espíritu emprendedor?

GIH: La Anáhuac da mucha libertad a sus alumnos y con eso viene responsabilidad. A los alumnos de 10 es más fácil que les vaya de 10 en la vida porque demuestra trabajo, interés, estudio y esfuerzo. Esas son cualidades que se valoran en cualquier ambiente laboral.

G.A.: ¿Cuáles son tus actividades dentro de la OEA?

GIH: Coordinó toda la actividad que hacemos en materia electoral, entre ellas las misiones de observación y la cooperación que brindamos a los países.

G.A.: ¿Cuáles son los mayores retos a los que te has enfrentado?

GIH: 2014 fue mi mayor reto. Me mudé a un país que no es el mío, a un trabajo nuevo con mucha presión, falleció mi padre y fracasó una relación sentimental. Me concentré en que mi trabajo no perdiera calidad, aprendí a lidiar con el sentimiento de pérdida y seguí adelante. Eso me dio mucha confianza.

G.A.: ¿Qué cualidades crees que se necesitan para ser exitoso?

GIH: El mercado laboral ha cambiado mucho en los últimos años y las capacidades que hoy se necesitan son distintas a las que se necesitaban cuando yo empecé a trabajar. En un ambiente competitivo siempre he creído en las ventajas comparativas pueden ser idiomas, conocimientos técnicos, creatividad, buena escritura, las relaciones personales o simplemente que trabajas más que los demás: todo cuenta. Debes identificar qué ventajas tienes, potenciarlas, explotarlas y saber venderlas.

G.A.: ¿Cuál sería tu lema o frase que rige tu vida?

GIH: Cada semana leo el poema de Rudyard Kipling, *If*, a eso aspiro. Me ha funcionado pensar que los sueños son metas a largo plazo y las metas un conjunto de objetivos. Trato de ir alcanzando objetivos para llegar a mis metas y algún día cumplir mis sueños.

G.A.: ¿Ahora siendo un profesionista cualificado cómo podrías definir a tu Universidad?

GIH: La Anáhuac me ha dado mucho. Me regaló amigos para toda la vida. Fortaleció valores éticos que rigen mi vida laboral. Me dio profesores estupendos que luego fueron mis jefes y que ahora son amigos entrañables. Me brindó el conocimiento necesario para siempre sentirme preparado y actualizado. Tuve la oportunidad de además dar clases varios años en la universidad que me formó, eso es un privilegio. La Anáhuac es lo que el alumno quiere que sea y quiera aprovechar. Me siento parte de la comunidad Anáhuac y eso es muy importante en mi vida.

G.A.: ¿Qué consejo podrías darles a nuestros recién egresados?

GIH: Les diría que son los embajadores de la universidad. Que lleven el sello Anáhuac con orgullo y con responsabilidad. Las universidades se miden por sus alumnos, por sus profesores y también por sus egresados. También que sigan estudiando, una licenciatura ya no es suficiente en este mundo tan competitivo.



- Director de Cooperación y Observación Electoral de la Organización de los Estados Americanos (OEA)
- Licenciatura en Derecho 2001
- Universidad Anáhuac México

TRAYECTORIA:

Director del Departamento para la Cooperación y Observación Electoral de la Organización de los Estados Americanos desde marzo de 2014. Fue designado como secretario interino para el Fortalecimiento de la Democracia de febrero a julio de 2018. En su cargo, ha dirigido más de 50 Misiones de Observación Electoral de la OEA en más de una veintena de países. Es Licenciado en Derecho por la Universidad Anáhuac México y cuenta con una Maestría en Relaciones Internacionales y Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid. Inició su carrera electoral como subdirector de Normatividad en la Coordinación del Voto de los Mexicanos Residentes en el Extranjero y años después fue coordinador del Comité Técnico de Especialistas para el Voto de los Mexicanos Residentes en el Extranjero del Instituto Federal Electoral (actual Instituto Nacional Electoral) que tuvo como resultado una reforma electoral permitiendo que los residentes en el extranjero tramiten su credencial para votar desde el exterior. En el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación fue secretario de Estudio y Cuenta y jefe de la Unidad de Asuntos Internacionales. Ha sido profesor invitado en las universidades de Princeton, Georgetown y Science Po, y cuenta con numerosas publicaciones académicas sobre democracia y sistemas electorales en distintos idiomas. Dio clases de Derecho Comparado, Derecho Anglosajón, Derecho Electoral y Derecho Internacional Público en la Universidad Anáhuac México.

CONTACTO

Email: gdeicaza@oas.org
LinkedIn: Gerardo de Icaza
Twitter: @gerardodeicaza
URL: www.oas.org



PARA MAYOR INFORMACIÓN SOBRE
CÓMO PARTICIPAR EN LA VINCULACIÓN Y
NETWORKING DE TU UNIVERSIDAD:
Licenciada Maricela González Rodríguez
Coordinadora de Egresados
Dirección de Desarrollo Institucional
Universidad Anáhuac México
maricela.gonzalez@anahuac.mx
55 5628 8800 Ext. 283



- Directora de Sustentabilidad e Inversión Responsable en Grupo Financiero Banorte
- Licenciatura en Derecho 1995
- Universidad Anáhuac México

TRAYECTORIA:

Licenciada en Derecho por la Universidad Anáhuac México; estudió también la Licenciatura en Relaciones Internacionales y en ambas recibió mención honorífica. Maestría en Estudios Latinoamericanos: Derecho y Política en la Universidad de Wisconsin - Madison con una beca de CONACYT. Actualmente a cargo de la Dirección de Sustentabilidad e Inversión Responsable en Grupo Financiero Banorte.

“ Mi vida profesional ha sido marcada por la convicción de siempre trabajar con causa y tener trabajos con un sentido social y propósito ”

MARIUZ CALVET

LIDERANDO LAS INICIATIVAS SOCIALES Y AMBIENTALES EN BANORTE.

Por Licenciada Maricela González Rodríguez

Generación Anáhuac: ¿Qué te hizo estudiar la Licenciatura en Derecho en la Universidad Anáhuac México?

MARIUZ CALVET ROQUERO: Ingresé a la Anáhuac por varios factores: En primer lugar, me ofrecía una preparación académica sólida, con profesores reconocidos y el respaldo de una gran institución; pero también la prioridad en formar profesionistas comprometidos con los problemas sociales. En el tercer semestre, la Universidad me apoyó con una beca deportiva y académica, y tuve el orgullo de formar parte del equipo de tenis, con el cual competimos en distintos torneos a nivel nacional. Siempre encontré el impulso para perseguir metas, trabajar dando lo mejor de uno y a siempre tomar en cuenta que tenemos una responsabilidad con nuestra sociedad.

G.A.: ¿Qué significa para ti desempeñar un cargo relevante en Grupo Financiero Banorte?

MCR: Es un honor para mí trabajar en el segundo grupo financiero del país. Es una institución comprometida con México y me ha dado la posibilidad de encontrar caminos para atender problemas de la república desde el sector financiero.



FOTOGRAFÍA: CORTESÍA DEL EGRESADO

CONTACTOEmail: mariuz.calvet@banorte.com

LinkedIn: Mariuz Calvet

Twitter: @mariuzcalvet

Instagram: mariuzcalvet

URL: investors.banorte.com**G.A.: ¿Cuáles son tus responsabilidades?**

MCR: Liderar y permear hacia todo el grupo las iniciativas sociales y ambientales. En el eje social, trabajamos en los temas de Derechos Humanos frente a nuestros colaboradores, clientes y grupos de interés, tales como Diversidad, Equidad de Género e Inclusión. A través del programa de voluntariado, hemos incrementado la participación de nuestros colaboradores en cada vez más iniciativas. En el eje ambiental, medimos la huella climática de las operaciones del grupo: tenemos presencia nacional y oficinas en todo el país, así como más de mil sucursales, por lo que representa un reto buscar eficiencias en el consumo de energía, reducción de emisiones de CO2, consumo de agua, manejo de residuos y uso de papel.

Un tema muy interesante es el Sistema de Riesgos Ambientales y Sociales que desde 2012 se aplica en los procesos de financiamiento de las carteras de crédito de la banca corporativa y empresarial. Tenemos cuidado de revisar cada uno de los créditos que otorgamos para prevenir y minimizar algún impacto social o ambiental negativo, y para potencializar el impacto positivo que los procesos que financiamos puedan tener. Lo mismo se ha iniciado en la toma de decisiones de inversión en nuestros portafolios de la Afore XXI Banorte y la Operadora de Fondos, en donde buscamos hacer cada vez más responsables y sostenibles nuestras inversiones para el bien de México promoviendo el desarrollo sostenible.

G.A.: ¿Cuáles son los mayores retos profesionales a los que te has enfrentado?

MCR: A lo largo de más de una década, lograr el entendimiento de que los grandes retos sociales y ambientales de los últimos tiempos representan un cúmulo de oportunidades para la empresa y que están directamente relacionados con la rentabilidad y la sustentabilidad de la empresa en el largo plazo. Ha tomado muchos años, y hoy ya podemos constatarlo con un número cada vez mayor de empresas que consideran los temas ambientales, sociales y de gobierno corporativo como temas de negocio.

El tema del cambio climático, por ejemplo, representa una serie de riesgos reales e importantes para todas las personas y todas las organizaciones, así como una serie de oportunidades de negocio y de impacto positivo que las organizaciones deben aprovechar. El día de hoy, las nuevas generaciones integran ya estos temas en su forma de concebir los negocios, y cada vez más empresas gestionan estos riesgos y oportunidades.

G.A.: Para ti, ¿qué significa ser una egresada de la Universidad Anáhuac?

MCR: Es un orgullo. Todos estos años se ha consolidado como la gran institución que ha permanecido fiel a su Misión y Visión y ha formado de manera integral a tantos profesionistas que han impactado positivamente en sus ramas. Siempre estaré agradecida con la Anáhuac por la formación que me dio, por motivarme a la excelencia académica.

G.A.: ¿Qué consejo podrías darle a los estudiantes y a los recién egresados de la Universidad Anáhuac?

MCR: Que no puede pasar un solo día en que no despierten y comiencen su día agradeciendo lo que tienen. Ellos son parte de un porcentaje muy pequeño de la población que tiene acceso a educación superior y de ese nivel. Por ello, además de agradecerlo todos los días, tienen la responsabilidad de regresarle algo a su país, a las personas que no han tenido las mismas oportunidades que ellos y que se preocupen por generar un impacto positivo desde el sector y posición que tengan.

A los estudiantes recién egresados, mi consejo es que hagan una vida personal y profesional con sentido, humildad, honestidad y que tenga siempre un comportamiento ético. Que no se despeguen de los valores que les han sido inculcados. Que siempre sean congruentes, y la congruencia la defino como: que sus pensamientos, sus palabras y sus acciones estén sincronizadas.

G.A.: ¿Podrías compartirnos un poco de tu vida personal?

MCR: Mi vida personal se centra en pasar tiempo con mis seres queridos, y en realizar las actividades que más me gustan. Tengo tres hijos adolescentes, y dedico mi tiempo a participar en sus actividades, hacer deporte juntos, y salir con ellos a conocer distintos lugares. Desde muy pequeña juego tenis, y ha sido una parte muy importante de mi vida, por lo que sigo practicando y soy una espectadora muy entusiasta de los torneos del circuito de tenistas profesionales.



PARA MAYOR INFORMACIÓN SOBRE
CÓMO PARTICIPAR EN LA VINCULACIÓN Y
NETWORKING DE TU UNIVERSIDAD:
Licenciada Maricela González Rodríguez
Coordinadora de Egresados
Dirección de Desarrollo Institucional
Universidad Anáhuac México
maricela.gonzalez@anahuac.mx
55 5628 8800 Ext. 283

JOSÉ ENRIQUE GUERRA AILLOUD

MÉDICO Y EMPRESARIO HOSPITALARIO EN BUSCA DE
RENOVAR LA CALIDAD Y EL CONCEPTO DEL SERVICIO CLÍNICO

Por Licenciada Daniela Acosta Pérez

Generación Anáhuac: ¿Cuál es el diferenciador principal entre tus tres clínicas: Centro Médico Peninsular, Yucatán Medical Services y Clínica Onkort? ¿Por qué son empresas líderes?

JOSÉ ENRIQUE GUERRA AILLOUD: La diferencia entre las clínicas es que en Centro Médico Peninsular estamos dedicados a la medicina ocupacional, enfocado 100 % en empresas, para darle atención médica a sus trabajadores y poder poner al día y en orden a las organizaciones en cuestiones de cumplimiento de normatividad, así como mejorar la productividad de las empresas al tener empleados saludables.

Onkort es una clínica de cirugía ambulatoria, gabinete de imagen, quimioterapia y rehabilitación, enfocada al público en general y que busca una atención premium en instalaciones del mayor confort para el paciente y cumpliendo todas las normativas vigentes de salud, logrando una atención personalizada y eficientando los costos de la atención.

Yucatán Medical Services es una empresa facilitadora de turismo médico dedicada a traer pacientes de Estados Unidos y Canadá para que se realicen cirugías en Mérida, llevamos 7 años en el mercado y somos pioneros en el turismo médico en el Estado de Yucatán, que ahora con Onkort ya podemos tener mejores paquetes quirúrgicos y poder ofertar mejores tratamientos a los pacientes extranjeros que buscan excelente atención médica con costos alrededor de 70 % menores que en sus países de origen.

G.A.: ¿Cuál es la mejor forma de llevar una vida profesional y personal organizada y balanceada?

JEGA: La organización y planeación son las claves, pero todo crecimiento solo se logra haciendo un equipo de personas capacitadas y que estén alineadas tu ideología y a tu forma de trabajar. Es indispensable fijar tus prioridades para dedicarle tiempo a la familia y al trabajo.

G.A.: ¿Cuáles son los valores que se promueven a través de la Medicina?

JEGA: El servicio a la comunidad y al paciente son los principales valores que un médico promueve dentro de una práctica. Ahí entran otros tales como la ética, honestidad y empatía para siempre tomar la cuenta la problemática de cada paciente.

G.A.: ¿Cuáles son los principales retos en la industria médica y cómo piensas superarlos?

JEGA: Nos encontramos en tiempos donde la práctica médica es mucho más demandante, más exigente, más carente de espacios para ejercerla correctamente y, desafortunadamente, una profesión que han denigrado. Ya no se ve al médico como antes: nos tenemos que ganar ese respeto con nuestra buena práctica y calidad humana.

Existe mucha competencia; cada día hay más médicos egresando y para superarlo hay que estar actualizado. Es de suma importancia mantenerte en capacitación constante para siempre estar a la vanguardia y poder ofrecer a los pacientes lo último en tratamientos médicos.

G.A.: ¿Cuál fue el apoyo de la Universidad Anáhuac Mayab para alcanzar todas estas metas?

JEGA: Sembrando las bases y conocimientos para poder ejercer una práctica correcta y de calidad, así como fortaleciendo los valores éticos y de humildad que uno aprende en casa.

G.A.: ¿Cómo fue tu experiencia en la Anáhuac?

JEGA: Una carrera llena de retos, pero la Universidad se encargó de brindar aprendizaje y momentos que quedarán grabados en mi memoria. El plan académico fue muy bueno: salí muy bien preparado para la práctica médica general y para poder realizar una especialidad. De igual forma, fomentó mi capacidad de emprender y aspirar a cosas más grandes. La experiencia con los maestros siempre fue muy grata ya que todos son (o fueron) excelentes y renombrados médicos y, por consiguiente, ejemplos a seguir. Nos tocó inaugurar la carrera en el campus Mayab, vimos el crecimiento de nuestra escuela, que, por cierto, hoy tiene instalaciones envidiables.

G.A.: ¿Tienes algún mensaje para las generaciones que están por egresar?

JEGA: Emprendan las ideas que tengan. Hagan las cosas novedosas que se les ocurran. Inviertan, apuesten, arriesguen; pero nunca se debe de perder el hilo del buen servicio a los demás y depender de los pacientes. En el momento en que la salud se vea como un negocio y valga más que su bienestar empieza el fracaso. Si tenemos siempre presente que todo se lo debemos a nuestros pacientes, seremos unas personas de bien, respetables y aceptados por la sociedad.



Una sola
 // persona no
 lo puede
 hacer todo //



- Director General del Centro Médico Peninsular
- Especialidad en Medicina del Deporte y Rehabilitación
- Universidad Anáhuac Mayab

TRAYECTORIA:

Especialidad en Medicina del Deporte y Rehabilitación, Medicina Ocupacional y Administración Hospitalaria. Fue director del proyecto y de la Clínica Universitaria Anáhuac Mayab (2009 - 2012). Miembro del Consejo Consultivo de la Universidad Anáhuac Mayab en el área de Salud (Desde 2011). Director General del Centro Médico Peninsular (2006 a la fecha) y Clínica Onkort (2016 a la fecha).

CONTACTO:

Email: dr.guerra@hotmail.com

LinkedIn: Dr. Guerra

FB: /Onkort.Medica/

FB: /CentroMedicoPeninsular/

URL: <http://www.yucatanmedicalservices.com/>

<http://www.onkort.com/>



PARA MAYOR INFORMACIÓN SOBRE
 CÓMO PARTICIPAR EN LA VINCULACIÓN Y
 NETWORKING DE TU UNIVERSIDAD:
 Licenciada Samadhi Chávez Mercado
 Coordinadora del Programa de Egresados
 Dirección de Desarrollo Institucional
 Universidad Anáhuac Mayab
samadhi.chavez@anahuac.mx
 999 942 4800 Ext. 131

“ Si tienes una idea para hacer un negocio, hazla: no te esperes; eso sí, bien enfocado y disciplinado ”

Roberto Espinosa y Edna Sánchez

SOCIOS FUNDADORES DE *CHILI GUAJILI*, RESTAURANTE DE COMIDA OAXAQUEÑA Y EMPRENDIMIENTO GASTRONÓMICO SOCIAL INCLUYENTE.

