

ventana

 EBC
Escuela Bancaria y Comercial

Emprendimiento e innovación

PORTE PAGADO
PP09-1126
(PUBLICACIÓN PERIÓDICA)
AUTORIZADO POR SEPOMEX

JUNIO-JULIO 2015

Nueva época/Número 75

Revista bimestral de la Escuela Bancaria y Comercial

Contabilidad Electrónica **TODO INCLUIDO**



Incluye sistema

Actualizaciones

Soporte técnico

Aspel-COL cumple con todos los requerimientos fiscales de manera fácil, sencilla y oportuna.

- Catálogo de cuentas con la estructura establecida por el SAT.
- Código agrupador para identificar la cuenta contable.
- Relaciona los folios fiscales de los CFDI a los registros contables.
- Generación de archivos listos para su envío al SAT.



El experto en Contabilidad Electrónica.

www.coiaspel.com

01800 aspel 123

Aspectos a considerar antes de incluir nuevos inversionistas en tu empresa

Por Gerardo Rojas, Socio de Asesoría en Transaction Services de KPMG en México.

Aceptar nuevos inversionistas en tu empresa es un proceso relevante en caso de querer acceder a nuevos mercados, tecnología y clientes; es por ello que es necesaria una estrategia formal para alcanzar los objetivos planteados.

Hoy en día, diversas empresas y grupos de inversionistas buscan maximizar el valor de sus recursos a través de la inclusión de nuevas personas que estén dispuestas a invertir. A pesar de que esta actividad ha sido común desde hace tiempo, es frecuente encontrar situaciones en que dichas empresas no están preparadas para estos procesos. Lo anterior resulta en un procedimiento desgastante para las partes que puede concluir en una pérdida de valor para ambos lados.

Es necesario entender no solamente qué tipo de empresa o grupo de inversionistas se unirán a la organización, sino también es necesario contar con una visión clara y conjunta de lo que se va a hacer con los recursos provenientes de este proceso.

Típicamente se relaciona al diagnóstico financiero y operativo, o *due diligence*, con un proceso de fusión o adquisición y generalmente se cree que debe ser realizado por la parte compradora. Sin embargo, el *due diligence* es un proceso que realizado de manera objetiva puede ser de gran ayuda para la empresa que requiere nuevos inversionistas debido a que:

- Es un proceso mitigador de riesgos que consiste en el análisis detallado de cada elemento significativo de una empresa y su finalidad es proveer de elementos para la toma de decisiones.
- Puede ser integral, es decir, cualitativo y cuantitativo, cubriendo los aspectos financieros, fiscales, recursos humanos, tecnología de información, procesos significativos, entorno de mercado, relación con la administración, desempeño en relación a competidores y compromisos adquiridos con terceros, entre otros.

A través de la realización de un *due diligence* previo a la búsqueda de inversionistas, se obtendrán los siguientes beneficios:

- Establecimiento de estrategias a corto, mediano y largo plazo.
- La definición clara de necesidades de financiamiento, dado que éstas pueden incluir el mantenimiento del nivel actual de operaciones e incluso su expansión.
- Identificación de objetivos específicos a cubrir con los fondos obtenidos con el fin de asegurar que éstos sean destinados de acuerdo con las estrategias fijadas.
- Provee soporte adecuado de las estimaciones y proyecciones realizadas.
- Identificación de necesidades actuales para un mejor desempeño operativo.
- Visión sobre el posicionamiento actual en el mercado.
- Detección de posibles contingencias actuales.



La realización de un *due diligence* previo a un proceso formal de integración de nuevos inversionistas ayudará a las empresas para actuar de manera enfocada y sin improvisaciones, así como para alcanzar los objetivos definidos de manera oportuna.

Algunos de los problemas típicos a los que se enfrentan las empresas no preparadas adecuadamente para un proceso de integración de nuevos inversionistas incluyen:

- Mayores plazos a los contemplados para el desarrollo y ejecución de transacciones ante tiempos de respuesta derivado de una falta de preparación oportuna.
- Discrepancia entre los distintos niveles de información debido a las fuentes o usos de la misma.
- Diferencias generadas por temas culturales con inversionistas extranjeros o más sofisticados.
- Diferencias generadas por aplicación de políticas y prácticas contables.
- Falta de soporte para validación de supuestos en proyecciones financieras elaboradas.
- Contingencias fiscales generadas por criterios que difieren de las políticas corporativas de inversionistas potenciales.

Es altamente recomendable contar con una preparación previa a cualquier proceso de esta naturaleza y como parte de su conducción efectiva; es necesario, entre otros puntos, el establecimiento de confianza entre el grupo de control de la empresa y los miembros clave de la gerencia, nombramiento de responsables para el desarrollo de las tareas y en su caso buscar apoyo de equipos experimentados en este tipo de procesos.

Envía tu CV a reclutamiento@kpmg.com.mx



KPMG Talento



@KPMG_talento



kpmg_talento





Editorial

DIRECTORIO

Presidente del Consejo
Carlos Prieto Sierra

Editor Responsable
Javier Prieto Echeverría

Consejo Editorial
Javier Prieto Echeverría
Pablo Prieto Echeverría
Agustín Aguilar Tagle

Coordinación de Edición
Agustín Aguilar Tagle
ja.aguilar003@ebc.edu.mx

Subcoordinación de Edición
Luz Gabriela Villaverde Romero
lg.villaverde@ebc.edu.mx

Ventana EBC, fundada en 1961, es una publicación bimestral informativa y cultural para la comunidad EBC, de distribución gratuita. Junio-Julio 2015

Escuela Bancaria y Comercial, Liverpool No. 54, Col. Juárez, C.P. 06600, Ciudad de México. Teléfono: 9149-2000 ext. 2057 www.ebc.mx comenta.ventana@ebc.edu.mx

EDICIONES UNIVERSITARIAS

Ediciones Universitarias, S.A. de C.V.

Socios Directores
Elías González Rogel
Ricardo Rubio Martínez

Asistencia editorial
Ana Rubí Torres Nuñez

Editora Gráfica
Albelia Gamboa y Vázquez

Fotografía
Fernando Espinosa de los Monteros, Óscar Carrera

Ventas
Emma Escobar, Gerardo Hernández Peralta

VENTAS PUBLICIDAD
(55) 5291-5577

ventas@gmmedios.com.mx

Las buenas ideas son excelentes proyectiles: viajan de un lado a otro, vuelan de una cabeza a otra cabeza, salen disparadas de la ocurrencia a la realidad, saltan y asaltan, dibujan trayectorias sorprendentes, trazan parábolas insólitas, realizan vuelos portentosos. El mundo es mejor gracias a las buenas ideas.

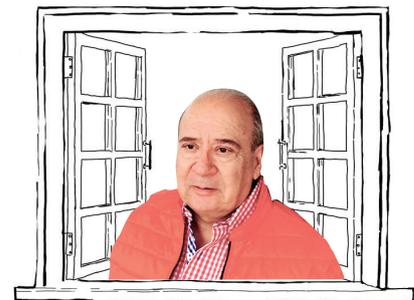
Y los buenos emprendedores se prenden fácilmente con las buenas ideas. Los buenos emprendedores son inflamables y se encienden con el talento combustible de quienes buscan en la realidad de hoy lo que vivieron en el sueño de anoche. Su voluntad de emprendimiento es el punto de ignición de las buenas ideas.

Pero no basta el fuego para que las buenas ideas tengan sentido y se vuelvan grandes emprendimientos: hay que lanzarlas a la realidad, hay que proyectarlas hacia el mundo de los hechos. Porque las buenas ideas que no son lanzadas y vueltas emprendimiento se quedan en ascuas, se apagan poco a poco, como pequeños carboncillos moribundos a los que les falta el aire.

En plena efervescencia política por los comicios del 7 de junio, dedicamos este número de Ventana a la cultura del emprendimiento y al desarrollo de las buenas ideas, que son también, y acaso de modo igualmente efectivo, nutrientes de nuestra raquítica democracia. En las páginas de esta edición el lector encontrará motivos para la reflexión pero también luces y acicates para la acción y el atrevimiento. Porque la EBC es una comunidad que cuenta con las herramientas adecuadas y los espacios convenientes para arrojar con fuerza las buenas ideas hacia su materialización.

VENTANA ABIERTA

Parece que fue ayer cuando los compañeros de la generación 1962-1967 deambulábamos por los pasillos de nuestra querida EBC y nos cruzábamos con Juan Mauricio Gras Gas, uno de los reporteros de Ventana Estudiantil, quien cargaba su cámara indiscreta, perdón, fotográfica, para realizar su tarea de incipiente paparazzi. ¡Felicidades! Me congratulo con quienes hacen posible la continuidad de la interesante y actualizada Ventana EBC. Me fascinaron los artículos donde se reseña la adquisición y la remodelación de la casa de Rectoría.



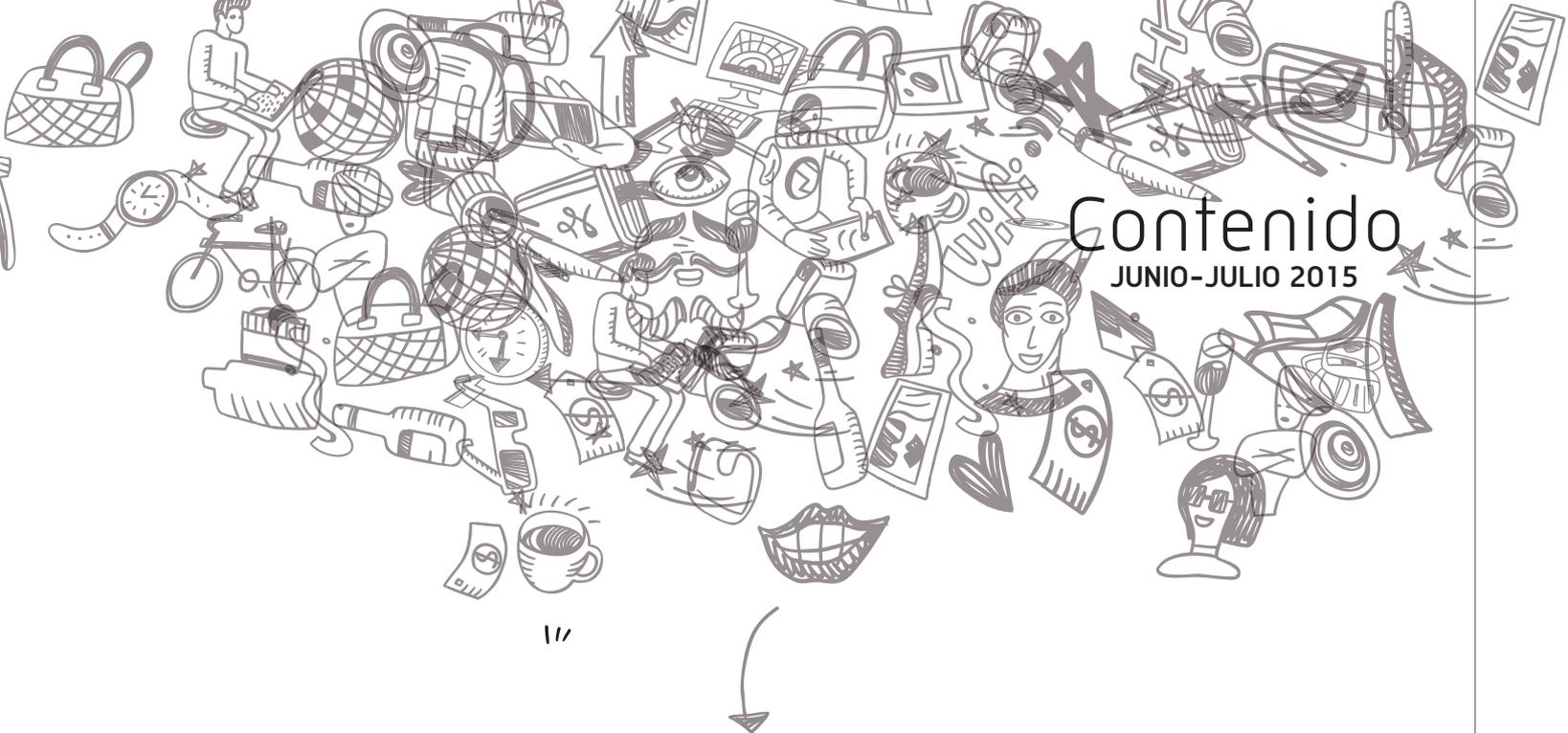
Me llena de orgullo el sentido de pertenencia que inspira esta joya arquitectónica, que ahora será nuestra casa, la casa de toda la comunidad EBC, en la que los ex alumnos nos sabemos siempre incluidos. Ardo en deseos de viajar a la Ciudad de México, para visitar la nueva casa cuando esté oficialmente inaugurada. ¡Enhorabuena por tan excelente labor!

