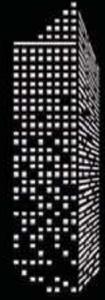


EMPODERAMIA



MUJER INTELIGENTEMENTE ACTIVA

**¿CUÁNTO
RENDIMIENTO
DEBO ESPERAR DE
MIS INVERSIONES?**

CLAUDIA SALAZAR

**ERICK
GUERRERO**

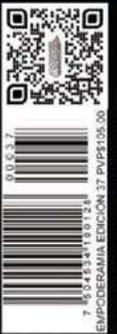
"El analista financiero de México"

PANORAMA 2023

+MILITARIZACIÓN

**BOMBA
DE TIEMPO
LA CRISIS
ECONÓMICA**

EDITH BELMONT



Beatriz
Méndez García

Las diversas facetas de una empresaria en México

NUEVO RANGE ROVER SPORT

VICERAL, ESPECTACULAR,
IMPLACABLE



ABOVE & BEYOND



LAND ROVER PUEBLA

Boulevard Atlixáyotl No. 5719 Puebla, Puebla.

T. 222 225 2500

C. 222 441 2171

puebla.landrover.com.mx /landroverpue /landroverpue

5 LAND ROVER CARE
AÑOS PLAN DE MANTENIMIENTO

5 AÑOS DE MANTENIMIENTO
BÁSICO INCLUIDO⁽¹⁾

⁽¹⁾ El plan Land Rover Care es válido durante los primeros 5 años (limitado a 5 mantenimientos básicos) o 70,000 kilómetros para vehículos con motores a gasolina 2 litros turbo cargados o 130,000 kilómetros para vehículos con motores a gasolina V6 y V8 sobrealimentados. Las revisiones deben ser realizadas en intervalo de 1 año o 13,000 kilómetros, lo que ocurra primero, para vehículos con motor a gasolina V6 y V8 sobrealimentados con tolerancia de 1 mes o 1,000 kilómetros entre las revisiones. La no realización de las revisiones dentro de los plazos establecidos por Land Rover así como servicios realizados en concesionarios no autorizados por Jaguar Land Rover México puede llevar a la cancelación del plan denominado Land Rover Care.



BMW X5 HÍBRIDO CONECTABLE.



Llega Agosto a **NAOSA PUERTO VALLARTA** y con ello, la oportunidad de sumarte a la nueva era de movilidad BMW, con el nuevo X5 Híbrido Conectable.

La evolución de la movilidad experimenta una conducción deportiva con gran rendimiento.

Estrénalo durante agosto con:

Hasta
18 meses + 0% comisión + 5 años
sin intereses. por apertura. de mantenimiento total sin costo.

Naosa Puerto Vallarta
Carretera a Tepic #5755
Col. Las Juntas
C.P. 48290. Puerto Vallarta, Jalisco.
(322) 176.02.50
[f](#) [@bmwnaosapv](#)



¡Contáctanos aquí!

Consulta modelos y versiones disponibles, vigencia, términos y condiciones, aplican restricciones. La marca BMW y sus logotipos son marcas registradas de BMW AG y se encuentran licenciadas a favor de BMW de México, S.A. de C.V., ubicado en Torre Park Plaza III, Javier Barrios Sierra 495, piso 14, C.P. 01376, Colonia Santa Fe, Ciudad de México.. **Imágenes de carácter ilustrativo.**

(1) CAT PROMEDIO 0.8% SIN IVA Informativo calculado al 1 de julio de 2022. Tasa de interés anual y fija del 0%. La promoción aplica para BMW X5 xDrive45e 2022 & 2023. Válido con el 30% de enganche y en un plazo de 18 meses. Sujeto a aprobación de crédito, ofertado por BMW Financiamiento de México, S.A. de C.V., SOFOM, E.N.R. para su constitución y operación no requiere autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público; sin embargo, está sujeto a la supervisión de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, únicamente para efectos de lo dispuesto por el artículo 56 de la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares del Crédito. Vigente del 1 al 31 de Agosto de 2022. Para mayor información sobre términos, condiciones, comisiones y requisitos de contratación consulta la página: [bmwfs.com.mx](#). Mantenimiento Total BMW con una combinación de 5 años o 60,000 km, lo que suceda primero. Para más información, términos y condiciones, consultar con tu Distribuidor Autorizado BMW o visitar [bmw.com.mx/mantenimientototalbmw](#). La marca BMW y sus logotipos son marcas registradas de BMW AG y se encuentran licenciadas a favor de BMW de México, S.A. de C.V. **Imágenes de carácter ilustrativo**

Desconéctalo y condúcelo.



Conoce nuestra nueva línea 2023

 (222) 290 7567  (221) 178 2800

 Suecia Car Puebla
 @sueciacarpueblaoficial
www.sueciacarpuebla.com

Blvd. Niño Poblano #2501 Colonia Reserva territorial Atlixcáyolt Puebla
C.P. 72190



Compramos tu estrella, somos los expertos.

Somos tu mejor opción, contamos con amplia experiencia y trayectoria que nos respaldan:

- Total seguridad.
- Excelente oferta.
- Atractivas opciones.

Reyes Huerta

Mercedes-Benz Serdán Blvd. Hermanos Serdán 194, Puebla.
Tel. y WhatsApp: (222) 7 98 44 00

@MercedesBenzPuebla @mb_certifiedpuebla

@mb_reyeshuerta

www.mercedes-benz-reyeshuerta.com.mx



Por ser lector de EmpoderaMIA obtén un regalo sorpresa al vendernos tu vehículo.

*Imágenes de carácter ilustrativo. Sujeto a cambios sin previo aviso. Vigencia al 31/10/2022. Consulta términos y condiciones con tu asesor de postventa. Beneficio al mencionar la publicación.





iconique 

DISPONIBLE EN:



Tienda en línea

www.iconique.com.mx

*Saks
Fifth
Avenue*

Av. Prolongación Vasco de
Quiroga 3800 Col. Mina Antigua
Totoloapan
CP 05109
(5255) 5246 4800

*El
Palacio de Hierro*

Anillo Periférico 4690
Jardines del Pedregal de San
Ángel, 04500
Ciudad de México, CDMX
(55) 1478 3262

Editorial



Ana María Sánchez S.



Pilar Conesa S.



Ana María Choquehuanca



Estrella Canteli



Ruthie DiTucci



Edith Belmont



Ana Montero



Flor Núñez Sotelo



Paula Saukko



Edurne Ochoa

Septiembre es el mes patrio en México, y lo celebramos con diversas ceremonias, premiaciones y reconocimientos. Sin duda nuestra historia está colmada de celebridades que recordamos con solemnidad, con honores, y tras el recuerdo de sus vidas de honor y servicio a la patria, nos sirven de ejemplo para continuar nuestro trayecto de vida.

Es en este mes de septiembre que renovamos nuestro Consejo Editorial, y nos complace presentarles en esta ocasión a las renombradas mujeres que lo integran, quienes con una trayectoria profesional impecable, en un gesto de sororidad admirable, han aceptado participar visiblemente con la gran causa del empoderamiento de la mujer, y son ejemplo de esfuerzo, tenacidad, valor, y sororidad.

Extendemos nuestro agradecimiento a quienes guiarán con sus consejos y recomendaciones a nuestra querida Empoderamia, a partir de este mes patrio:

Ana María Sánchez Sánchez Vicepresidenta Mundial para América Latina de FCEM; Pilar Conesa Santamaria, Comisaria de Smart City Expo World Congress; Ana María Choquehuanca, Presidenta de la Asociación Nacional de Gremios de Pequeña Empresa (Asociación Pyme Perú); Estrella Canteli, Presidenta de OMEB, Organización de Mujeres Empresarias de Bolivia; Ruthie DiTucci, Directora de Syndicated News SNN.BZ y Syndicated News.Net noticias con sede en Miami; Edith Belmont, Asesor Financiero Internacional; Ana Patricia Montero Rosano, Directora Ejecutiva del corporativo Tribuna Comunicación; Flor Núñez Sotelo, Coach Financiero y de Seguros; Edurne Ochoa Ledesma Consultora ComPol con perspectiva de género, D.D. H.H. y Presidenta de "33 Mujeres"; y Paula Saukko de Murrieta, Delegada Estatal de la Cruz Roja Puebla.

Auguramos un futuro lleno de éxitos con su participación y vinculación.

Nuestra portada se engalana con una empresaria multifacética: la Dra. Beatriz Méndez García, quien ha sabido sortear los embates de la tormenta llamada covid, y nos demuestra que las mujeres podemos ser ejemplo de éxito en los negocios.

Nuestros increíbles escritores les comparten los análisis más actuales de la realidad de los negocios y en nuestra entrevista central, el Analista Financiero de México: Erick Guerrero, nos advierte claramente como prepararnos para lo que viene...

Les recuerdo la posibilidad del acompañamiento del equipo Empoderamia en sus eventos empresariales, la invitación abierta a participar en nuestros congresos, y la apertura a apoyar a los emprendedores, júnanse y formen parte de Empoderamia!

6^e Congreso Mundial FCEM 2022

Del 2 al 4
de Noviembre 2022

Marrakech-Marruecos



UN CRECIMIENTO SOSTENIBLE MÁS FUERTE, JUNTOS
STRONGER SUSTAINABLE GROWTH, TOGETHER





EN PORTADA

Beatriz Méndez 16

CONSEJO EDITORIAL

Estrella Canteli
Paula Saukko de Murrieta
Eduarne Ochoa

Ana María Sánchez S.
Ana María Choquehuanca
Pilar Conesa
Ana Patricia Montero R.

Ruthie Di Tucci
Edith Belmont
Flor Núñez Sotelo

DIRECTORIO

Mariana Díaz Jiménez
Dirección General

Eduardo Rodríguez Morales
Dirección Editorial

Valeria Valera Ramírez
Dirección de Arte

Israel Rosales Méndez
Dirección Creativa

Luz Ma. Alonso Samperio
Dirección de Recursos Humanos

Jorge Jiménez Luis
Dirección Jurídica

Alejandra Verónica Arronte Chávez
Telemarketing

Mariana Luna Díaz
Dirección de Estrategia Comercial

GPF Asesoría de Negocios
Asesora Jurídica

Layú Atravesando Tus Sentidos SA de CV
Fotografía y Video

22 **¿CUÁNTO RENDIMIENTO DEBO ESPERAR DE MIS INVERSIONES?**

CLAUDIA SALAZAR CAJICA

26 **BOMBA DE TIEMPO**

EDITH BELMONT

30 **BUENOS HÁBITOS FINANCIEROS**

FLOR NÚÑEZ SOTEL & JOEL MENDOZA

34 **LA MODA EN LA ECONOMÍA**

JAVIER ALVARADO

38 **EL MODO ABC PARA COMPROMISOS EFECTIVOS**

RAÚL TELLO VELÁZQUEZ

42 **MARKETING DIGITAL**

MA. EUGENIA PANGANIBA

48 **LA REALIDAD ECONÓMICA DE MÉXICO**

ERICK GUERRERO ROSAS

ENTREVISTA

INVITACIONES DE VIGILANCIA PROFUNDA DEL SAT 54

RUBÉN RODRÍGUEZ LAUREÁN

ECOSISTEMA CRIMINAL 56

CARLOS MÉNDEZ

EL CONTRIBUYENTE NO SIEMPRE ESTÁ OBLIGADO A ASISTIR ANTE EL SAT 58

MARCO ANTONIO OLCUÍN MARTÍNEZ

CENTROS DE ENERGÍA 62

CLAUDIA DÍAZ JIMÉNEZ

MOORE MÉXICO 64

IX ENCUENTRO DE EMPRESARIAS Y EMPRENDEDORAS DEL CONTINENTE AMERICANO 66

MUJERES CON ALTURA

IBTM AMÉRICAS 68

GUELAGUETZA 2022 70

90 ANIVERSARIO DEL HOMENAJE RACIAL



Fotografía:
Layú Publicidad
Makeup:
Ig: @josephjram



Beatriz
Méndez García

La Doctora Honoris Causa Sergy Beatriz Méndez García, es una mujer empresaria destacada en diversos círculos sociales en México por su labor altruista y su incansable trayectoria humanista. Es Licenciada en Derecho y Maestra en Gestión y Administración en Salud Pública y en Educación, presidenta del Club Rotario Águila Real en la Ciudad de México, directora general del Centro de Capacitación Santa Cecilia S.C., terapeuta de la salud en colaboración con el Dr. Gerardo Martín González López, en atención con inductores de regeneración celular. Autora del libro: El poder de Dios, a través de su instrumento "El Médico". Es ejemplo de una mujer mexicana aguerrida, imparables, y patriota.