Por Licenciada Sarahí Pérez Castro



Roberto Espinoza Vasquez
Administración y Dirección
de Empresas 2011
Universidad Anáhuac Oaxaca



Edna Sánchez Ignacio
Finanzas y Contaduría 2011
Maestría en Administración 2018
Universidad Anáhuac Oaxaca

TRAYECTORIA:

Hace 10 años en la cafetería de la Universidad Anáhuac Oaxaca, dos jóvenes de sexto semestre, inquietos y entusiastas, se les ocurrió un plan de negocios; deseaban emprender un concepto diferente y novedoso, que marcara tendencia. En el año 2010, Edna y Roberto crearon el concepto *Chili Guajili*, una propuesta gastronómica de Oaxaca para el mundo. Con un marketing innovador, ofrecen 52 platillos en cuatro sucursales en la ciudad de Oaxaca, empleando a más de 140 personas, incluidas personas con discapacidad. *Chili Guajili* está en proyecto de expansión a otros estados de la República Mexicana.

CONTACTO:

Facebook: Chili Guajili
Instagram: chiliguajili
URL: www.chiliguajili.com



PARA MAYOR INFORMACIÓN SOBRE CÓMO PARTICIPAR EN LA VINCULACIÓN Y NETWORKING DE TU UNIVERSIDAD:
Licenciada Lluvia Itaií Ruiz Ramos
Vinculación, Eventos y Egresados
Dirección de Desarrollo Institucional
Universidad Anáhuac Oaxaca
lluvia.ruiz@anahuac.mx
951 501 62 50 ext. 1519

FOTOGRAFÍA: CORTESÍA DE LA UNIVERSIDAD ANÁHUAC OAXACA

Generación Anáhuac: ¿Cómo se llegó a la determinación de dedicarse a la comida en Oaxaca?

Roberto Espinosa: Queríamos hacer un negocio y estábamos entre una tienda de accesorios para mujeres, un café o comida; nos decidimos por la comida después de un estudio de mercado que hicimos. Nuestro empuje fue siempre tratar de ejecutar el concepto, teníamos la disposición de aprender porque no sabíamos nada del tema. Nos decidimos por la comida de Oaxaca porque en ese momento no había mucha competencia de grandes empresas.

En Oaxaca hay una oportunidad increíble porque tienes todo: clima, comida, recetas, etcétera. Consideramos que es un mercado virgen todavía. Estamos agradecidos por estar en esta tierra y haber hecho un negocio de comida.

Edna Sánchez: Yo ya quería emprender: no hay empresarios en mi familia, me movió el deseo del desarrollo profesional, el hambre de crecimiento... entonces teníamos 19 años.

G.A.: ¿Cuál es la propuesta de valor de *Chili Guajili*?

RE: Que comas con un nivel de un restaurante tradicional habitual a precios de *fast food*. Cuidamos que la comida se elabore con las técnicas de higiene adecuadas, el valor agregado son espacios físicos bonitos, con atención y calidez.

Chili Guajili ofrece un poquito de Oaxaca, queremos que nuestros comensales disfruten de la experiencia de comer las tlayudas, los tacos, los molotes, las garnachas (antojitos del istmo de Tehuantepec) y comida mexicana de manera diferente, somos un híbrido. A nuestros clientes no los queremos ver una vez al mes, buscamos atenderlos dos o tres veces a la semana, por eso también tenemos una gran variedad en la carta, con diversas promociones todos los días.

G.A.: ¿Qué les ha funcionado?

RE: Las personas que colaboran con nosotros son la estrategia principal porque son los que dan la cara por la empresa, como Doña Juanita y Doña Vilma, quienes han sido nuestras guías en la cocina y han aportado sus conocimientos, sazón y experiencia de cocina tradicional oaxaqueña que hemos implementado en las recetas. También trabajamos con productores locales directamente, por ejemplo, el pan de mantequilla lo hacen en San Sebastián Tutla; en San Miguel Tálca de Castro, en la Sierra Norte, compramos el café; en ETLA, en los Valles Centrales, el queso que utilizamos, para que no haya intermediarios y los productores locales ganen más.

G.A.: ¿Por qué una empresa incluyente?

RE: Lo implementamos para ayudar, pero al final nos dimos cuenta que fuimos ayudados. Las personas con alguna discapacidad son más comprometidas y responsables con su trabajo.

Somos una empresa incluyente porque nuestro equipo lo integran todo tipo de personas; ahora colaboran con nosotros personas con discapacidad auditiva y de la tercera edad. Siempre y cuando sean buenas personas, nuestras puertas están abiertas para ellos.

G.A.: ¿Cómo fue la experiencia de emprender?

ES: El dinero que conseguimos lo ocupamos para lo básico, la remodelación del local, comparar algunos equipos, empezamos muy austeros, ganábamos muy poco; era mucho trabajo. Si no llegaba el de los trastes había que hacerlo nosotros, aprendimos muchas cosas que ni siquiera sabíamos que alguna vez haríamos y que no estaban dentro de nuestras habilidades.

RE: Nuestro primer fracaso fue una sucursal donde aguantamos dos años y perdimos más de 200 mil pesos más la inversión. Una noche abrí la computadora y le dije a Edna: “vamos a anotar todo lo que hicimos mal, todo por lo que perdimos dos años de trabajo”.

ES: La mejor decisión que hemos hecho fue sentarnos esa noche a anotar todo lo que hicimos mal y replantear la idea de negocio.

RE: En seis meses hicimos algo que llamé “Agenda de transformación de una empresa”; cambiamos los desechables por productos ecológicos, como tablititas, y buscamos productores locales de nuestra materia prima; trabajamos en la estandarización de las recetas, cambiamos recetas, cambiamos el menú, branding, fraseologías; tomamos un diplomado para marketing de restaurantes... En fin, aprendimos a transformarnos, ahora tenemos dos modelos de negocios en *Chili Guajili*: *Stand alone* y *food court*.

G.A.: ¿Cuáles son sus proyectos a futuro?

RE: Estamos trabajando para que nuestros procesos sean semiindustriales, para garantizar más comida a más sucursales. Queremos llegar a Puebla y la Ciudad de México, por ejemplo.

ES: Le estamos apostando a que el modelo de negocio se convierta en franquicia.

RE: *Chili Guajili* es una empresa que quiere transmitir lo que hay en Oaxaca: queremos cuidar detalles de la comida, que sea basta, que esté bien emplataada, que los lugares a los que vayas a comer sean lugares agradables, limpios, organizados, agradables, con calidez. Que la comida que te comas tenga que ver con productores oaxaqueños, que las personas que no están en Oaxaca cuando degusten un plato en *Chili Guajili* puedan tomarse un chocolate o una tlayuda con tasajo y recuperen el sabor de esta tierra.

G.A.: ¿Sugerencias para recién egresados emprendedores?

RE: Si les toca escoger un socio que lo hagan con responsabilidad y conciencia porque te puede ayudar o hundir. Un socio debe ser alguien que te complemente en habilidades y compartan los mismos valores, que esté igual de comprometido, que vayan hacia el mismo lado, con la misma intensidad.

ES: En los primeros años no habrá utilidades, lo que ganes, tendrás que reinvertirlo.

G.A.: ¿Cómo ha influido su formación en la Universidad Anáhuac en lo que hacen?

ES: En la Universidad aprendí cuestiones de liderazgo y términos sobre emprendimiento.

RE: Siempre voy a estar muy orgulloso de haber estudiado en la Anáhuac, conocí a muchas personas valiosas que nos apoyaron y asesoraron en todo momento para hacer el plan de negocios.

AVANZAR, EVOLUCIONAR, CRECER.



LA IMAGEN DE LOS COLEGIOS DE LA RED *SEMPER ALTIUS* SE RENUEVA CON EL OBJETIVO DE TRANSMITIR A LAS NUEVAS GENERACIONES LAS ACTUALIZACIONES QUE SE HAN VIVIDO DE FONDO Y REITERAR LA VIGENCIA DE SU OFERTA EDUCATIVA.

Esta renovación es de forma y fondo, es decir, tanto de imagen como de innovación en el proceso educativo, marcando el inicio de una nueva etapa para la Red de Colegios *Semper Altius* quien implementa el modelo educativo del Movimiento *Regnum Christi* en 19 países.

Convencidos de que los valores tienen más trascendencia y relevancia que nunca en la educación de las futuras generaciones, los colegios *Semper Altius* conservan los ideales formativos que los han caracterizado en estos más de 65 años de experiencia. 

ALGUNOS ESFUERZOS DE INNOVACIÓN HAN SIDO:

-  Actualización del modelo pedagógico tomando en cuenta tendencias internacionales e investigación educativas. Se ubica al alumno en el centro de su aprendizaje con el objetivo de impulsar todo su potencial, motivándolo a que elija el bien y que busque convertirse en un líder que inspira y transforma al mundo que le rodea.
-  Renovación de la enseñanza al incluir nuevas metodologías, laboratorios *STEAM*, tecnología educativa de programación y robótica para formar a los alumnos como creadores de soluciones y constructores de ideas.
-  Remodelación de las instalaciones con una inversión de más de 200 millones de pesos en espacios que favorecen el aprendizaje a través de la experiencia, para lograr que los alumnos alcancen su óptimo desarrollo.
-  Capacitación intensiva del personal invirtiendo más de 70 millones de pesos en seminarios, cursos y diplomados de talla nacional e internacional para la profesionalización del personal garantizando una sólida formación de excelencia para los alumnos. Directores han participado durante cuatro años consecutivos en el curso de liderazgo educativo: *Leadership: an Evolving Vision* en Harvard.
-  Acreditación educativa internacional por *Advanced*, la agencia más importante del mundo. Más del 50 % de los colegios acreditados en México son de la Red *Semper Altius* cumpliendo con estándares internacionales; lo cual demuestra el compromiso de mejora continua y otorga la posibilidad de que los alumnos obtengan un diploma válido internacionalmente.



ESCANEA EL CÓDIGO PARA VER EL VIDEO SOBRE ESTE CAMBIO DE IMAGEN



SemperAltius.edu.mx

RED DE COLEGIOS SEMPER ALTIUS



Confía.

Crece siempre

Los hijos de egresados de la Red de Universidades Anáhuac no pagan inscripción* para Bamolino 2 y 3 (maternal) en nuestros preescolares.

Forma parte de la Red de Colegios Semper Altius.

Alpes - Andes - CECVAC - CEYCA - Cumbres - Del Bosque - Everest - Grove - Highlands
Himalaya - Interamericano - Irish - Kilimanjaro - Maddox - Oxford - Pinecrest

Solicita información:



*Aplican restricciones



HABILIDADES DEL FUTURO Y TECNOLOGÍA EDUCATIVA

EN LA RECIENTE CUMBRE DE DAVOS EN SUIZA, SE ANALIZARON LOS CAMBIOS DRÁSTICOS QUE ESTÁ SUFRIENDO EL ENTORNO LABORAL. UNO DE LOS PLANTEAMIENTOS MÁS CRÍTICOS QUE SE PRESENTARON ES QUE: "COMO CONSECUENCIA DE LA AUTOMATIZACIÓN EL 100 % DE LOS EMPLEOS CAMBIARÁN".

Por Maestra Anna Karina Cruz

Dado que ya no será necesaria la fuerza física ni la habilidad manual, ahora es indispensable que desarrollemos habilidades blandas que nos permitan seguir siendo valiosos y pertinentes. En el mundo actual es escaso el acceso a personas con habilidades que den un verdadero valor a las instituciones o generen un cambio en la sociedad. Una de las aseveraciones más impactantes en Davos fue: *Today access to capital is easier than access to skills.*

¿Qué es lo que nos falta aprender para diferenciarnos de las tareas que pueden realizar las máquinas?

Las llamadas "Habilidades del futuro" están compuestas por competencias como: inteligencia emocional, trabajo en equipo, habilidades de comunicación, resolución de problemas, liderazgo, creatividad, pensamiento crítico, emprendimiento, interculturalidad, etc.

¿Cómo desarrollar estas habilidades del futuro?

Para la adquisición de estas habilidades es indispensable crear opciones de capacitación innovadoras, accesibles (*affordable*); que tiendan puentes hacia la nueva realidad del entorno laboral y que aseguren éxito de sus egresados. La respuesta actual es, ofertar nuevos tipos de programas en plataformas móviles que ofrezcan no solo la formación sino la validación de la adquisición de nuevas competencias adquiridas.

Los nuevos programas son cortos, auto gestionables, accesibles, de gran calidad, entre ellos podemos encontrar: *micro masters*, certificados de competencias profesionales, especializaciones, *nanodegrees*, *XSeries*. Se entregan en plataformas móviles y abiertas como: *edX* (plataforma de cursos en línea fundada por Harvard y MIT con la misión de llevar la educación de calidad, accesible a todo el mundo). Que le generan al participante una validación internacional de la habilidad adquirida, incluso en algunos casos utilizando la tecnología *blockchain* para certificar digitalmente la competencia del individuo.

La demografía de los estudiantes actuales de estos programas está compuesta por personas entre los 22 y 63 años provenientes de más de 100 países. El 79 % de ellos ya poseen una licenciatura. El 52 % tienen actualmente un empleo y el 16 % son dueños de empresa.

Las ventajas para tu formación

El top 5 de los beneficios esperados por los participantes en estos programas son:

- Mejorar el *performance* en tu empleo actual.
- Ayudarte a emprender tu propio negocio.
- Aprender algo nuevo.
- Networking.
- Mejorar tu CV para acceder a un mejor trabajo.

¿Qué debes considerar?

El pago de la capacitación en dichos programas corre en su mayoría, a cargo del estudiante en el 61 % de los *micro masters* y en el caso de las certificaciones o especializaciones en un 50 %. Los participantes refieren que, para poder tomar el curso, invierten una parte importante de su tiempo lo que va de 3.5 a 6.5 horas por semana. ^{6A}



UNIVERSIDAD ANÁHUAC, A LA VANGUARDIA

En la Red de Universidades Anáhuac compartimos la visión y el compromiso con *edX* de llevar la educación de calidad y hacerla accesible a todo el mundo, por ello a partir de agosto del 2019 somos nuevos partners de *edX* y a partir del mes de septiembre nuestras Universidades estarán ofertando cursos de alta calidad, pertinentes y accesibles en la plataforma. Con lo que nos sumamos a esta nueva tendencia que permite acercar la educación a través de la tecnología y, de esta forma, contribuir a la capacitación constante de los profesionales.



La excelencia académica ahora es



Red de Universidades
Anáhuac



- Partners en **educación accesible** y de **calidad** -

Iniciamos con cursos y certificaciones en
Inteligencia Emocional, Liderazgo Internacional y
Finanzas. ¡Conócelos!

Avanza profesionalmente a través de nuestra próxima
oferta sobre lo más relevante del mundo laboral actual.

edx.org





El proyecto restaurantero de un Ingeniero Industrial, nacido en un momento de oportunidad personal, se convirtió en una de las marcas más exitosas del noreste de México.

Por Maestra Patricia Martínez Espinosa

LOS CURRICANES Y RAPPALA

UN SUEÑO GASTRONÓMICO HECHO REALIDAD

FOTOGRAFÍA: CORTESÍA DEL IEST

Desde muy joven, José Ricardo De Gorordo Cantú ha sido un hombre que continuamente ha enfrentado retos; con el gusto por participar en actividades comerciales en ventas, colaborando en el negocio familiar o trabajando en importantes empresas nacionales y locales. Su tenacidad lo llevó a conseguir un trascendente sueño personal: tener una de las marcas restauranteras más exitosas del noreste de México.

José Ricardo empezó a trabajar a temprana edad ya que siempre le ha gustado ser autosuficiente. Desde pequeño se iba en su triciclo a vender leche y quesos que traía su papá del rancho. Su gusto por el trabajo le ha permitido ser empático, ya que como él menciona, “el mandil pesa después de 12 horas de trabajo”.

Estudió la licenciatura de Ingeniería Industrial de la que se graduó en el IEST Anáhuac, y siempre tuvo una pasión por la cocina y por vivir nuevas experiencias. Su gusto por acompañar a sus padres a comprar alimentos, para preparar y compartir platillos en familia, pero, sobre todo, el cocinar para los demás, fueron factores que le ayudaron a desarrollar un proyecto gastronómico que inició como un sueño para su jubilación. Tuvo, además, la oportunidad de tomar cursos de gastronomía en varias partes de México y el extranjero.

“Inicialmente el restaurante iba a tener otro nombre, pero el original no nos convencía mucho; por ello juntamos a toda la familia alrededor de una comida, en casa de mi hermana, hicimos una lluvia de ideas, las leímos y filtramos las que más nos gustaban y votamos para escoger el nombre de ‘Los Curricanes’, siendo mi mamá quien lo propuso”.

Los Curricanes, además de ser un sueño para su futuro retiro, fue también la solución a un momento complicado en la vida de José Ricardo, pues se quedó sin empleo. Más adelante, al arrancar el proyecto tuvo diversas experiencias y opiniones: gente que creyó en su proyecto y gente que no. El apoyo de sus padres, esposa y amigos, fueron significativos para que todo mejorara: desde conseguir el local hasta la decoración y parte de la publicidad.



EL NEGOCIO RESTAURANTERO EN TAMPICO

La Zona Metropolitana de Tampico reúne una rica y variada oferta gastronómica; esto debido a sus importantes migraciones durante el inicio del siglo XX, cuando la en ese entonces pujante industria petrolera, trajo gente de Europa y Norteamérica. Los descendientes de esas familias contribuyeron con su propia sazón y cultura; situación que se vio beneficiada con la facilidad para conseguir marisco y carne fresca en esta región. Por ello, el establecer un restaurante como Los Curricanes, dedicado a la comida del mar, es una gran proeza y un gran reto, debido a la fuerte tradición de otros establecimientos en la zona.

Para José Ricardo y sus socios, el platillo es el medio, no el fin. Es el medio para convivir, para reunirse, para festejar las tradiciones familiares y las tradiciones mexicanas.



