

NUESTROS ANALISTAS DICEN: **Los Alimentos y la inflación**

Las consecuencias de la inflación mundial que vivimos y observamos ya han llegado a golpear fuertemente el bolsillo de las familias. El efecto ha sido abrumador, con precios que se han disparado hasta 200 por ciento en comparación con el nivel que tenían en 2021.

Por ejemplo, con datos del Índice Nacional del Precios al Consumidor, el precio de la harina se ha incrementado 14 por ciento, el de la leche ha subido 21 por ciento y el de la cerveza, 20 por ciento, en relación al año anterior. El aumento acumulado representa una pérdida en términos reales del salario y obviamente, ha significado que los consumidores han contraído su gasto o han modificado sus hábitos de consumo, ya sea comprando más a la larga ciertos productos o buscando bienes sustitutos.



¿Por qué está pasando esto? Los economistas coinciden en que esta es una inflación con un componente por el lado de la oferta. Es decir, que ante un fenómeno externo como el de la Guerra entre Rusia y Ucrania, el mundo está viendo escasez de materias primas para producir al nivel de consumo observado post pandemia.

El reto para los Bancos Centrales en el mundo es controlar esta alza de precios utilizando los instrumentos de política monetaria que tienen a su disposición, básicamente subiendo la tasa de interés. Esto significaría por otro lado, que, ante un mayor costo del dinero, los créditos estarían más caros, provocando un freno en el consumo y la inversión.

De manera histórica, por ejemplo, la Reserva Federal de Estados Unidos y el Banco de México, subieron ambos su tasa de interés en 75 puntos base. Esto generó una enorme incertidumbre en los mercados financieros, ocasionando la caída en los índices bursátiles y golpeando de manera colateral a empresas globales como Apple, que anunció que dejaría de contratar empleados durante 2023 ante una posible recesión mundial.

En una crisis siempre hay ganadores y perdedores. En nobis, te ayudamos a que comprendas los escenarios económicos y puedas ser de los primeros, ya sea diversificando tu mercado, haciendo un análisis técnico de tus áreas de oportunidad y, sobre todo, apoyándote con estrategias empresariales para que tus flujos puedan incrementarse.



Noticias

Ser jefe en verano: ¿castigo o trampolín?

<https://bit.ly/3PvNxI9>

Nearshoring, el futuro de la economía internacional

Los enormes problemas que enfrentan las cadenas de suministro en el mundo, los crecientes costos de transporte ante un alza en los combustibles y, sobre todo, la necesidad de reorganizar las cadenas de valor para las empresas internacionales, han obligado a la búsqueda de alternativas que permitan enfrentar un proceso de desglobalización y de mayor integración regional.

El nearshoring es una de esas estrategias, consistente en terciarizar ciertas partes de la producción o de la generación de valor por parte de las empresas a terceros, cuya posición geográfica esté más cerca de sus



México tiene al respecto una de las mayores ventajas competitivas en el mundo para ser la sede de muchas empresas que están moviendo gran parte de sus plantas fuera de China, pues además de tener la frontera con Estados Unidos, sus costos de operación son menores a los de otros países.

Esta puede ser una de las oportunidades para que el país pueda enfrentar la recesión económica que algunos especialistas avizoran que puede presentarse en el 2023 en Estados Unidos.

Datos de la Secretaría de Economía muestran que los flujos de inversión en el país han detonado el desarrollo de más de 34 parques industriales en Querétaro, Nuevo León y la Ciudad de México.

En este contexto, comprender las oportunidades de negocios ante este nuevo fenómeno, será crucial para lanzar productos y servicios especializados que requieren empresas del tamaño de Samsung, DHL o Daewoo.

¿Estás interesado en este tema? Consulta nuestro blog para conocer cómo podemos ayudarte a capitalizar estas oportunidades.



Noticias

Viajeros de negocios retoman el vuelo, Aeroméxico recupera 90% de nivel prepandemia

<https://bit.ly/3J2qxbg>

NOBIS EN EL MUNDO:

Participa Nobis en evento internacional en Boston.

En el marco de la reunión de ex becarios del Hub de Estados Unidos de la Fundación Friederich Naumann, el Director de la Unidad de Inteligencia Económica de nobis, Oscar Rivas Inzunza, asistió invitado como orador invitado para conversar con organizaciones y think tanks internacionales sobre el futuro de la economía, ante un escenario de alta inflación, posible recesión en Estados Unidos y el incierto panorama en el conflicto entre Rusia y Ucrania.



Entre los oradores invitados, estuvo Tim Murray, Presidente y CEO de la Cámara Regional de Comercio de Worcester, el Doctor Mathias Bauer Director del Centro Europeo de Política Internacional y Economía, y el Consejero Presidente para la República Checa en materia de digitalización y comercio, Jan Kesla.



Libro de Negocios del mes:

Jugarse la Piel.

Autor: Nasimm Taleb.