Soy una mujer sencilla, de familia humilde, mis padres desde pequeña me enseñaron a trabajar y a ayudar a los demás; soy detallista con las personas cercanas a mí, soy perfeccionista y nunca me doy por vencida en los objetivos que me propongo: nunca me dejo vencer por nada; mis dos hijos son el sostén de vida, me impulsan, están siempre pendientes de mí como yo de ellos, creo que mis enseñanzas y mi dedicación han forjado grandes seres humanos. Me preocupa mucho el hecho de que algunos niños y jóvenes en situación vulnerable no tengan un alimento en su mesa, o incluso la oportunidad de estudiar, es una esencia de mi personalidad siempre pensar en los demás.

Combino mis tareas diarias de trabajo con mi actividad como Asesora, y el ser Rotaria Paul Harris del Distrito 4170 CDMX es una de las actividades que me ha llenado de satisfacciones: aprender los valores que nos unen a los Rotarios, el poder ayudar a los más vulnerables, a través de sus donaciones. Las jornadas de trabajo, la solidaridad de los Rotarios, su tiempo, su esfuerzo, no son labores sencillas.

La fortaleza que me acompaña siempre es la fe que tengo en Dios, la confianza que tengo en mi misma,

Fotografía:
Layú Publicidad
Locación:
Agata Hotel
Boutique & Spa
Makeup:
Ig: @Bride'Splendor



“Debemos soñar y volar alto,
pero sin quemarse las alas.”

Lic. Beatriz Méndez García



y por supuesto la fuerza interior que poseo; si me equivoco, siempre sé reconocer mis fracasos y mis logros, siempre persisto hasta que me queden bien las cosas.

La mejor decisión que he tomado en mi vida, fue el saber y ubicar realmente quienes son en verdad, amigos, y quienes no son amigos, aunque te quedes con uno, pero que sea bueno y honesto, eso me ha permitido estar con la gente que me quiere y la gente que yo quiero; siempre tengo presente que debo alejarme de la gente que no me quiere, es una de las mejores decisiones que he podido tomar de forma personal, a veces el cariño de las personas te confunde, uno piensa que las cosas que pasan son buenas, cuando realmente no lo son, siempre valoro las amistades verdaderas, porque en muchas ocasiones son personas que llegan para quedarse y ayudarse de forma mutua. En mi vida profesional una decisión muy certera que tome fue el trabajar sola, luchar sola, ser responsable, tener disciplina, tener puntualidad y el saber que mi palabra empeñada conlleva compromiso, me ha ayudado a descubrir nuevos caminos.

Soy asesora y he tenido muchos retos, por eso me he preparado mucho en la parte emocional, intelectual, académica, y creo en todo lo que el universo nos da; me guio mucho por lo que el cuerpo piensa, por lo que siente, por lo que quiere, las personas debemos pensar, sentir y actuar con una buena coordinación, esto me ha ayudado mucho en mi trabajo para entender, las barreras de

las personas que yo asesoro, cada persona es diferente, debemos aprender a conocer a las personas emocionalmente para poder entenderlas, un reto importante que he tenido en la vida es conservar la lealtad y amistad por 20 años con la persona con quien yo trabajo, he logrado encontrar esa esencia, y puedo ver que ahora da frutos.

Un consejo que puedo dar y por supuesto me ha servido en la empresa, es que: la empresa es como es, pero lo fundamental para la empresa es el cliente, debemos tratarlo como la parte más frágil de la empresa, ya que son quienes marcan la pauta, uno como empresario debe cubrir sus necesidades reales y esa atención nos llevará a tener éxito; debemos brindar experiencias positivas a los consumidores y esto nos traerá la lealtad del cliente y con ello mayores ganancias, un cliente satisfecho es garantía de que va a recomendar nuestro servicio o producto. Algunas empresas recurren a expertos para capacitar a su personal, esto es algo muy bueno que beneficiara a la empresa, el contar con el apoyo de alguien que pueda marcar la diferencia en el trabajo de la compañía, es una buena opción. Pero ojo: no porque se venda mi producto o servicio bastante, debemos confiarnos, todos los clientes son iguales y todos tienen el mismo privilegio, por lo tanto, se les debe brindar la misma atención, si cuidamos al cliente, podemos tenerlo por toda una vida, y posteriormente te traerá a más clientes, si un cliente te da a ganar un peso, debes valorarlo y más ahora que hay escasez.

“Pensar,
sentir y actuar
profundamente
las cosas”

Lic. Beatriz Méndez García



Fotografía:
Layú Publicidad
Locación:
Agata Hotel
Boutique & Spa
Makeup:
Ig: @josephjram

“Me gusta servir,
Servir a otros
me hace sentir el
corazón lleno.”

Lic. Beatriz Méndez García



Fotografía:
Layú Publicidad
Locación:
Agata Hotel Boutique & Spa
Makeup:
Ig: @Bride'Splendor

“El trabajo es mi fortaleza para enfrentar cada reto.”

Lic. Beatriz Méndez García



Traje de Gala de Tabasco
Por Lic. Darbelia Oceana
Fotografía:
Layú Publicidad
Makeup:
Ig: @josephjram



Mi objetivo es seguir trabajando por mucho tiempo en lo que amo hacer, realmente me gusta estar ocupada en mis actividades, estar creando cosas nuevas, mucha gente es conformista y le gusta vivir de lo poco o mucho que llega a sus manos, pero cuando realmente el trabajo te gusta, nunca lo dejas, para mí el trabajo es un privilegio, un hobby, salud mental y física. La meta que tengo en mente es internacionalizarme, cruzar fronteras, Europa es mi meta, como saben lo que me apasiona es ayudar a los niños, el internacionalizarme me ayudara a ser parte de otras asociaciones o instituciones que tienen programas enormes de nivel internacional, sería bonito conocer el mundo apoyando a la gente que lo necesita, apoyar en las necesidades que tienen otros países... eso se puede lograr en México, no es necesario salir del país, ya que todo se puede hacer desde aquí, pero siempre es bueno conocer lo que se hace en otros lados para poder aplicarlo en nuestro país; mi meta sigue en pie y espero pronto poderlo lograr, aunque he de decir que me han hecho ya la invitación, pero por una u otra cosa no he podido aceptar, estoy esperando la oportunidad indicada para poder dar ese gran salto.

Yo como rotaria, y siendo presidenta del club Rotario Águila Real 2022 - 2023 realizo diferentes eventos para los niños, para el adulto mayor, ayudar a estas personas es parte de nuestra labor social, en mi caso, me llena de satisfacción y éxito el ver a las personas recibiendo el apoyo, labor que hacemos nosotros como club rotario.

Por ahora soy feliz aquí en México, amo lo que hago.
¿Qué si he pagado el precio del éxito? ¡Claro! Claro, que lo he pagado y de una forma muy fea, hace un año me dio COVID y estuve muy grave, en terapia intensiva por mes y medio, logré superarlo, así sucede, tener el estrés del trabajo hace que te enfermes, lo pagas con tu salud, nada es gratis, por ahora trato de llevar tranquilamente las cosas, debo de cuidarme para no recaer.

Siempre trato de combinar mis actividades diarias, empato mi vida personal con el trabajo y por su puesto la labor social, siempre trato de que las 3 cosas vayan de la mano, eso me ayuda a agilizar mis resultados, siempre invito a mis amigos empresarios a que se unan a la labor de ayudar, que compartan de todo lo que dios les da, hay personas que nunca han tenido la fortuna de comer algo rico, hay que pensar en la gente que lo necesita y ya verán que la recompensa de hacer labor social siempre llega, entre más nos sumemos, más podemos hacer, a veces la necesidad la tenemos enfrente o a un lado de nuestra casa, podemos empezar desde ahí, una motivación que tengo para seguir adelante, son los niños con capacidades diferentes, debemos apoyarlos, a sus familias, la satisfacción es tan grande que vale la pena. ■



Fotografía:
Layú Publicidad
Locación:
Ágata Hotel
Boutique & Spa
Makeup:
Ig: @Bride'Splendor

¿CUANTO RENDIMIENTO DEBO ESPERAR DE MIS INVERSIONES?



Por MAE Claudia Salazar Cajica
Master Trainer Especialista en Estrategias de Inversión, conferencista CEO de Merithia. FB Merithiamx

Cuando les enseño a mis clientes este maravilloso mundo de las inversiones y las herramientas que deben considerar para tomar decisiones de inversión, una de las primeras preguntas que me hacen es Claudia, ¿Cuánto rendimiento debo esperar de mis inversiones?

Como te lo he hecho saber en artículos anteriores, considerar tu perfil de inversionista es una de tus principales responsabilidades para empezar a trabajar tu dinero en este mágico y misterioso sector.

Haciendo un resumen de las características principales de los perfiles recordarás que existen tres diferentes. El conservador que no está dispuesto a ver minusvalías en su capital, el moderado que podría tolerar una pequeña disminución y el agresivo que no le inquieta que ese dinero, desapareciera por riesgos inherentes a los instrumentos financieros en los que decidió invertir.

A los 10 lectores interesados en conocer su perfil, GRATIS, pueden escribirnos un mensaje a nuestro Instagram (merithia.mx) y con gusto les mandamos el cupón para realizar la evaluación.

Si bien, esta pregunta es importante, yo no la considero relevante, porque antes de saber cuánto rendimiento debes esperar de tus inversiones deberías preguntarte primero qué tanto riesgo estás dispuesto a tomar porque en la mayoría de los casos el riesgo está relacionado con el rendimiento.

Para las personas que apenas se están familiarizando con estos conceptos financieros, me gustaría explicarles que riesgo, es el porcentaje de dinero que puede disminuir o qué puedes perder. Es importante, que identifiques la diferencia entre los términos: minusvalía - plusvalía con los términos: pérdida - ganancia.

Mientras no saques el dinero de tu cuenta de inversión, se considera que tienes minusvalía cuando el precio de los títulos de inversión es menor al precio que compraste y de la misma manera, plusvalía es cuando el precio de los títulos es mayor al precio de compra. Cuando decides retirar tu dinero con minusvalía se considera pérdida y cuando lo decides retirar con plusvalía se considera ganancia.

Una vez que identificas en tu perfil de inversionista cuál es tu tolerancia al riesgo, podrás decidir qué instrumentos de inversión son los más adecuados para hacer crecer tu dinero.

Otro factor a considerar es que los rendimientos pasados de cualquier instrumento de inversión NO GARANTIZAN ningún rendimiento futuro. Con esto me refiero a que nunca debes basar tus decisiones de compra en el rendimiento histórico.

A continuación, te muestro un ejemplo de los rendimientos de diferente fondo de inversión de Renta Variable de Actinver, donde claramente muestra que en el 2021 el fondo MAYA generó un rendimiento anual del 20.92%. Sin embargo, el acumulado a lo que va de este 2022 es del -11.72%. Para más información al respecto, visita: <https://www.actinver.com/hoja-de-precios-rendimientos>

ASSET MANAGEMENT | Actinver **Reporte diario FONDOS TRADICIONALES DE ACCIONES EN PESOS** viernes, 15 de julio de 2022

FONDO	Último Precio	Día	Acum. Mes	Jun-2022 (Mes)	Acum. 2022	12 meses	2021 (año)
ACTIVAR							
Pasivo indizado al IPC de la BMV. Personas Físicas							
B	84.054399	-1.54%	-1.70%	-8.18%	-11.52%	-4.37%	21.28%
ACTICRE							
Activo. Invierte en un portafolio de empresas con importante subvaluación y amplio potencial de crecimiento. Personas Físicas							
B	17.82969	-0.33%	-1.60%	-0.25%	-9.75%	-12.38%	15.65%
MAYA							
Activo. Mejores ideas de inversión. Personas Físicas							
B	35.0821964	-1.76%	-1.63%	-7.47%	-11.72%	-5.94%	20.92%
ACTINMO							
Activo. Fibras y acciones de empresas del sector inmobiliario del mercado bursátil mexicano. Personas Físicas							
B	32.960456	-1.00%	4.62%	-2.57%	2.64%	0.11%	-5.59%

Ahora que ya sabes que el riesgo y el rendimiento son claves en una inversión financiera, te voy a enseñar dos herramientas muy valiosas que te pueden ayudar a conocer la rentabilidad simple y anual de tu inversión.

Rentabilidad Simple
En este cálculo se considera el valor final e inicial de la inversión y los dividendos, sin embargo, en la inversión de bonos, los dividendos se cambian por los intereses. La fórmula sería la siguiente:

$$\text{Rentabilidad simple} = \frac{(\text{Valor final de inversión} - \text{Valor inicial de la inversión}) + \text{Dividendos} \times 100}{\text{Valor inicial de la inversión}}$$



Para poner en práctica la fórmula anterior, supongamos que el inversionista A invirtió \$100 pesos y a final del año recibió \$120 pesos. La ganancia sería de \$20 pesos. El inversor B invirtió \$250 pesos y su ganancia a fin de año fue de \$280 pesos. La ganancia sería de \$30 pesos. A simple vista el inversionista B obtuvo mayores ganancias, pero la realidad es que el inversionista A obtuvo mejores rendimientos, ya que al aplicar la fórmula se obtiene lo siguiente:

Inversionista A.

Rentabilidad simple = $(120 - 100) + 0 \times 100 / 100 = 20\%$

Inversionista B.