C.P. José Antonio Galaz Tornell

El editor no es responsable de la veracidad de los mensajes contenidos en los anuncios, así como de ninguna fotografía o material gráfico utilizados en los mismos. Las opiniones expresadas en los artículos reflejan únicamente el pensamiento de sus autores. Los textos, fotografías e ilustraciones son propiedad exclusiva de esta revista. Prohibida su reproducción total o parcial. El editor se reserva el derecho de realizar la corrección de estilo y los cambios en la extensión de los artículos que recibe para su publicación, así como de publicarlos en el número de Ventana EBC que considere oportuno.

VENTANA EBC. Revista bimestral. Número impreso en mayo de 2015. Editor Responsable: Javier Alejandro Prieto Echeverría. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2013-020717452400-102. Número de Certificado de Licitud de Título y Contenido: 15863. Domicilio de la Publicación: Liverpool 54, Col. Juárez, C. P. 06600, México, D. F. Imprenta: Compañía Impresora El Universal, S.A de C.V., Allende No. 176, Col. Guerrero, México, D.F. C.P. 06300. Distribuidor: Escuela Bancaria y Comercial, S.C., con domicilio en Liverpool 54, Col. Juárez, C. P. 06600, México, D. F. Tiraje bimestral: 27,000 ejemplares.





Contenido

JUNIO-JULIO 2015

- | | |
|---|--|
| <p>04 Negocios
 La cultura del <i>fintech</i>
 POR EDER GARCÍA GUTIÉRREZ</p> <p>06 La nueva faceta del emprendimiento en Latinoamérica
 POR ELÍZABETH BECERRIL WONG</p> <p>08 Innovación y ecosistema propicio
 POR JAVIER FLORES</p> <p>10 Evolución Emprendimiento
 POR PABLO PRIETO ECHEVERRÍA</p> <p>14 Ebcuéntales
 Recuperar a Schumpeter
 POR DR. MARCEL PLANELLAS ARÁN</p> <p>16 Responsabilidad Social
 Responsabilidad Social y Emprendimiento
 POR MAGDALENA GARCÍA FERNÁNDEZ</p> <p>18 Ebcuéntales
 Haluro 64
 Por el rescate del instante y la reconstrucción digna del pasado
 POR AGUSTÍN AGUILAR TAGLE</p> <p>22 Reencuentros
 Jonathan Chávez Martínez
 Administración Hotelera y Turística
 Gerente de Capacitación y Desarrollo en Hilton de México
 Generación 2010</p> <p>23 Pedro Ignacio García Peña
 Contador Público
 Maestría en Administración con especialidad en Finanzas
 Director de Productos de Financiamiento Hipotecarios y de Largo Plazo en Bancomer
 Egresado en 1989</p> | <p>24 Vida EBC
 La EBC recibe el Premio Internacional Ellucian Inspire 2015 a la Innovación</p> <p>26 Notas Vida EBC
 El poder de los pequeños gestos
 CAMPUS CHIAPAS</p> <p>Primer Congreso de Contaduría KPMG - EBC
 CAMPUS REFORMA</p> <p>Comce 2015
 CAMPUS LEÓN</p> <p>Una cultura de servicio con base en nuestra misión
 CAMPUS DINAMARCA</p> <p>Semana de Expertos
 CAMPUS SAN LUIS POTOSÍ</p> <p>27 Cuidado y preservación del medioambiente
 CAMPUS TOLUCA</p> <p>27 Calidad y productividad
 CAMPUS QUERÉTARO</p> <p>27 Semana Verde
 CAMPUS TLALNEPANTLA</p> <p>27 La relevancia cultural del AHEBC
 MUSEO</p> <p>27 Envisionar y visualizar
 LA GAYA</p> <p>30 Travesías
 Sueño que sigo en Bruselas
 POR DEMETRIO GÓMEZ SCHWARZENHOFFEN</p> |
|---|--|



comenta.ventana@ebc.edu.mx

La cultura del *fintech*

POR **EDER GARCÍA GUTIÉRREZ***



Fintech es un acrónimo cada vez más usado en los medios de comunicación y en los círculos tecnológicos; sin embargo y a pesar de estar en boga, es un término que muchos expertos en tecnología y muchos empresarios aún desconocen o todavía no entienden (la voz *fintech* no está registrada en los *Oxford Dictionaries* ni en la versión en línea del Diccionario de la Real Academia Española). ¡Pero ya no podemos ignorarla! Porque el concepto (*finance and technology*) está cambiando radicalmente la forma en que vivimos como sociedad y la manera en que hacemos negocios profesionalmente.

¿Qué es *fintech*?

Fintech se aplica generalmente al segmento de la tecnología que influye sobre diversas transacciones (pagos móviles, transferencias, préstamos, recaudación de fondos e incluso gestión de activos) y sobre otros aspectos, como la reelaboración de las regulaciones financieras, las nuevas innovaciones y el comportamiento del cliente. La extensa cobertura del *fintech*¹ describe una realidad que tiende a fortalecerse y a crecer significativamente.

¿Por qué *fintech* es importante para el mundo de los negocios?

Un hecho es que el *fintech* está cambiando la forma de hacer negocios, porque el modelo tradicional, ligado a un banco local y a un inversor convencional, ya no es el único. Las alternativas se han diversificado y las herramientas para configurar un negocio y para ampliarlo nunca habían sido tan económicamente accesibles económicamente ni

tan hechas a la medida de necesidades específicas, desde la creación de plataformas que hacen un *fondeo colectivo*² hasta transacciones monetarias a través de nueva moneda virtual, como el *bitcoin*.

El *fondeo colectivo*, por ejemplo, permite a una persona con una gran idea conseguir financiamiento de forma rápida y sencilla, a través de individuos que se encuentran en cualquier lugar en el mundo. En lugar de meses de conversaciones con inversionistas, con



UN hecho es que
el *fintech* está
cambiando la forma
de hacer negocios.

empresarios o con instituciones financieras, hoy es posible —mediante una plataforma— subir a la red un discurso debidamente estructurado y toda la información posible sobre lo que se pretende hacer, y lograr con ese simple hecho que mucha gente (que probablemente nunca ha interactuado en un mismo espacio) aporte donde dinero a favor del proyecto. Los que tienen el *toque mágico* de vender pueden recibir los fondos necesarios en pocas semanas.

En el caso de la transferencia de dinero a través de las fronteras, pesadilla recurrente en el quehacer de un empresario desde tiempos inmemoriales, es otra de las áreas que están siendo remodeladas por los innovadores, con el propósito de acelerar procesos y extender el negocio hacia la pequeña empresa e incluso hacia los mismos individuos. El bitcoin es una de las soluciones que están surgiendo, una moneda virtual que puede transferirse en cualquier momento y en cualquier parte del mundo, con una comisión de operación muy por debajo de los precios del mercado.

¿Cómo el *fintech* ha cambiado al usuario?

El auge de los teléfonos inteligentes ha cambiado enormemente el comportamiento de los consumidores. Gracias a la *cultura en línea* en que vivimos hoy —y a la proliferación de servicios y aplicaciones que se alimentan de ella—, las personas no sólo pueden acceder a la información sino que, además, pueden acceder a ella en circunstancias antes impensables (en el baño, en el intermedio de la obra de teatro, mientras llega el desayuno en el restaurante, etcétera). Ya s de su cuenta en línea o para la creación de una cartera de inversiones en línea, las personas queremos manejar nuestros asuntos financieros fácil y cómodamente, como ya lo hacemos al usar el correo electrónico y las redes sociales.

Muy pronto, ninguna empresa tendrá éxito ni prosperará sin servicios *fintech* adecuados. En este sentido, estamos ante un gran nivelador: frente a las grandes corporaciones del sistema financiero, la tecnología está ayudando a las nuevas empresas que lo adoptan a desarrollarse, a expandirse y a ser notablemente competitivas.

El *fintech* ha hecho algo más que empezar...

El auge de *fintech* nos ha revelado un sinfín de posibilidades: las empresas pueden ofrecer más servicios... ¡y hacerlo a precios insólitamente bajos!

Como parte de su cotidianeidad, los empresarios tienen que ver cómo mantenerse al día con los desarrollos *fintech*. Estar al tanto de las últimas oportunidades y desarrollos dentro del campo, es la manera en la que mejorarán su negocio y se ayudarán a mantenerse a la vanguardia de su mercado, pero sobre todo le harán la vida al usuario más fácil, más justa y de mejor calidad. 

1. Proponemos el masculino para *fintech*, dado que hablamos de un segmento de la tecnología.

2. El término correcto en español es *financiamiento*. N.de la R.

*Jefe de Incubadora EMP de la Dirección de Escuela de Graduados EBC



La nueva faceta del emprendimiento en Latinoamérica

POR ELÍZABETH BECERRIL WONG*



En Latinoamérica, la palabra *emprendedor* no significa lo mismo hoy que hace diez años. Aunque todavía se hace emprendimiento tradicional (sin tecnología y resolviendo las necesidades básicas de un mercado), también podemos observar que cada vez más y de manera acelerada se crean empresas cuya oferta al cliente está intrínsecamente ligada a la tecno-

logía, internet y la innovación. Esta nueva generación de emprendimiento tiene su propio vocabulario (todavía en inglés): *startups*, *fintech*, *crowdfunding*, *lean startup*, *business model canvas*, etcétera. Pero nuestra realidad es diferente, nuestra historia es diferente y, por tanto, nuestra estrategia para generar emprendimiento de alto impacto debe ser diferente.