Nasimm Taleb es uno de los pensadores más innovadores en el mundo de los negocios. Su experiencia como corredor bursátil y su brillante carrera como inversionista le ha permitido tener una perspectiva bastante amplia sobre la incertidumbre en la economía. Autor del famoso libro “El cisne negro: el impacto de lo altamente improbable”, Taleb se ha convertido en un referente sobre el estudio del azar en las decisiones y movimientos de la economía.

En este libro, reflexiona sobre lo que implica el capital especulativo y el productivo y cómo un empresario o un emprendedor tiene que comprender y ponderar correctamente al riesgo y a la incertidumbre antes de tomar decisiones en entornos altamente complejos.



Noticias

9 pasos para elaborar tu modelo de negocio

<https://bit.ly/3PR4Ywb>



PERSONALIDAD DEL MES

Salim Baquedano

La digitalización en las empresas es hoy por hoy, fundamental para la eficiencia y la competitividad en un entorno tan volátil. Es por ello, que conversamos con Salim Baquedano, Socio Fundador de ADOC 365, quien además es especialista en Sistemas TI y quien recientemente conversó con nosotros en el Webinar “Súmate a la Transformación Digital”.



¿Cuáles son los retos de las empresas en materia de digitalización?

Hay dos retos, el primero es que hay una idea mal concebida de que la digitalización en la que entrar en una organización donde se están implementado diferentes softwares de diferente tipo, hay una percepción de que esto es muy alto en el precio. Entonces las personas y las empresas deciden no adoptarlos. Antes sí era así, pero ahora hay diferentes opciones de mercado que son bastante accesibles.

Otro reto importante es que hay una forma de pensar en donde la digitalización ha sido impulsada por los cambios fiscales, por lo que de manera obligatoria se tuvieron que conseguir esos softwares.

Y lo segundo es que hay un poco cultura de los beneficios de todo lo que se puede hacer con toda la información de valor que se tiene (precio, costo, clientes, información de compra) pero no se está sacando minería de datos, por lo que en términos generales estamos en una mina de datos que no estamos aprovechando. Es aquí donde entra el papel del consultor digital que ayuda a comprender el uso de la información.

¿Por qué es necesario incluir un CRM y un ERP a una empresa para sus operaciones?

Lo más importante es que una organización por la forma por la que se desarrollan sus operaciones, hoy más que nunca es importante digitalizar las operaciones porque la autoridad fiscal desea revisar este tipo de actividades. Una organización debe tener un ERP para cumplir con la Ley, pero también con ello podrá tener la información de la organización estará ordenada, con lo que se pueden tomar buenas decisiones.

Al conectar el ERP con el CRM podemos tener un diálogo entre el área operativa y el área comercial, para evitar el retraso en entregas, mantener una conversación productiva con el cliente y registrar todos los movimientos importantes.

El CRM me permite administrar la venta desde el inicio, con lo que puedo construir una historia del cliente, sus conductas y crear una relación importante. El ERP es mudo, pero tiene información y el CRM es voz.

¿Cómo pueden las Pymes beneficiarse de los algoritmos de las redes sociales?

Las redes sociales debo entenderlas como grandes mercados, son las nuevas plazas, son las nuevas tiendas departamentales, donde uno entra y convive con otras personas y sobre todo, con tiendas. Estos algoritmos conducen a las personas de acuerdo a sus características a una parte de ese mall.

Siempre hay que tener un departamento que me permita saber cómo comunicarme en ese mall, elegir las palabras adecuadas y el atractivo. Poner una foto y un texto no es suficiente, eso no es aprovechar la herramienta y esto no funciona.

Tienes que tener una narrativa, es decir que tu estrategia de mercadotecnia debe tener una lógica, lo que me permite conocer al cliente y saber cuáles son sus necesidades, mientras más sepas el perfil de tu cliente, más posibilidades tienes de mantenerlo contigo. El algoritmo funciona desde que tu entras, el algoritmo puede entender si le mientes, por eso es mejor tener una estrategia orgánica, por lo que hay que construir comunidad dentro de tu comunidad. Tenemos que aprovechar las redes sociales para evitar ser invasivos de la privacidad de los clientes, lo que por sí mismo ya genera rechazo comercial. Lo más importante es tener una narrativa. Hoy tener una página web es fundamental y tener contenido de valor en Facebook. Si orgánicamente tienes más seguidores, el algoritmo te va ayudar, si te brincas ese proceso, el algoritmo va a evitar que puedas usarlo.

La sinapsis solo funciona cuando rompes paradigmas.

5. Libro favorito.

Marketing Permisivo.
Seth Godin.



Somos una empresa dedicada a la **protección de las empresas, organizaciones e instituciones** del sector público, que protege su planta laboral, a quienes la visitan, al **medio ambiente y a la inversión**, con la implementación de acciones de **prevención, mitigación y atención de emergencias**, bajo un trabajo colaborativo, eficiente y flexible.