LOS CURRICANES Y RAPPALA

El primer restaurante inició en La Calle México de la Colonia Guadalupe, en Tampico, Tamaulipas. Transcurrieron 5 años antes de abrir otra sucursal en la Avenida Universidad, esto gracias al apoyo de un gran amigo y socio desde el inicio.

Ya consolidada la marca, José Ricardo estableció Los Curricanes en Monterrey, N.L., junto con tres socios increíbles.

Tiempo después, fundó otro restaurante con un enfoque más artístico, artesanal, bohemio y creativo que Los Curricanes. Es así que surge Rappala en Altama, Tampico, enfocado a combinar mar y campo en su menú, un local que busca ser un pretexto para la reunión familiar y para la conservación de la gastronomía mexicana.

En las acciones estratégicas se tienen contempladas aperturas de más restaurantes dentro y fuera de México, en el corto y mediano plazo.



LA CALIDAD DE LOS PLATILLOS

Todas las recetas pasan por la aprobación de José Ricardo, así como el montaje y sazón; hay un buen número de ellas que son recetas de familia, otras son del dominio público o típicas del Sur de Tamaulipas y otras más han surgido por recomendación de los clientes, aunque todas son reinterpretadas con el sabor característico de Los Curricanes y Rappala.

Ambos restaurantes cuentan con un plan de capacitación para la cocina, una estructura definida y proveedores confiables que solo ofrecen productos frescos. La mejora continua está presente en todo momento.

Asegurar la calidad de los insumos es indispensable, es así que José Ricardo constituyó la empresa Señuelo, que es la instancia compradora encargada de estandarizar la calidad de los productos. Esa empresa se ha consolidado para dar servicio a Curricanes y Rappala y actualmente también vende a hoteles y restaurantes en otras partes de México, con la misma calidad y buscando la mejora continua todos los días.

Todas las recetas pasan por la aprobación de José Ricardo, así como el montaje y sazón; hay un buen número de ellas que son recetas de familia, otras son del dominio público o típicas del Sur de Tamaulipas y otras más han surgido por recomendación de los clientes, aunque todas son reinterpretadas con el sabor característico de Los Curricanes y Rappala.





RETOS COMO PADRE DE FAMILIA Y EMPRESARIO

Aunado al éxito de Los Curricanes y Rappala, para José Ricardo lo más valioso es su familia. El poder compaginar su trabajo como restaurantero y padre de familia no es algo sencillo, pues los descansos no son los mismos. Esto le ha llevado a negociar y encontrar espacios para la convivencia familiar.

El tema de los valores y la honorabilidad lo ha trasladado al negocio restaurantero. Su experiencia lo ha llevado a vivir buenos y malos momentos, aunque al final el saldo ha sido positivo. Lo mejor de todo esto es creer en la gente, generar

buenas fuentes de empleo, apoyar a los colaboradores y hacerlos felices, además de hacer las cosas siempre con objetividad, lealtad y pasión.



PRESENCIA INTERNACIONAL

La Secretaría de Turismo del Estado de Tamaulipas, invitó a José Ricardo a presentar uno de los platillos icónicos de la gastronomía de la región, representando a Tamaulipas en la Feria Internacional de Turismo Gastronómico (FIBEGA), en Miami, Florida, E.U.A., en mayo 2019. [GA](#)



EL IEST ANÁHUAC, SU ALMA MÁTER

Para José Ricardo lo más importante son los valores y la unión familiar. Gran parte de ello lo aprendió en el Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas (IEST), los cuales le hicieron triunfar y ver el mundo de una manera muy diferente a como estaba acostumbrado.

“En el IEST tuve la oportunidad de conocer a varios maestros, varios de ellos muy exigentes, pero muy humanos. Todos ellos logran tocar tu alma y eso lo entiendo bastante bien ahora que soy padre de familia. La formación y los valores del IEST hacen que te logres ubicar en donde puedas hacer el mejor papel como ser humano, además te van acompañando.”

PICKING WINNERS

DOS INDUSTRIAS QUE CRECEN EN MÉXICO Y UNA QUE NO

El escenario de desaceleración que sufre la economía global, derivada fundamentalmente de factores geopolíticos, genera volatilidad en los mercados y ocasiona que todos los pronósticos de crecimiento se revisen a la baja. Este fenómeno es especialmente agudo en los mercados emergentes, como el de nuestro país, donde el impacto de la ralentización se siente en toda la economía, pero aún más en determinados sectores o industrias.

Por Maestro **Baruch Alberto** Barrera Zurita
Director de la Escuela de Ingeniería
Universidad Anáhuac Querétaro

Podemos señalar, por ejemplo, que de acuerdo al INEGI en el primer trimestre del 2019 la economía decreció 0.2 % con respecto al trimestre anterior, sin embargo, durante el mismo período el sector primario creció 2.6 %. La caída se debió a las actividades secundarias y terciarias, que decrecieron 0.6 % y 0.2 % respectivamente. Recordemos que es en estos dos últimos sectores donde se genera más valor en la economía, razón por la cual, aunque parecen porcentajes pequeños en comparación con el porcentaje del sector primario, consiguieron que la economía en su conjunto caiga 0.2 %.

A pesar de la atonía económica ¿cuáles son los sectores que se mantienen con cierto dinamismo o incluso crecen? ¿cuáles son las industrias que, por el contrario, se encuentran estancadas o en crisis?

Uno de los sectores que ha mostrado mayor crecimiento en los últimos años es el turístico. Nuestro país ha avanzado en el ranking de la Organización Mundial del Turismo (OMT) de manera sostenida. México recibió 39.3 millones de viajeros en el 2017, ubicándose como el sexto país más visitado del mundo. Nuestro país subió dos posiciones con respecto al ranking del 2016, desplazando a países como Reino Unido y Alemania. Vale la pena recordar que, en el 2014, México se ubicaba en el décimo lugar con 29.1 millones de turistas.



En el caso del sector turístico, el principal destino del país es Cancún y la Riviera Maya, que representan casi la mitad del total de visitantes que recibimos. Es por esta razón que resulta alarmante que el Ejecutivo Federal minimice el problema del sargazo, el cual está ocasionando un declive en la ocupación hotelera y las reservaciones de la zona. Sería fundamental que la iniciativa privada y el gobierno, de manera conjunta, tracen estrategias para resolver o atenuar la llegada de dichas algas a las playas del Caribe y reducir el impacto negativo que tiene en el turismo. El problema debe reconocerse en su justa dimensión y atenderse de manera inmediata para evitar un daño mayor a la economía de la región.

Al mismo tiempo, es necesario que se diseñen políticas públicas dirigidas a mejorar la seguridad en el país y la modernización de la infraestructura de la zona. Un ejemplo de esto último es el aeropuerto de Cancún, el cual se encuentra concesionado al Grupo Aeroportuario del Sureste (ASUR) desde el Gobierno del presidente Zedillo. Si bien se han realizado importantes modernizaciones a dicha terminal aérea desde que ASUR asumió su control, sigue presentando grandes áreas de oportunidad y dista mucho de ser un aeropuerto a la altura de otros ubicados en destinos turísticos del nivel de Cancún.

Aunado a lo anterior, es necesario que se mejoren servicios turísticos indispensables para atraer mayor flujo de visitantes. Uno de ellos sería la operación normal de *Uber* y *Cabify*, que a la fecha presentan muchos problemas en su funcionamiento debido a las resistencias de las centrales y sindicatos de taxis tradicionales. El gobierno local tendría que intervenir para corregir estas distorsiones del mercado y permitir que la competencia genere mejores precios y calidad en el servicio.



Sería fundamental que la política industrial de nuestro país propiciara una mayor colaboración entre el sector público y privado para desarrollar, de manera más decidida, a los sectores en expansión como el turístico. En otras palabras, consiste en que los gobiernos apuesten por industrias con alto nivel de crecimiento y apoyen la transformación estructural e innovación de dichos sectores. Destacados economistas como Dani Rodrik y Ricardo Hausmann, de la Universidad de Harvard, denominan a esta estrategia *PICKING WINNERS*, la cual se encuentra en el centro de cualquier política industrial.

Otro sector que ha experimentado un crecimiento importante, es el exportador. En mayo del presente año, las exportaciones de México presentaron una variación anual de 8.9 % de acuerdo a cifras oficiales del INEGI. Sin embargo, aún dentro del sector exportador hay ganadores y perdedores. Las exportaciones petroleras cayeron 4.9 % en su comparación anual, mientras que las no petroleras aumentaron un 10 %. Dentro de las no petroleras destacan las exportaciones manufactureras que crecieron 10,3 % en su comparación anual.

Lo anterior nos recuerda que nuestro país es una potencia en la producción de manufacturas, exportando más de mil millones de dólares por día. Destacan la industria alimentaria, la producción de equipo de transporte, el sector petroquímico y la manufactura de productos metálicos. Estos cuatro sectores constituyen aproximadamente el 70 % de la estructura de la industria manufacturera. Dentro de la producción de equipo de transporte, el sector automotriz se identifica como el más ilustrativo de las capacidades de producción de nuestro país y constituye gran parte del volumen y el valor de nuestras exportaciones. También dentro del equipo de transporte, el clúster aeroespacial muestra la capacidad de la industria mexicana para adoptar nuevas tecnologías y desarrollar nuevas capacidades productivas.

Desafortunadamente, las constantes amenazas del presidente Trump de aplicar tarifas a nuestras exportaciones generan incertidumbre y podrían orillar a los agentes económicos que operan en el sector exportador a ser cautos en sus planes de inversión y de generación de empleos.

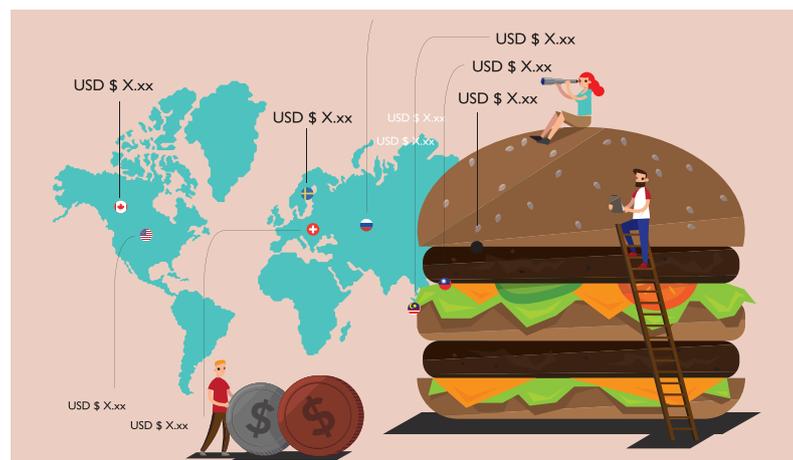
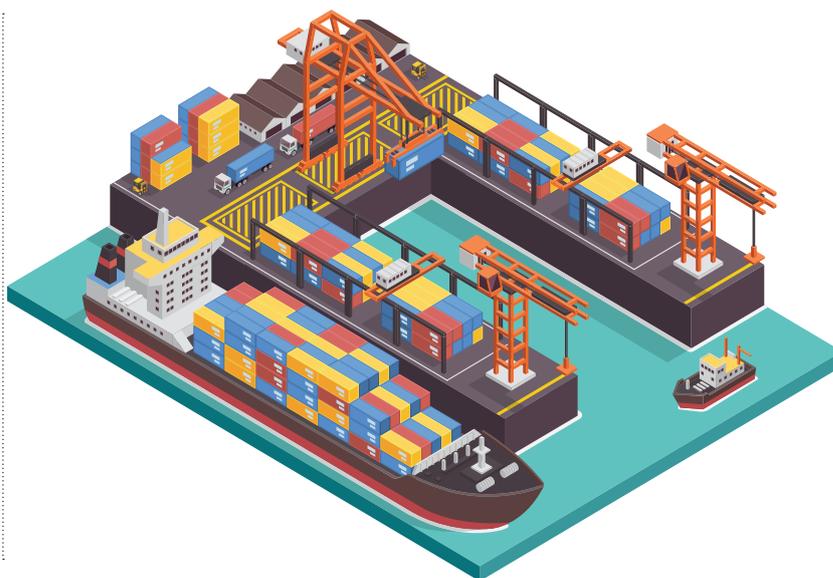
Es necesario reconocer que dicha incertidumbre se mantendrá, al menos, hasta las elecciones estadounidenses del próximo año ya que las aspiraciones reeleccionistas de Trump lo están llevando a acercarse nuevamente a su base electoral a través de un endurecimiento de su discurso en materia comercial y migratoria.



Resulta fundamental diversificar mercados de exportación para reducir nuestra concentración en el mercado estadounidense, el cual sigue representando aproximadamente el 75 % de las exportaciones mexicanas. Como es bien sabido, junto con Chile, México es el país con el mayor número de tratados de libre comercio en el mundo, sin embargo, no se han explotado debidamente ya que el sector exportador se sigue enfocando en los Estados Unidos. Esta diversificación no es sencilla en lo absoluto, requerirá de tiempo y de grandes esfuerzos de las empresas y de un acompañamiento inteligente del sector público. No obstante, debe ponerse en marcha de manera inmediata.

Vale la pena mencionar que los dos sectores en crecimiento que se han mencionado con anterioridad, **el turístico y el exportador**, han contado con una ventaja macroeconómica que les ha impulsado y que seguramente seguirá siendo un importante apoyo en el corto y mediano plazo: una moneda subvaluada en su paridad peso-dólar.

Un peso débil es benéfico para nuestras exportaciones, ya que las hace más competitivas en precio, y también atrae un mayor número de visitantes extranjeros (principalmente estadounidenses) ya que sus dólares les rinden más en nuestro país vis a vis otros destinos turísticos. En gran medida, la debilidad del peso se debe a factores geopolíticos originados por la inestabilidad en la relación bilateral con los Estados Unidos a raíz del triunfo electoral de Donald Trump



EL ÍNDICE BIG MAC

Se le puede considerar un análisis ligero, pero el Índice *Big Mac* es una referencia rápida para revisar si las divisas están en su correcto "nivel". El índice se basa en el concepto de la Paridad del Poder de Compra que nos dice que, en el largo plazo, el precio relativo de las divisas (tipo de cambio) se ajustará hasta que el precio de una canasta de bienes idénticos, en este caso una *Big Mac*, cueste lo mismo en cualquier parte del mundo.

en las elecciones presidenciales. A pesar de que la tasa de interés que fija el Banco de México (8.25 %) es alta en comparación con la que fija la Reserva Federal (2.5 %) y de que otras variables macroeconómicas deberían darle mayor fortaleza a nuestra moneda, nuestra moneda se encuentra a merced de la volatilidad que envuelve a los mercados emergentes.

De acuerdo al Índice, el cual es elaborado por la prestigiosa revista *The Economist*, prácticamente todas las monedas del mundo se encuentran subvaluadas con respecto al dólar, divisa que se encuentra en su punto más fuerte en tres décadas. En cuanto hace al peso mexicano, el Índice estima que nuestra moneda se encuentra subvaluada aproximadamente en un 50 %, es decir, que el tipo de cambio debiera estar cerca de los 9.5 pesos por dólar, en lugar del nivel actual de 19 pesos por dólar.

¿Qué sucedería con nuestras exportaciones si el tipo de cambio se ajustara al nivel sugerido por el Índice Big Mac? ¿Qué pasaría con el flujo de turistas extranjeros? *Ceteris paribus*, se duplicaría el precio de nuestras exportaciones y nuestros destinos turísticos serían el doble de caros para los visitantes extranjeros. Ciertamente es que las variaciones en la demanda, especialmente el de las exportaciones, dependerá de la Teoría de las Elasticidades de la Balanza Comercial y de la condición Marshall-Lerner, sin embargo, es evidente que la apreciación del peso reduciría la competitividad, en precio, de nuestras manufacturas. Algo similar pasaría con la llegada de visitantes a Quintana Roo y al resto del país, ya que se volvería menos atractivo para los turistas al elevarse el precio de sus gastos y consumos.

Es innegable que la potencia de nuestro sector exportador y de la industria turística está basada en la oferta de bienes y servicios de calidad, la visión y trabajo de nuestro sector empresarial, el esfuerzo y capacidad de nuestra fuerza laboral y en las ventajas comparativas que ofrece nuestro país.