Rentabilidad simple = $(280 - 250) + 0 \times 100 / 250 = 12\%$

Por tanto, el inversor A obtuvo un mayor beneficio (20%), con respecto al inversionista B (12%).

Rentabilidad Anual

Aquí se aplica la misma fórmula de rentabilidad simple, pero con el valor inicial de inversión del año 1 y el valor final de la inversión del año 2. Una vez calculada, se debe aplicar la fórmula de rentabilidad real por cada año para incluir el efecto de la inflación y tener un cálculo más preciso.

Para obtener la rentabilidad real, primero se tendrá que calcular la rentabilidad nominal y conocer la inflación. La fórmula de la rentabilidad real será la siguiente:

Por ejemplo, si se invierten \$2,000 pesos y dentro de un año se obtienen \$300 pesos, se habrá obtenido la siguiente rentabilidad nominal:

$300 / 2,000 \times 100 = 15\%$ de rentabilidad nominal anual

Suponiendo una inflación del 7% la rentabilidad real será la siguiente:

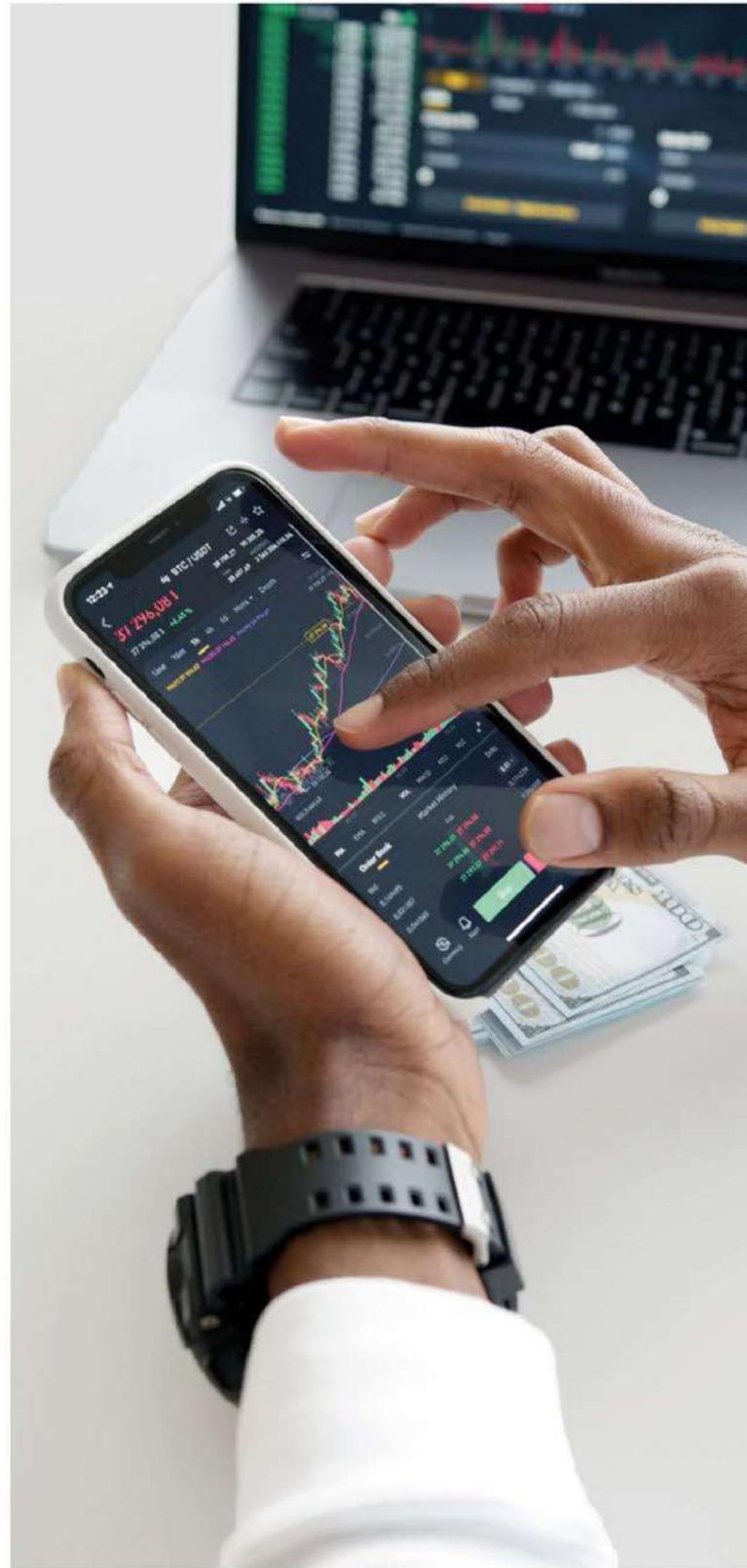
$(1 + 0,15) = (1 + \text{Rentabilidad real}) \times (1 + 0,07) =$

Es decir:

$(1,15 / 1,07) - 1 = 7,5\%$ de rentabilidad real en lugar de un 15%

Estimado amigo/a lector recuerda que una inversión financiera involucra factores que deben ser estudiados con precaución para comprender su complejidad para hacer comparaciones, análisis adecuados y evaluaciones de los resultados. Por ello, entender qué rendimiento esperar y cómo calcularlo para saber lo que se gana o lo que se pierde, es importante para así tomar una decisión razonable.

En MERiTHIA creemos que desarrollar tus habilidades financieras te da más placeres que pesares, por eso te invitamos a que nos sigas en nuestras redes sociales y nos digas qué temas te gustaría aprender para Generar, Acumular y Multiplicar tu patrimonio. ■



Consultoría
y Asesoría Fiscal

GPF

ASESORÍA DE NEGOCIOS S.C.
ABOGADOS CORPORATIVOS

MÁS DE 20 AÑOS
NOS RESPALDAN

Somos una firma de excelencia
dedicada a la asesoría profesional

¡CONTÁCTANOS!

Agenda tu cita
presencial o remota.

📍 Matriz Culiacán, Sin.

☎ 01 (667) 7 50 8204

✉ Contacto@gpfasesoria.com

📍 GPF Asesoría de Negocios

🌐 gpfasesoriadenegocios

📍 Puebla, Puebla

☎ 01 (222) 555 6952

✉ contactopuebla@gpfasesoria.com

📍 GPF Asesoría de Negocios Puebla



BOMBA DE TIEMPO

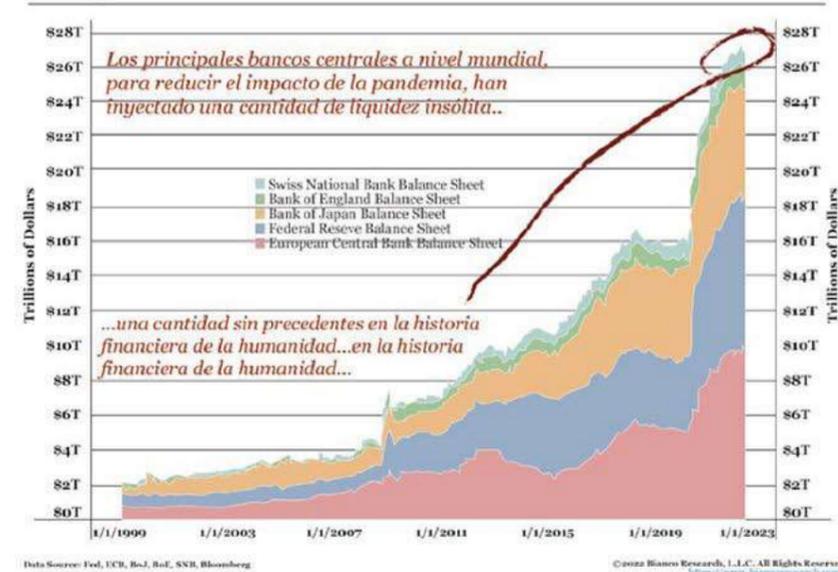


Por Edith Belmont
Directora de Belmont Estudios Económicos para el Empresario S.C
bestudioeconomicos@gmail.com



En artículos anteriores les hemos comentado que esperamos una fuerte crisis en algún momento del segundo semestre del 2022. Explicamos que esto es debido a una fuerte inyección de liquidez por parte de los grandes bancos centrales de los gobiernos a nivel mundial: La Reserva Federal de Estados Unidos, el Banco Central Europeo, El Banco Central de China, Japón, Inglaterra, entre otros; con la intención de reducir el impacto de la pandemia, aunque esto ya venía de tiempo atrás cuando tomaron esta estrategia para controlar los efectos producidos por la crisis que desató en septiembre del 2008 con la quiebra de Lehman Brothers. (Ver gráfica 1)

Cumulative Central Bank Balance sheets
(In Dollars)



Gráfica 1

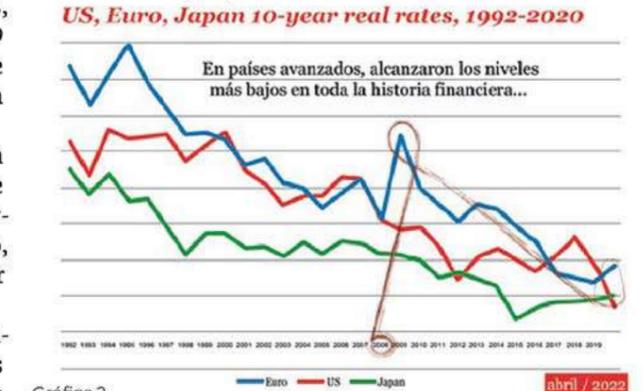
Tan sólo la Reserva Federal de EU ha inyectado de marzo del 2020 que inició la pandemia, a marzo del 2022, 120,000 millones de dólares mensuales hasta alcanzar 9 billones de dólares, una barbaridad, una inyección de liquidez sin precedentes en la historia financiera de la humanidad.

Al mismo tiempo que aumentaron la inyección de liquidez, bajaron las tasas de interés nominales de niveles de 6, 7% a casi cero, lo que provocó que gobiernos, empresas y familias se endeudaran hasta el cuello, provocando una orgía del crédito a nivel mundial. (Ver gráfica 2)

Era de esperarse, con tanto dinero en circulación, con tanta liquidez, se provocaron burbujas en los mercados financieros: las bolsas de valores, en los bienes raíces, en las criptomonedas, entre otros activos. Ahí es a donde fue a parar todo este dinero.

O se ha preguntado usted amigo/o lector porque si estuvimos dos años en confinamiento, con una economía casi parada, con muchos sectores sin ingresos, ¿cómo es posible que no quebrara ninguna gran empresa, ninguna transnacional importante, ningún banco fuerte, ningún gobierno se declarara en moratoria o suspensión de pagos? Pues por esa tremenda inyección de liquidez.

Las tasa de interés nominales han sido persistentemente bajas por más de una década...

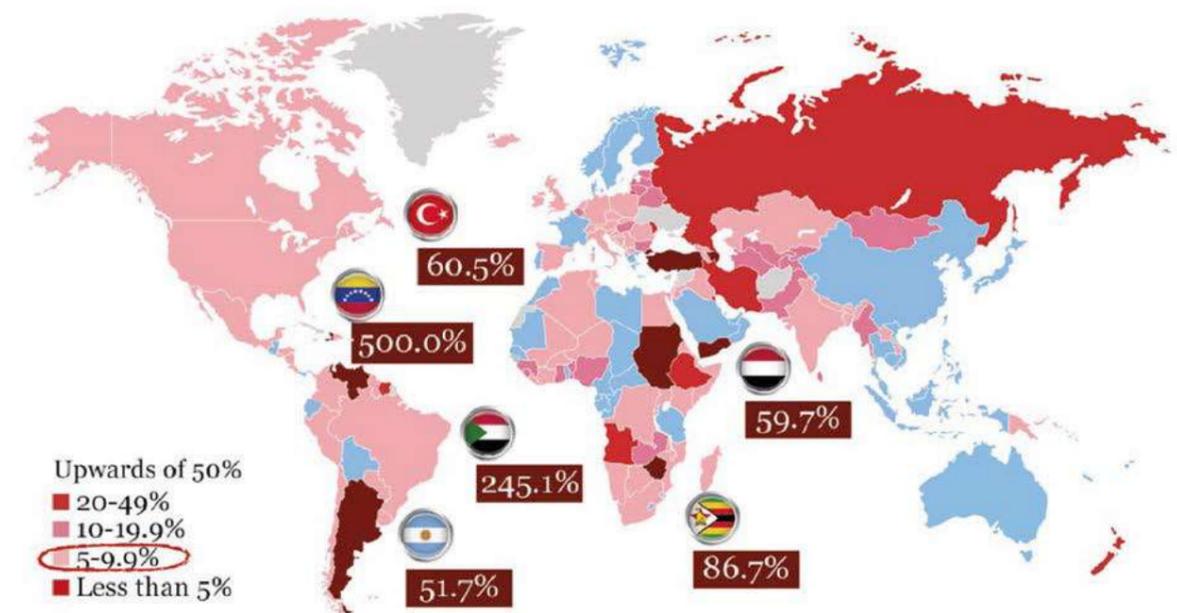


El principal problema aquí, es que, con tanta liquidez, con tantos billetes correteando cada vez menos productos, se disparó la Inflación a niveles no vistos en 40 años. La inflación es el mal que aqueja al mundo entero, pues por primera vez en la historia todo el mundo adolece de índices muy altos de inflación. La mayor parte de los países cuentan en la actualidad con una inflación de entre 5 y 10%. (Ver gráfica 3).