El inicio

Podría decirse que el movimiento de emprendimiento comenzó hace aproximadamente diez años, con el auge de internet, el software libre y la creación de comunidades tecnológicas. En México, esta oleada no surgió de instituciones sino de individuos que buscaban nuevas alternativas. Elkin Garavito, líder de comunidades de emprendedores en Bogotá, enfatiza: *Para construir, se requiere conectarse con otras personas*, y eso fue lo que provocó iniciativas como Startup Weekend, Hackers & Founders, hackatones, congresos de emprendimiento y creación de espacios de *cotrabajo*, entre otros. En un principio, estos esfuerzos parecían aislados; pero poco a poco vincularon a personas de diferentes perfiles que fortalecerían el movimiento emprendedor con la creación de las primeras *compañías emergentes* latinoamericanas. *Los nacientes emprendedores demostraron que internet no es un espacio aislado ni un sector de nicho, sino una dimensión cuya característica más notable es su transversalidad y su adaptación a toda la realidad humana*, como señala Martín Vivas, emprendedor y líder de comunidad en Buenos Aires. *Los nacientes emprendedores demostraron que internet no es un espacio aislado ni un sector de nicho, sino una dimensión cuya característica más notable es su transversalidad y su adaptación a toda la realidad humana*, como señala Martín Vivas, emprendedor y líder de comunidad en Buenos Aires.

La diferencia

Ya somos emprendedores por las circunstancias, comenta René Pons, CEO de Xpectare. El latinoamericano es un emprendedor que está acostumbrado a las adversidades. Y son precisamente esos retos particulares los que nos convierten en el lugar perfecto para experimentar nuevos modelos de negocio que alivien problemas de carácter social, como lo indica Alexander Santana, gestor regional de UP Latam.

Latinoamérica es tierra fértil para emprender porque:

1. Aunque los países no somos iguales, compartimos problemas semejantes.
2. Domina en casi todas las naciones un idioma común (español), lo que facilita la comunicación y amplía el mercado para un mismo producto.
3. Nuestra naturaleza cálida y empática, nos ayuda a descifrar con más acierto el andamiaje interno del cliente (eso que inglés llaman *insights*); por ende, se agiliza la construcción del producto.

El crecimiento

El cambio en el panorama de emprendimiento en los últimos años se ha modificado drásticamente, pero aún toca alcanzar objetivos concretos:

- Comunicación entre los países latinoamericanos
- Apoyo al emprendedor, una vez que éste supera su etapa inicial.
- Modificar nuestro concepto de competencia.

Dejar de imitar y calcar modelos de negocios estadounidenses, para crear nuestros propios desarrollos y nuestras propias aplicaciones.

SI nuestra realidad y nuestra historia son diferentes, nuestra estrategia debe ser diferente.

4. Los productos que se prueban en esta región pasan rápidamente de una etapa de adopción temprana a la escalabilidad, por el tamaño del mercado, por la cantidad de dispositivos móviles y por la avidez de encontrar soluciones a los problemas que nos aquejan.

5. El gobierno muestra cada vez más interés por fomentar el emprendimiento, y las universidades están incluyendo en sus planes de estudio metodologías específicas para enseñar emprendimiento. Además, el sector privado busca fomentar la innovación a través del apoyo a iniciativas emprendedoras que estén alineadas con sus intereses.

La región

Podemos vislumbrar dos posturas, que no se excluyen entre sí:

- La creación de compañías de alcance global.
- Resolver, mediante el emprendimiento, problemas sociales de la región.

Como emprendedores, debemos recordar que el cliente es el elemento más importante de nuestra compañía emergente. Más que seguir tendencias, debemos escuchar atentamente lo que nos pide el mercado y entender que el objetivo no es conseguir capital para nuestro proyecto, sino que nuestra compañía emergente crezca naturalmente, por la satisfacción de los clientes.

México es un país que goza de una cierta estabilidad económica y que además cuenta con uno de los mercados más grandes y atractivos del mundo. Habrá, por supuesto, compañías emergentes extranjeras que se expandan agresivamente hacia nuestro país; otras tantas buscarán hacer alianzas con las compañías emergentes mexicanas; habrá incluso una gran competencia. ¿Qué hacer? ¡Aprender a dar la batalla! 🍀

Innovación y ecosistema propicio

 POR JAVIER FLORES*



Apoyo a la educación superior de calidad

Orientación de políticas públicas

Vinculación entre empresas e instituciones educativas

Incremento de infraestructura universitaria

Regulaciones

Gobiernos responsables en mantener el ecosistema propicio

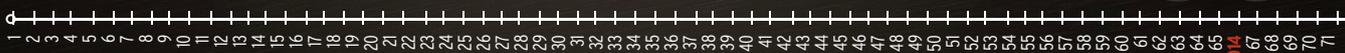
La innovación es un concepto muy atractivo, pues se refiere a la creación de cosas y aun de elementos intangibles que no existieron antes de que una mente brillante les diera vida. En este sentido comparte atributos con las artes y la ciencia, cuya razón de ser y objetivos están ligados a la originalidad. Pero a pesar de esta semejanza en un aspecto tan esencial, hay una diferencia importante, pues aun a riesgo de caer en una excesiva simplificación, el significado de la innovación, como se entiende hoy en el mundo, es el de aquella creación que se inserta a corto plazo en el mercado. De este modo las obras científicas

8



01

66



MÉXICO 2014

y artísticas no necesariamente se traducen en mejoras en los bienes y servicios y por tanto no pueden considerarse innovaciones; e incluso los inventos o las patentes —para referirnos a las áreas más aplicadas— no lo son, si no cruzan el umbral que los lleve a las avenidas de la producción y el valor agregado.

Digo lo anterior porque ahora escuchamos con mucha frecuencia el término innovación, aunque no siempre queda claro el significado que se le da. Pero lo cierto es que en la actualidad es uno de los principales motores del progreso económico, y si bien no se trata de un concepto nuevo (fue incorporado desde el siglo pasado por Joseph Schumpeter en su Teoría del desarrollo económico, publicada en 1911) recibe hoy la mayor atención en el mundo y es ya un elemento emblemático del siglo XXI.

A pesar de que México no es una de las mayores potencias económicas del planeta (en 2013 ocupó el lugar 14 por la magnitud de su producto interno bruto y es parte de las economías con ingreso mediano), no se encuentra al margen del interés por entender e impulsar la innovación (a la que se observa como vía para avanzar y acortar la brecha con las naciones desarrolladas), de ahí que hayamos pasado de una política y un programa de ciencia y tecnología, a otros de ciencia, tecnología... e innovación.

Hay iniciativas que se han emprendido en este terreno, como la reunión celebrada a principios del pasado abril en la antigua sede del Senado de la República, organizada por el Foro Consultivo Científico y Tecnológico, entre otras instituciones, a la que me referiré adelante; la creación de fondos para incentivar estas tareas y la elaboración de agendas estatales y regionales de innovación elaboradas por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt); hasta la entrega de un premio anual a las empresas que se destacan en este campo, para citar sólo algunos ejemplos.

Entre las reflexiones que dejan reuniones como la realizada en el Senado, quiero señalar que si bien es cierto que las ideas que se transforman en productos, mejoras en los componentes y etapas de las cadenas productivas, eficiencia en la organización interna de los negocios, el transporte, la publicidad, etcétera, pueden tener diferentes orígenes; la experiencia mundial muestra que se requiere de ecosistemas que a nivel social impulsen el desarrollo de esta creatividad. Se trata de sistemas

complejos que involucran una gran diversidad de elementos como lo muestran los criterios con los que hoy se miden las capacidades de innovación de los diferentes países.

Por cierto que, aunque con altibajos, México ha venido avanzando en estas mediciones, al pasar del sitio 81 en 2011, al lugar 66 en 2014 (de un total de 143 países), de acuerdo con el Índice Global de Innovación que elaboran conjuntamente la Universidad Cornell, la escuela de negocios INSEAD y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, mediante el examen de 81 indicadores, número que muestra la diversidad de elementos que son parte del citado ecosistema para la innovación.

Entre ellos quiero destacar las responsabilidades de los gobiernos en el mantenimiento de un medio ambiente propicio para la innovación, mediante políticas públicas orientadas a ese fin y las regulaciones que la faciliten. También el factor humano, pues la capacidad innovadora de una nación en el mundo actual está ligada estrechamente a los recursos destinados a investigación científica y tecnológica, lo cual se traduce en el

número suficiente de científicos; así como en la educación, especialmente en el nivel terciario. La infraestructura de la que se dispone en las universidades y el sector productivo desempeña un papel central, así como las condiciones con las que las empresas se vinculan con las universidades, entre otros factores.

Respecto del último punto, en la reunión citada, los presidentes de las Comisiones de Ciencia y Tecnología de las Cámaras de Senadores y de Diputados, Alejandro Tello Cristerna y Rubén Félix Hays, respectivamente, anunciaron la inminente aprobación de las reformas a las leyes de Ciencia y Tecnología y de Responsabilidades de los Servidores Públicos, mediante las cuales los investigadores de las instituciones públicas podrán asociarse con empresas y recibir la remuneración económica correspondiente, lo que sin duda favorecerá la innovación en nuestro país. 

INNOVACIÓN, uno de los principales motores del progreso económico.

*Científico, médico investigador en la UNAM, pionero del periodismo de ciencia en México, fundador de la sección de ciencia de La Jornada y actual Coordinador de Prensa y Difusión de la Academia Mexicana de Ciencias. El texto presente reproduce el artículo publicado por el autor en La Jornada del martes 14 de abril de 2015 (La Jornada de Enmedio, página 3a).





Emprendimiento



POR **PABLO PRIETO ECHEVERRÍA***

SEGUIR NUESTRO INSTINTO natural puede ser uno de los errores más grandes de nuestra vida profesional. ¿Por qué? Porque nuestra naturaleza busca el confort y la seguridad, a la vez que evita en todo momento situaciones que pongan en riesgo su propia existencia. Sin embargo, el progreso de

la especie está fundado firmemente en la evolución, en el cambio, en la transformación y en el reto continuo a los sistemas cotidianos que rigen nuestras vidas.

Entonces, ¿emprender una idea de negocio va en contra de nuestra naturaleza?

Cualquier respuesta debe considerar que el emprendimiento es una actividad que nos expone a retos, incertidumbres y tensiones, porque lucha contra los aparatos ideológicos que dictan las normas y los estándares de la actividad económica en nuestros mercados. Las estadísticas señalan que los emprendedores tienen enormes probabilidades de fracaso. La competencia desequilibrada, la falta de acceso a capital y la tecnología de punta son algunas de las principales desventajas que deben superarse para participar en el mercado. Adicionalmente, el nadar contra la corriente enfrenta a los emprendedores a estigmas sociales, hecho que en ocasiones debilita y desanima.

NACE Catapulta, generador de experiencias en torno al emprendimiento y la innovación.

Un emprendimiento tiene el mismo o incluso mayor valor que un alto cargo en una organización de prestigio, como puede ser un banco o una empresa transnacional. Pero es difícil convencer de ello a la mayoría de las personas, porque estamos acostumbrados a asociar el éxito de un individuo con el éxito de una orga-

nización, incluso en los múltiples casos de insatisfacción personal dentro de las organizaciones.