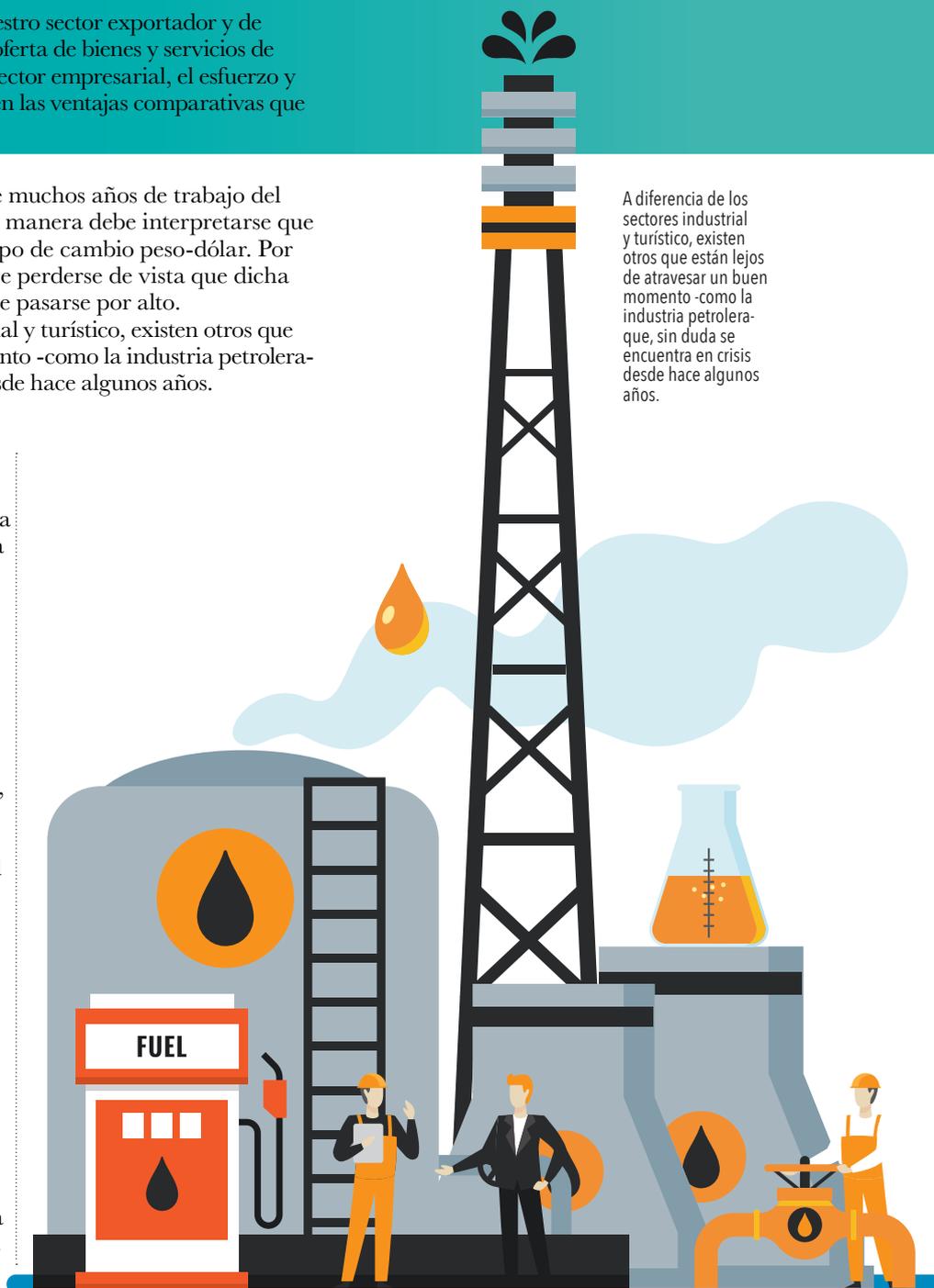
Asimismo, que son el resultado de muchos años de trabajo del sector público y privado. De ninguna manera debe interpretarse que todo se debe al *boost* que le ofrece el tipo de cambio peso-dólar. Por supuesto que no. No obstante, no debe perderse de vista que dicha situación ofrece un apoyo que no debe pasarse por alto.

A diferencia de los sectores industrial y turístico, existen otros que están lejos de atravesar un buen momento -como la industria petrolera- que, sin duda se encuentra en crisis desde hace algunos años.

La otra industria nacional, que se volvió un emporio en los años setenta con los grandes yacimientos localizados en el Golfo de México y con los altos precios del petróleo, se ha descarrilado desde que su locomotora principal ha perdido viabilidad técnica y financiera. Me refiero, por supuesto, a Petróleos Mexicanos (Pemex), que fungió durante décadas como el vagón principal de la economía nacional y funcionaba como la principal fuente de ingresos del Gobierno. Lamentablemente, el régimen fiscal que regía a la empresa, la mala administración, las dádivas al sindicato y la corrupción, fueron mermando poco a poco su capacidad operativa y su viabilidad financiera.

En la actualidad, la posición de Pemex es crítica y constituye un reflejo de la situación por la que atraviesa el país. Recordemos que hace apenas unas semanas, la calificadora *Fitch Ratings* bajó la nota crediticia de México y casi simultáneamente bajó la calificación de Pemex, convirtiéndolos en *junk bonds*. La petrolera estatal perdió el grado de inversión y recibió una calificación de BBB-, volviéndola una inversión especulativa y muy riesgosa para los accionistas.

A diferencia de los sectores industrial y turístico, existen otros que están lejos de atravesar un buen momento -como la industria petrolera- que, sin duda se encuentra en crisis desde hace algunos años.



El deterioro económico de la empresa se ha venido acumulando a lo largo de muchos años. El régimen fiscal al que estaba sometido Pemex no le permitía reinvertir ni modernizarse, ya que debía transferir gran parte de sus ingresos a la Tesorería de la Federación. A pesar de que se ha moderado su carga fiscal, su nivel de apalancamiento y la alta interferencia del Gobierno en la estrategia de la empresa siguen poniendo en riesgo su viabilidad financiera y operativa.

De la mano de la situación de Pemex, se percibe la falta de confianza que genera el Gobierno en los mercados financieros e inversionistas, lo cual afecta la competitividad del país y su capacidad para atraer inversiones. Desde la cancelación del NAIM hasta la reciente renuncia del Dr. Carlos Urzúa a la Secretaría de Hacienda, las decisiones que se toman hacia el interior del Gobierno mandan señales de incertidumbre que no son benéficas para la economía del país y que confirman la intromisión de la política en decisiones meramente de carácter técnico y financiero.

Es fundamental fortalecer el gobierno corporativo de la petrolera y eliminar por completo la injerencia del Gobierno en la estrategia y decisiones de la empresa. Al mismo tiempo, debe reestructurarse su régimen fiscal para liberar recursos que le permitan invertir en ampliar sus capacidades de refinación. Tan solo el año pasado, Pemex importó casi el 70 % de la gasolina y diésel que se vendió en México.

Con el descarrilamiento de Pemex se complica el panorama de toda la industria petrolera ya que existe una importante red de empresas proveedoras y contratistas que se dedican a proveer servicios a refinerías, terminales de recibo y distribución, complejos petroquímicos y demás instalaciones propiedad de la petrolera.

En muchas zonas del sureste mexicano, la petrolera mueve la economía con el multiplicador fiscal que generan sus compras y adquisiciones de bienes y servicios, al mismo tiempo que constituye el empleador más importante.

Un ejemplo importante es el Estado de Tabasco y su ciudad capital, altamente dependientes de Pemex, cuya economía se encuentra deprimida desde hace mucho tiempo a raíz de haberla petrolizado. Un indicador de lo anterior es la tasa de desocupación de dicha entidad federativa. Basta revisar la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE) que publica el INEGI de manera periódica para observar que Tabasco es el campeón de desempleo del país desde hace un par de años. En la ENOE correspondiente al primer trimestre del presente año, la tasa de desocupación en dicho Estado fue de 7.6 %, más del doble que la media nacional que fue de 3.4 %.

En cuanto al Indicador Trimestral de Actividad Económica Estatal (ITAE), que elabora el INEGI, Tabasco también se ubica como la entidad federativa con peor desempeño económico del país. En el último reporte publicado, correspondiente al último trimestre del 2018, la economía tabasqueña decreció 6.5 % con respecto al trimestre anterior, ubicándose como la peor de México. En comparación con el mismo trimestre del año anterior, la variación porcentual fue de -10.4 %, también la peor del país.



FOTOS: SHUTTERSTOCK



La misma situación de Tabasco se replica en muchas otras zonas y ciudades del país, como en Veracruz y Campeche, donde la crisis que atraviesa Pemex afecta la economía y dispara índices delictivos y otras situaciones que afectan la cohesión y el tejido social.

A manera de colofón con el análisis de la industria petrolera, vale la pena mencionar que los precios internacionales de petróleo han tenido un comportamiento al alza desde el inicio del año. De enero a la fecha, el precio del barril ha aumentado aproximadamente un 30 %, ubicando a la mezcla mexicana ligeramente arriba de 62 dólares. Como en el caso de todos los *commodities*, el precio está sujeto a condiciones de oferta y demanda, pero en el caso del petróleo atado también a cuestiones de índole geopolítica. Es importante que Pemex trate de sacar ventaja del excedente que le otorga el precio actual, ya que en el Presupuesto de Egresos de la Federación, el precio del barril se proyectó en 55 dólares. Ojalá que estos recursos puedan ser reinvertidos en expandir capacidad de producción en alguna de las seis refinерías de nuestro país.

Escoger industrias ganadoras de nuestro país no es tarea sencilla. De acuerdo al Banco Mundial, México es la 15ª economía del mundo medida por el tamaño de nuestro Producto Interno Bruto. Asimismo, se ubica en la posición 21ª de acuerdo al Índice de Complejidad Económica, el cual clasifica a los países de acuerdo a la diversificación y complejidad de su oferta exportadora. Se han presentado al sector turístico y el exportador (fundamentalmente de manufacturas) como dos industrias que se mantienen en expansión a pesar de la desaceleración económica que sufre nuestro país como consecuencia de la ralentización de la economía global. También, se ha señalado que la industria petrolera atraviesa una crisis derivada de la delicada situación financiera y operativa que atraviesa Pemex.



POSICIÓN DE MÉXICO:

EN LA ECONOMÍA MUNDIAL: **15**

ÍNDICE DE COMPLEJIDAD ECONÓMICA: **21**

LUGAR EN TURISMO MUNDIAL EN 2017: **6**

Se ha sugerido que la Política Industrial debe apoyar sectores en crecimiento y que potencien las ventajas comparativas y competitivas que ofrece nuestro país, con el fin de generar más empleos y desarrollo económico y social. Al mismo tiempo, que el rol del Gobierno debe ser de facilitador de la actividad empresarial y de corregir las fallas de los mercados, y no el de involucrarse en las decisiones estratégicas y de operación de las empresas productivas del Estado como Pemex.

No obstante todo lo anterior, el verdadero reto para todas las industrias mexicanas es el de detonar la productividad laboral y la innovación como las palancas más fuertes para el crecimiento de la economía. **GA**

MÁS SOBRE ESTA PUBLICACIÓN EN ANAHUAC.MX/ GENERACION-ANAHUAC



LÍDERES JÓVENES

METAS ALCANZADAS Y MUCHOS SUEÑOS MÁS POR CUMPLIR.

AMÍLCAR DANIEL PLAZA MÉNDEZ

“Siempre con la mente hacia el futuro”.



“ Comencé laborando en *Flex Americas* en Julio del 2017, en el área de embarques. Después de 5 meses brinqué a una empresa local en el área de compras. Al año y medio de laborar con ellos me llegó la oportunidad de formar parte del *Tesla Service Center* ”

“ Dentro del ámbito profesional he llegado a presenciar retos grandes que, gracias al conocimiento brindado por la institución y al apoyo de mis compañeros laborales, logré superar y apoyar a las empresas a salir adelante ”

“ El reto más grande que enfrenta *Tesla* es que la gente sigue resistente al cambio de los vehículos de combustión interna a los vehículos 100 % eléctricos ”

“ Mi estadía en el IEST fue una experiencia excelente, en la cual recibí una muy buena capacitación y sobre todo aprendí a ser mejor como persona y profesionista gracias al apoyo de mis compañeros y profesores ”

“ A los estudiantes les diría: siempre fíjense una meta y por más imposible que parezca, si así lo desean podrán alcanzarla. No permitan que nadie les diga que no pueden ”

“ La manera en la que nosotros podemos enfrentar la resistencia es darles la mejor experiencia posible a los clientes al comprar su vehículo y brindarles el mejor servicio ”



AMÍLCAR DANIEL PLAZA MÉNDEZ

Ingeniero Industrial para la Dirección 2016 Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas Tesla Service Center Parts Advisor, Service Email: aplazamendez@tesla.com LinkedIn: Daniel Plaza Facebook: Daniel Plaza M Instagram: Daniel Plaza M

DULCE MARÍA GÓMEZ BAUTISTA

“ Entre más soñemos más grandes podemos llegar a ser, no hay ningún sueño pequeño; pero soñar conlleva trabajo duro, disciplina, constancia y sacrificios, hay que estar dispuesto a darlo todo para recibirlo todo ”

“ Mi experiencia en la Anáhuac, fue totalmente satisfactoria: aprendí a ser responsable, leal, fiel a mis valores y a la educación que me han inculcado mis padres, forjé y ratifiqué mi fe, conocí personas maravillosas, tuve maestros que marcaron mi vida, encontré a mis mejores amigas, abrí mi mente a otras culturas y costumbres. ”

“Mi mayor logro personal es saber que mis padres están orgullosos de mí”.



“ Mi universidad siempre fue un sueño. Creo firmemente en el lema Anáhuac *Vencer al mal con el bien* y es lo que trato de ser día a día en mi comunidad y en mí misma y con mis colaboradores y colegas ”

“ Sé agradecido, principalmente con Dios y tus padres, después con quienes están a tu lado día a día ”

“ Siempre soñé con ser empresaria: después de regresar a mi ciudad, comencé como autoempleada -al poco tiempo mi crecimiento fue exponencial- hoy le doy trabajo directamente a 11 familias e indirectamente a más de 30 familias por evento ”

“ Creo firmemente que si no hubiera tenido la oportunidad de estudiar en la Anáhuac hoy mi rumbo personal y profesional serían diferentes ”

“ Actualmente formo parte del Comité Directivo de CANIRAC (Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados) y tengo también participación dentro del Consejo Directivo de MEMAC (Asociación de Mujeres Empresarias Mexicanas A.C.) ”

“ *Amore Mio* tiene el compromiso de donar el 10 % de la ganancia final de sus eventos a una Casa Hogar ”

“ Nuestro mayor reto en este momento es disminuir la competencia desleal y la poca unión de la Industria en Aguascalientes, la cual tenemos proyectado ir profesionalizando. ”

“ En el 2017 participé con Mención Honorífica en el premio al Empresario Joven JM ROMO del Año ”

“ En 2018 *Amore Mio*, recibió la Reconocimiento al Mérito Restaurantera por CANIRAC Delegación Aguascalientes como Servicio de Catering ”.



DULCE MARÍA GÓMEZ BAUTISTA
Licenciatura en Administración Turística 2016
Universidad Anáhuac Mayab
Empresa: Amore Mio by Dulce María
Puesto: Fundadora y Directora
Email: dulcemaria@bodasamoremio.com
Instagram: @amoremioydulcemaria
Facebook: <https://www.facebook.com/AmoreMiobyDuMa/>
URL: www.bodasamoremio.com/

MARIO E. HERNÁNDEZ BARREDA

“ Mi experiencia en la Anáhuac fue increíble: crecí como persona, como ser humano y me di cuenta que mi personalidad tiene un lugar en donde es apreciada ”

“ Todo suma: trata de sumar siempre, nunca de restar ni dividir. No hay que llegar primero, hay que saber llegar ”

MÁS RECIÉN
EGRESADOS EN
ANAHUAC.MX/
GENERACION-ANAHUAC

“ Soy Especialista en Comunicación Corporativa, Marketing y Relaciones Públicas, con experiencia profesional en el sector público y privado ”

“ He trabajado en iniciativa privada, gobierno, proyectos propios y como socio en otros ”

“ He tenido muy buenas experiencias y a veces no tanto, pero en todos los lugares he aprendido y siempre he crecido ”

“ En SEDECOP tenemos la tarea de atraer inversiones Nacionales y Extranjeras al estado, “presumir” las bondades de Veracruz, de su gente, su tierra, industria, puertos, PYMEs, ... ”

“ Gozar y disfrutar, también ayuda a que hagas mejor tu trabajo ”

“ El reto principal han sido los gobiernos y la corrupción y la inseguridad por la que atraviesa el país. La manera que pensamos superarlo es con honestidad, trabajo y utilizando los recursos que tiene nuestro estado por sobre otros del país ”



MARIO E. HERNÁNDEZ BARREDA
2010

Analista de Comunicación Corporativa en SEDECOP, de Veracruz
Universidad Anáhuac Xalapa
URL: www.veracruz.gob.mx/desarrolloeconomico/
Email: mariohbsedecop@gmail.com
LinkedIn: Mario Hernández Barreda
Twitter: @marriotthb
Instagram: marriotthb



PONTIFICIO INSTITUTO TEOLÓGICO
JUAN PABLO II
PARA LAS CIENCIAS
DEL MATRIMONIO Y DE LA FAMILIA
SECCIÓN MEXICANA



Red de Universidades
Anáhuac

Conoce nuestra oferta de **Diplomados En Línea**



diplomados@familia.edu.mx

Cel. 55 4133 9761

www.familia.edu.mx

Programas presenciales:

- Maestría en Ciencias de la Familia para la Consultoría
- Licenciatura en Ciencias de la Familia

Nuestros planteles:

Bajío · Guadalajara · Monterrey
Mérida · México · Puebla



[jpiifamilia](https://www.instagram.com/jpiifamilia)



[@IJuanPabloII](https://twitter.com/IJuanPabloII)



[@JuanPabloIIFamilia](https://www.facebook.com/JuanPabloIIFamilia)

A

MAESTRA OLIVIA E. NUÑEZ ORELLANA
Directora del Pontificio Instituto
Teológico Juan Pablo II para Ciencias
sobre Matrimonio y Familia, Sede México.
Email: olivia.nunez@anahuac.mx

“VARÓN Y MUJER LOS CREÓ”

¿UNA VERDAD HOY CUESTIONADA POR LA CULTURA?

El pasado mes de junio, como brisa de aire fresco en medio de una cultura confusa y confundida, particularmente en torno a los temas de la afectividad, identidad personal, identidad sexual, relación entre varón y mujer y un deseo desbordado de libertad que invita engañosamente a la posibilidad de otorgarse una identidad a capricho, se oyó una voz que, alerta, ilumina la respuesta que debemos tener, especialmente los educadores en estos tiempos de confusión.