Gráfica 3

The Global Inflation Outlook

Projected annual inflation by country in 2022



Annual average. Projection as of April 2022
Source: IMF



Tan sólo al cierre del mes de Junio los Estados Unidos cerraron con una tasa del 9.1% y nuestro país cerró con una tasa de 7.9%.

Esto hizo que los gobiernos se asustaran y se vieran obligados a controlar la inflación, lo que provocó que iniciara un aumento de tasas de interés en todo el planeta y a empezar a retirar, poco a poco, la liquidez que inyectaron. La batuta la tomó la Reserva Federal de EU quien ha elevado sus tasas de niveles de prácticamente cero a 1.75% y empezó a retirar \$45,000 millones de dólares del mercado a partir de la primera quincena de junio, lo que podría llevar su tasa a 4% a finales de 2022. México, por su parte, ha tenido 9 alzas de tasas de junio del 2021 a junio del 2022 llevándola de 4% a 7.75% esperando que esta, incluso, alcance niveles de 9% para el cierre de este año. (Ver gráfica 4)

Gráfica 4

BANCO DE MÉXICO Alza de Tasas

1	De 4.00 a 4.25%	(25-Jun-2021)	+25ptb
2	De 4.25 a 4.50%	(13-Ago-2021)	+25ptb
3	De 4.50 a 4.75%	(01-Oct-2021)	+25ptb
4	De 4.75 a 5.00%	(12-Nov-2021)	+25ptb
5	De 5.00 a 5.50%	(17-Dic-2021)	+50ptb
6	De 5.50 a 6.00%	(11-Feb-2022)	+50ptb
7	De 6.00 a 6.50%	(25-Mar-2022)	+50ptb
8	De 6.50 a 7.00%	(13-May-2022)	+50ptb
9	De 7.00 a 7.75%	(23-Jun-2022)	+75ptb

Ese desorden financiero ha provocado que estas burbujas de activos (bolsa, Bienes raíces, criptomonedas) empiecen a reventar, llevándose entre las patas del caballo a gobiernos, cientos de empresarios y personas de a pie que se dejaron llevar por el canto de las sirenas y acumularan grandes niveles de deuda.

La caída de las bolsas y el desplome de las criptomonedas son sólo un ejemplo de que la fiesta terminó y vienen momentos difíciles en la economía, no sólo de nuestro país sino a nivel mundial. Tan sólo la economía de los EU retrocedió su PIB (Producto Interno Bruto) que cayó en el I Trimestre de 2022 -1.6% y la propia Reserva Federal de Atlanta estima caerá -2.1% en el II Trimestre, lo que técnicamente ya es una recesión (dos caídas trimestrales consecutivas). México de un pronóstico oficial de la Secretaría de Hacienda de 3% para el 2022, se espera, según el Banco Mundial, una tasa 1.9% para el 31 de diciembre de este año, lo que se ve, por tales condiciones, verdaderamente difícil de alcanzar.

Conclusión.

Por estos escenarios sombríos que se esperan y los nubarrones en el horizonte, tenemos que prepararnos, allegarnos (en medida de lo posible) de asesores que nos puedan ayudar a sortear los malos tiempos.

Insisto, como he recomendado en artículos anteriores, hacer todo lo posible por pagar deudas, tenerlas a tasa fija o con algún tipo de cobertura (que para estos tiempos esa estrategia ya puede salir muy cara) pues no podemos saber hasta dónde pueden llegar las tasas de interés y eso podría comerse nuestros ahorros y patrimonio.

Es muy recomendable actuar con la cabeza fría, tener control sobre nuestras emociones, pues, la locura financiera que se avecina nos puede contagiar y hacernos tomar decisiones erradas, debemos estar preparados, actuar rápido y hacerlo desde ya. Ir un paso adelante.

Como dice Peter Schiff: "En algún momento los mercados se darán cuenta. Comprenderán la situación, y se pondrán en marcha...Tú no puedes esperar a que eso suceda para actuar. Debes estar posicionado antes de que todos se despierten. Eso es todo lo que necesitas".

Y con todo este panorama que les hemos presentado podemos decir que estamos sentados hoy (16 de julio que escribo estas líneas) en un barril de pólvora, una BOMBA DE TIEMPO. Ya explotó la bolsa, colapsaron las criptomonedas...la pregunta que salta a la vista es: ¿quién o qué sigue? ■



¿YA TE ENCUENTRAS REGULADO ANTE LA autoridad fiscal?

Jazamex

En **Jazamex** contarás con la *guía personalizada* de acuerdo a tu régimen y situación.

Somos **Contadores especializados** altamente capacitados.

¡TUS MEJORES ALIADOS!

¡CONTÁCTANOS!



CULIACÁN, SIN.

01 (667) 716 4062

PUEBLA, PUEBLA

01 (222) 555 6952

contacto@jazamex.com

Jazamex

jazamexasesoría

www.jazamex.com



BUENOS HÁBITOS FINANCIEROS



Por Flor Núñez Sotelo & Joel Mendoza
Socios Fundadores de Viasegura
Coach en Finanzas Personales/ Asesor profesional de seguros, servicios financieros y pensiones. WhatsApp 667 103 9088 y en redes sociales @viasegura contacto@viasegura.com.mx



En qué palabra pensarías primero si te preguntara: ¿Cómo manejas tus finanzas? Seguro son muchas las que pasan por tu mente, pero lo importante es saber si realmente eres consciente de cómo manejas esa parte de tu vida, los hábitos financieros se deberían enseñar a temprana edad, ya que juegan un papel determinante en nuestra vida y si los aprendemos desde pequeños, cuando somos adultos nos pueden ahorrar muchos dolores de cabeza.

Para cambiar un hábito se necesita convicción, ya sea por deseo o por obligación, y ser constantes, repetir y repetir. Si queremos cambiar algo debemos pensar en diferentes rutinas y opciones para lograrlo, ya que mientras más antiguo sea el hábito más arraigado estará.

Ganar mucho dinero no significa ser libre financieramente. La historia está llena de casos de personas que ganan millones al año y de un día para el otro lo pierden todo. ¿Por qué? Sencillo la falta de planeación y determinación de objetivos. La planeación es la base de que todo trabajo, proyecto e incluso vida, salga como lo deseado.

A nivel nacional, prácticamente 25 millones de personas (35.5% de los adultos) ahorran a través de una institución financiera. Los dos productos más importantes para hacerlo son la cuenta de nómina y la cuenta de ahorro, con el 60.5% y el 46.6% respectivamente.

De acuerdo con datos de la última Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF 2021), encontramos cifras reveladoras dentro de los hábitos de ahorro, consumo y protección de la población mexicana:

What word would you think of first if I asked you: How do you manage your finances? Surely many go through your mind, but the important thing is to know if you are aware of how you manage that part of your life, financial habits should be taught at an early age since they play a determining role in our lives and if we learn from a young age, when we are adults they can save us a lot of headaches.

To change a habit, you need conviction, either by desire or by obligation, and to be constant, repeat and repeat. If we want to change something, we must think of different routines and options to achieve it, since the older the habit, the more ingrained it will be.

Earning a lot of money does not mean being financially free. History is full of cases of people who earn millions a year and from one day to the next lose everything. Why? Simple lack of planning and determination of objectives. Planning is the basis for all work, projects, and even life to turn out as desired.

Nationwide, nearly 25 million people (35.5% of adults) save through a financial institution. The two most important products to do so are the payroll account and the savings account, with 60.5% and 46.6% respectively.

According to data from the latest National Survey of Financial Inclusion (ENIF 2021), we find revealing figures on the savings, consumption, and protection habits of the Mexican population:

- **Adultos con cuenta:** Únicamente el 15% de la población adulta (18 a 70 años) dijo tener una cuenta a través de un mecanismo formal del Sistema Financiero.
- **Productos de captación:** El porcentaje de adultos que dice tener ahorros usa como principales productos, 52% Nómina; 36% Ahorro; 17% Gobierno; 9% Pensión; 3% Cheques; 2% Plazo y 1% Inversión
- **Porcentaje de la población que ahorró en cuentas:** Por grupo de edad, fue de 23% para el de 30 a 39 años; 21% para el de 40 a 49 años; 20% para el de 18 a 29 años; 19% para el de 50 a 59 años; y 13% para el de 60 a 70 años.
- **Uso de tarjeta de crédito:** Porcentaje de la población, por grupo de edad, fue de 85% para el de 30 a 39 años; 84% para los de 40 a 49 años y de 50 a 59 años; 81% para el de 18 a 29 años; y 80% para el de 60 a 70 años.
- **Contratación de un seguro de vida:** Porcentaje de la población, por grupo de edad, fue de un 20% para el de 30 a 39 años y el de 40 a 49 años; 18% para el de 50 a 59 años; 15% para el de 18 a 29 años; y 9% para el de 60 a 70 años.

Una práctica financiera más saludable es gastar menos dinero de lo que se gana, para así poder ahorrar. Ya que es muy común hacer todo lo contrario, gastamos más y ganamos menos y como es que lo hacemos endeudándonos con las tarjetas de crédito.

Por lo general estamos esperando tener un ascenso o un mayor ingreso para empezar a ahorrar, pero en lugar de esto se debe optar por la austeridad, vivir un estilo de vida acorde a los ingresos que se tienen y evitar endeudarse.

Para esto, el tener un control adecuado de los ingresos y gastos mensuales es fundamental; además, es necesario realizar un presupuesto personal, idealmente desde que se empieza a trabajar.

Debemos definir el porcentaje del ingreso a destinar para los diferentes gastos, diferenciando los básicos (vivienda, alimentación, salud, servicios, y transportes), de aquellos que se pueden clasificar como diversión o esparcimiento.

- **Adults with an account:** Only 15% of the adult population (18 to 70 years old) said they have an account through a formal mechanism of the Financial System.
- **Deposit products:** The percentage of adults who say they have savings use as main products, 52% Payroll; 36% Savings; 17% Government; 9% Pension; 3% Checks; 2% Term and 1% Investment
- **Percentage of the population that saved in accounts:** By age group, it was 23% for those between 30 and 39 years old; 21% for those between 40 and 49 years old; 20% for those between 18 and 29 years old; 19% for those between 50 and 59 years old; and 13% for those between 60 and 70 years old.
- **Credit card use:** The percentage of the population, by age group, was 85% for those between 30 and 39 years old; 84% for those between 40 and 49 years old and between 50 and 59 years old; 81% for those between 18 and 29 years old; and 80% for those between 60 and 70 years old.
- **Taking out life insurance:** The percentage of the population, by age group, was 20% for those between 30 and 39 years old and those between 40 and 49 years old; 18% for those between 50 and 59 years old; 15% for those between 18 and 29 years old; and 9% for those between 60 and 70 years old.

A healthier financial practice is to spend less money than you earn, so you can save. Since it is very common to do the opposite, we spend more and earn less, and how we do it by getting into debt with credit cards.

We are usually waiting for a promotion or a higher income to start saving, but instead, we should opt for austerity, live a lifestyle according to the income we have, and avoid getting into debt.

For this, having adequate control of monthly income and expenses is essential; In addition, it is necessary to make a personal budget, ideally from the moment you start working.





Para lograr la libertad financiera no queda de otra que empezar a ahorrar ya, y entre más joven empieces es mejor, ya que tendrás más tiempo de ahorro, mínimo debes empezar con un 30% de tus ingresos si esta joven sin compromisos de esposa e hijos y 15% si ya tienes familia, solo así podrás llegar a tener un patrimonio a futuro.

Ejemplo ilustrativo de plan de ahorro para el retiro deducible o no deducible de impuestos invertido, en una institución de seguros autorizada.

Joven de 30 años empieza a ahorrar de manera anual \$36,000 pesos invertidos en UDIS (unidades de inversión) con un aumento estimado de inflación del 5% anual solo durante 15 años, dejando de hacer aportaciones a los 45 años.

Monto aportado durante 15 años: \$776,850 pesos.

Monto a recibir a los 65 años: \$3,900,127 pesos.

Beneficio de seguro de vida e invalidez total y permanente: \$1,276,041 pesos.

Estos montos son estimados, ya que pueden variar dependiendo la inflación.

Nadie tiene el futuro comprado, busque mecanismos que le ayuden a minimizar los impactos económicos de situaciones fortuitas como terremotos, accidentes de tránsito o una enfermedad. Recuerde siempre tener un fondo de emergencias o en su defecto, trate de adquirir un seguro para estos momentos de dificultad.