La realidad es que el emprendedor está desvalorado en nuestra sociedad. ¿Será que no le estamos dando el crédito que merece? ¡Es él, el emprendedor, quien ve oportunidades en la monotonía y la disfuncionalidad de los universos económicos! ¡Es él quien lucha creativamente por mejores servicios y productos para la sociedad!

¿Cómo sería nuestra vida sin esa aplicación que nos brinda mejores opciones de transporte, como Uber (www.uber.com)? Esta aplicación está transformando el sector de transporte público, basado en un modelo de economía colaborativa. Quienes vivimos en la Ciudad de México conocemos las oportunidades que existen de mejorar la experiencia de tomar un taxi.

Travis Kalanick identificó que este problema era algo que estaba sucediendo en las principales ciudades del





mundo. El modelo de negocio y experiencia del servicio de taxis en el mundo estaba anticuado y el aprovechamiento tecnológico aplicado sólo beneficiaba a los taxistas y no propiamente al usuario. Hoy, seis años después de su inicio, Travis Klanick es un emprendedor que está revolucionando el transporte público y mejorando la experiencia del usuario. Sin duda, ha sido un reto de dimensiones bíblicas: ir contra un sistema que llevaba décadas sin ser alterado, viciado por intereses políticos, económicos y sociales, ha resultado ser más difícil de lo esperado. En varias ciudades del mundo se han registrado enfrentamientos con sindicatos, con legislaciones e incluso con mafias que sienten una amenaza.

Como Uber, existe un sinfín de emprendimientos que están constantemente transformando nuestros sistemas. En México, Aliada (aliada.mx), fundada por Rodolfo Corcuera, es un emprendimiento social que busca revolucionar el servicio de limpieza y trabajo doméstico en nuestro país, así como generar mejores condiciones de trabajo para las mujeres “aliadas”. Hoy, el trabajo doméstico, un sector de más de dos millones de trabajadores en México, carece de las grandes estructuras y de los sistemas que regulan este tipo de actividades. 91% son mujeres y el 80% de este sector carece de prestaciones como IMSS, fondos de ahorro, etc.

Rodolfo, con su nueva propuesta, está buscando regularizar de una forma creativa y funcional esta actividad. Mediante la plataforma, los usuarios pueden solicitar un servicio con sólo un par de clics. Esta experiencia trae como beneficio una mejor y más confiable experiencia para quien requiere de apoyo de limpieza para su hogar. Como usuario, puedes establecer un presupuesto, agendar actividades y sobre todo saber que contarás con un servicio confiable y regulado. Hoy, en menos de un año, él y su equipo han realizado más de siete mil servicios.



UN emprendimiento tiene el mismo o incluso mayor valor que un alto cargo en una organización de prestigio.

conocimiento. Hoy, las plataformas digitales nos permiten entender y comprender muchos tópicos. Plataformas como Udacity, Coursera e incluso Wikipedia, han democratizado el conocimiento como nunca antes se había hecho.

Por último, el mercado laboral juega a favor del emprendimiento. En los últimos años, la poca contratación y la baja remuneración en puestos determinados ha llevado a las personas a buscar nuevas alternativas de empleo y mejores fuentes de ingreso. El emprendimiento es muchas veces una necesidad. Sin embargo, ofrece mucha autonomía y una muy particular satisfacción personal.

La Escuela Bancaria y Comercial, durante décadas, ha estado transformando el panorama económico de México. Hoy, a través de Catapulta, se busca reiterar este gran compromiso y garantizar que quienes decidan emprender tengan un impulso mayor para hacerlo.

Entendemos que no es fácil y que se necesita de una comunidad fuerte que apoye y motive a quienes deciden arriesgar. A partir de enero de 2015, el Centro de Emprendimiento Catapulta está facilitando nuevas experiencias que acerque a miembros de las diversas comunidades EBC (alumnos, profesores, administrativos y ex alumnos) a este ecosistema emprendedor.

Bajo una perspectiva orgánica de crecimiento, Catapulta irá articulando eventos, talleres y otro tipo de experiencias en todos los campus EBC. 



Si quieres conocer más sobre iniciativas y eventos de Catapulta, visítanos en www.catapultamexico.org

*Director de Catapulta, Centro de Emprendimiento EBC

¿Cómo entiende la EBC el concepto de EMPRENDEDOR?

Una persona emprendedora es aquella que se enfrenta con resolución a acciones difíciles. Un emprendedor es, por naturaleza, aquel que toma riesgos, que se atreve, que se mueve. Es ése el ADN que queremos difundir y fomentar en nuestra comunidad.

Dr. Carlos Prieto Sierra
Rector de la EBC

Un emprendedor es alguien que cuenta con una gran habilidad para convertir el conocimiento en riqueza, progreso y bienestar para sí mismo y para su sociedad.

El progreso de un emprendedor se finca en la ética y en la capacidad científico tecnológica para participar activamente y con visión global en los cambios sociales y económicos de su entorno.

Un emprendedor es alguien que ofrece a su familia y a su sociedad la más absoluta congruencia entre teoría y práctica, entre hechos y palabras, entre convicción y certeza, de manera tal que familia y sociedad encuentran en ella un individuo a quien puede confiársele el liderazgo empresarial y la conducción de cualquier proyecto colectivo.

Emprender (del lat. *in, en, y prendere*, coger o tomar). Empezar una cosa que implica trabajo o presenta dificultades. *Al amanecer, emprendimos la subida. Quiere emprender un negocio.* En el siglo XVI, los franceses comenzaron a llamar "entrepreneur" a los aventureros que viajaban al Nuevo Mundo en búsqueda de oportunidades de vida sin saber con certeza qué esperar. También entonces se comenzó a utilizar el término para referirse a las expediciones marítimas de índole militar. A principios del siglo XVIII, los franceses extendieron el significado del término a los constructores (de puentes y caminos) y a los arquitectos. En su *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*, Richard Cantillón definió el concepto de *emprendimiento* como el proceso de enfrentar la incertidumbre. Hoy, el término se usa generalmente para identificar a quien comienza una empresa y a quien demuestra ser empresario innovador.





Recuperar a Schumpeter

POR DR. MARCEL PLANELLAS ARÁN*



Foto: jrbenjamin.com

La destrucción creativa de Schumpeter quizá sea una de las metáforas más ampliamente utilizadas en la literatura económica contemporánea. Sin embargo, se conoce en menor medida la figura de Joseph Schumpeter, su vida, sus investigaciones y su legado intelectual.

El excelente y recomendable libro de Thomas K. McCraw sobre Joseph Schumpeter, *Innovación y destrucción creativa*, editado por Ediciones de Belloch dentro de su colección Biblioteca de Gestión – ESADE Fondo, permite descubrir una tumultuosa y apasionante biografía (que abarcó dos guerras mundiales, la gran depresión y la temprana guerra fría) y profundizar en la revisión de una obra intelectual que es una contribución viva al debate sobre las cuestiones más actuales del mundo de la economía y la empresa.

Según McCraw, la esencia del legado de Schumpeter está en el descubrimiento de que la innovación bajo la forma de una *destrucción creativa* constituye la fuerza motora de todo el progreso material en general. Casi todas las empresas, con independencia de la robustez que ofrezcan en un momento determinado, terminan por fracasar y casi siempre por culpa de no haber sabido innovar. Los competidores se afanan inexorablemente en adelantar al líder, cualquiera que sea la amplitud de su ventaja. Los empresarios responsables saben que todos los días están “en una situación que sin lugar a dudas cambiará en breve”.

Sólo a través de la innovación y del espíritu emprendedor, una empresa cualquiera (excepto los monopolios fomentados por el gobierno) puede sobrevivir a largo plazo.

Schumpeter es el principal defensor y el que más popularidad dio a la palabra “emprendedor” (*entrepreneur*), que apareció en la edición inglesa de 1934 de su libro *Teoría del desarrollo económico*. El término que acuñó de “destrucción creativa” (neologismo casi contradictorio) se ha difundido extraordinariamente convirtiéndose en proverbial. Además,

todo tipo de empresas y consultoras, también utilizan ampliamente el término “estrategia empresarial” (o alguna otra variante, como “estrategia corporativa”).

Pero en el mundo de la economía académica, ni el emprendedor de Schumpeter como individuo, ni el espíritu empresarial como fenómeno, han provocado gran interés (ensombrecido por el fulgor académico de su principal rival teórico John Maynard Keynes). Los schumpeterianos no tienen una localización única, ni están confinados en una sola disciplina. Algunos sociólogos, psicólogos, historiadores o profesores de escuelas de gestión empresarial se manifiestan tímidamente schumpeterianos (y, junto a ellos, podríamos situar a todos los emprendedores que son schumpeterianos, tanto si son conscientes de ello como si no).

En opinión de Thomas McCraw, Schumpeter personificaba la humanización de su disciplina quizás más que cualquier otro teórico económico de primera línea. Después de una pugna que duró toda su vida por la aplicación de las matemáticas a la economía, llegó a la conclusión que la economía exacta era algo tan inalcanzable como la historia exacta. A menudo la mejor alternativa para expresar lo que uno sabe sobre el mundo no es una ecuación sino una narración (una historia con personas reales que afrontan algún tipo de dilema), la experiencia humana de la vida económica.

Ante los debates actuales abiertos en este inicio del siglo XXI sobre el futuro del capitalismo, los retos de la gestión empresarial o el enfoque único en la enseñanza de la economía, recuperar la voz de Schumpeter (como hace el extraordinario libro de McCraw) es una aportación sumamente estimulante y necesaria. 

*El doctor Marcel Planellas Arán es profesor del Departamento de Dirección General y Estrategia de ESADE Business School (Barcelona) y co-autor del libro *Las Decisiones Estratégicas* (ed. Conecta). Ventana EBC agradece al autor su autorización para reproducir en nuestras páginas su reseña.

Toda una escuela para tu empresa Educación Corporativa EBC

- Diseño de Programas de Capacitación
- Desarrollo de Materiales
- Impartición de programas de Capacitación
- Certificación de Programas
- Asesoría

Fundada en 1929, la Escuela Bancaria y Comercial asume desde ese mismo año la misión de preparar al capital humano del entonces recién fundado Banco de México.

Hoy, fieles a nuestra historia, nos comprometemos con las empresas tanto públicas como privadas del país para apoyarlas en su consolidación y en el reto de enfrentarse a los cambios, de mantenerse vigentes y de alcanzar sus metas.

Estamos preparados para brindar a tu organización una sociedad estratégica y la oportunidad de unir esfuerzos con la primera escuela de negocios de México.

Estamos preparados para poner en tus manos la calidad y la excelencia de nuestro grupo de expertos, así como la infraestructura y los recursos mismos de nuestra institución.

ebc.mx/educacioncorporativa

**Educación
Corporativa**



85
AÑOS



Responsabilidad Social y Emprendimiento

Por **Magdalena García Fernández***



En palabras de Juan Felipe Cajiga Calderón, Director de RSE en el Cemefi, la Responsabilidad Social Empresarial es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la empresa, independientemente de los productos o servicios que éste ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad.