Por Maestra Olivia E. Núñez Orellana

Se trata de un documento breve, pero de gran asertividad y pertinencia titulado *Varón y mujer los creó*, expedido por la Congregación para la educación católica. Este documento pretende ofrecer y animar reflexiones que alerten y certezas que orienten y apoyen a todos aquellos que estamos en diálogo formativo con jóvenes y niños, ya sea en el hogar o en las instituciones educativas. Se trata de una vía de diálogo sobre la cuestión del *gender* en la educación que ofrece, en sus 28 páginas, una estructura para poder abordar metodológicamente en las tres actitudes de **escuchar, razonar y proponer**, las cuestiones más debatidas sobre la sexualidad humana, a la luz de la vocación al amor, a la cual toda persona está llamada. Se trata de un documento que provoca y evoca, desde su título, reflexiones sobre el anhelo y la esperanza de reconocer el pan de amor que hay en el gesto de creación en el que “Varón y mujer nos creó, a Su imagen y semejanza nos creó”. Se confirma y fundamenta “la visión antropológica cristiana que ve en la sexualidad un elemento básico de la personalidad, un modo propio de ser, de manifestarse, de comunicarse con los demás, de sentir, de expresar y de vivir el amor humano”.



FOTOGRAFÍAS: SHUTTERSTOCK



Los 57 puntos que se incluyen en el documento dan cuenta de un recorrido que va desde la relatoría histórica que describe un trayecto hacia la confusión profunda en la que nos encontramos hoy y que caracteriza en gran medida a la sociedad postmoderna.

El documento no pretende solamente hacer un diagnóstico descriptivo de las confusiones en este ámbito de la identidad personal y el sentido de la sexualidad humana, hoy tan manipulada en la narrativa mediática y sociocultural, sino que ofrece caminos de diálogo al identificar puntos de encuentro y desafíos comunes en una cultura que podría percibirse como dividida y contrapuesta. Por un lado, todos los días somos testigos de propuestas legislativas y directrices educativas que menoscaban la dignidad de la persona y la sumergen en una confusión profunda acerca de quién es y de supuestos derechos que le ofrecen una libertad absoluta y arbitraria, disfrazada con una bandera exacerbada de “diversidad y tolerancia”. Al mismo tiempo, vemos esfuerzos decididos por proteger a la familia, a los niños y jóvenes, a los padres de familia en su derecho de educar a sus hijos y en el clamor por una convivencia que, sin ser discriminatoria, no pretenda normalizar o equiparar instituciones, ni imponga una cosmovisión desde una motivación reivindicativa y demandante.

Propone contemplar con serenidad la evidencia de nuestra naturaleza humana y la belleza de los que están inscritos en ella: el llamado al encuentro complementario con el otro, la vocación a la plenitud en el amor y en la relación fecunda y sobre todo, el don de la creación, desde y para el amor, que nos permite encontrarnos en la diferencia para que, reconociendo nuestra misma dignidad y el destino común al amor, podamos caminar en armonía reconociéndonos como don y animándonos a salir al encuentro del otro.

Se trata de un documento que provoca y evoca, desde su título, reflexiones sobre el anhelo y la esperanza de reconocer el pan de amor que hay en el gesto de creación en el que “Varón y mujer nos creó, a Su imagen y semejanza nos creó”.



No cabe duda de que los padres de familia y educadores en general, nos encontramos ante el desafío de una verdadera emergencia educativa que tiene afectaciones sin precedentes, pues está en juego la comprensión y construcción del núcleo central de la persona: su identidad, que se expresa en su forma total de ser persona, pero muy particularmente en su afectividad y sexualidad.

La cultura posmoderna se ha caracterizado por proponer caminos de exacerbada autonomía que ha llevado a las personas a la soledad y la fragmentación. Además, ha propuesto caminos educativos que “transmiten una concepción de la persona y de la vida pretendidamente neutra, pero que en realidad reflejan una antropología contraria a la fe y a la justa razón”, creando una profunda “desorientación antropológica” que conlleva a la fragilidad en la propia identidad y a la ruptura en la dimensión relacional, amenazando seriamente la posibilidad de cultivar la riqueza del encuentro, de reconocer el propio ser como don, en resumen, imposibilitando el amor verdadero.

El debate que representa la ideología de género, al negar la diferencia sexual entre hombre y mujer, afirmando que el sexo no se define genéticamente, es decir en el nacimiento, sino que se construye según los deseos individuales. Es decir, soy varón o mujer, porque es lo que siento y quiero ser, no solo tiene un componente de aparente libertad, tan exacerbada como irreal, que resulta seductoramente destructivo, sino que lo más importante es que socaba el fundamento antropológico de la familia, al separar drásticamente la diversidad y complementariedad biológica entre varón y mujer y su sentido de fecundidad relacional.

Esta ideología supone, además, dejar de lado la educación al amor, según se define en el Concilio Vaticano II, en donde se especifica que la educación sexual debe responder “al propio fin, al propio carácter, al diferente sexo” que es el signo visible de la complementariedad y del llamado al amor.

El documento se refiere, en primer lugar, a cómo ha evolucionado el concepto de género en el siglo XX, que fundamentalmente se resume en una “lectura puramente sociológica de la diferenciación sexual enmarcada dentro de las libertades individuales” haciendo hincapié en que la “identidad sexual tiene más que ver con una construcción social que con una realidad nuestra o biológica”. Como consecuencia provoca que, en “las relaciones interpersonales lo que importa es el afecto {superficial} entre los individuos, independientemente de la diferencia sexual y del fin procreador de dichas relaciones, relaciones que se consideran irrelevantes en la construcción de concepto familia”.

Indudablemente el concepto de Ideología de Género difiere sustancialmente de lo que en la diferenciación sexual propugna una adecuada antropología cristiana. Pero se reconoce el aporte de algunas investigaciones serias que buscan profundizar adecuadamente en el

modo en que se vive en diferentes culturas la diferencia sexual entre hombre y mujer. Sin embargo, es muy relevante reconocer que el documento destaca los puntos de encuentro que subyacen en esta ideología, siendo esto de un valor y relevancia particular, pues permite identificar tareas comunes que se pueden emprender, así como desvelar las razones por las nuevas generaciones tienen enorme receptividad, muchas veces justificada, ante injusticias y excesos en los que todos deberíamos con urgencia implicarnos en erradicar. Algunos de estos puntos de encuentro son: el reconocimiento de la urgencia y compromiso de “luchar por erradicar cualquier expresión de injusta discriminación” entre los individuos, el llamado, urgente también, a “respetar a cada persona en su particular y diferente condición, de modo que nadie debido a sus condiciones personales pueda convertirse en objeto de acoso, violencia insultos y discriminación injusta”.



Volver a la centralidad del cuerpo como un elemento integral de la identidad personal y de las relaciones personales, debe ser la respuesta a una cultura que propone, al mismo tiempo el desprecio y la sobre valoración del cuerpo, desviándolo radicalmente de su propósito que es “la subjetividad que comunica la identidad del propio ser” y le posibilita a la persona a abrirse al otro como un don, como una presencia de amistad que transforma la vida.



Asimismo, el documento es muy asertivo en motivar a trabajar con esmero en el esfuerzo por aumentar la comprensión antropológica de los valores de la feminidad, sin menoscabo de los valores de la masculinidad y su mutua riqueza.

Sin embargo, es claramente una reflexión orientativa en el sentido de clarificar los abundantes puntos discrepantes entre la Ideología de género y una adecuada antropología cristiana. Esencialmente describe cómo estas teorías estimulan “un proceso progresivo de desnaturalización o alejamiento de la naturaleza”, provocando la confusión y fractura antropológica que podemos evidenciar en tantos jóvenes y que se denomina “liquidez” y “fluidez postmoderna”.

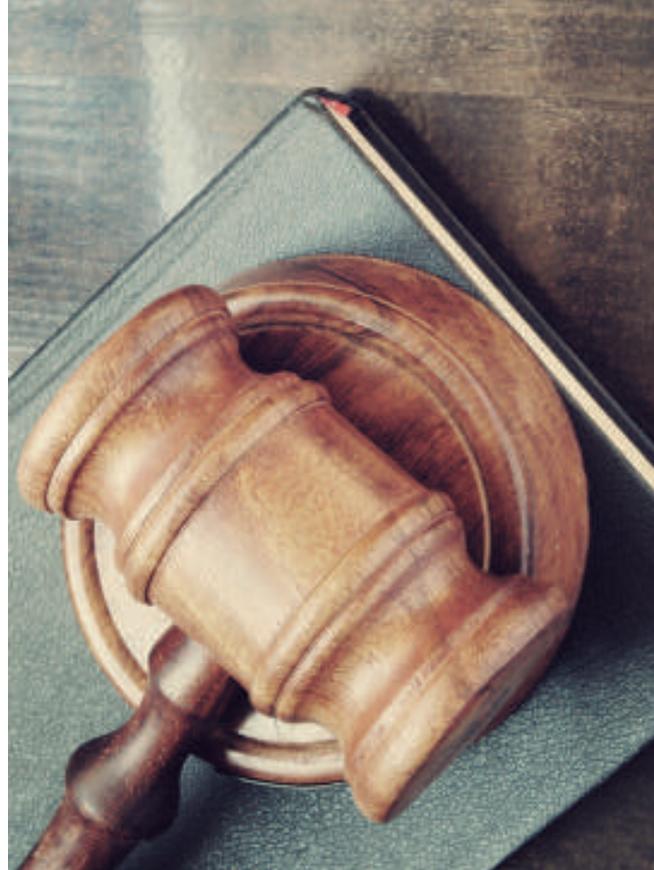
La propuesta de la ideología de género de un dualismo antropológico da origen a un “relativismo, donde todo es equivalente e indiferenciado, sin orden ni finalidad”, vaciando de una manera irremediable la antropología, la identidad de las personas y el sentido y ser de la familia y sumergiendo a la sociedad actual en un vacío desolador, en la angustia, la soledad y el sinsentido.

Volver a la centralidad del cuerpo como un elemento integral de la identidad personal y de las relaciones personales, debe ser la respuesta a una cultura que propone, al mismo tiempo el desprecio y la sobre valoración del cuerpo, desviándolo radicalmente de su propósito que es “la subjetividad que comunica la identidad del propio ser” y le posibilita a la persona a abrirse al otro como un don, como una presencia de amistad que transforma la vida.

MÁS SOBRE ESTA
PUBLICACIÓN EN
ANAHUAC.MX/
GENERACION-ANAHUAC

Varón y mujer los creó reconoce también que “la familia es el lugar en donde la relación entre hombre y mujer encuentra su plena actuación. La familia es una realidad antropológica y, en consecuencia, una realidad social de cultura” es decir, “una sociedad natural en donde se realizan plenamente la reciprocidad y complementariedad entre hombre y mujer.” De este reconocimiento derivan dos derechos muy importantes: “el primero es el derecho de la familia a ser reconocida como el principal espacio pedagógico para la formación del niño”, lo que fundamenta el derecho que tienen los padres a educar a sus hijos; y el segundo, es el “derecho de un niño a crecer en una familia con un padre y una madre, en el que se genere un ambiente idóneo para su desarrollo y maduración afectiva”.

No cabe duda, que la sociedad actual ejerce una seductora imposición que ofrece una libertad centrada en uno mismo y sin ningún tipo de límites o consideraciones, no solo a los demás, sino a la identidad dada. Si antes se decía, “tu libertad termina en donde comienza la del otro”, en un reconocimiento implícito a la naturaleza relacional del hombre, hoy la sociedad sugiere a los jóvenes, “la libertad no reconoce a los otros y tampoco termina. Tú eres libre para decir no solo lo que quieras hacer, sino lo que quieras ser.”



Ante esta seductora y destructiva embestida “no se puede dejar a la familia sola, frente al desafío educativo” debiendo fomentarse una “alianza educativa entre familia, escuela y sociedad.”

Para estar a la altura del desafío que nos compete, los educadores debemos reconocer la necesidad de invertirnos en un proceso educativo continuo, que debe abarcar no solamente aspectos profesionales específicos, sino y, sobre todo, aquellos culturales y espirituales que puedan ensanchar las posibilidades de los alumnos, al ver en sus educadores testigos y testimonios de una vivencia plena de la identidad personal, vivida con alegría, coherencia y conforme a la Verdad. Necesitamos adquirir conocimientos, herramientas y coherencia de vida que nos permitan dotar a los jóvenes y “acompañar a los educandos hacia objetivos elevados”, relacionándolos “entre ellos y con el mundo social”. “El hombre contemporáneo escucha más a gusto a los que dan testimonio que a los que enseñan y, sobre todo, si escucha a los que enseñan es porque a su vez dan testimonio”.

«El diálogo parece ser el camino más efectivo para una transformación positiva de las inquietudes e incomprensiones».

El documento concluye afirmando que «el diálogo parece ser el camino más efectivo para una transformación positiva de las inquietudes e incomprensiones», para el desarrollo en profundidad del ser humano, ante la complejidad de la situación cultural que afrontamos.

«Más allá de cualquier reduccionismo ideológico los educadores católicos están llamados a transformar positivamente los desafíos actuales», siguiendo el camino de la razón y de la propuesta cristiana. «Los formadores tienen la fascinante misión educativa de enseñar un camino en

torno a las diversas expresiones del amor, al cuidado mutuo, a la ternura respetuosa y a la comunicación en busca de sentido».

Como brisa fresca de verano, este documento de reflexión, invitación al diálogo y caminos concretos para los educadores en este momento de enormes oportunidades y profundamente decisivo de la historia, concluye con recomendaciones que iluminan, particularmente a formadores, sobre la urgencia, esperanza y desafío de preparación que requiere y reclama nuestro tiempo y que merecen nuestros jóvenes y niños. 



«La Congregación para la Educación Católica alienta a continuar con la misión formativa de las nuevas generaciones y especialmente de quien sufre la pobreza en sus distintas expresiones, -también la pobreza de nuestro tiempo que le impide a la persona reconocerse como don y reconocer su origen y destino en el amor- y que, para superar esta desolación, necesitan del amor de los educadores y educadoras».

A**DOCTOR ENRIQUE CHÁVEZ- LEÓN**

Coordinador de Posgrado de la Facultad de Psicología de la Universidad Anáhuac México, Coordinador de Secciones Científicas de la Asociación Psiquiátrica de América Latina y Presidente de la Asociación Psiquiátrica Mexicana del bienio 2016- 2017.



SALUD MENTAL: UN ASPECTO POCO CONOCIDO DE LA MEDICINA

LOS TRASTORNOS DE ANSIEDAD, EN PRIMER LUGAR, Y LA DEPRESIÓN EN SEGUNDO SON LOS TRASTORNOS MÁS FRECUENTES EN MUJERES. LOS TRASTORNOS MENTALES QUE AFECTAN MAYORMENTE A LOS VARONES SON EL CONSUMO DE ALCOHOL Y DROGAS.

Por Doctor Enrique Chávez-León

MÁS SOBRE ESTA
PUBLICACIÓN EN
ANAHUAC.MX/
GENERACION-ANAHUAC



El tratamiento de los trastornos mentales requiere la combinación de distintas estrategias dirigidas a lograr que las personas afectadas se recuperen.

El conocimiento acerca del trastorno mental, sus características y su evolución, así como su manejo, es uno de los ingredientes más importantes en el tratamiento. Esta información indispensable para el paciente es una herramienta poderosa para lograr que lleve adecuadamente su tratamiento. Se le conoce con el nombre de psicoeducación.

El uso de los psicofármacos de diferente tipo (antidepresivos, ansiolíticos, antipsicóticos y estabilizadores del ánimo) está indicado en la mayoría de los trastornos mentales, incluyendo la depresión, la ansiedad (ataques de pánico y ansiedad generalizada) y problemas más graves como el trastorno bipolar y la esquizofrenia.





Las intervenciones psicosociales consistentes en distintas formas de psicoterapia individual, grupal y familiar, son proporcionadas habitualmente por el psicólogo y ocasionalmente por el psiquiatra. La psicoterapia tiene un efecto sumatorio en el tratamiento que favorece la recuperación de la persona afectada por un trastorno mental.

La psico-educación, los psicofármacos y la psicoterapia son las tres estrategias fundamentales en el tratamiento de los pacientes con enfermedades mentales.

Los profesionales de la salud mental son las personas dedicadas a prevenir la aparición de las enfermedades mentales y a tratar y rehabilitar a las personas afectadas con los medios terapéuticos mencionados.

El psiquiatra es un médico que ha realizado estudios de especialización para poder tratar farmacológica y psicológicamente a las personas afectadas por algún trastorno mental. Su preparación es de diez años en total, seis de medicina y cuatro años de especialidad en psiquiatría.

El psicólogo se prepara profesionalmente a lo largo de cuatro años y posteriormente realiza estudios en psicoterapia, lo que le permite realizar actividades de promoción de la salud mental y tratar pacientes con trastornos mentales susceptibles a la psicoterapia.

Otros profesionales que participan en el cuidado de las personas afectadas por algún trastorno mental son trabajadoras sociales y enfermeras psiquiátricas. Sin embargo, dado el número de personas afectadas por enfermedades

mentales son los médicos generales y familiares y los médicos de distintas especialidades quienes a través de su escasa experiencia deben brindar atención apropiada a los pacientes.

Tanto en la preparación profesional del médico como del psicólogo existen materias que les brindan la oportunidad de conocer las principales características de las enfermedades mentales.

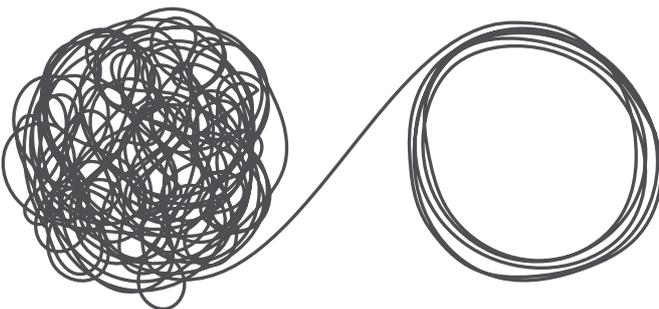
Debido a que el médico posteriormente tendrá la oportunidad de profundizar en la rama de la medicina para la que se sienta vocacionalmente inclinado, su conocimiento de psiquiatría tiene muy corta duración, aproximadamente tres meses.