Si necesitas información al respecto te puedes contactar con nosotros vía WhatsApp al 667 103 9088 y en redes sociales @viasegura te daremos diversas opciones, en Viasegura estamos comprometidos con tu seguridad y bienestar financiero.

Ahorrar para el retiro no es un gasto, es una inversión. ■

We must define the percentage of income to allocate for the different expenses, differentiating the basic ones (housing, food, health, services, and transportation), from those that can be classified as fun or recreation.

To achieve financial freedom there is no other way than to start saving now, and the younger you start the better, since you will have more time to save, you must start with at least 30% of your income if you are young without commitments of wife and children and 15% if you already have a family, only then will you be able to have a heritage in the future.

An illustrative example of a tax-deductible or non-deductible retirement savings plan invested in an authorized insurance institution.

A 30-year-old young man begins to save 36,000 pesos annually, invested in UDIS (investment units) with an estimated increase in inflation of 5% per year for only 15 years, stopping making contributions at 45 years of age.

Amount contributed over 15 years: 776,850 pesos.

Amount to receive at age 65: 3,900,127 pesos.

Life insurance and total and permanent disability benefit: 1,276,041 pesos.

These amounts are estimates, as they may vary depending on inflation.

Nobody has the future bought, look for mechanisms that help you minimize the economic impacts of fortuitous situations such as earthquakes, traffic accidents, or illness. Always remember to have an emergency fund or failing that, try to purchase insurance for these difficult times.

If you need information in this regard, you can contact us via WhatsApp at 667 103 9088 and on social networks @viasegura we will give you various options, at Viasegura we are committed to your safety and financial well-being.

Saving for retirement is not an expense, it is an investment. ■



SPORT-TI

LA NUEVA ERA EN EL DEPORTE



TABLEROS



BASES FIJAS



ESTRUCTURAS COLGANTES



GIMNASIOS AL AIRE LIBRE



PORTERÍAS



MARCADORES ELECTRÓNICOS



AROS



SISTEMAS DOS EN UNO



BASES MOVIBLES



DISEÑO
INSTALACIÓN
FABRICACIÓN
CONSTRUCCIÓN
MODERNIZACIÓN



contacto@sport-ti.mx



sport-ti.mx



2223 68 4705

LA MODA EN LA ECONOMÍA



Por Dr. H. C. Javier Alvarado
 Presidente de la Academia Internacional de Ciencia, Arte, Cultura y Educación.
 Fb Javier Alvarado
 Fb @AicaceMex

Con el COVID-19 y el confinamiento, la industria de la moda perdió la temporalidad. Ya no era necesario tener un outfit listo para verano u otoño, cuando la mayor parte de la población optó por ropa cómoda para trabajar en casa. Con el cierre de centros comerciales y otros puntos de venta, las empresas se quedaron con la ropa en los almacenes y esto ha llevado a evitar la llegada al mercado de colecciones de temporada.

Las marcas de fast fashion también metieron freno a las colecciones que lanzan en un año, que por lo menos sumaban 20 distintas, y esto ha llevado al mercado a pensar una estrategia contraria: el slow fashion o moda lenta, que apremia las prendas de vestir atemporales y, también, más amigables con el medio ambiente.

La industria de la moda registró una disminución de 20% en los ingresos en 2019 y 2020, mientras que su flujo operativo disminuyó en 3.4 puntos porcentuales a 6.8%, de acuerdo con cifras del McKinsey Global Fashion Index (MGFI). El análisis detalla que alrededor del 7% de las empresas abandonaron el mercado por completo, por problemas económicos o porque fueron compradas por rivales.

La moda cambió con la pandemia. Ahora, los consumidores, sobre todo los más jóvenes, han migrado a buscar opciones más sostenibles, y con ello se han abierto opciones para darle a las prendas una segunda oportunidad, por ello, las grandes empresas han optado por lanzar opciones de ropa bajo estas características.

La desafección de los millennials y la Generación Z hacia la moda sostenible puede deberse a los precios. Sin embargo, parece que el principal motivo es el

With COVID-19 and confinement, the fashion industry has lost time. It was no longer necessary to have an outfit ready for summer or autumn when the majority of the population opted for comfortable clothes to work at home. With the closure of shopping centers and other points of sale, companies kept their clothes in stores and this has led to avoiding the arrival of seasonal collections on the market.

Fast fashion brands also put a brake on the collections they launch in a year, which numbered at least 20 different ones, and this has led the market to think of a contrary strategy: slow fashion, which urges clothing timeless and, also, more friendly to the environment.

The fashion industry posted a 20% decline in revenue in 2019 and 2020, while its EBITDA decreased by 3.4 percentage points to 6.8%, according to figures from the McKinsey Global Fashion Index (MGFI). The analysis details that around 7% of the companies left the market completely, due to they were bought by rivals or economic problems.

Fashion changed with the pandemic. Now, consumers, especially the youngest, have migrated to look for more sustainable options, and these options have been opened to give garments a second chance, therefore, large companies have chosen to launch clothing options under these features.

The disaffection of millennials and Generation Z towards sustainable fashion may be due to prices. However, it seems that the main reason is greenwashing (greenwashing) and the misuse of the term “sustainable

greenwashing (lavado verde) y el mal uso que hacen determinadas marcas del término “moda sostenible”. El 42% de los consumidores de estas generaciones planea gastar más en ropa de segunda mano en el futuro por considerarla más sostenible, inclusiva y transparente que la comercializada de manera sostenible.

Darle una segunda oportunidad a la ropa también es una de las lecciones aprendidas por la pandemia, lo que da fuerza a la compra de ropa de reuso. Es común ver que las redes sociales como en plataformas digitales se han convertido en un escaparate para estas prendas. La pandemia nos enseñó que la ropa se puede volver a usar, cuando antes se usaba máximo nueve veces y se tiraba a la basura. Hemos aprendido a que tenemos que vivir con lo que tenemos y que la ropa debe estar en congruencia con lo que somos.

El año pasado, los datos de eBay revelaron que se vendieron dos artículos de moda de segunda mano cada tres segundos entre enero y julio, con un 30% más de artículos vendidos en junio de 2020 en comparación con marzo.

El estudio de este año realizado por ThredUP encontró que el comprador de segunda mano promedio adquirió alrededor de siete artículos de segunda mano en el último año que normalmente habría comprado nuevos, desplazando más de 542 millones de artículos de ropa nuevos. El informe también encontró que los valores de los consumidores han cambiado durante la pandemia, y uno de cada tres se preocupa más por usar ropa sostenible en comparación con antes del Covid.

Más consumidores también están cambiando el rumbo contra el desperdicio, con un 51% más opuesto al desperdicio ambiental y un 60% más opuesto al desperdicio de dinero.

Este crecimiento fue impulsado en gran medida por los usuarios de la Generación Z de la aplicación, que a menudo actúan como embajadores de la venta minorista de segunda mano.

Este crecimiento fue “impulsado por la limpieza de vestuario, la creciente preocupación por el impacto ambiental de la moda y un deseo continuo de apoyar a organizaciones benéficas a través de la reventa de ropa”. Esto mostró una “clara intención” entre los consumidores de comprar más ropa de segunda mano en lugar de nueva.

fashion” by certain brands. 42% of consumers of these generations plan to spend more on second-hand clothing in the future as they consider it more sustainable, inclusive, and transparent than that marketed sustainably.

Giving clothes a second chance is also one of the lessons learned from the pandemic, which gives strength to the purchase of reused clothes. It is common to see that social networks and digital platforms have become a showcase for these garments. The pandemic taught us that clothes can be used again, when before they were used a maximum of nine times and thrown away. We have learned that we have to live with what we have and that clothes must be consistent with who we are.

Last year, eBay data revealed that two second-hand fashion items were sold every three seconds between January and July, with 30% more items being sold in June 2020 compared to March.

This year’s study by ThredUP found that the average thrift shopper purchased about seven secondhand items in the last year that they would normally have purchased new, displacing more than 542 million new clothing items. The report also found that consumer values have changed during the pandemic, with one in three caring more about wearing sustainable clothing compared to before Covid.

More consumers are also turning the tide against waste, with 51% more opposed to environmental waste and 60% more opposed to wasting money.

This growth was largely driven by the app’s Generation Z users, who often act as ambassadors for thrift retail.

This growth was “driven by wardrobe cleanliness, growing concern about the environmental impact of fashion, and a continuing desire to support charities through reselling clothing.” This showed a “clear intention” among consumers to buy more second-hand clothing rather than new.

The fashion industry accelerates the consumption of natural resources in an uncontrolled manner, pollutes the environment, and represents a loss in the biodiversity of ecosystems, which discard





La industria de la moda acelera el consumo de recursos naturales de manera descontrolada, contamina el medio ambiente y representa una pérdida en la biodiversidad de los ecosistemas, que desechan más de 200 toneladas al año en México; por lo tanto, comprar ropa de segunda mano es una mejor opción para los consumidores.

La sociedad, consciente del impacto de sus decisiones y la amenaza de la crisis climática, ha recogido este potente mensaje, impulsando una revolución que llevará al sector de la ropa de segunda mano a duplicar el tamaño actual del mercado de fast fashion en 2030.

Por suerte, para el planeta, parece que el sector de la ropa de segunda mano tiene capacidad para cambiar la industria de la moda. Tal y como ha constatado ThredUp, el mercado de la reventa está creciendo a un ritmo 11 veces superior al del comercio minorista tradicional y debería alcanzar los 84.000 millones de dólares en 2030, mientras que prevé que el valor del fast fashion no supere los 40.000 millones de dólares. En 2019, este mercado valía 36.000 millones de dólares.

Un potencial que incluso sitúa al mercado de segunda mano por delante de la moda sostenible.

Una tendencia que se ha incrementado con la aparición de más sitios para monetizar el armario, y como consecuencia de la pandemia. Según ThredUp, alrededor de 118 millones de nuevos consumidores han comprado o vendido una prenda de segunda mano en 2021, en comparación con los 36,2 millones de consumidores primerizos de 2020.

Las plataformas de ropa de segunda mano han visto dispararse las ventas durante el año pasado a medida que la incertidumbre económica y una mayor conciencia de la crisis ambiental empujaron a los consumidores a tomar decisiones de compra más sostenibles, particularmente durante la pandemia.

A pesar de esto, parece que la industria de la moda en su conjunto va por el buen camino. El mercado de ropa de segunda mano seguirá creciendo al tiempo que el fast fashion ralentiza su crecimiento. ■

more than 200 tons a year in Mexico; therefore, buying second-hand clothes is a better option for consumers.

Society, aware of the impact of its decisions and the threat of the climate crisis, has taken up this powerful message, promoting a revolution that will lead the second-hand clothing sector to double the current size of the fast fashion market in 2030.

Luckily for the planet, it looks like the second-hand clothing industry has the potential to change the fashion industry. As ThredUp has found, the resale market is growing at a rate 11 times faster than traditional retail and should reach 84,000 million dollars in 2030, while it forecasts that the value of fast fashion will not exceed 40,000 million dollars. In 2019, this market was worth \$36 billion.

A potential that even places the second-hand market ahead of sustainable fashion.

A trend that has increased with the appearance of more sites to monetize the wardrobe, and because of the pandemic. According to ThredUp, around 118 million new consumers have bought or sold second-hand item of clothing in 2021, compared to 36.2 million first-time consumers in 2020.

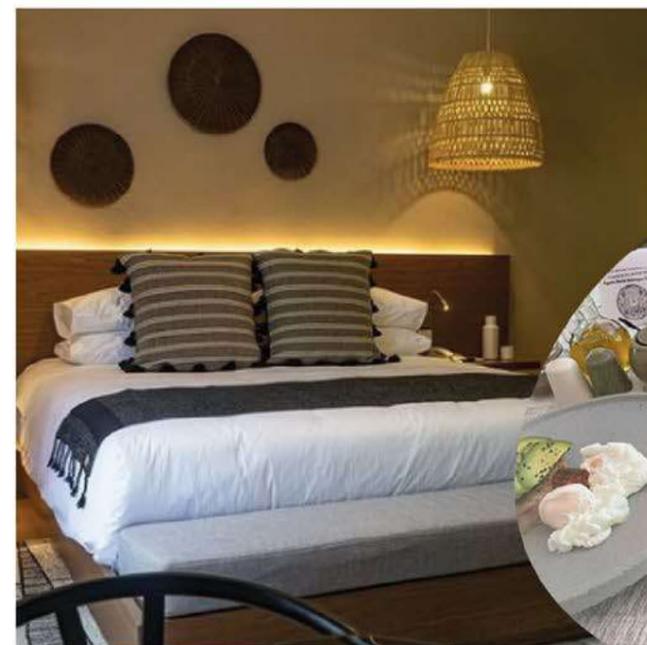
Second-hand clothing platforms have seen sales soar over the past year as economic uncertainty and heightened awareness of the environmental crisis pushed consumers to make more sustainable purchasing decisions, particularly during the pandemic.