Se trata de ir más allá de utilizar la Responsabilidad Social sólo como una estrategia de negocio o simplemente como una imagen. Deberíamos vincular la Responsabilidad Social Empresarial con la ética. Un buen emprendedor debe tener como sus cimientos la ética, y educar internamente el concepto de la misma.

Vivimos una época llena de noticias de corrupción política, y las empresas no pueden ser ajenas a eso, sino que deben ser un punto de ejemplo contra la corrupción. El objetivo y los retos dentro de la empresa deben ser sostenibilidad, consumo consciente

y tolerancia cero ante la corrupción, para rescatar la confianza en las empresas.

La ética y la responsabilidad social son una palanca extraordinaria para promover actividades sociales, para cambiar los modelos de educación y para fomentar la generación de valores.

Emprender puede ir más allá de llevar a cabo un sueño. Emprender puede ayudar también a la equidad de género, a la erradicación de la pobreza, a promover la educación, a concienciarnos y realizar acciones en favor del medioambiente. Este es el reto actual: que cada nuevo emprendedor aplique un modelo de Responsabilidad Social, que se genere un manual de buenas prácticas que vaya más allá del “quedar bien”, que fluya más allá de las paredes de unas oficinas, que alcance todas y cada una de las necesidades de la sociedad actual.

Para ello, es necesario que todos nos involucremos. 

*Coordinadora de Responsabilidad Social de la EBC

**ESTUDIAR EN LA EBC FUE UNA ELECCIÓN.
ESTRENAR EL AUTO QUE QUIERO...**

#EsCuestióndeDeducción



¡El **AUTO** que quieres, con rentas **100% deducibles** de impuestos!*

Tú eliges la marca y versión.

*Dentro del límite legal. Para mayor información consulta a tu Asesor de Ventas.



Arrendomóvil de México

¿QUIERES CONOCER MÁS DE LOS
BENEFICIOS QUE TENEMOS PARA TI?

SÍGUENOS EN:

 /arrendomovil  @arrendomovil



5063.2807
LADA SIN COSTO
01 800 527-7363

arrendomovil.mx



Haluro 64

Por el rescate del instante y la reconstrucción digna del pasado

POR AGUSTÍN AGUILAR TAGLE*

*Uno puede morir tres veces.
La primera es la muerte física, y es inevitable.
La segunda llega cuando nos olvidan.
Y la tercera sucede cuando se falsifica nuestra memoria.*
Eliezer Papo

La importancia de la preservación

Si no se vale dejar el pasado fuera de nuestras vidas, tampoco conviene cancelarlo mediante la destrucción de objetos que hablan de lo que fuimos. ¿Por qué, entonces, las fotografías, las películas, los libros, las cartas, los diarios, las grabaciones y muchos otros residuos que nos dibujan, que nos explican y que nos reconstruyen, quedan casi siempre apiñados y sin orden alguno en un oscuro desván de la casa grande, en un cajón desvencijado del departamento, en la repisa superior de un clóset? Ahí permanecen, silenciosos, hasta que alguien tiene la malhadada ocurrencia de quemarlo todo o de lanzarlo indiscriminadamente al carro de la basura. En ese momento, un fragmento de la historia universal se borra, se extingue, desaparece para siempre y nada puede llenar el vacío que deja.

Emprendimiento e innovación

Recientemente, Ventana EBC tuvo la oportunidad de visitar el laboratorio de Haluro 64, pequeña sociedad de expertos en tratamiento digital de imágenes analógicas. Nos interesó su modelo de negocio porque inmediatamente percibimos en él un ejemplo vivo de emprendimiento e innovación, entendidos ambos conceptos tal y como los define Schumpeter en su teoría de la *destrucción creativa*¹.

La innovación transforma un invento en algo susceptible de comercialización y el emprendimiento es la realización de nuevas combinaciones para el mercado. Con base en estas definiciones, podemos afirmar que Haluro 64 es un caso exitoso de empresa innovadora para un mundo mejor². Pero no sólo eso: hay en este proyecto comercial, además, un elemento que lo vuelve social y culturalmente atractivo. De ello y de muchas otras cosas hablamos durante un mediodía de abril con Robert Roose Sierra, Hanna Roose Joffe y Alejandro Salinas Guadarrama³, tres mentes atrevidas e inquietas que enlazaron sus respectivos talentos para transformar *la manera en que la humanidad preserva, aprovecha y comparte sus antiguas memorias fotográficas y filmicas*.

El cristal con que se mira

Hay, además, un personaje igualmente importante en Haluro 64. Se trata de Diana Beatriz Moreno Gamiño, Operadora de Digitalización Fotográfica. Ella es Diseñadora Gráfica y se integró al equipo después de un minucioso proceso de reclutamiento y selección. Su entusiasmo, su profesionalismo y su lealtad son el mejor argumento para afirmar que el emprendurismo no es un aventura solitaria sino un esfuerzo colectivo.



El encuentro de dos mundos

Antes de la era digital, el registro de instantes concluía con la impresión de uno o varios ejemplares sobre una lámina o sobre un cartón, y su permanencia en el tiempo dependía de las condiciones ambientales en que se conservaban las piezas fotográficas. Hoy, la digitalización de ese material garantiza su preservación definitiva y su multiplicación ilimitada.

Pero además permite la restauración de aquello que el tiempo deterioró por hallarse estampado en materiales perecederos. En este contexto histórico, Haluro 64 es la feliz combinación de arte y tecnología, de creatividad y medios electrónicos, para la reconstrucción de archivos fotográficos.

Robert Roose Sierra,
Hanna Roose Joffe
y Alejandro Salinas Guadarrama

*Cuando un hombre piensa en el pasado,
se vuelve más bueno.*
Arkadi y Boris Strugatsky

La percepción del color —advierte Alejandro— está relacionada con nuestra propia supervivencia: el cerebro da una idea general y acaso satisfactoria de los colores, pero lo cierto es que la mayoría de las personas no cuenta con ojos entrenados y debidamente calibrados para hacer distinciones finas. La corrección de color exige una capacidad

especial de ver con sutileza, que se adquiere con la práctica y después de mucho tiempo. Los ojos de Diana, por ejemplo, no son los mismos con los que llegó a Haluro 64. Hoy, ella ha logrado adquirir una postura crítica y reflexiva ante el color y, por eso, puede detectar finamente el deterioro de una fotografía y sabe qué hacer para corregirlo.



El germen de Haluro 64

Estamos en 1930. Donald Roose, un joven estadounidense aficionado a la fotografía, inspirado por su hermano Bob, construye su propia cámara de madera y comienza a captar imágenes con el rudimentario artefacto (las revela en su estudio casero), hasta crear una colección cuyo valor sentimental se incrementará con el paso del tiempo. Años más tarde, Donald viaja a México por compromisos de trabajo, pero su visita se convierte en emigración al enamorarse de una hermosa muchacha mexicana, con quien se casa. No se desprende, sin embargo, de su acervo fotográfico, que incluye reliquias familiares del siglo XIX, como el retrato de sus cuatro abuelos.

El fruto inesperado

A fines del siglo XX, Roberto Roose Sierra, experimentado empresario e hijo de Donald Roose, trae en el ánimo el deseo de rescatar y proteger el acervo fotográfico de su padre, y en la búsqueda de la persona indicada conoce a Alejandro Salinas Guadarrama, consultor en diseño, innovación y mercadotecnia, con quien platica sobre las singularidades del archivo familiar. Un ejemplo es la fotografía de sus bisabuelos, que está plasmada en ferrotipo⁴ y que muestra a dos parejas formadas por dos hermanos gemelos y dos hermanas gemelas.

Alejandro es un experto que se maneja con naturalidad tanto en el mundo analógico como en el mundo digital (vivió de cerca y a edad muy temprana la conversión del diseño gráfico casi artesanal a su automatización cibernética), así que realiza con el material de los Roose una refinadísima labor de organización, de clasificación, de selección, de limpieza y, por último, de digitalización.

La piel de mi madre

El hombre de mediana edad se inclina para observar la imagen. Es la digitalización de una vieja fotografía en la que aparece el rostro de una mujer alegre, plena, feliz, viva. El hombre decide sentarse, porque algo lo perturba: distingue un temblor en sus adentros y deja escapar un gemido casi imperceptible. Es el sollozo diminuto y breve que se le desata del alma al tocar con los ojos la piel de su madre, recientemente fallecida. La digitalización no sólo rescata un instante sino que devuelve texturas y luces al hermoso rostro de la mujer retratada. El hijo conmovido susurra con el temblor de una sonrisa:

—Es mi madre.

Tanto satisface el resultado a la familia, que despierta en algunos de sus miembros la idea de iniciar una pequeña sociedad, formada por Hanna, Roberto y Alejandro. Esta sociedad funda la empresa de servicios especializados Haluro 64⁵, casi acrónimo en el que se asoman los nombres de pila de los tres socios y fórmula que habla del encuentro de dos mundos, que son a su vez dos grandes episodios en la historia de la fotografía: la utilización de los haluros de plata en la época analógica y los 64 bits de nuestro presente digital (el laboratorio de Haluro 64 funciona, precisamente, con base en esta avanzada tecnología y sobre una plataforma de cómputo capaz de garantizar los mejores resultados en la digitalización de material analógico).

La máquina del tiempo

¿Y qué hace una estudiante de psicología en una empresa de esta naturaleza?, preguntamos a Hanna.

¡Muchas cosas! —responde la nieta de Donald Roose—. ¿No es acaso la revisión del pasado el eje del psicoanálisis? No quiero decir con esto que mi papel en la empresa consiste en tratar a los clientes como pacientes. Mis estudios están concentrados en otras actividades. Aquí, en Haluro 64, tengo una tarea muy precisa. Además de vivir con toda mi generación el vertiginoso desarrollo de las computadoras y de la fotografía, asumo como herencia familiar el gusto por el emprendimiento y por la innovación desde las relaciones públicas, los recursos humanos y el trabajo de venta: hago

de esos ámbitos vasos comunicantes, para sembrar en los clientes potenciales la semilla de una inquietud, que es el apremio por recuperar, proteger y conservar en buenas condiciones el patrimonio fotográfico de las personas, de las familias, de las asociaciones y de las organizaciones en general.

Por su parte, Alejandro advierte que Haluro 64 aborda el emprendimiento y la innovación desde el concepto mismo de negocio. Y este concepto, en el caso que nos ocupa, nos recuerda la categórica afirmación de Diógenes de Sínope: *El movimiento se demuestra andando*, a la vez que evoca la

La voz de mi Granny

La mujer de noventaíun años coloca un par de audífonos en su cabeza. Alguien activa el reproductor y surge la voz de una adolescente. Es una voz delgada, una voz divertida, una voz juguetona pero apacible. La mujer que escucha es la misma adolescente que habla. Tarda en reconocerse, pero cuando al fin lo hace su mirada baila entre parpadeos. Hace cuentas. ¡Han pasado setentaicuatro años! Con lágrimas contenidas, sus ojos grises se vuelven pequeños acuarios de luz. La digitalización no sólo rescata un instante, sino que devuelve a esta mujer la conciencia de su propio ser en el tiempo. La abuela susurra con el temblor de una sonrisa:

—Soy yo, soy yo.



urgencia de transformación del mundo que Carlos Marx demanda.