Los profesionales de la psicología llevan en su programa de estudio, materias como evaluación psicológica e intervención psicoterapéutica de distintas modalidades, reciben una formación en los trastornos mentales que tienen su inicio en la niñez o la adolescencia, así como en trastornos psicóticos y no psicóticos de aparición en la edad adulta y la vejez.

El tiempo dedicado al conocimiento de la salud y de la enfermedad mental es muy reducido en el caso de los estudiantes de medicina, y mucho más amplio en el caso de los estudiantes de psicología.

Si consideramos que cada año egresan poco más de 150 especialistas en psiquiatría, la atención que reciben las personas afectadas por un trastorno mental puede manifestar ciertas carencias.

Por otro lado, aunque las enfermedades mentales ocurren en personas físicamente sanas, afectan en mayor medida a pacientes que padecen diabetes, hipertensión arterial, cardiopatía, artritis reumatoide, etc. 





DOCTORA LILIANA CEJA BRAVO
 Coordinadora de la Licenciatura de
 Diseño Gráfico de la Universidad
 Anáhuac México.
 liliana.ceja@anahuac.mx



DISEÑO

"Lo visible no existe en ninguna parte... Lo visible no es más que el conjunto de imágenes que el ojo crea al mirar. La realidad se hace visible al ser percibida".

John Berger & Justo G. Beramendi

LA FORMA DE HACER MIRAR CON OTROS OJOS

Por Doctora Liliana Ceja Bravo



El verbo diseñar proviene del italiano *designio*, que a su vez tiene como origen el latín *designare* que significa marcar o designar. En un sentido más amplio el diseño es parte inherente de la condición del hombre que, en busca de adaptarse a su medio y dar un orden significativo a lo que le rodea, se encuentra en un constante proceso de creación y a su vez, de constante evolución.



Actualmente vivimos en un contexto sumamente complejo. En una sociedad inter e hiperconectada, determinada por las más diversas manifestaciones de las tecnologías de la información, mismas que promueven la percepción visual. Los medios sociales privilegian la visibilidad como valor central y, de manera paradójica, esto trae consigo la invisibilidad y por lo tanto la movilidad, volatilidad y la fragmentación de lo que percibimos.

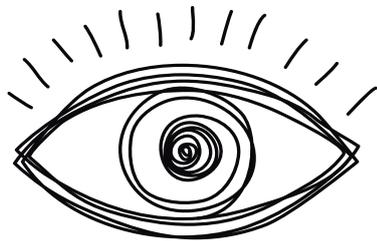
Este es el contexto del diseño hoy en día. Estamos inmersos en él y difícilmente podremos cambiarlo, por lo que lo más importante sería aceptarlo y entender el papel y aporte que la disciplina tiene en la configuración del mundo que tenemos.

Cuando nos referimos a la disciplina del diseño automáticamente pensamos en objetos estéticos y funcionales, sin embargo, el diseño tiene mayor injerencia de lo que en muchas ocasiones nos damos cuenta en nuestra vida cotidiana. Nuestro día a día está lleno de diseño: objetos, servicios, mensajes, ambientes, entornos y sistemas se nos presentan continuamente. Vemos materializadas ideas, planes, acciones y decisiones de diseño en todos lados, aunque muchas veces pasen desapercibidos. Su aporte, efecto y nivel de bienestar es tan sutil y contundente que tiene la facultad de acoplarse a nuestra realidad inmediata, tornándose imperceptible. Solo nos queda la estela de su contribución. Ante un mundo altamente sofisticado y masificado, el diseño pasa inadvertido ante los ojos de las personas, aunque forma parte de su día a día. El diseño se vuelve invisible.

Es fundamental partir del hecho que el diseño es una manifestación cultural que surge en un campo social más amplio, por lo que resulta muy limitado estudiar los objetos de diseño de manera aislada, siendo de más trascendencia analizar todas las posibles relaciones que surgen entre estos y las personas.

En todo acto de diseño existe una intencionalidad consciente, es decir, está pensado para dar solución a una demanda humana, por lo tanto, el diseñador tendrá que detectarlas y organizar todos los elementos técnicos, materiales, comunicativos, estéticos y funcionales para generar un objeto de diseño que resuelva esa necesidad. Por lo que el diseño siempre dará respuesta a necesidades imperantes en el contexto en el que surge, proyectando relaciones sociales. Tales relaciones se dan de manera multidireccional, es decir, surgen por la interconexión entre el diseñador, las personas y los objetos de diseño.

Las personas somos seres multidimensionales, somos sistemas abiertos y complejos. Para el diseñador será fundamental en su trabajo el entendimiento profundo de las personas no solamente como objetivos finales de su quehacer, sino como fuente importante de información y conocimiento, es decir, el diseño centrado en el humano no solamente en el sentido antropométrico y ergonómico, sino en el entendimiento profundo de sus deseos, valores y necesidades.



La aproximación a las personas por parte del diseñador implica hacerlo de manera empática. Tendrá que ponerse en el lugar del otro, pero también con el otro, a través del otro, al lado del otro y todas las posibles relaciones que se puedan establecer para su mejor entendimiento y reconocimiento.

Esta postura implica que el diseñador tendrá que ver a través del otro. El diseñador no diseña para sí mismo, diseña para los demás e invita a que las personas vean a través de sus ojos la intención de diseño y al mismo tiempo, que vean con otros ojos el mundo que les rodea.

Hoy más que nunca, se requiere que el diseñador vaya más allá de solamente el hecho de diseñar objetos funcionales y estéticos, siendo estas, cualidades intrínsecas de los mismos. Las personas buscan objetivar su vida mediante la apropiación y la significación de los objetos de diseño que les rodean, buscando generar experiencias.

Es importante considerar que el proceso de diseño es un proceso similar a un bucle recursivo, en donde los objetos de diseño son al mismo tiempo resultado y causa del proceso mismo. El proceso de diseño se produce y reproduce a sí mismo alimentado por una fuerza exterior: las personas y el contexto; siendo un proceso de múltiples relaciones y conexiones que termina e inicia de manera permanente. Por lo que el contexto determina al diseño y viceversa.

Por lo tanto, el conocimiento del contexto como de las personas dotará al diseñador de la capacidad de mirar con otros ojos la realidad para lograr conectar lo aparentemente inconexo y establecer nuevas conexiones complejas e intrincadas para la generación de objetos de diseño innovadores y disruptivos permitiéndole así a las personas ver su mundo con otros ojos.

Finalmente, entender al diseño como la forma de hacer mirar con otros ojos, implica hacer visible los aportes que la disciplina tiene, y cómo es que sus actores, es decir, los diseñadores, son conscientes del aporte social de su propio accionar. Por lo que es responsabilidad de los diseñadores hacer mirar con otros ojos la forma del diseño, o sea, generar experiencias significativas. **GA**



OBJETOS DE DISEÑO

La manera en la que hoy nos relacionamos con los objetos de diseño es diferente, hoy las personas pasan de ser consumidoras a usuarias, pero al mismo tiempo, se convierten en prosumidoras. Hoy las personas no buscan el consumo por el consumo mismo, sino objetos multidimensionales que les proporcionen otros valores y otras experiencias. Por tanto, la frase "somos lo que usamos" es completamente cierta. Nos reconocemos a nosotros mismos y a los demás a través de los objetos de diseño. Ante esto, actualmente se diversifica y plantea un reto para el diseñador: ser más que un generador de objetos de diseño, ser un creador y facilitador de experiencias.

El diseño está conectado con las emociones de las personas de formas muy profundas y diversas, mediante asociaciones de recuerdos que generan sentimientos de placer, nostalgia o alegría y que finalmente, conectan con sus valores y su utilidad volviéndola así significativa. Este tipo de objetos de diseño generalmente atienden la satisfacción de necesidades humanas relacionadas con el bienestar del individuo. Debemos recordar que las emociones son parte fundamental de las personas que, desde la cognición influyen en la percepción, la comunicación y la parte racional, todo lo que hacemos y pensamos está influido por las emociones.



Por lo anterior, el diseño se vuelve una interfase, es decir, la interacción entre las personas y los objetos de diseño, ya no siendo éstos últimos el fin del diseño como disciplina sino el medio del que subyacen infinidad de conexiones. Es de esta manera que la construcción simbólica de los objetos de diseño se hace en un marco de referencia social y cultural. Por lo que, para la creación y generación de objetos de diseño más significativos para las personas, se requiere que el diseñador tenga una visión y práctica profesional más integradora, es decir, que vaya más allá y que profundice en su entendimiento de los contextos en donde opera.

Los objetos de diseño responden a una realidad concreta y específica. El diseñador deberá tener un amplio conocimiento de las condiciones sociales, históricas, tecnológicas, políticas y ambientales, de tal manera que este conocimiento general dotará de sentido a los objetos de diseño. Mismos que tendrán la capacidad de moldear, organizar, estructurar, conformar e incluso dirigir comportamientos en la vida social y cultural de las personas.

NARRATIVAS TRANSMEDIA

¿QUÉ ES ESTA TENDENCIA?

HOY SE HABLA DE NUEVAS NARRATIVAS, FORMAS DE ESTRUCTURAR MENSAJES, PERO SOBRE TODO DE HÁBITOS Y CONSUMOS NOVEDOSOS EN LA COMUNICACIÓN.

Por Doctora Cristina Prado

En años recientes se escucha sobre el surgimiento de las narrativas transmedia como una técnica mediante la cual la historia o argumentos se desarrollan y se crean para su exposición en diferentes plataformas, y así formar un relato coherente. Es decir, podría entenderse como una historia contada en capítulos que se encuentran en diferentes formatos: libros, cápsulas, videojuegos, *spots*, campañas y, por supuesto, películas

La creación de este contenido tiene como objetivo generar una participación, despertar interés y seguimiento por parte de los usuarios. Se desarrollan diferentes historias a través de formatos mediáticos para emitir contenido único para cada canal, plataforma o dispositivo. Un requisito importante es que este contenido esté relacionado entre sí a través de una sincronía narrativa. El tema es medular, pero se adecua a las distintas OTT's (*Over the top*), por las que se expandirá.

Para que una estrategia transmedia funcione el desarrollador de contenido debe recorrer las distintas plataformas, invirtiendo tiempo y participación para conseguir una experiencia más significativa.



¿CÓMO FUNCIONAN?

Las narrativas transmedia tienden a ser una particular forma de expandir a través de diferentes sistemas de significación (verbal, icónico, audiovisual, interactivo, etc.) y cómo señalábamos en los distintos medios (cine, cómic, televisión, videojuegos, teatro, etc.). No son simplemente una adaptación de un lenguaje a otro: por ejemplo, la historia que cuenta el cómic no es la misma que aparece en la pantalla del cine o en la micro superficie del dispositivo móvil. Hay todo un trabajo de adaptación ...

Cuando se hace referencia a las narrativas transmedia no solo estamos hablando de una adaptación de un lenguaje a otro (por ejemplo, del libro al cine), sino de una estrategia que va mucho más allá y desarrolla un mundo narrativo que abarca diferentes medios y lenguajes.

De esta manera el relato se expande, aparecen nuevos personajes o situaciones que traspasan las fronteras del universo de ficción. Esta dispersión textual que encuentra en lo narrativo su hilo conductor —aunque sería más adecuado hablar de una red de personajes y situaciones que conforman un mundo— es una de las más importantes fuentes de complejidad de la cultura de masas contemporánea, en la que las audiencias tienen la capacidad de seguir los relatos sin perder la coherencia.

DE DÓNDE SURGE

Originalmente el concepto de narrativas transmedia fue introducido por Henry Jenkins mediante la publicación de un artículo en *Technology Review* en el 2003, donde afirmaba que: "Hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve inevitable el flujo de contenidos a través de múltiples canales".

Para el autor del libro *Narrativas transmedia*. Cuando todos los medios cuentan, Carlos Scolari, se define así: "Es un tipo de relato en el que la historia se despliega a través de múltiples medios y plataformas de comunicación y en el cual una parte de los consumidores asume un rol activo en ese proceso de expansión".

Los mundos narrativos transmedia constituyen un verdadero desafío para la narratología y la semiótica textual narrativa, todos ellos campos de estudio fuertemente monomedia - existe una semiótica del teatro, de la radio, del cine, etcétera; pero todavía no tenemos una semiótica del transmedia - y poco acostumbrados al análisis de narrativas multimodales de alta complejidad, caracterizadas por textualidades hiperfragmentadas, y decenas de personajes y programas narrativos. Desde una historia hasta la abstracción de un personaje *Spin-off* (personaje que se separa de la historia central para dar vida a su propia historia).



FOTOGRAFÍAS: SHUTTERSTOCK.

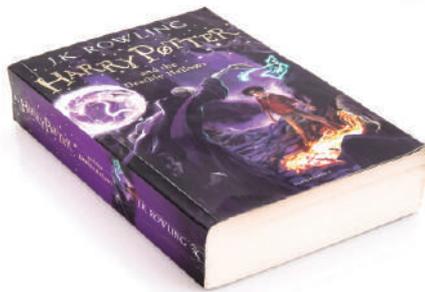
**DOCTORA CRISTINA PRADO**

Licenciatura en Comunicación

Doctora en Administración Pública



En un panorama caracterizado por la fragmentación de las audiencias, la narrativa transmedia ha demostrado ser una estrategia capaz de construir grandes nichos de audiencia alrededor de un universo narrativo novedoso, por lo que es lógico pensar que podemos esperar una evolución narrativa que parta de las técnicas basadas en las tecnologías de la información y comunicación.



Por una parte, se trata de un relato que se cuenta a través de múltiples medios y plataformas. Por ejemplo: La narrativa comienza en un cómic, continúa en una serie televisiva de dibujos animados, se expande en forma de largometraje y termina incorporando nuevas aventuras interactivas en los videojuegos. Podemos mencionar a *Superman*, un relato que nació en el cómic, pasó a la radio y la televisión en los años 1940 y terminó volando por la gran pantalla por primera vez en 1970, además de las múltiples precuelas y secuelas sobre la historia.

Pero las narrativas transmedia también se caracterizan por otro componente: una parte de los receptores no se limita a consumir el producto cultural, sino que se embarca en la tarea de ampliar el mundo narrativo con nuevas piezas textuales. Un breve recorrido por *YouTube* nos permitirá descubrir todo tipo de historias del superhéroe americano creadas por sus fans, desde parodias hasta *crossovers*. He aquí la gran participación de las audiencias.

CUANDO EL FUTURO NOS ALCANZÓ.

Las narrativas transmedia van más allá de la ficción. Podría decirse que el periodismo siempre ha tenido un carácter transmedia, inclusive desde antes de la emergencia de la *www* (*World Wide Web*): ya por entonces las noticias se expandían de la radio a la televisión, y de ahí al diario impreso y las publicaciones semanales. Los usuarios, a pesar de no contar con redes sociales, podían aportar sus relatos llamando por teléfono a las emisoras de radio o enviando cartas al correo de los lectores de los periódicos. Evidentemente, este proceso entra en una nueva dimensión por la eclosión de nuevos medios y plataformas 2.0 de comunicación.

Actualmente no hay medio informativo escrito o audiovisual que no invite a sus receptores a enviar informaciones, fotografías, vídeos o cualquier otro material textual que permita expandir el relato informativo. Todos generamos historias.

Otro ejemplo es el periodismo contemporáneo –desde la fusión entre la redacción digital y la tradicional hasta el uso creciente de las infografías– también pueden ser vinculados a la gestión y desarrollo del periodismo transmedia.

¿HACIA DÓNDE VAN LAS NARRACIONES TRANSMEDIA?

Sin duda alguna el transmedia se está extendiendo y parece que está desbancando a la narrativa tradicional. Con la fuerza del *storytelling* al crear vínculos emocionales y la capacidad del transmedia para crear un contenido que involucre al público, teniendo en cuenta desde el primer momento, la suma es una fórmula realmente interesante.

Sin embargo, hay que lograr mantener un equilibrio. Cuantos más plataformas o más dispositivos utilicemos más real e inmersivo se vuelve nuestro mundo. Si utilizamos demasiados corremos el riesgo de que la difusión de la historia sea demasiado delgada y necesitaremos que la historia sea realmente potente como para que la audiencia siga prestando atención. Pero si lo hacemos bien, lograremos crear una historia real y sumergir a la audiencia en nuestro mundo de ficción. 

FORMA. LIDERA. EMPRENDE.



La **Anáhuac**, una de las **tres mejores universidades** de México.



Fuente: *Ranking QS 2020*

LA ANÁHUAC, UNA DE LAS TRES MEJORES UNIVERSIDADES DE MÉXICO,

Ranking QS 2020

SE UBICÓ EN LA TERCERA POSICIÓN DE LAS MEJORES UNIVERSIDADES DE MÉXICO.

“Ser una comunidad universitaria que contribuye e impulsa el proceso de formación integral de las personas que por su excelente e innovadora preparación profesional y cultural de nivel internacional...”

Misión

(Planeación estratégica 2016-2020)

La Universidad Anáhuac México se consolida en el tercer lugar de las mejores universidades de México por tercer año consecutivo, de acuerdo con el reporte de *QS World University Rankings 2020* publicado recientemente.

En los últimos años, la Universidad ha fortalecido su liderazgo y excelencia académica, gracias al trabajo y enfoque de su Plan Estratégico 2016-2020.

En esta ocasión, esta casa de estudios también mejoró su posición en el ámbito internacional al avanzar 10 lugares y posicionarse dentro de las mejores 600 del mundo.

En América Latina, las universidades argentinas, mexicanas, chilenas y brasileñas destacan entre las 600 primeras, mientras que en los 10 primeros puestos a nivel mundial destacan instituciones de Estados Unidos, Reino Unido y Suiza.

Los tres primeros lugares del ranking están encabezados por el *Massachusetts Institute of Technology* (MIT), la Universidad de *Stanford* y la Universidad de *Harvard*.