Despite this, it seems that the fashion industry as a whole is on the right track. The second-hand clothing market will continue to grow while fast fashion slows its growth. ■



CELESTINA

1 NOCHE EN HABITACIÓN DOBLE CON CAMA KING SIZE



DESAYUNO PARA 2 PERSONAS



MASAJE PARA 2 PERSONAS



+52 56 14 74 05 43
55 17 41 86 70
@agatahotelboutique
Ágata Hotel Boutique & Spa
book@agatahotelboutiquespa.com

AV MÉXICO 21, DEL CARMEN, COYOCÁN, 04100, CIUDAD DE MÉXICO, CDMX

EL MODO ABC PARA COMPROMISOS EFECTIVOS



Por Raúl Tello Velázquez
 Director de StudyGo, Profesor y mentos de la Incubadora de Empresas del Tecnológico de Monterrey Campus Pue.
 Fundador de EconoKids.
 raultello@studygo.mx
 Twitter @ralotv

“El compromiso es lo que convierte una promesa en realidad”
 -Abraham Lincoln

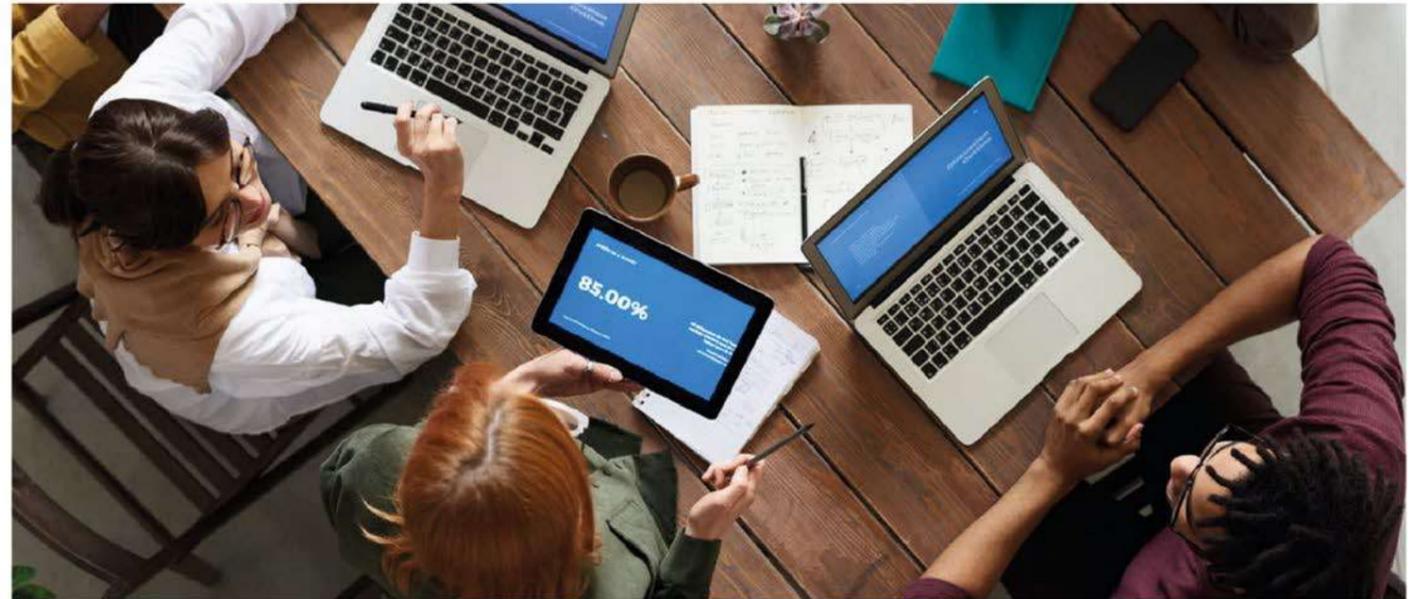
Según la Real Academia de la Lengua Española (RAE), un compromiso se refiere a una obligación contraída, sin embargo, desde mi perspectiva, un compromiso se trata de honrar el valor de nuestra palabra al convertirla en hechos.

Si lo ponemos en términos económicos, hablar es barato, por eso es fácil hacerlo, sin embargo, actuar es caro, por eso se requiere de un compromiso que sustente la confianza depositada en otra persona. La evolución de la sociedad se ha dado gracias al compromiso y la colaboración de un gran número de personas que han articulado su energía, enfoque, recursos y esfuerzo para aportar valor al sistema.

Cada uno de nosotros necesita la cooperación de los individuos para sobrevivir, si no lo crees, reflexiona sobre todas las personas y empresas que requirieron trabajar en conjunto para que te puedas tomar una “simple” taza de café por la mañana.

¿Cómo funciona el método ABC para establecer compromisos efectivos?

Un compromiso define puntualmente quién se compromete a hacer, qué, cómo y cuándo, no obstante, todo compromiso comienza con la solicitud de un pedido, por lo que es importante desarrollar la habilidad de pedir con claridad y precisión.



Una de las maneras más efectivas para hacer pedidos efectivos se basa en el siguiente patrón:

1. Con el fin de obtener “A” (Un deseo o una necesidad).
 - 2 Te pido que entregues “B” para la fecha “C”.
- (Kofman, 2019)

No se trata de realizar una solicitud mecanizada, puedes ajustarla considerando la cultura en la que te desenvuelves, así como tu personalidad.

Aplicando el método ABC para compromisos efectivos Paso A. Definir el propósito del pedido se refiere al paso “A”, por ejemplo:

“Para poder concretar nuestro siguiente proyecto, es necesario que le envíe el contrato al cliente”

Paso B y C. Es fundamental definir las pautas y restricciones, por ejemplo:

“Para poder concretar nuestro siguiente proyecto, es necesario que le envíe el contrato al cliente a más tardar el próximo lunes 1 de agosto. El contrato debe incluir: el alcance del proyecto, el equipo que estará a cargo y el cronograma de actividades, todo en el formato que él nos definió”.

Confirmación del pedido

Si el pedido se hizo bien, solo acepta 3 posibles respuestas:

1. Si, me comprometo. En caso de que esto suceda, agradece porque la persona asumió el compromiso y afirmalo, es decir, repite el acuerdo al que llegaron en conjunto “Derivado de nuestra conversación, cuento con que a más tardar el próximo lunes 1 de agosto le enviarás el contrato al cliente, ya que de eso depende concretar nuestro siguiente proyecto”.
2. No me comprometo. En este caso, sería importante indagar el por qué de la respuesta, porque posiblemente

se puedan hacer ajustes para concretar el compromiso. 3. Aún no puedo comprometerme porque: necesito más información, no cuento con los recursos suficientes, etc. No está de más mencionar que, en este contexto, lo ideal sería tratar de responder a las necesidades expresadas por la contraparte, siempre y cuando sean factibles y viables.

También es muy importante definir un control del proceso o métrica a través de la cual se pueda validar el cumplimiento del compromiso, por ejemplo:

“Te pido por favor que cuando le mandes al cliente el contrato, me pongas en copia en el correo para que pueda dar seguimiento en caso de cualquier necesidad que surja”.

Respuestas no aceptables

Cuando estés en el proceso de establecer un compromiso con otra persona, no aceptes respuestas evasivas como las siguientes:

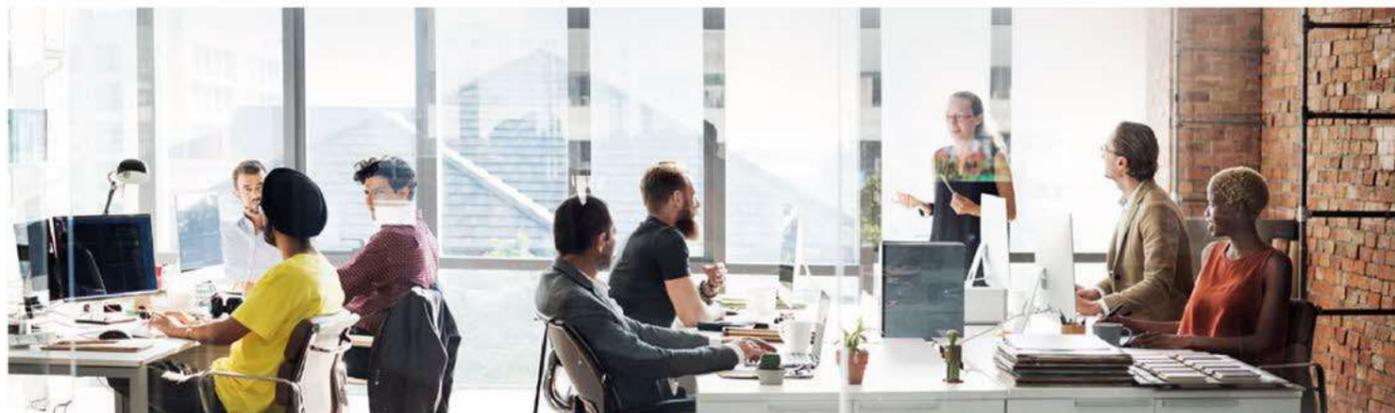
- Sí, trataré.
- Puede ser.
- Haré lo mejor que pueda.
- Déjame revisarlo.

Las respuestas anteriores no proporcionan claridad sobre el entendimiento del compromiso, ni sobre su asunción.

¿Qué hacer en caso de no estar listo para asumir un compromiso?

En caso de que seas tú quien está por asumir un compromiso y consideras no estar listo(a) para aceptarlo, tienes las siguientes opciones:

1. Clarifica. Si hay algo que se requiera precisar, antes de aceptar, es el momento perfecto para llevarlo a cabo.



2. Realiza una contraoferta. Puede ser que tengas la disposición para comprometerte, sin embargo, tal vez necesitas de una extensión en la fecha de entrega u otro aspecto relacionado. Verifica si existe la posibilidad de que eso suceda.

3. Condiciona el compromiso. Si el contexto para el cumplimiento del compromiso no es el óptimo para ti en términos de factibilidad y viabilidad, puedes condicionar la entrega. No se trata de condicionar el compromiso por capricho, sino de puntualizar las áreas de oportunidad que existirían, en caso de aceptar bajo ciertos parámetros.

Puntos esenciales para comprometerte

1. Comprende el 100% de la solicitud.
2. Diseña un plan claro y robusto para el cumplimiento del compromiso.
3. Evalúa cuáles son las habilidades y los recursos indispensables.
4. Establece una forma de darle seguimiento al progreso, así como definir medidas de modificar el plan en caso de ser necesario.
5. Asegúrate de que cuentas con medios de comunicación efectivos para ponerte en contacto con la contraparte.

Siempre hay riesgo de fallar ¿Qué se hace en esos casos?

1. Disculpas efectivas. Además de disculparte, busca restablecer el compromiso con una nueva fecha de entrega y nuevos parámetros.
2. Explica lo que ha cambiado y por qué no se había previsto.
3. Indaga sobre las consecuencias que provoca el incumplimiento del compromiso y analiza cómo minimizarlos.

Los compromisos son la antesala de los hechos, por eso es fundamental adecuar el terreno, para que la construcción de cualquier proyecto, se manifieste de la manera más efectiva posible y en donde todos los involucrados salgan beneficiados. ■

Referencias

Kofman, F. (2019). ¿Cómo hacer un pedido efectivo? Obtenido de CBC Conscious Business Center: <https://campus.cbciinternational.org/mod/page/view.php?id=3248>



Siempre apegados a los cumplimientos legales vigentes.

Pregunta por el servicio de **RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL** y las garantías del servicio.



Contactos

MATRIZ CULIACÁN, SIN. PUEBLA, PUEBLA
01 (667) 716 3618 ☎ ☎ 01 (222) 361 8552
atencionalcliente@izelrh.com ✉ f Izel RH Empresarial Puebla
izelrhempresarial 📷 ✉ contactopuebla@izelrh.com
Izel Rh Empresarial f
www.izelrh.com 🌐



MARKETING DIGITAL

*Cada vez más conquista terreno
en el mundo de las ventas*



Por Ma. Eugenia Panganiba
Creadora del revolucionario método Speed
Selling. Consejera y educadora empresarial.
Catedrática universitaria, conferencista y
host en eventos élite con más de 30 años de
experiencia en ventas.
Twitter @mpanganiba

DIGITAL MARKETING

*Is conquering the ground
of sales worldwide*



Con la llegada y sobre todo la rápida evolución del internet, el marketing digital se ha vuelto cada vez más predominante en nuestra forma de vender. Los textos persuasivos, los ganchos de venta, los titulares rimbombantes, los chatbots cada vez más personalizados y constantes, han ocasionado que un gran porcentaje de la atención que se da a los clientes sea mediante automatizaciones. Este fenómeno de automatización digital se debe al hecho que, según dicen los “gurús” de marketing, es la forma de alcanzar un crecimiento exponencial.

Sin embargo, lo que nadie nos recuerda es que una de las primeras características que debe tener un emprendedor para que su cliente le compre, regrese con él y lo recomiende es saber relacionarse. Y esto NUNCA se logrará con la automatización digital.

