

NEGOCIOS Y EMPRESAS

ENTREVISTA CON RAMÓN BECERRA, DIRECTOR COMERCIAL DE LAZZAR UNIFORMES

Compiten con productos de calidad y valor agregado



ÉXITO. Desde que en 2001 fabrican uniformes a industrias, restaurantes y otros giros empresariales, Lazzar ha crecido como la espuma, revela Ramón Becerra.

A través de Alibaba, la empresa jalisciense ha logrado expandir su negocio a Estados Unidos

Añaden diseño, innovación, tecnología y marketing a un sector enfocado a la maquila

Hace cinco años, Ramón Becerra, director comercial de Lazzar Uniformes, leyó un artículo de Jack Ma, el fundador de Alibaba, donde decía que esta empresa conectaba a los proveedores chinos con los compradores estadounidenses y de otros países.

“Yo traté de entrar y en ese momento prácticamente fue imposible porque me canalizaron con China y no me dejaron. Busqué por todos lados y no pude”, recordó.

Sin embargo, con el paso de los años Alibaba lo buscó y le facilitaron las cosas para que pudiera entrar al mercado estadounidense.

“Para mí Alibaba es la puerta de entrada para un mercado que para nosotros es crítico como región que es Estados Unidos, los compradores de ese país ya están en la plataforma y están buscando proveedores. Antes los buscaban de China y ahora los buscan de México, porque vieron que esa demanda presente”, comentó Becerra.

Explicó que en esta plataforma de comercio electrónico, los proveedores de México están compitiendo con China, la India y otros países principalmente asiáticos, pero lo hacen no por el precio, sino añadiendo valor agregado a los uniformes.

“Por precio no vamos a competir, pero sí vamos a competir con nuestro valor agregado, con innovación, tecnología, diseño, marca con mejores materiales y con disponibilidad y visibilidad en diferentes plataformas”, aseguró Becerra.

Agregó que estas plataformas sirven como herramienta para posicionar los productos mexicanos en el extranjero.

“Mi experiencia ha sido positiva, conforme sigue avanzando ha ido mejorando, Mi invitación para los empresarios mexicanos es que se la crean, que pueden competir no solamente con maquila o precios baratos sino con valor a través de marca, innovación y tecnología. Lo podemos hacer y lo estamos haciendo, hay empresas mexicanas que lo están haciendo”, agregó.

Una trayectoria sólida

Fue en el 2020 cuando Lazzar Uniformes empezó a vender a Estados Unidos y desde entonces ha crecido consistentemente en los últimos años.

“Empezamos muy fuerte en pandemia, luego tuvimos un bajón y este año traemos un crecimiento muy importante debido a una combinación de estrategias”, precisó.

Lazzar Uniformes nació en 1986 fabricando shorts para empresas y en 2001 incurrieron en la fabricación de uniformes ejecutivos, empresariales, industriales, de

empresas de seguridad, para restaurantes y el sector médico.

“En 1994, durante la crisis, comenzamos a exportar a diferentes marcas como Nike, Adidas y Dupont, pero en 2001 se detecta que no había una buena oferta en este nicho y decidimos cambiar”, recordó.

Actualmente cuentan con 29 mil clientes en México y Estados Unidos y representantes en 15 ciudades mexicanas. Lazzar Uniformes genera alrededor de 200 empleos de manera directa.

En la empresa, los colaboradores reciben sueldos al doble del mercado, cuentan con apoyos para estudiar, seguros de gastos médicos privados, fondos de ahorro, entre otras prestaciones.

“Nuestro nicho es que todos los que estén en nuestra cadena de valor ganen, nuestra mentalidad es generar valor”, afirmó Becerra.

El empresario asegura que mantenerse en el mercado durante varios años no ha sido fácil, pero con estrategias lo han podido lograr.

“El principal reto ha sido enfocarme en calidad, durabilidad, confort, estar innovando en productos y procesos en el giro que estés si tienes esta mentalidad para estar escuchando lo que te piden y te permite estar creciendo y el reto puedes pensar que a lo mejor los de costo bajo es una competencia pero si estas agregando valor no importa”, concluyó.

Lazzar Uniformes genera 200 empleos directos, tiene presencia en 15 ciudades y cuenta con 29 mil clientes en México y Estados Unidos

PYME DE LA SEMANA INFOSECURITY

Ayuda a prevenir los ciberataques a empresas

Con la premisa de que cualquier empresa, sin importar su tamaño, puede ser víctima de un ciberataque, nació Infosecurity, que ayuda a mejorar la ciberseguridad de las empresas de todos los sectores económicos con las mejores prácticas y productos.

“Hay empresas que hacen una inversión en el tema de ciberseguridad, pero no cualquiera está exenta y algo en lo que nos hemos dado cuenta es que no se trata de si te van a atacar o no sino cuándo, por eso hay que protegerlos lo más que podemos”, explicó Atziry Hernández, directora de operaciones.