En la Universidad Anáhuac México se reconoce el trabajo de académicos, administrativos, alumnos, investigadores y egresados, quienes con su compromiso y entrega, continúan consolidando a esta Institución como una de las mejores universidades de nuestro país.



¿QUÉ ES EL RANKING QS?

El Ranking QS, elaborado por Quacquarelli Symonds (QS), una compañía británica especializada en educación, es uno de los de mayor prestigio y reconocimiento a nivel mundial, y destaca las cualificaciones de los académicos, la reputación con empleadores, las citas que se hacen a los estudios de sus investigadores y el nivel de internacionalización de profesores y estudiantes, entre otros.

LA REDBIBA, EL CORAZÓN DE LA RED DE UNIVERSIDADES ANÁHUAC

La Red de Bibliotecas Anáhuac (REDBIBA) celebrará el próximo año su XXV aniversario, bombeando con la sangre del conocimiento y la información a cada una de las Universidades que conforman la Red de Universidades Anáhuac.

Desde 1995, cada año, los encargados de los servicios bibliotecarios se han reunido para desahogar puntos y problemáticas comunes. Este grupo, inicialmente sin nombre pero con el ánimo de trabajar como red, tomó el de CONBIBA (Consortio de Bibliotecas Anáhuac), pero en el 2017 decidió cambiar su denominación y actualmente, bajo el acrónimo REDBIBA, las bibliotecas de las ocho universidades que conforman la Red de Universidades Anáhuac.

Ahora, gracias al sistema de gestión bibliotecaria ALMA y su buscador asociado PRIMO, REDBIBA funciona como una sola biblioteca. El líder del proyecto ALMA/PRIMO fue el Mtro. Ricardo Zamora Encarnación, director de la Biblioteca Anáhuac México y actual vicepresidente del Grupo de Usuarios de *ExLibris* de México.

Regidos por unas Reglas de Operación que se actualizaron y firmaron este año, la integración de la REDBIBA permitirá su participación, como red de bibliotecas, en una serie de asociaciones bibliotecarias, nacionales e internacionales que permitirá expandir su proyección. La REDBIBA está integrada por un conjunto de autoridades en la materia, liderados para el período 2019-2021 por la presidencia de la Dra. Ana Brisa Oropeza Chávez, directora de Investigación y Biblioteca de la Universidad Anáhuac Xalapa, así como por la Mtra. Aída Dayanara Tamayo Escalante, jefa de la Biblioteca de Anáhuac Mayab y secretaria de este organismo y por los representantes de las demás bibliotecas de la red: Lic. Julio César Mendoza Cruz (Oaxaca), Mtro. David Guevara Bello (Puebla), Mtro. Ricardo Encarnación Zamora (México), Lic. Cecilia Salazar Salas (Cancún), Lic. Juan Castillo Abarca (Querétaro) y la Mtra. Elia Laura Salinas Carús (IEST).

Gracias al sistema de gestión bibliotecaria ALMA y su buscador asociado PRIMO, REDBIBA funciona como una sola biblioteca, la cual permite el acceso inmediato a más de un millón de recursos digitales, pero también a todos los libros impresos en las diferentes sedes a través de préstamos interbibliotecarios. ALMA/PRIMO, además, ha redundado en un beneficio para la contratación de bases de datos y otros servicios, lo que permite poner a disposición de alumnos y catedráticos una variedad amplísima de fuentes en todas las áreas del conocimiento.



Así, la REDBIBA tiene un papel fundamental en la formación integral de nuestros estudiantes y catedráticos de todos los grados académicos, que es un verdadero detonador del avance científico y tecnológico de nuestra comunidad académica, pilar del desarrollo de líderes de acción positiva.



La Dra. Ana Brisa Oropeza Chávez, presidenta de la REDBIBA, afirma que actualmente la REDBIBA está trabajando para convertir a cada biblioteca de la Red en un centro de documentación innovador, que, además de proporcionar servicios bibliotecarios, genere vinculación con la ciencia y la tecnología del mundo, asumiendo un papel protagónico en el esfuerzo que desde la Red Internacional de Universidades de la Legión de Cristo se está haciendo para consolidar la investigación en toda la red internacional. *“Invito a todos los integrantes de la comunidad Anáhuac a acercarse a sus bibliotecas, encontrarán una puerta al conocimiento cimentado en los libros tradicionales, clásicos, pero también con una visión atemporal a través de la información digital y las distintas herramientas de apoyo a la docencia y a la investigación que ponemos a su disposición.”*

FOTOGRAFÍAS: CORTÉS/ANÁHUAC XALAPA



**Red de
Bibliotecas
Anáhuac**

OTORGAN BECAS A HIJOS DE POLICÍAS

La Anáhuac Mayab fue una de las 78 universidades que firmaron las cartas compromiso para que los hijos de policías estatales puedan tener acceso a becas del 100 % en universidades privadas para estudiar la licenciatura que elijan. Esta iniciativa, convirtió a Yucatán en el primer Estado que otorga este beneficio a los hijos de los trabajadores de la Secretaría de Seguridad Pública. Durante el mensaje que el Ing. Miguel Pérez, rector de la Anáhuac Mayab, dirigió a nombre de las 78 universidades participantes, señaló que estas becas son una forma de reconocer y agradecer la labor de los 4,500 elementos de la Secretaría de Seguridad Pública, que diariamente trabajan en pro de la seguridad del Estado.

En el acto protocolario se contó con la presencia de Mauricio Vila Dosal, Gobernador del Estado de Yucatán; Luis Felipe Saidén Ojeda, titular de la Secretaría de Seguridad Pública; Renán Barrera Concha, alcalde de Mérida; José de Jesús Williams, rector de la Universidad Autónoma de Yucatán, entre otras autoridades.



PRESENTAN PROYECTO DE RECONSTRUCCIÓN ARQUITECTÓNICA VIRTUAL EN EXPOSICIÓN INTERNACIONAL



El Dr. Antonio Rodríguez Alcalá y el alumno Pier Lorenzo Vittorio Ballicu, de la Escuela de Arquitectura de la Universidad Anáhuac Mayab, participaron con un proyecto de realidad virtual, único en su tipo, en la Exposición Internacional Las Imágenes de los Dioses en el Mundo Maya: El Encuentro de dos mundos en el siglo XVI. El proyecto, que cuenta con el apoyo de la *Missouri State University*, ofrece una interpretación en Realidad Virtual del Auto de Fe de Santiago de los Caballeros (hoy ciudad de Antigua Guatemala). Lo anterior permite realizar la primera reconstrucción virtual de su tipo sobre el tema, la cual incluirá elementos interactivos para sentar precedente en esta clase de trabajos de divulgación internacional de los valores tanto arquitectónicos como históricos y artísticos del pasado. La exposición internacional, organizada por el Centro de Formación de la Cooperación Española en La Antigua, Guatemala (Antiguo Colegio de la Compañía de Jesús), se realizó del 14 al 18 de julio.

OBTIENEN BECA PARA CAPACITARSE EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Eduardo Benjamín Monterroza Ayala (Ing. Informática y Negocios Digitales) y Óscar A. Fernández Ponce (Ing. Mecatrónica), ambos alumnos de la División de Ingeniería de la Universidad Anáhuac Mayab, resultaron seleccionados –de entre más de 300 postulantes- para cursar un Nanodegree en línea desarrollado por UDACITY en temas de: *Artificial Intelligence, Business Analytics, Data Analyst, Deep Learning y Machine Learning.*

Lo anterior gracias a la iniciativa de Santander Univerisya y Udacity, luego de anunciar una alianza internacional de aprendizaje en temas de formación, empujar la transformación digital de la banca y fomentar el talento en temas de innovación, tecnología y economía 4.0. Los estudiantes también tendrán acceso a una bolsa de trabajo exclusiva en la cual, empresas de tecnología, nacionales e internacionales, compartirán sus vacantes de empleo y de prácticas profesionales abriéndoles posibilidades de desarrollarse profesionalmente en dichos ámbitos. Udacity es una de las principales plataformas educativas en línea en temas de tecnología y cuenta con alumnos de más de 200 países.



22 EGRESADOS OBTIENEN CERTIFICACIÓN COMO ASESORES EN ESTRATEGIAS DE INVERSIÓN



Un grupo de 22 jóvenes de la División de Negocios, obtuvo la certificación como Asesor en Estrategias de Inversión, también conocida como figura 3, que otorga la Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles (AMIB). Con lo anterior, podrán asesorar al público inversionista en la compra y venta de acciones de fondos de inversión, instrumentos de deuda y acciones, así como en participar en el diseño de estrategias y conformación de portafolios de inversión en valores en cuentas discrecionales y no discrecionales, prestando sus servicios como asesor independiente o en entidades financieras autorizadas como intermediarias del mercado de valores. Durante la preparación para obtener dicha certificación, los jóvenes contaron con la asesoría de la Mtra. Marisol Cen Caamal, profesor investigador de la División de Negocios de la Universidad Anáhuac Mayab. Este grupo es la tercera generación que egresa con esta certificación. En total, 51 egresados ya están certificados como asesores en estrategias de inversión.

FOTOGRAFÍAS: CORTESÍA UNIVERSIDAD ANÁHUAC MAYAB.

ANÁHUAC OAXACA RECIBE ACREDITACIÓN LISA Y LLANA DE FIMPES



Por su capacidad institucional y efectividad educativa, la Anáhuac Oaxaca (UAO) recibió la acreditación Lisa y Llana por la Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior (FIMPES), máxima distinción de calidad que otorga este organismo.

Se entrega a las instituciones de educación superior del país que cumplen con el ochenta por ciento o más de los criterios de capacidad y efectividad relacionados con el nivel académico, planta docente, infraestructura de apoyo al aprendizaje, desarrollo de programas de posgrado, investigación, difusión y extensión del conocimiento de la cultura, entre otros.

La UAO tendrá la acreditación durante siete años. El Sistema de Acreditación de FIMPES, es un referente de calidad entre las instituciones particulares y las autoridades educativas del país que se alinea a las nuevas tendencias internacionales en materia de acreditación.

La distinción se entregó a la Mtra. Yoani Rodríguez, rectora de la UAO, en el marco de LXXV Asamblea General Ordinaria de la FIMPES realizada en la Universidad Vasco de Quiroga, en la ciudad de Morelia en Michoacán.

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE LA UAO OBTIENE ACREDITACIÓN CACECA

La licenciatura en Administración y Dirección de Empresas de la Anáhuac Oaxaca (UAO) obtuvo la acreditación del Consejo de Acreditación en Ciencias Administrativas, Contables y Afines (CACECA) por contar con altos estándares de calidad en su plan de estudios, planta docente capacitada y programas de apoyo educativo complementarios.

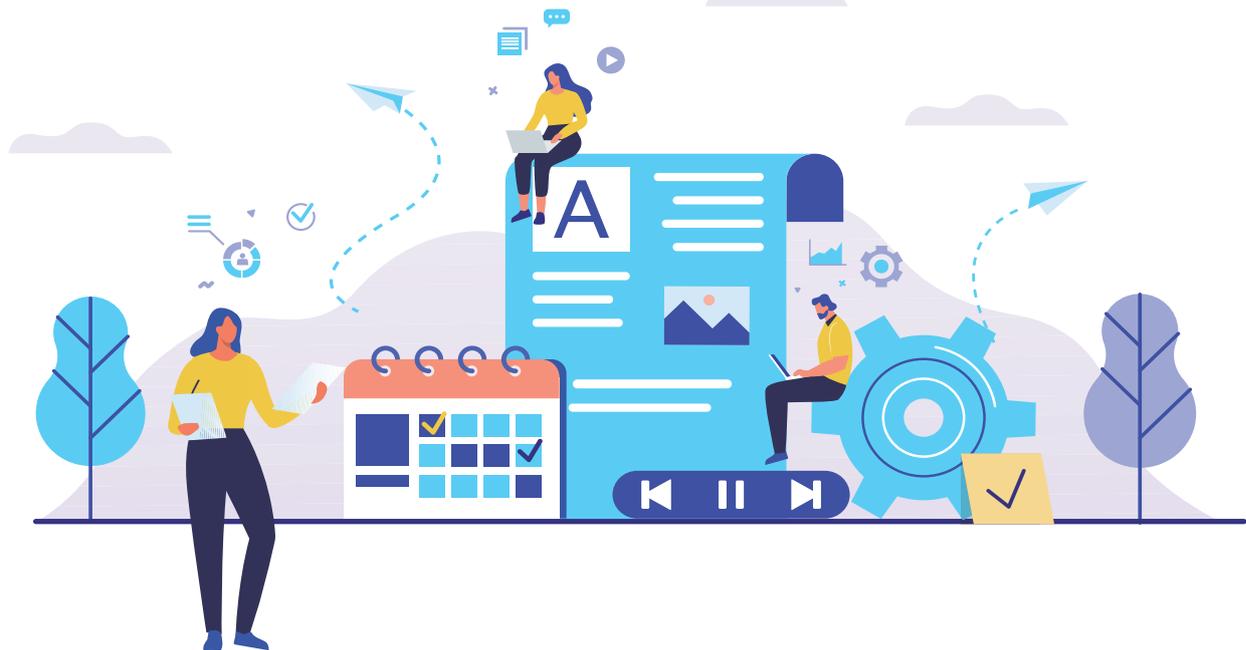
CACECA es un reconocido organismo acreditador en el país, con 20 años de experiencia. Mediante un proceso objetivo y estandarizado, realizado por evaluadores capacitados, revisa que los programas académicos cuenten con lo necesario para merecer el reconocimiento de calidad en la mejora de la educación del país. La acreditación será por cinco años.



FOTOGRAFÍAS: CORTESÍA UNIVERSIDAD ANÁHUAC OAXACA.

AGENDA

MÁS
EVENTOS EN
ANAHUAC.MX/
GENERACION-ANAHUAC



ABASTUR 2019

El punto de encuentro y de negocios para proveedores, compradores y empresarios de la industria de la hospitalidad.

Fechas: 3 al 6 de septiembre de 2019.

Lugar: Centro Citibanamex, CDMX.

Más información: <https://abastur.com/>

54° CONGRESO INTERNACIONAL DE RECURSOS HUMANOS

El congreso más representativo para la comunidad de recursos humanos integrados por un ciclo de conferencias y un área de exposición de más de 140 stands.

Fechas: 11 y 12 de septiembre de 2019.

Lugar: Centro Citibanamex, CDMX.

Más información: <https://www.amedirh.com.mx/eventos/congreso-internacional-de-rh>

ECSE ECOMMERCE SUMMIT AND EXPO

Un evento de clase mundial donde los principales jugadores del comercio electrónico se presentan para experiencias, tendencias y generar las relaciones de negocio que fortalezcan la industria en México.

Fechas: 2 y 3 de octubre de 2019.

Lugar: Centro Citibanamex, CDMX.

Más información: <https://www.ecse.mx/>

EXPO CIHAC 2019

El evento líder en la industria de la Construcción

Fechas: 15 al 19 de octubre de 2019.

Lugar: Centro Citibanamex, CDMX.

Más información: <https://expocihac.com/>

SYNAPTYKS

Pretende ser el máximo expositor en México de la innovación y tendencias de las TICs para empresas nacionales e internacionales.

Fechas: 14 de octubre de 2019.

Lugar: Expo Santa Fe, CDMX.

Más información: <https://www.synptyks.com/>

EXINTEX 2019

La exhibición más relevante del sector textil en México y una de las más importantes de América Latina.

Fechas: 15 de octubre de 2019.

Lugar: Centro Expositor Puebla, Puebla.

Más información: <http://exintex.com/>

EXPO FRANQUICIA-T 2019

La plataforma ideal que reúne a empresarios y emprendedores interesados en invertir en un negocio con éxito.

Fechas: 27 y 28 de septiembre de 2019.

Lugar: CINTERMEX, Monterrey

Más información: <http://www.expofranquicia-t.com/>

THE GREEN EXPO

El evento más importante en América Latina que presenta las soluciones y tecnologías sustentables de punta para todas las industrias.

Fechas: 3 al 5 de septiembre de 2019.

Lugar: World Trade Center, CDMX.

Más información: <https://www.thegreenexpo.com.mx/>

EXPO NACIONAL FERRETERA

Un evento ideal para encontrar y generar negocios en la industria ferretera, eléctrica y de la construcción.

Fechas: 6 al 7 de septiembre de 2019.

Lugar: Expo Guadalajara, Guadalajara.

Más información: <https://www.expoferretera.com.mx/>

Más información: expoficienciaenergetica.com

YUCATÁN, UNA BOMBA DE SABOR.

Cuando alguien menciona Mérida, muchas ideas llegan a la cabeza: música, flores, arte, cultura, ... A mí me evoca con más frecuencia a la gastronomía. Decir Yucatán y buena comida son casi sinónimos, en otras palabras, nadie visita la península sin llevarse un buen sabor de boca. Por supuesto que la blanca ciudad ofrece mucho más que una buena mesa, pero es precisamente su gastronomía la que refleja de manera fiel su riqueza cultural, se trata de muchas recetas deliciosas traídas de cuchara en cuchara desde generaciones ancestrales, de paisajes lejanos: preparaciones culinarias concebidas por ingeniosas mentes.

Por Doctora Marisa Ramos Abascal

La particularidad de esta cocina tiene cimientos en la vasta cultura maya que aporta ingredientes únicos y técnicas peculiares que se complementan desde hace más de 500 años con los sazones llegados de Europa, una Europa, por cierto, muy árabe por la larga ocupación en Iberia, y luego el mundo entero, porque la península es como la mano extendida del país a los vecinos.