With the advent and especially the rapid evolution of the internet, digital marketing has become more and more predominant in the way we sell. Persuasive texts, sales hooks, bombastic headlines, and chatbots increasingly personalized and constant, have caused a large percentage of the attention given to customers is through automation. This digital automation phenomenon is because according to marketing “gurus”, it is the way to achieve exponential growth.

However, what no one reminds us is that one of the first characteristics that an entrepreneur must have for his customer to buy from him, come back to him, and recommend him is to know how to relate. And this will NEVER be achieved with digital automation.

Si en verdad deseas vender más y mejor, debes antes que nada saber impactar a tus clientes y prospectos y esto sólo lo lograrás relacionándote con ellos de una manera inolvidable, o como lo llamo yo, ofreciendo un SERVICIO MEMORABLE.

Y esto lo entendí hace muchos años, cuando empezaba a trabajar, gracias a un REFRESCO DE NARANJA.

El refresco de naranja y yo
¿Qué haces cuando tu jefe te pide un refresco de naranja en medio de una junta de ejecutivos de alto nivel y te das cuenta de que no hay de ese sabor?

¿Y qué hace tu jefe cuando te ve regresar con una charola llena de vasos de todos colores menos el naranja?

En aquel entonces, trabajaba como asistente en la principal y única compañía telefónica del país y me encontraba con mi jefe en medio de una junta de planeación anual con altos directivos.

Mi jefe, que daba una conferencia, tapó el micrófono para pedirme un refresco de naranja. Cuando llegué a la recepción vi, con gran horror, que era el único sabor que no había. Confrontada a la irremediable situación (estábamos en un hotel en medio de la nada), decidí llevar un vaso con cada uno de los sabores disponibles.

Al verme llegar con la charola llena de vasos de todos colores, menos el naranja, mi jefe tapó el micrófono, “Le dije de naranja”, me señaló. “Como no había de naranja, le traje uno de todos los que encontré para que usted escoja”, le contesté.

Para mi gran sorpresa, mi jefe interrumpió su conferencia y dirigiéndose a todos dijo; “No sé qué estaba diciendo, pero lo que sí sé es que si todos actuáramos ofreciendo la calidad de servicio que esta chica me brindó, otra empresa seríamos”.

If you want to sell more and better, you must, first of all, know how to impact your customers and prospects and this can only be achieved by unforgettably relating to them, or as I call it, by offering a MEMORABLE SERVICE.

And I understood this many years ago when I was starting to work, thanks to an ORANGE SODA.

Orange soda and me
What do you do when your boss asks you for an orange soda in the middle of a meeting of high-level executives and you realize that there is no orange soda?

And what does your boss do when he sees you come back with a tray full of glasses of every color but orange?

At that time, I was working as an assistant at the country’s leading and only telephone company and I was with my boss in the middle of an annual planning meeting with senior executives.

My boss, who was giving a conference, covered the microphone to ask me for an orange soda. When I arrived at the reception desk I saw, with great horror, that it was the only flavor that was not available. Confronted with this hopeless situation (we were in a hotel in the middle of nowhere), I decided to bring a glass of each of the available flavors.

Seeing me arrive with a tray full of glasses of all colors except orange, my boss covered the microphone, “I told you orange,” he pointed out. “Since there was no orange, I brought you one of all the ones I could find for you to choose from,” I replied.

To my great surprise, my boss interrupted his conference and addressed everyone saying; “I don’t know what I was saying, but what I do know is that if we all offered the quality of service that this girl gave me, we would be a different company”.





Y continuó diciendo - le pedí un refresco de naranja, seguramente le dijeron que no había y pudo haber regresado y decirme lo mismo, esperando a que yo le dijera si quería otro o haber tomado la bebida que a ella se le antojara y traérmela, pero en lugar de eso, ella pidió un refresco de todos los que había y me los trajo para que yo eligiera, y eso, es a lo que yo llamo... ¡Servicio al Cliente!

Mi historia de amor con las ventas y el servicio se volvió a partir de ese día en mi obsesión y es la que guía CONTINUAMENTE el servicio que proporciono a mis clientes, gracias a ese refresco de naranja. En todos los años que trabajé como vendedora independiente en grandes empresas de medios de comunicación y mi labor hoy en día como consultora y docente profesional, mi visión sobre la importancia de SERVIR al cliente sigue siendo la misma.

Hoy me gustaría compartirles tres de los principios que me han acompañado durante todos estos años y que me han permitido que mis clientes me RECUERDEN, REGRESEN conmigo y sobre todo que me RECOMIENDEN.

1.- Haz siempre mucho más de lo que te dicta tu rol.

Muchas personas creen que solo deben hacerse cargo de las funciones que dictamina su rol. Sin embargo, si quieres volverte indispensable para tu cliente, tienes que aprender y, sobre todo QUERER HACER, mucho más de lo que tu cargo implica. Permíteme ilustrarte esto con algo que me sucedió.

Cuando renuncié a mi último empleo para comenzar a emprender, mi antiguo director general llamó a uno de mis clientes para decirle que tendría un nuevo ejecutivo de ventas. Cuando este le afirmo que no quería trabajar con nadie más, mi director quiso saber el motivo, a lo cual le respondí: "Muy fácil. Maru está entrenando a todos mis

And he continued saying - I asked her for an orange soda, surely they told her there was none and she could have come back and told me the same thing, waiting for me to tell her if I wanted another one or to have taken the drink she wanted and brought it to me, but instead, she asked for a soda out of all the ones available and brought it to me for me to choose, and that is what I call... Customer Service!

My love story with sales and service became from that day in my obsession and it is the one that CONTINUOUSLY guides the service I provide to my clients, thanks to that orange soda. In all the years that I worked as an independent salesperson in large Media companies and my work today as a professional consultant and teacher, my vision of the importance of SERVING the customer remains the same.

Today I would like to share with you three of the principles that have accompanied me during all these years and that have allowed my clients to REMEMBER me, RETURN to me and, above all, RECOMMEND me.

1.- ALWAYS do much more than your ROLE dictates.

Many people believe that they should only take care of the functions dictated by their role. However, if you want to become indispensable to your client, you have to learn and, above all, WANT TO DO, much more than what your role entails. Let me illustrate this with something that happened to me.

When I resigned from my last job to start an entrepreneurial venture, my former CEO called one of my clients to tell him that he was getting a new sales executive. When he told him that he didn't want to work with anyone else, my manager wanted to know why, to which he replied, "Easy. Maru is training all my speakers

speakers para que den entrevistas en cada uno de los estados donde tenemos oficina, idea que me dio ella para evitarme viajar a cada región y lanzar una publicidad masiva en cada una de ellas". Mi jefe lo interrumpió diciéndole que eso no era labor de una ejecutiva de ventas, a lo que mi cliente le respondió: "Esa es la razón por la que no quiero trabajar con otro ejecutivo, Maru siempre hace todo lo que los otros ejecutivos nunca harían por mí".

Recuerda: haz siempre más de lo que dictan tus funciones.

2.- Ve un paso adelante de sus necesidades.

El "Ya está listo" es uno de mis principales lemas de servicio. Antes de que mi cliente me solicite algo, yo ya lo pensé.

Imagínate lo maravilloso que es para tu cliente, oírte responder cuando él te pide algo que necesita: "Ya está listo" o un: "Sí, se lo acabo de enviar".

Es algo así como lo que siente una novia cuando contrata a un Wedding planner y que le dice: "Usted solo preocúpese por verse bonita y llegar a tiempo".

Recuerda: Analiza y reflexiona SIEMPRE en todo lo que tu cliente puede necesitar para que estés constantemente un paso adelante de lo que necesite o se le pueda ofrecer.

3.- Haz que tu cliente se sienta único para ti a través de los pequeños detalles.

Muchos pensamos, que los pequeños detalles no cuentan. Sin embargo, son estos los que harán sentir a tu cliente que en verdad es importante para ti.

Recordar el cumpleaños de tu cliente, así como el de sus seres queridos, tener una atención con él cuando lo vas a visitar, enviarle un presente en las fechas especiales, harán que tu cliente sienta que en verdad cuenta para ti.

Sin embargo, ¡MUCHO OJO! No se trata de enviarle una simple tarjeta de cumpleaños o la taza típica con el logo de tu empresa.

to give interviews in each of the states where we have an office, an idea she gave me to avoid traveling to each region and launch a massive advertising campaign in each of them". My boss interrupted him by telling him that this was not the job of a sales executive, to which my client replied, "That's the reason I don't want to work with another executive, Maru always does everything that the other executives would never do for me."

Remember: always do more than your role dictates.

2.- Go one step AHEAD of his NEEDS.

The "Already done" is one of my main service mottos. Before my client asks me for something, I have already thought of it.

Imagine how wonderful it is for your client to hear you respond when he asks you for something he needs: "It's ready" or "Yes, I just sent it to you"

It's kind of like how a bride feels when she hires a Wedding planner and is told, "You just worry about looking pretty and arriving on time."

Remember: ALWAYS analyze and reflect on everything your client may need so that you are constantly one step ahead of what he or she needs or can be offered.

3.- Make your client feel UNIQUE to you through SMALL DETAILS.

Many of us think that small details don't count. However, they are the ones that will make your client feel that he/she is really important to you.

Remembering your client's birthday, as well as those of their loved ones, paying attention to them when you visit them, sending them a present on special dates, will make your client feel that they really count for you.

However, BE VERY CAREFUL. It is not about sending a simple birthday card or the typical mug with your company's logo.



Hacer sentir único a tu cliente es tener con él los detalles que son **REALMENTE IMPORTANTES** para él. Así, por ejemplo, si a tu cliente es fan de algo en especial, le podrías personalizar un objeto con el tema de su afición. Un gran cliente mío es fanático de las célebres películas de la Guerra de las Galaxias. Ya te imaginarás entonces cada vez que quiero subrayar algún momento especial, el tema que guiará mi elección. Boletos VIP para el estreno de la nueva película, tarjetas de Navidad con el Bebé Yoda (su favorito), una tarjeta navideña con imágenes de los personajes, etc.

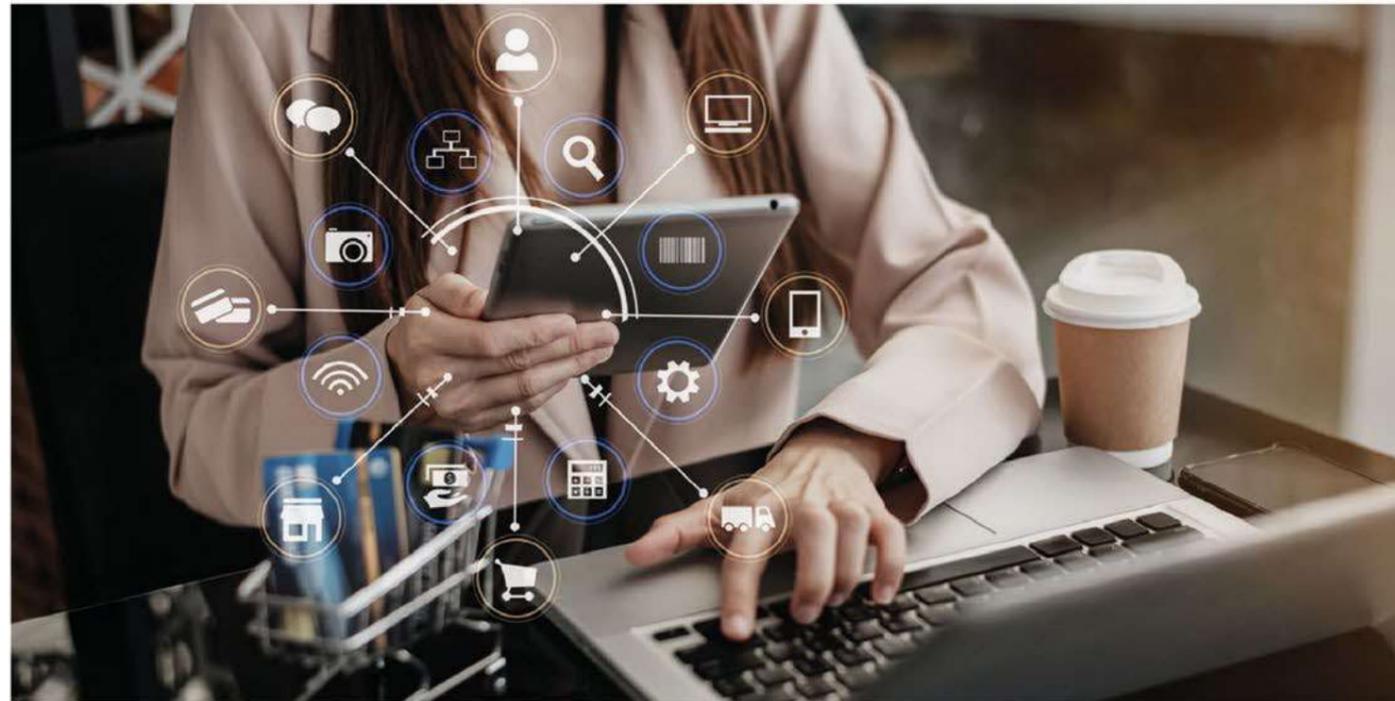
Existen varias estrategias que los grandes expertos en servicio recomiendan para desarrollar esta habilidad. No obstante, recuerda siempre que el servicio no es algo que se dicta a tu equipo de trabajo, sino un valor que se desarrolla con la capacitación y, principalmente, con el tiempo.