¡Hay que hablar menos y actuar más! —señala con vehemencia Alejandro— *Nunca sobra el ejercicio teórico que se da en los ámbitos académicos, pero lo cierto es que las ideas que no bajan a la realidad se alejan de ella como globos extraviados. Hoy, la tendencia del emprendimiento está en el empirismo y no en el diseño parsimonioso de proyectos para un futuro ideal. ¡Acción, acción, manos a la obra!*, es la consigna que más se escucha en el auge de las compañías emergentes. Ponte a hacer las cosas, y será el mercado el que definirá tu modelo de negocio. Hoy, a diferencia del pasado, la tecnología nos permite poner a prueba un producto a bajo costo y en poco tiempo, para fortalecer una hipótesis o para descartarla definitivamente. Pero es necesario, por eso mismo, que adoptemos una postura flexible ante los hechos.

Flexibilidad es indicio de vida, como lo sugiere el *Stalker* de Tarkovski: *Rigidez y fuerza son compañeros de la muerte. Ductilidad y vulnerabilidad son las expresiones del ser.*

Un modelo de negocio

Precisamente por su capacidad de ser flexible, Haluro 64 basó su modelo de negocio en detectar las *necesidades* del mercado y en satisfacer algunas de ellas. Con este espíritu, Hanna, Roberto y Alejandro descubrieron un apremio social, cultural e incluso político que no sabían que existía: todas y todos queremos salvar del desvanecimiento nuestro patrimonio visual. Aunque en nuestra cotidianeidad no tengamos articulado tal menester, ciertos eventos y ciertos acontecimientos recurrentes lo sacan a la superficie.

Hoy sabemos que nuestro trabajo no se limita a digitalizar archivos analógicos —revela con entusiasmo Roberto—, *sino acompañar a las personas a rescatarse a sí mismas, a reconstruir sus emociones y sus recuerdos, a dar vigencia a su pasado y a asumirlo como nutriente de su presente.*

¡Y más! —añade Alejandro—. *Agregamos otro valor a*

nuestros servicios: somos sensibles ante las particularidades económicas y financieras de nuestros clientes, y nos acercamos con respeto y cuidado a los lazos emocionales que los ligan a sus propias colecciones fotográficas. Esta sensibilidad se convierte en compartir con el cliente la toma de decisiones, para ayudarlo en la digitalización sin menoscabo de su economía y con un resultado emocionalmente valioso.

Entonces, lo que Haluro 64 ofrece es la reconstrucción digna del pasado.

Dice Borges, al final del poema *Cambridge*, que *somos nuestra memoria, somos ese quimérico museo de formas inconstantes, ese montón de espejos rotos.* ¿Por qué perder la oportunidad de pasearnos por nosotros mismos y por los nuestros a través del tiempo? Si lo hacemos, es probable que recuperemos la memoria y que, con ella, rescatemos nuestro futuro.

Si deseas conocer más sobre este ejemplo de emprendimiento e innovación, visita www.haluro64.com 🍀

1. Aunque el concepto de *destrucción creativa* es acuñado por Werner Sombart, su desarrollo lo encontramos en *Capitalismo, socialismo y democracia* (1942), de Joseph Alois Schumpeter.

2. Estamos convencidos de que emprendimiento e innovación sólo son tales cuando siembran o incluso generan progreso colectivo.

3. Roberto es Ingeniero Químico y cuenta con una Maestría en Dirección de Empresas. Hanna es estudiante de Psicología. Alejandro es Licenciado en Administración y egresado de la maestría en Diseño Estratégico e Innovación. Cuenta, además, con un Diplomado en Mercadotecnia y con diversos estudios en cine digital y preservación de fondos fotográficos.

4. El ferrotipo es una técnica fotográfica (inventada en 1852 por Adolph A. Martin) consistente en la fijación de la imagen en una placa de hierro laqueada con barniz japonés negro o café, y sensibilizada con colodión y nitrato de plata antes de la exposición en la cámara.

5. El haluro de plata es un compuesto químico sensible a la luz que, precisamente por tal sensibilidad, se utilizaba en las películas fotográficas y en el mismo papel fotográfico.

6. *Los filósofos sólo han interpretado diversamente el mundo; de lo que se trataría es de transformarlo.* Tesis sobre Feuerbach (1845).

*Jefe de Comunicación Social



Jonathan Chávez Martínez

Administración Hotelera y Turística
Gerente de Capacitación y
Desarrollo en Hilton de México
Generación 2010

LOS sueños
bien soñados
siempre florecen
en la realidad.

Foto: Mario Santamaría

Estoy muy orgulloso de haber terminado la carrera en la EBC y de haber convivido con maestros altamente capacitados y preparados en el sector de turismo y hotelería. La formación obtenida me llevó a practicar en la realidad el principio de *ser estudiante para siempre*: además de ser licenciado en Administración Hotelera y Turística por la EBC, cuento con la maestría en Dirección y Gestión Turística por la Universidad Autónoma de Barcelona. ¡Nunca deja uno de aprender!

Realicé mis primeras prácticas en el hotel City Express, que en ese momento era parte de la EBC. Más tarde, participé en el área de ventas del hotel JW Marriott. Durante ese mismo periodo, viajé a Lyon, Francia, donde se llevó a cabo un concurso del Institut Vatel, con la participación de varias universidades. Al ganar el primer lugar, recibimos como premio un viaje a la Isla Mauricio, en África, en el suroeste del Océano Índico, muy cerca de Madagascar.

Finalmente, ya en octavo semestre, durante el periodo de prácticas, tuve la oportunidad de viajar a Costa Rica y trabajar en Hilton durante seis meses. No fue fácil: la gente allá es amable y hospitalaria, pero la propiedad del Hilton están en medio de la selva, hecho que ofrece retos totalmente distintos a los que presenta un hotel de ciudad.

Quienes elegimos como profesión la administración hotelera y turística, sabemos que a nosotros nos corresponde trabajar para que otros descansen y encuentren un entorno

de relajamiento, una experiencia sin igual. Sin embargo, en mi caso, hay algo más que una simple relación laboral: cuando estás enamorado de lo que haces y del lugar en donde lo haces, es muy difícil verlo como un “trabajo”. Lo veo siempre como un regalo de la vida y como un privilegio de mi profesión, la cual exige competencias muy específicas, como la adaptabilidad cultural, la disponibilidad, el respeto y la integridad ética. ¡Y madera de líder, por supuesto! Como en todas las profesiones, pero sobre todo en aquellas donde el trabajo en equipo es clave del éxito, el liderazgo se hace presente cuando predicamos con el ejemplo y asumimos totalmente nuestras responsabilidades, porque así inspiramos a quienes deben acompañarnos en la tarea de ofrecer el mejor servicio del mundo.

Uno de los retos a los que me enfrenté fue el de pasar de una posición en un solo hotel a la administración de once hoteles en México. Puedo decir, con mucha satisfacción, que he cumplido todas y cada una de las tareas que se me han encomendado. Hoy se abre ante mí una puerta, la que me lleva a asumir la gerencia general del hotel. Esta oportunidad me emociona, porque coincide con mi visión de la vida entera: los sueños inteligentemente sembrados y amorosamente cultivados siempre florecen en la realidad.

Al regresar de Costa Rica, la EBC me invitó a integrarme al cuerpo docente de Campus Reforma. Acepté gustoso e impartí la materia de Organización Hotelera, correspondiente al quinto semestre de la carrera de Hotelería y Turismo. Luego, durante un semestre, fungí como líder del Colegio de Hotelería. No pude seguir por ese camino, porque el trabajo en la hotelería es muy demandante. En este negocio, hoy estás aquí y mañana en otra parte: tenemos que estar siempre abiertos al cambio. Sin embargo, la relación con la EBC sigue muy activa, mediante conferencias y la participación de varios alumnos que hacen sus prácticas con nosotros. Para ellos y para toda la nueva generación de estudiantes, tengo un mensaje: ¡Nunca se rindan: sigan sus sueños hasta alcanzarlos! 

Pedro Ignacio García Peña

Contador Público

Maestría en Administración
con especialidad en Finanzas

Director de Productos de Financiamiento
Hipotecarios y de Largo Plazo en Bancomer

Egresado en 1989

Durante mi infancia y mi adolescencia, tuve siempre el deseo de ser ingeniero. De pronto, a mitad de la vocacional, se me despertó el interés por la Contaduría. Sin embargo, no me atreví a dar en ese momento el golpe de timón: entré a la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica del IPN. Más tarde, me armé de valor y dejé el Politécnico para inscribirme en la Escuela Bancaria y Comercial e iniciar la carrera de Contador Público.

Recuerdo con admiración y afecto al profesor Vicente Romero Said, quien no se limitaba a compartirnos su vasto conocimiento sino que, además, se aseguraba de conocer nuestros nombres y de mirarnos a los ojos, lo que generaba en la mayoría de sus alumnos complicidad intelectual y compromiso académico. El maestro Romero Said, como muchos otros profesores, me formaron en la convicción de que nosotros, los estudiantes de Con-

taduría Pública de la EBC, no estábamos para terminar la carrera y dedicarnos a escribir los asientos contables: estábamos para ser egresados capaces de interpretar la información financiera, capaces de tomar decisiones, capaces de asumir el liderazgo.

Empecé en Arrendadora Financiera Monterrey como auxiliar contable. Más tarde, pasé al área de impuestos como gerente. Al terminar la carrera, me invitaron a participar como ejecutivo de cuenta del área comercial, donde me sentí como pez en el agua: al año de ocupar el puesto, elaboré un simulador que comparaba varias opciones de financiamiento. La arrendadora lo tomó como herramienta de venta y yo pasé de gerente a subdirector, luego a director y más tarde, con la fusión de Arrendadora Financiera Monterrey y Arrendadora Bancomer, tomé la dirección de la División Sur.

A fines de los 90 del siglo pasado, me tocó crear productos innovadores, reactivar el sector agropecuario y formar parte de una Sofol hipotecaria. Hoy, aunque ya fusionadas todas las áreas de producto, yo conservo, además del asunto hipotecario, el área de productos de financiamiento a largo plazo para el resto del banco.

Mi esposa siempre ha sido mi mejor aliada, y mis hijos son mi alimento diario y la razón para esforzarme. Asimismo, BBVA Bancomer me ha brindado la oportunidad de experimentar en mi profesión y en mis responsabilidades ejecutivas un crecimiento permanente, hecho que agradezco a esta gran institución bancaria.

Al estudiar la maestría, descubro muchas herramientas financieras y nuevas maneras de tratar con las personas, hechos que me permiten entender que la constante actualización y el conocimiento del factor humano son, sin duda, dos elementos básicos en el proceso de consolidación profesional.