De entre sus ingredientes destaca la miel ya sea de la vernácula abeja melipona o de la recién llegada europea – ¿qué son 500 años? –. La miel de Yucatán es una de las más valoradas del mundo no solo por su espectacular sabor, sino porque la apicultura ha sido una de las labores que con mayor celo se han cuidado desde tiempos inmemorables, pues es sabido que los melipocultores en la cosmovisión maya las consideraron como seres sagrados. Los abuelos explican a los niños el origen de la miel como aquel regalo que colectan las abejas volando hasta lo más alto del cielo, donde por un agujero reciben gotas de miel como un obsequio divino de los chaques – las deidades mayas encargados de la lluvia –, una de las más valoradas es la miel del árbol de *dzidzilché*, este especial cuidado y respeto por las abejas hacen que más de once mil productores en Yucatán colaboren para hacer de México el tercer exportador de miel a nivel mundial y uno de los países que más colabora para evitar la extinción de las abejas.

El *habanero* es el chile con el que se prepara la salsa *Xnipek* que literalmente quiere decir nariz de perro en maya, esto porque después de probarla la nariz del comensal, por más experimentado que sea en asuntos de picantes, se torna húmeda por la acción del habanero. Esta salsa es posible, como casi toda la mesa yucateca, gracias a la incursión de ingredientes que llegaron de lejos en este caso la cebolla morada de gusto suave y atractivo color y la naranja agria que llegó desde Asia para aderezar salsas o bañar con deliciosos jugos ácidos las preparaciones que se hacen en el *piib* o pib.

EL HABANERO

De entre la amplia variedad de chiles destaca el habanero, que cuenta con denominación de origen. Este es uno de los más picantes: en la escala de Scoville – que mide la concentración de capsaicina – se ubica entre las 100,000 y 450,000 SHUs (para tener una perspectiva, el chile piquín se ubica entre 30,000 y 50,000 SHUs; el poblano entre los 1,000 y 2,000 SHUs).



FOTOGRAFÍAS: SHUTTERSTOCK



DOCTORA MARISA
RAMOS ABASCAL

Coordinadora de la
maestría en Dirección de
Negocios Gastronómicos.



RELOJ DEL PALACIO MUNICIPAL DE MÉRIDA, YUCATÁN

MÁS SOBRE ESTA
PUBLICACIÓN EN
ANAHUAC.MX/
GENERACION-ANAHUAC

La buena noticia para quien visita esta región, es que, estando en la península, no hay que salir a buscar la valiosa comida yucateca, los aromas y sabores irán guiando el camino, cada una de las cartas de los muchos restaurantes muestran con orgullo platos típicos, preparados con ingredientes endémicos recién cosechados: papadzules, panuchos, tamales, salbutes, poc chuc y la sopa de lima suelen ser los más populares; pero si el objetivo es encontrar tesoros escondidos, bien vale la pena dar un paso más y buscar los puestos de castacán, una delicia local hecha con cerdo pelón, piel, grasa y carne cocinada muy lentamente, son el manjar de los trabajadores para premiarse por una ardua jornada.



El pib es un horno de tierra, en donde, muy lentamente, se hornean las preparaciones culinarias que en él se depositen. La baja temperatura y el prolongado proceso tienen como resultado texturas suaves y jugosas, simplemente irresistibles; entonces pib – horno – se convierte en el adjetivo pibil que les da apellido a tantas preparaciones yucatecas: la más famosa es la cochinita pibil, matrimonio perfecto entre ingredientes lejanos. Se queda, al disfrutarlo por primera vez, como icono gastronómico no solo de Yucatán sino de México.

En la culinaria local es también frecuente ver plátanos fritos e incluso masas preparadas a partir de estos para hacer empanadas o bolitas, se trata de los regalos traídos desde África por los esclavos, que perdieron todo menos su cultura, ya que prevalece la música y, por supuesto, rasgos y condimentos en la gastronomía, enriqueciendo nuestras mesas, nuestras fiestas y sociedad.

En esta tierra generosa todos caben, incluso un holandés, como el migrante *queso Edam*, con el que se prepara el famoso relleno negro o las populares marquesitas, la pregunta es: ¿Cómo un queso holandés logró incorporarse a la mesa yucateca?

Puerto Progreso es una de las más amplias puertas de entrada de productos a nuestro país, por ahí llegó este queso, que luego ya nacionalizado se le llamaría queso de bola.

Se dice que como mercancía nació del naufragio de un navío europeo durante su travesía a las Antillas Holandesas, el exceso de queso y la creatividad infinita de las guisanderas yucatecas solo podían tener una feliz consecuencia: una variedad de platos creados en torno a este queso de gusto intenso que acompaña muy bien la condimentada mesa a la que llegó. El queso de bola ya se elabora en la península, aunque también se importa directamente de Holanda.

Los sabores y combinaciones de especias ya vienen preparados en recados, son muchos y variados, los cocineros ya saben para qué es cada uno, en el mercado los hay en polvo y en pasta, su presentación también es una ingeniosa forma de lograr la conservación en un ambiente cálido y húmedo. Los recados más antiguos y populares son el rojo y el negro; hay para preparar bistec, recado blanco y otras que incluso incorporan sabores de medio oriente – la presencia libanesa en la península es notable –. Una curiosidad de los últimos años es el recado para pastor, apto para preparar carne de cerdo al estilo de los tacos al pastor de la Ciudad de México, demostrando así que con el ir y venir de los viajeros, en sus paladares y en sus recuerdos se fomenta el intercambio de recetas, siendo esta otra de las muchas formas de animar la continua evolución de las gastronomías mexicanas. **GA**

EL ACHIOTE

Es otro de los sabores y colores distintivos de la cocina yucateca. Su característico color rojo tiñe muchos de los platillos típicos no solo en el estado sino en los cinco países que conforman el Mundo Maya (Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras y México). Son semillas de un gusto particular, terroso y ahumado que da identidad a pescados, cerdos, caldos y salsas; su extraordinario color se usa también como pigmento en textiles y artesanías.



LA SAL

Comprar condimentos en el mercado puede ser toda una experiencia sensorial, todo tiene un sabor especial. Por ejemplo, ni la sal, lo más básico para sazonar, en Yucatán es convencional, ya que cuenta con la salina de Celestún en donde, además de la sal de grano, se puede encontrar la rosada, la cotizadísima flor de sal y la codiciada sal espuma – en un momento muy específico del año –.



¡AY, MIS OJOS!

LOS PELIGROS DE LOS ERRORES ORTOGRÁFICOS Y GRAMATICALES

¿Recuerdan el célebre meme, hoy día venido a menos, de la llama que pregunta "Ola, ke ase"? Pues existe otro en el que aparece la misma llama y pregunta: "Hola, ¿qué hace? ¿Escribiendo correctamente, o qué hace?". Puede parecer una especie de ironía, un tanto al revés, pero en realidad es un llamado necesario a cuidar tanto la ortografía como la corrección gramatical.

Por Maestro Carlos Lepe Pineda



El lenguaje oral no es tan complejo. Las palabras se dicen como deben sonar y entonces la comunicación se realiza. En cambio, en el código escrito hay que cuidar la claridad. Es muy distinto escribir a alguien que sus conocimientos son bastos, a que son vastos. "Basto" equivale a burdo, incluso soez. "Vasto" es grande, enorme. Hay una diferencia profunda entre desear estar *abrazado*, que *abrasado*. "Abrazado" se refiere a los brazos. "Abrasadado" a las brasas, a ser consumido por el fuego.

En el mismo sentido, ¿qué hacemos con una revista, la *ojeamos* o la *hojeamos*? Cualquiera de los dos términos aplica, pero el primero se refiere a los ojos, mientras que el segundo a las hojas de la publicación. Técnicamente es más correcto el segundo, por supuesto.

Los mexicanos cometemos muy diversos errores ortográficos frecuentes: confusión de "b" con "v"; confusión de "g" y "j" (la *cirugía* la realiza el *cirujano*); sustitución errónea de "c", "s" y "z" (la diferencia entre *caso* y *cazo*; entre *ceda* y *se da*); inversión o ausencia de "h" (la diferencia entre el verbo haber en tercera persona: *ha*, con una interjección de sorpresa o pena: *¡ah!*, y una preposición: *a*).

Otro aspecto importante de la ortografía es el uso del acento diacrítico. Por ejemplo, *tu* denota posesión ("tu perro"), mientras que *tú* se refiere a la segunda persona del singular ("¡tú, ven!"). Del mismo modo, *aún* quiere decir "todavía" ("aún no llega"), mientras que *aun* (sin acento) quiere decir "inclusive" ("aun en ese caso, no cederé").

No menos interesante es el caso de los verbos cuya conjugación causa confusión, como en forzar. ¿Cómo se dice, *yo forzo* o *fuerzo*? Hay una estrategia sencilla para saberlo: se conjuga como *almorzar*. No se dice "yo almuerzo", se dice "yo almuerzo". Por tanto, *fuerzo* es la palabra correcta.

En cuanto a la gramática, el error más común es la expresión inapropiada de una relación de fundamento, *en base a*. Dado que se refiere a aquello que funda, la expresión correcta es *con base en*. Unas cosas tienen su base en otras, por esta razón la primera expresión es equivocada.

Existe otro error que se denomina ultracorrección. Hay personas que no se atreven a pedir *un vaso de agua*, pues pareciera que buscan un objeto hecho de agua. Por ello, piden *un vaso con agua*. En realidad, la primera expresión es la correcta: *un vaso de agua* es una expresión de medida: tanta agua como cabe en un vaso. La segunda expresión es una mera ultracorrección que es innecesaria y, de hecho, imprecisa.

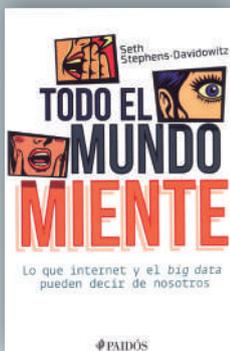
Ahora bien, ¿cómo adquirir el código escrito? Los expertos coinciden. El modo de hacerlo propio es por medio de la lectura. Si queremos escribir de un modo hay que leerlo primero. El modo de adquirir un "tono" de escritura pasa por familiarizarse con él por medio de la lectura. Así también con la corrección ortográfica y gramatical.

Una vez más, el gran aliado de la cultura, de la formación personal y del lenguaje se llama libro. 

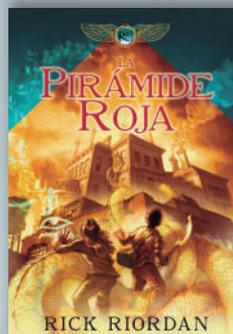
A MAESTRO CARLOS LEPE PINEDA
 Director de la Facultad de Humanidades, Filosofía y Letras en la Universidad Anáhuac México.
 clepe@anahuac.mx

RECOMENDACIONES

Por Maestro Carlos Lepe Pineda

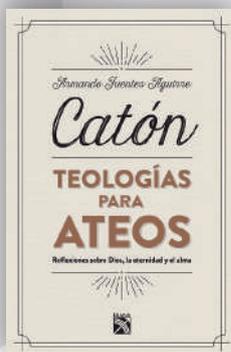


Todo el mundo miente (México: PAIDÓS, 2019) de de Seth Stephens-Davidowitz es el provocador título de una obra que nos llama a la reflexión. Se subtítulo "lo que internet y el big data pueden decir de nosotros". Un tema excepcionalmente actual. ¿Qué es lo que las personas buscan en Internet? ¿Estaríamos dispuestos a reconocerlo ante todos los demás? El autor nos muestra que no solo la mercadotecnia y la política, sino incluso la psicología tienen en el big data, en el enorme cúmulo de datos que se generan cada día en las interacciones virtuales, una fuente sumamente poderosa y hasta hace pocos lustros, inexistente. Esto plantea posibilidades y riesgos. ¿Hasta dónde queremos ser conocidos tal y como somos, debido a nuestra conducta virtual? Una obra que mueve seriamente a la reflexión.



Rick Riordan nos ha enseñado que la mitología no tiene por qué ser aburrida. En sus diversas novelas, juega con el destino de dioses y semidioses, conjugado con historias de nuestro tiempo. Ahora, recibimos un nuevo modo de disfrutar la narrativa de Riordan, se trata de **La pirámide roja** (México: Montena, 2019), ahora en versión de "novela gráfica". O, como algunos preferiríamos decir, en una maravillosa representación en cómic. Un conjuro en el Museo Británico, la aparición del antiguo dios Set, la desaparición del padre de los protagonistas. Una historia trepidante y a todo color.

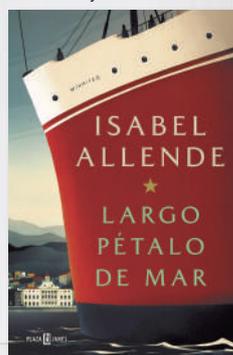
Un autor brillante. Además de brillante, inteligente. Además de inteligente, agudo. Además de agudo, agradable. Además de agradable, profundo. Armando Fuentes Aguirre, mejor conocido como "Catón", publica **Teología para ateos. Reflexiones sobre Dios, la eternidad y el alma** (México: Diana, 2018). Se trata de una colección de pequeños textos: reflexiones, notas, chistes, ideas, experiencias. Cada uno de ellos mueve a pensar sobre la fe, sobre la vida religiosa, sobre la creencia y la incredulidad. En su dedicatoria el autor ofrece su libro "A los que creen, porque creen. A los que no creen, porque creen que no creen". Esta afirmación esconde una mirada serena y rica sobre la vida, sobre el amor, sobre la relación con las personas y la relación con un Dios que está presente detrás de cada circunstancia de la vida de los hombres.



Este libro es una provocación. Sean B. Carroll es un biólogo, quien quiere interpretar la vida en clave biológica (estaba tentado a decir "biologicista"). En **Las leyes del Serengeti** (México: DEBATE, 2019) el autor nos habla en su código, desde su experiencia profesional y desde su enorme pasión por los animales, invitándonos a una reflexión sobre nuestra propia vida. Por ello, el libro lleva como subtítulo "cómo funciona la vida y por qué es importante saberlo". Carroll intenta ligar la vida individual con el estado general del planeta y nos ofrece ideas y argumentos dignos de ser pensados seriamente. Una obra inteligente que nos llama a ampliar nuestra mirada sobre el mundo que nos rodea.



Una historia de dignidad y desarraigo. Los llamados "transterrados" españoles que, en los años treinta, debieron migrar a América debido a la violencia que se vivía en el fratricida conflicto llamado La Guerra Civil. En esta novela, **Largo pétalo de mar** (México: Plaza Janés, 2019) Isabel Allende recuerda a aquellos que llegaron a Chile. La huida de España, el cruce por las rutas europeas, el viaje en barco hasta tierras chilenas. Después, la historia de estas familias pasará por otro hito histórico que se convierte en tragedia personal: el derrocamiento de Salvador Allende. La violencia. La necesidad de dejar la nueva y querida tierra. Una narrativa excepcional. Una revisión novelada de dos episodios clave del siglo XX. Una historia sobre cómo en la pérdida hay desarrollo y encuentro.



¿Todos soñamos con ser influencers? ¿Cuál es el precio que hay que pagar para ser un fenómeno de las redes sociales? ¿De qué modo nos cambiaría una fama abrumadora? **Algo absolutamente extraordinario** (México: Nube de Tinta, 2019) es la opera prima de Hank Green. Una novela sobre una chica que se convierte en un fenómeno mundial en el Internet y cuyas peripecias veremos pasar ante nuestros ojos, observando cómo paga el precio de una exposición constante ante el escrutinio público y cómo esto le afecta en lo más personal. Una novela de nuestro tiempo. Hank Green es un YouTuber con tres millones de seguidores y sabe de lo que habla.



Sor Juana Inés de la Cruz, la Décima Musa, la gran poetisa novohispana, escribió una pequeña obra titulada "Enigmas ofrecidos a la Casa del Placer". En ella, se contienen veinte enigmas en forma de verso, los cuales han sido largamente discutidos por los expertos. En este libro, **Los 20 enigmas de Sor Juana Inés de la Cruz descifrados** (México: Gobierno del Estado de México, 2018), Javier García González nos ofrece un análisis profundo y erudito sobre los textos de Sor Juana. En cada caso, nos abre los ojos a la solución de estos enigmas, en algunos casos de manera definitiva, en otros, arriesgando una lectura e interpretación que deja abiertos caminos para nuevas soluciones. Una obra esencial de la cultura mexicana de nuestro tiempo y de todos los tiempos.

209

años de ser México





Anáhuac

Grandes líderes y mejores personas

LOS EGRESADOS REFLEJAN NUESTRA MISIÓN

**TOP 3
EN MÉXICO**

La Universidad Anáhuac México fue reconocida dentro del 2.3% de las mejores universidades del mundo y como número 3 en México según el QS World University Rankings.



91,000 EGRESADOS



Hoy contribuyen significativamente en los diversos ámbitos profesionales desde la fundación de la primera Universidad Anáhuac.

35

Egresados Anáhuac fueron destacados por la revista "Líderes Mexicanos" entre las 300 personas más influyentes de México.



7 de cada 10 egresados que ejercen profesionalmente ocupan posiciones directivas en empresas o instituciones, y 4 de cada 10 han iniciado su propia empresa, despacho o consultorio.

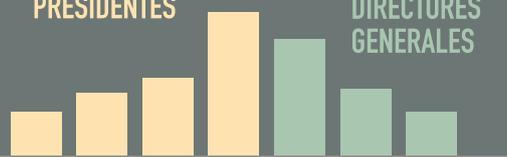


"El 23.1% de los presidentes de las compañías que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores son egresados de la Universidad Anáhuac"

23.1% PRESIDENTES

17.5% DIRECTORES GENERALES

"El 17.5% de los directores de las compañías que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores son egresados de la Universidad Anáhuac".



Fuente: El Financiero.

MÉXICO TAMPICO MÉRIDA XALAPA CANCÚN OAXACA PUEBLA QUERÉTARO IJPII



LOS PRÓXIMOS LÍDERES
DEL PAÍS MERECEAN
UN FUTURO **SEGURO.**

GRUPO



**Multisistemas
de Seguridad
Industrial®**

NOS OCUPAMOS DE LA **SEGURIDAD**
PARA TU **TRANQUILIDAD.**

01800 222 6666 · multisistemas.com