La empresaria nació en León, Guanajuato, pero estudió en Guadalajara la Licenciatura en Negocios Internacionales por el Tecnológico de Monterrey y complementó su formación con una Maestría en Logística Internacional y Cadena de Suministro en la Universidad Iberoamericana.

Durante varios años, Hernández estuvo trabajando en la industria automotriz, primero en la empresa Volkswagen de México y luego en ArcelorMittal en Guanajuato.

En sus años de estudio, Hernández Carrillo le entró la curiosidad por incursionar en la parte empresarial y decidió laborar en la empresa que fundó su padre en León.

Ella quería enfocarse en el sector de tec-

nología, ya que en la maestría veía temas como el blockchain, el internet de las cosas y la ciberseguridad. Decidió apoyar a la empresa familiar Infosecurity, que tenía más de 18 años de experiencia en ciberseguridad preventiva, y abrió una oficina en Guadalajara.

“Desde hace tiempo le había comentado a mi papá que yo quería entrar a trabajar, pero me pidieron que trabajara en lo que había estudiado”, compartió.

Actualmente Infosecurity tiene oficinas en León, Guadalajara y Querétaro.

“Lo que hacemos es ayudar a prevenir ciberataques, que hoy en día que se han multiplicado”, declaró. “Los ciberataques no se pueden evitar al 100%, pero sí se pueden prevenir con las correctas implementaciones, un buen seguimiento y soporte técnico”.

Atziri Hernández explicó que cada vez más los ataques son más letales por lo que se deben implementar herramientas más sofisticadas ya que cualquier tipo de empresa puede caer sin importar su tamaño (micro, pequeña, mediana o grande).

“Vemos que hay suplantación de identidad, es más fácil que la gente caiga y el eslabón más débil en la cadena es el contacto que tiene la persona con la computadora”, definió la ejecutiva de Infosecurity.



ATZIRI HERNÁNDEZ. Su experiencia en áreas de logística del sector automotriz le permitió aportar experiencia, talento y capacidad a Infosecurity.

NUEVO RETO
Líder de jóvenes empresarios de Coparmex Jalisco

El pasado 30 de abril, Atziri Hernández Carrillo tomó protesta como presidenta de Jóvenes Empresarios de Coparmex Jalisco.

Su plan de trabajo es ayudar a los jóvenes a fortalecer sus redes de negocios dentro y fuera de Coparmex y también con otros grupos empresariales con instituciones gubernamentales.

Comentó que también trabajará en acercamientos a los fondos de financiamiento para los

FINANZAS PERSONALES



INTERNET. Es un campo fértil para el fraude y la suplantación de identidad de menores de edad.

Protege a los niños del robo de identidad

La compañía de software en ciberseguridad, ESET, advierte que el robo de identidad se ha convertido en una preocupante amenaza y que los más pequeños podrían ser los más vulnerables.

Según la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos, los ciberdelincuentes suelen dirigirse a los niños, aprovechándose de su historial crediticio impecable y la posibilidad de que el robo pase desapercibido durante mucho tiempo. Esta situación podría acarrear dificultades financieras en el futuro de niños, y recomienda a padres, madres y tutores a asumir el papel de protectores frente al robo de identidad y fraude.

ESET compartió cuatro efectos negativos del robo de identidad infantil en las finanzas familiares:

- 1. Caos crediticio:** el cibercriminal podría usar la identidad del menor para abrir líneas de crédito, pedir dinero prestado o acumular deudas considerables, dejándolo con una mala calificación crediticia. Esta situación a su vez podría afectar su capacidad para solicitar préstamos o hipotecas en la vida adulta.
- 2. Antecedentes penales:** en algunos casos, el ladrón utiliza la identidad robada para llevar a cabo actividades ilegales, lo que podría generarle al niño antecedentes penales.
- 3. Impacto en el empleo:** un historial crediticio dañado puede influir en futuras oportunidades laborales del niño, ya que algunos empleadores realizan comprobaciones de crédito como parte de su proceso de contratación.
- 4. Daño emocional:** descubrir un robo de identidad puede causar mucha preocupación y estrés tanto al menor como a su familia.

Existen medidas que se pueden tomar para asegurar la protección tanto del mundo online como de la identidad de los más chicos. A continuación, ESET comparte una lista de medidas prácticas para tener en cuenta:

- a) Mantener los secretos en secreto:** asegurarse de guardar bajo llave los documentos confidenciales, como certificados de nacimiento y tarjetas de seguridad social de los menores. Además, tener precaución al proporcionar sus datos personales, y hacerlo solo cuando sea absolutamente necesario.
- b) Educar a los niños:** asegurarse de que conozcan la importancia de la privacidad y los riesgos de compartir información personal. Esto incluye tener buenos modales en Internet, detectar estafas de suplantación de identidad y comprender el peligro de entablar conversaciones con desconocidos.
- c) Supervisar la red:** acompañar el uso que los niños hacen de Internet y asegurarse de que sean cautelosos con lo que publican. Configurar adecuadamente la privacidad en las redes sociales para proteger su identidad.