¿Qué aconsejo a los más jóvenes? Que desarrollen en su mente y en su corazón el apetito de crecer y que adopten visiones de largo plazo, para que la toma de decisiones se haga en grande y con propósitos de trascender el presente. Y otra cosa muy importante: ahorro personal, ahorro para el futuro, ahorro para el retiro. La pirámide se está invirtiendo y se acercan tiempos en que pocos jóvenes estarán manteniendo a muchos adultos mayores. No seamos una carga para las generaciones futuras: ahorremos para mantener nuestra dignidad y cierta merecida independencia. 🍀

Los egresados de la EBC somos capaces de tomar decisiones y asumir el liderazgo.



Foto: Mario Santamaría



La EBC recibe el Premio Internacional *Ellucian Inspire 2015 a la Innovación*

ENTRE LOS ACONTECIMIENTOS RECIENTES, está uno que nos alegra y nos enorgullece particularmente: la Escuela Bancaria y Comercial recibió, el pasado 15 de abril, en la ciudad de New Orleans, el *Premio Ellucian Inspire 2015 a la Innovación*, por haber demostrado en los hechos una mejora significativa en la eficiencia de sus operaciones, en el servicio a sus usuarios y en el éxito de sus alumnos. Dicho premio tiene como propósito el reconocer el esfuerzo y los logros de los clientes de Ellucian* en su faena diaria por resolver los retos de su propia naturaleza empresarial, pero también por garantizar educación superior de calidad.

Participaron doscientos proyectos de América Latina, seis de los cuales fueron reconocidos con este premio. La EBC es una de las instituciones premiadas.

Juan Manuel Ramírez Belloso, Director de Mercadotecnia, describe el camino recorrido durante una década para llegar a este momento: “En 2002 surge para la EBC la necesidad de administrar sus relaciones con *prospectos* y aspirantes. Aparece entonces el Asesor de Promoción, figura que supera la idea del vendedor tradicional: mientras que éste simplemente vende, hace sonar la caja registradora, gira la cabeza y mira hacia otro lado, en busca de un *nuevo cliente*, el Asesor de Promoción se involucra y se compromete con sus candidatos, a la vez que participa de manera activa y protagónica en una de las decisiones más importantes de su vida (la definición profesional y la educación superior). Con dicha figura, la EBC inauguró su CRM (*Customer Relationship Management*, por sus siglas en inglés).

“El espectacular crecimiento de la EBC, ocurrido durante los tres primeros lustros del nuevo siglo, llevó a la institución a asumir un compromiso de homologación de calidad educativa y de atención administrativa en todos sus campus. Esta simetría debió establecerse en todos los frentes, incluido, por supuesto, el área de promoción, una de cuyas primeras herramientas fue el *Sistema Integral de Promoción*.

“Más tarde, en 2008, la institución adoptó un nuevo instrumento: *Banner Relationship Management (BRM)*. Y desde 2011 sumamos a nuestro sistema el *Ellucian Recruiter*, cuyas especificidades mejoran el quehacer diario de nuestros Asesores de Promoción.

“Sin embargo, nuestro CRM no se reduce a las herramientas tecnológicas de las que se vale: se trata de toda



una cultura de excelencia en la atención y en la calidad del servicio que ofrecemos a nuestros prospectos, a nuestros aspirantes, a nuestros alumnos y a nuestros mismos egresados. Hoy, gracias a esta cultura y a la tecnología que aplicamos, somos mucho más eficientes, no sólo en comparación con nuestro propio pasado sino en comparación con la mayoría de las empresas que cuentan con un sistema maduro en la administración de sus relaciones clientelares.”

El reto fue grande –afirma Juan Manuel Zenil, Director de Apoyo y Servicio-, pues había que responder con inteligencia y acierto a las necesidades del área de Promoción, crear con la tecnología existente instrumentos eficientes y eficaces. ¡Lo logramos! El premio recibido y nuestros indicadores son señales fehacientes de que vamos por buen camino.

Por su parte, el doctor Carlos Prieto Sierra, Rector de la Escuela Bancaria y Comercial, señala la necesaria vinculación que hay entre esta herramienta (*Ellucian Recruiter*)

Ganamos este premio como EBC,
pero también lo ganamos como México.
¡Porque sabemos hacer cosas
y sabemos hacerlas bien!

Juan Manuel Zenil Salgado

y el Plan 2020 de la EBC, cuyos ejes rectores son tanto el fortalecimiento de nuestro prestigio como la estabilidad y la continua expansión.

A dos meses de haber levantado el telón de dicho plan (cfr.: Ventana 73, pp. 12 a 17), podemos afirmar que esta herramienta de CRM, adaptada por nosotros mismos a nuestras propias necesidades (el premio se debe a esta adaptación), es un ejemplo exitoso de las acciones que estamos tomando para lubricar los ejes del Plan 2020. Nuestra actual CRM está dando una muestra clara y contundente de un hecho que nos enorgullece: estamos haciendo cosas concretas. ●





El poder de los pequeños gestos

Del 4 al 8 de mayo, alumnos, profesores y miembros del equipo administrativo participaron en las conferencias y las actividades realizadas con motivo de la Semana Verde EBC. En las primeras se habló y se reflexionó sobre el cambio climático, la contaminación y la preservación de la vida. En las segundas disfrutamos de una exposición fotográfica (*Miradas*) de un tianguis orgánico y de otros valiosos acontecimientos. En todos los casos, el propósito fue fomentar en nuestra comunidad la muy acertada idea de que *el poder de los pequeños gestos* a favor del medioambiente es lo que genera la fuerza de los grandes cambios.

Campus Chiapas



Primer Congreso de Contaduría KPMG - EBC

El pasado 14 de abril, durante el Primer Congreso Internacional de Contaduría Pública, nuestra comunidad estudiantil tuvo la oportunidad de convivir con los socios de KPMG y de escuchar conferencias dictadas por personalidades de reconocido prestigio el todo el mundo. Además, nos honraron con su presencia y sus palabras varios ex alumnos de la EBC que hoy son socios de la firma.

Campus Reforma



Comce 2015

El pasado 24 de abril se llevó a cabo, en el Centro de Convenciones de la ciudad de Puebla, el Sexto Maratón Nacional de Conocimiento del Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología (Comce). Nuestro campus estuvo representado por Jorge Alberto Aguado y Mariana Jaimes Cuesta, estudiantes del octavo semestre de Comercio, quienes tuvieron una destaca participación, como también la tuvo Campus Reforma, entre diversas universidades públicas y privadas de reconocido prestigio. Quince días más tarde, el pasado 7 de mayo, realizamos nuestra ya tradicional Rodada Ciclista (cinco kilómetros), cuyo propósito es fomentar estilos de vida saludables y el uso de la bicicleta como transporte alternativo para el cuidado del medioambiente. En esta ocasión, sumamos cien participantes de nuestra comunidad escolar.

Campus León



Una cultura de servicio con base en nuestra misión

La Escuela de Graduados tiene el gusto de informar que la maestra María Luisa Ramírez asume la dirección de Campus Dinamarca. Con este nombramiento, avanzamos en el Plan 2020 y en el rubro de Calidad Administrativa. La maestra Ramírez cuenta con más de 15 años de experiencia en la institución.

Campus Dinamarca



Semana de Expertos

Del 23 al 30 de abril realizamos en Campus SLP una serie de conferencias, dictadas cada una de ellas por ponentes de gran prestigio: representantes de grupos financieros, de centros de investigación, de empresas de productos locales, de hoteles, de museos e incluso de productores de cine, cuyas palabras enriquecieron la visión de los estudiantes e iluminaron sus reflexiones sobre el futuro de su profesión. Dos de las conferencias que más impacto tuvieron en el público fueron la del maestro Flavio González, economista que habló de oportunidades comerciales en países del sudeste asiático, y la de Édgar Nelo Rodríguez, Gerente de Mercadotecnia de Kellogs en México y el resto de Latinoamérica.

Campus San Luis Potosí





Calidad y productividad

El pasado 14 de abril, recibimos la visita de don Carlos Kasuga, Ex Alumno Distinguido de la EBC, quien dictó su conocida conferencia *Calidad y productividad al estilo japonés*, donde el Presidente del Consejo Directivo de Yakult ha plasmado sus memorables cuatro requisitos para el desarrollo empresarial y personal: el bien ser, el bien hacer, el bien estar y el bien tener. Agradecemos a don Carlos por habernos honrado con su presencia y por haber compartido con alumnos, egresados e invitados especiales sus invaluable conocimientos, así como sus enriquecedoras y motivadoras experiencias personales y profesionales.

Campus Querétaro



Cuidado y preservación del medioambiente

Múltiples y variadas fueron las actividades de Semana Verde en nuestro campus, entre ellas la proyección del documental *México Pelágico*; la conferencia sobre *Reciclado y estilo de vida*, dictada por Elizabeth Nava García; y la plática sobre *los efectos del cambio climático en fauna silvestre*, ofrecida por Sergio Díaz, fundador de la Asociación PIMVS (siglas de *Predios o Instalaciones que Manejan Vida Silvestre*), actividades que tuvieron como propósito principal el trabajar con toda la comunidad en diversos esfuerzos de cuidado y preservación del medioambiente, tercera línea de acción de Responsabilidad Social en la EBC.

Campus Toluca



Semana Verde

El camino de nuestra Responsabilidad Social incluye la voluntad de cambio y la decisión de ser mejores, de implicarnos en aquellos ámbitos donde se nos necesita. Y uno de esos ámbitos es el cuidado y la preservación del medioambiente. Con ese entendimiento llevamos a cabo nuestra Semana Verde 2015, que incluyó varios talleres, la Feria de Sustentabilidad y nuestro tradicional desfile ecológico, donde alumnos de todas las licenciaturas mostraron sus originalísimos diseños confeccionados con material reciclado.

Campus Tlalnepantla

La Gaya Lengua

A.A.T.



Envisionar y visualizar

La Academia de la Lengua define *visionar* como creer que son reales cosas imaginadas. Podemos colocar el prefijo *en-* y aceptar el neologismo "envisionar" como la acción de otorgar la capacidad de ver el futuro o hacer creer que son reales cosas imaginadas. El problema se presenta cuando queremos dar a "envisionar" el significado que tiene el verbo inglés "to envision", que debe ser traducido como visualizar, hacer visible lo que no lo es a simple vista, formar en la mente una imagen de un concepto abstracto. *Envisionar* no es visualizar, y casual no es informal (en español, casual es *aquello que sucede por casualidad*). Me parece que una y otra son voces que delatan groseramente lo que hoy vivimos todos los días: el *tintanismo* corporativo. Una cosa es el tintanismo popular -que aplaudo por glorioso y creativo- y otra cosa muy distinta es el tintanismo corporativo, cuyo origen se halla en el simple y llano analfabetismo de las clases medias pretendidamente ilustradas.

Ilustración: Óscar Sammartín Vargas, Diorama 4 (año: 2000). Reproducción autorizada personalmente por el autor.

La relevancia cultural del AHEBC

En noviembre del año pasado apareció la tercera edición de la Guía de Archivos y Bibliotecas Privados de la AMABPAC, integrada actualmente por veinticuatro asociados y cuatro miembros honorarios. En ella hace su primera presencia el Archivo Histórico de la EBC (AHEBC), surgida hace ocho años con el propósito de reflexionar sobre el nacimiento y el devenir de la Escuela Bancaria y Comercial. Nos congratulamos con la maestra Cecilia Sandoval Macías, Directora del Archivo, y aprovechamos este espacio para felicitar a Museo EBC por su intensa actividad de difusión y de posicionamiento, reflejada en el reconocimiento hecho tanto por la AMABPAC como por las menciones que del AHEBC se hacen tanto en el libro *Rosario Soler, una zarzuela en cuadros disolventes*, de Roberto Carril Bustamante, como en la exposición sobre Alexander Calder montada en el Museo Jumex (abierta hasta el próximo 28 de julio).



Informe anual 2014

Impulsamos la Educación Superior para el desarrollo y progreso de México.

Constituida en 2005, Fundación EBC es una asociación civil dedicada a contribuir con la educación superior mediante programas de becas para estudiantes talentosos con limitantes económicas.

Profesionistas para siempre



264 becas

El programa cubre un porcentaje de la colegiatura semestral de los beneficiarios, quienes son jóvenes universitarios de excelencia académica (inscritos en instituciones públicas y privadas) cuyas limitantes económicas no les permiten costear sus gastos escolares.

Mi trabajo, mi mejor escuela



38 becas

Este programa incentiva la inserción laboral de los estudiantes universitarios, para que adquieran experiencia real en el mundo laboral. Además, promueve en ellos un máximo aprovechamiento académico y les apoya con porcentajes específicos en el pago de sus colegiaturas semestrales.

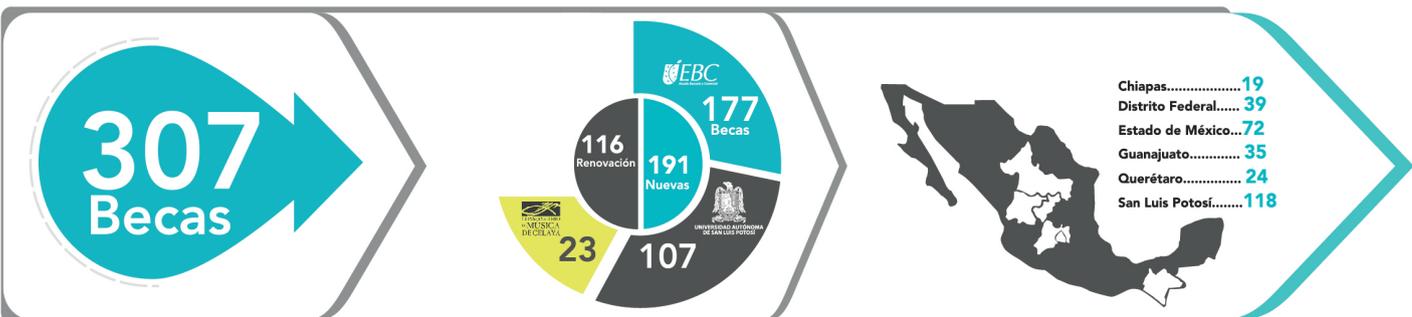
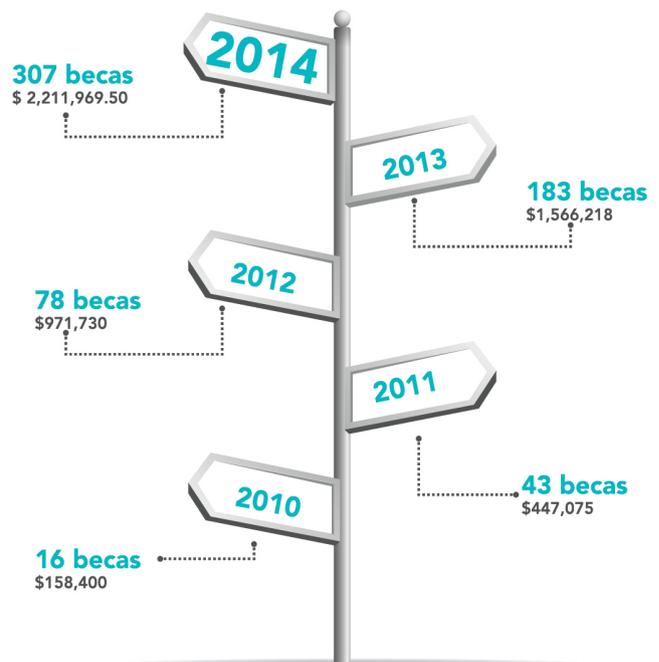
Una mirada al mundo



5 becas

Para acercar el mundo a nuestros jóvenes beneficiarios, fomentamos en ellos el deseo de cursar un semestre de su carrera universitaria en el extranjero, bajo el modelo de intercambio académico. Durante su estancia en otro país, el estudiante recibe apoyo económico para gastos de manutención.

Histórico de Resultados



¡GRACIAS!

Para conocer el informe de fundación entra a : ebc.mx/reporte-fundacion



[f /FundacionEBC](https://www.facebook.com/FundacionEBC)

[t @Fundacion_EBC](https://twitter.com/Fundacion_EBC)

[You Tube /CanalFundacionEBC](https://www.youtube.com/CanalFundacionEBC)





EL GRADUADO

El graduado es un héroe, es un especialista en tomar decisiones. El graduado sabe lo que quiere. Para él diseñamos una plataforma especial, una maquinaria a la que ingresan profesionales y egresan expertos.

Maestría en Alta Dirección

Inicio de clases:
10 de agosto de 2015

ebc.mx



Escuela de
Graduados



Sueño que sigo en Bruselas

POR DEMETRIO GÓMEZ SCHWARZENHOFFEN

Palacio de Coudenberg

Foto: www.bruselas.net

Todavía hoy pienso en Euzebia Czajkowska.

Los trotamundos que aprovechamos todos los resquicios que se nos presentan para acceder al intercambio académico, descubrimos en cada uno de nuestros viajes una verdad contundente: siempre es poco el conocimiento personal, siempre es insuficiente.

El conocimiento individual es apenas un haz de luz que cruza con timidez la espesa penumbra de nuestra propia ignorancia, negra como la pez, vasta como la nada. Pero este parvo saber que raya en la inopia es, sin embargo, motivo de sentimientos encontrados: nos aflige la oscuridad a la vez que nos alegra el más mínimo hallazgo, nos impacientan las tinieblas a la vez que nos conforta la refulgencia de las cosas nuevas y el resplandor de las amistades recientes.

Nunca imaginé que algún día, muchos meses después de estudiar en Bruselas, pronunciaría entre sueños el nombre de una muchacha breslava y que me despertaría con una sonrisa de ternura y nostalgia.

Conocí a Euzebia Czajkowska el primer día de mi estancia en la *Ichec Brussels Management School*. Ella también estaba de intercambio. Ambos cursábamos el *Bachelor in Business Management*, así que para concentrarnos en el estudio necesitábamos negociar en torno a nuestros sentimientos con base en un principio básico: ganar-ganar.

Para besarnos y acariciarnos, Euzebia y yo elegimos el Palacio de Coudenberg, y en sus pasillos subterráneos nos contábamos las pestañas y jugábamos a decirnos cosas en español y en polaco, hasta que nos ahogábamos de risa. A veces, cansados de nuestro remedo de esperanto, terminábamos hablando en alemán fluido sobre *Los diferentes métodos de traducir*, de Friedrich Schleiermacher...

Nuestro pensamiento es fruto de la lengua que hablamos, nada que se encuentre fuera de ella puede concebirse. El universo que percibimos es la combinación de nuestras

palabras, no podemos ver lo que no podemos decir. La razón y la fantasía se hallan determinadas por la lengua que hablamos. Sin embargo, la libertad y el pensamiento también nos dan el poder de producir nuevas formas en la dúctil materia de la lengua.

Piensa en algo que nunca hayas nombrado -susurró Euzebia cierta tarde, mientras sus labios rozaban mi cuello y sus dientes me buscaban la yugular-. *Piensa y busca una combinación de sonidos que señale “eso” por vez primera. Eso que pensaste hace unos segundos puede ser esto que hacemos ahora, por ejemplo.*

Y el silencio de los sótanos de Coudenberg pareció que nos miraba.

Poco a poco y de manera misteriosa, fui entendiendo el deseo de Euzebia: dilatar la lengua mediante la construcción de voces nuevas capaces de nombrar e iluminar lo que vemos entre los pliegues de lo siempre nombrado.

Experimenté una alegría nueva, provocada por los ojos, las manos y los labios enamorados de mi Euzebia, y por el encuentro con una idea que hasta entonces no estaba en mi mente: grabar lo inédito, decir lo inaudito, sembrar lo insólito, devolverle a nuestro pensamiento el asombro y el gozo de nombrar el mundo.

Dice Schleiermacher que lengua es la fuente de la condición humana, que no hay nada humano fuera de la lengua; y que, sin embargo, el individuo libre tiene también —al pensar libremente— la posibilidad de alimentar la lengua y decir “algo” que merezca escucharse. 



Tú puedes visitar Bélgica y estudiar en Bruselas, porque tenemos convenio con la Ichec Brussels Management School. ¿Quieres cursar allá todo un semestre de tu carrera, o incluso dos? Búscanos en la Coordinación de Relaciones Internacionales de tu campus. Porque los aspirantes del horizonte estudian en el extranjero.



*PRIME
LIVING &
PRIME
TIME*



AMANALI.COM.MX

CAMPO DE GOLF DE 18 HOYOS CON DISEÑO DE CLASE MUNDIAL,
CASA CLUB Y CLUB NÁUTICO: SKI, KAYAK, TENIS,
PADEL, TIROLESAS, ENTRE OTRAS.
A 40 MINUTOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO.
EXCLUSIVO RESIDENCIAL.

T _ 5 3 . 9 3 . 1 6 . 6 6


AMANALI
COUNTRY CLUB & NÁUTICA



¡Vive los beneficios del Yoga!

DESDE CUALQUIER LUGAR



CiudadYOGA

- Practica Yoga a través de internet
- Elige el tipo de Yoga que más te guste
- Toma las clases las veces que quieras
- Tú decides a qué hora tomar la clase
- Cada semana una clase nueva
- Acceso a más de 175 clases grabadas

ft /ciudadyoga
síguenos

desde
\$3.84
USD/mes

Visítanos, conócenos y suscríbete:
www.ciudadyoga.com



EY

Construyendo un mejor
entorno de negocios

Tu carrera se verá enriquecida por la experiencia EY

Somos 175,000 colaboradores en 150 países sin fronteras, integrada, con equipos de alto desempeño y comprometidos con generar un mejor entorno de negocios.

Vive la experiencia
EY, únete.

[Facebook/EYMéxico](#)
[@eynewsmexico](#)
[ey.com/mx](#)

Cuida el ambiente. Aprovecha la tecnología y compártenos tu CV.

Reclutamiento.mexico@mx.ey.com

80 AÑOS
en México

EY
Auditoría | Asesoría de Negocios | Fiscal-Legal | Fusiones y Adquisiciones

© 2014 Mancera, S.C.
Integrante de EY Global
Derechos reservados

MEN'S

F A S H I O N



 *Gradúate con* **ESTILO**

Ven con tus amigos y obtén descuentos especiales.

 **SHOP ONLINE** www.mensfashion.com.mx     