Los expertos y especialistas en ventas, marketing y servicio están ahí para ayudarte a lograrlo y una asesoría o un taller impartido siempre serán una de tus mejores inversiones para lograr transformar tu servicio más rápido, mejor y de manera más eficaz. ■

To make your customer feel unique is to have with him the details that are **REALLY IMPORTANT** to him. For example, if your client is a fan of something special, you could personalize an object with the theme of his hobby. A big client of mine is a fan of the famous Star Wars movies. You can imagine then that every time I want to highlight a special moment, that theme will guide my choice. VIP tickets for the premiere of the new movie, Christmas cards with Baby Yoda (his favorite), a Christmas card with images of the characters, etc.

There are several strategies that great service experts recommend to develop this skill. However, always remember that service is not something you dictate to your team, but a value that develops with training and, above all, with time.

Experts and specialists in sales, marketing and service are there to help you achieve this and a consultancy or workshop will always be one of your best investments to transform your service faster, better and more effectively. ■



HELPING YOU THRIVE IN A CHANGING WORLD

Aguascalientes
CDMX
Cd Juárez
Cd Victoria
Guadalajara
Hermosillo
Mazatlán
Mérida
Monterrey
Piedras Negras
Puebla
Querétaro
Reynosa
Saltillo
San Luis Potosí

KEEP UP TO DATE WITH THE
MOORE GLOBAL MOBILE APP

Contact

Oscar Mendoza Escalante
omendoza@msc.com.mx

www.msc.com.mx

San Luis Potosí, S.L.P.

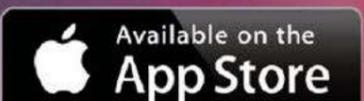
www.msc.com.mx
Matriz
Marcelo de los Santos y CIA S.C.
Tel: +52 (444) 144 1000
Ignacio Comonfort 805
Centro Histórico. C.P. 78000

MOORE Global
<https://www.moore-global.com/>

MOORE Mexico
<https://www.moore-mexico.com.mx/>

Puebla, Pue.

www.mooremexico.com.mx
Sucursal
MOORE Mendoza Consulting S.C.
Tels: +52 (22) 22687146 | +52 (22) 22687147
Torre Platea, Piso 15
Retorno Algol 5115
Reserva Territorial Atlixcáyotl



moore-global.com



LA REALIDAD ECONÓMICA DE MÉXICO

EL RETO DE LOS EMPRESARIOS

*Recuento del panorama
esperado para 2023: inflación,
militarización del país, retroceso.*

El panorama económico del país para 2023 y a nivel mundial luce complicado, aún cuando se logre detener la inflación. Aún así, disminuirla en Estados Unidos de niveles de casi 10% y regresarla al 2%, (porcentaje que tenían hasta antes de la pandemia), llevará tiempo, y en México regresarla de niveles casi del 9% al 3% llevará todavía más.

El demonio inflacionario es muy difícil de domar, difícil de domesticar y normalmente cuando se combate en cualquier país, siempre es a través de un sacrificio y ese sacrificio impone altos costos. Lo que provocó la inflación fue el exceso de liquidez (dólares, yenes, euros, libras), el exceso de billetes que inyectaron los grandes bancos centrales para evitar la quiebra de bancos, gobiernos, hogares y empresas a nivel mundial a raíz de la pandemia. Con estas acciones la Reserva Federal de EU, el Banco Central Europeo, el Banco Central de Inglaterra y el de Japón (entre otros), provocaron un aumento del consumo que rebasó las posibilidades de producción de la economía.

Por: Erick Guerrero
Asesor financiero Internacional.
Autor del libro AMLO Y LA 4T, 2019.
"El analista financiero de México"



Fotografía Layú Publicidad
Por Israel Rosales
Locación: Hotel Grand
Fiesta Americana

Es ahí cuándo empezaron a aparecer cuellos de botella, escasez de productos, de materias primas, de trabajadores y comenzó el alza de precios.

Ahora bien, si es el exceso de consumo y de demanda provocado por una inyección de billetes muy fuerte lo que provocó la inflación, luego entonces, lo que se tiene que hacer para bajarla, es aplicar la "Ley de la Reversa" que consiste en retirar liquidez, subir las tasas de interés para frenar el crédito, el consumo, y esto implica que las economías tienen que padecer crisis. Se trata prácticamente un aterrizaje forzoso; no hay proceso para desinflar una economía sin dolor y no hay fórmulas milagrosas, el año 2023 es el marco de tiempo que se tardarán en estabilizar o reducir la inflación, y el escenario de crecimiento económico mundial no es nada favorable y menos para México durante ese período. En economía no hay nada gratis; se tiene que pagar el precio, y la forma de pagarlo es con crisis desafortunadamente.

Estados Unidos entró en recesión técnica muy rápido, durante el primer semestre del 2022 al acumular 2 trimestres consecutivos (enero-marzo y abril-junio de 2022) con tasas de crecimiento negativas. Es decir, su economía se fue como los cangrejos, para atrás. En México, un repunte de la economía se podría esperar hasta 2024, no antes. Es imposible disminuir la inflación tan rápido. Los procesos desinflacionario tienen un costo muy elevado.

¿A los empresarios que les recomendaría un Asesor Financiero que ha predicho el movimiento económico del país tan atinadamente?

Año y medio antes de que se desatara la inflación pude observar toda la liquidez que se estaba inyectando y que las tasas de interés ya eran muy bajas, casi del 0% en los países altamente desarrollados y predije que esto en algún momento iba a provocar una inflación alta y prolongada; como consultor a los empresarios que asesoro les comenté que la inflación no sería temporal y que iría para largo. Por lo tanto, el gran reto que tenían era defender el margen de utilidad "con uñas y dientes", (curiosamente éste fue el último título del Congreso de Negocios Empoderamia que hicimos).

Pero en virtud de que en 2021 el exceso de liquidez provocó un repunte muy fuerte en las economías (EU creció más de 6%), a muchos empresarios les encantó la inflación porque el consumo para ellos se reflejó en la caja registradora, el negocio empezó a caminar más rápido, les entró más dinero y el crédito siguió barato, las materias primas tardaron en subir, y por ende se amplió el margen de utilidad.

En México a muchas empresas les fue muy bien, les cayó "como anillo al dedo", porque la inyección de liquidez aumentó el consumo.

Cuando me entrevisté con algunos empresarios y escuchaba que decían "a mí me ha ido muy bien, estoy ganando más dinero, a pesar de no tener el mismo volumen de ventas que tenía hasta antes de la pandemia" les expliqué que a esto se le llama crecimiento inflacionario.

A muchos empresarios beneficiados con esa inyección de liquidez les encantó la inflación porque les interesa que suban los precios. Mientras se esté vendiendo cada vez más caro les va mejor, pero eso es en la primera etapa, pero en la segunda etapa, cuando se trata de hacerla bajar frenando el consumo, eso es lo que hace caer a una economía en crisis.

Es el resultado inevitable de subir las tasas de interés (incrementar el costo del crédito), y a medida que suben se aprieta el margen de utilidad. También es consecuencia de retirar el dinero del mercado, de la circulación para bajar el consumo y hacer caer los precios. ¡Todo el dinero que se estuvo inyectando se tiene que retirar para bajar la inflación! Esto disminuye el consumo, bajan las ventas, se aprieta el margen de utilidad también por este lado y por la misma dinámica de la inflación, comienza a haber escasez de todo: sube el precio de la mano de obra, se achica el margen de utilidad, sube el costo de la maquinaria, de las herramientas, de la gasolina y otros combustibles y es ahí cuando se acaba el encanto de la inflación porque empieza a perjudicar a los que primero benefició: a hombres y mujeres de negocio.

En ese momento es cuando surge la necesidad de defender el margen de utilidad, ¿Cómo defenderlo? En la primera etapa, más vale prevenir que lamentar, siempre les hice mención a los empresarios en este sentido: deben ser muy obsesivos con los costos, deben comportarse con el mismo espíritu de un abarrotero: "cuidar los centavos para que los pesos se cuiden solos"; alcanzar la mayor eficiencia operativa posible en todas las áreas de la empresa, invertir en tecnología, tecnificar, porque tecnificando haces más con menos, te vuelves más productivo y con eso, en automático, contrarrestas el aumento de los costos. Esta es la mejor forma de defender el margen de utilidad; también les recomendaba pasar los créditos de tasa variable a tasa fija o comprar coberturas porque en algún momento con la inflación al alza, también se tenían que disparar las tasa de interés. A fuerza.

Las empresas que siguieron estas estrategias y otras más que les recomendé igualmente importantes, afortunadamente están saliendo bien librados. Lo más difícil es cuando te acostumbras a una etapa en la cual estás vendiendo bien y que todo va para arriba, porque tiendes a creer que así ira toda la vida, y no te das cuenta de que cuando los bancos centrales empiezan a bajar la inflación, retiran dinero, suben

tasas, baja el crédito, y se viene la economía para abajo; se presenta un “punto de inflexión” donde cambia la tendencia, cambian las reglas del juego y el mercado viene a la baja; si no tienes el valor de reconocer que las cosas cambiaron y no afinas tu estrategia, te va a llevar la trampa, y a muchos empresarios se los está llevando, y todo por estar aferrados, creyendo que eso no iba a suceder. Recuerden siempre que en época de crisis el consumidor cambia sus hábitos, las familias mexicanas tiene que estirar el dinero al máximo, y se reduce el consumo de algunos productos o ese consumo se traslada a mercancías y servicios más baratos. Se achica el mercado, cierto, pero no se acaba el consumo. Se cierran oportunidades, pero se abren otras. Cambian las reglas del juego, la forma de hacer negocio para obtener una liquidez escasa. Por ello nos debemos enfocar en las necesidades básicas, porque por dar un ejemplo, se pueden dejar de comprar varias cosas, pero no se puede dejar de comer, el consumo migra a productos baratos, que tengan calidad razonable. En época de crisis se pierde la fidelidad hacia las marcas; el precio es el rey. Y si viene acompañado de calidad del producto con buen servicio al cliente, mucho mejor. Es lo ideal para ganar el mercado que otros están perdiendo.

Dar productos más baratos que los competidores con una calidad aceptable, cumplir las promesas y no defraudar al cliente, es lo que la gente valorará y apreciará.

Es este tipo de empresas, las bien gestionadas que se acomodan a las nuevas realidades del mercado, las que salen fortalecidas: se debe tener la consistencia del agua, adaptarse a las nuevas condiciones del mercado. Esto es algo fundamental, saber leer las necesidades de la gente, ofreciendo un producto que las satisfaga.

Las empresas que se adaptan sobreviven, y cuando viene la recuperación, trae consigo una muy buena etapa para los que se gestionaron bien, para los que logran sortear la turbulencia porque con menos competidores o competidores debilitados, aumenta la rentabilidad del capital, la tajada que se pueden llevar del mercado. Ya después, con la recuperación, vuelven a surgir nuevas empresas, regresa la competencia y otra vez el margen de utilidad se vuelve a estrechar, pero de cualquier forma puede ser una buena época para los que saben manejarse con eficiencia y estrategias que den en el blanco respecto a las necesidades y exigencias del consumidor.

No puedes tener un buen diagnóstico, no puedes tener una buena estrategia, si tienes una idea equivocada de lo que está pasando, lo que se necesita, son estrategias inteligentes y aplicarlas a tiempo. Muchos empresarios ya se están dando cuenta, el

proceso apenas empieza, para diciembre 2022 - enero 2023 las tasas de interés estarán más arriba, la tasa de crecimiento estará más abajo y el margen de utilidad se verá todavía más presionado, ¡todo un reto!

¿Los programas sociales benefician o afectan?

Benefician, en el sentido de que cuando hay inflación, carestía, hambre, necesidad, es peligroso desde el punto de vista político no amortiguar el impacto para las personas más necesitadas. El malestar social, la irritación popular suele desestabilizar a los gobiernos. Se puede ver en el actual proceso mundial de la inflación: las ayudas sociales pueden, en determinado momento, ser un adormecedor político, pueden ayudar a que no crezca el malestar, yo estoy en contra de los programas sociales electorales, los que comercian con la necesidad de la gente queriéndose ganar su lealtad, regalando dinero sin que trabajen, sin esfuerzo y que no cueste nada, “si no votas por mí, vas a perder todas tus ayudas”... eso es realmente perverso, es algo muy tóxico, sin embargo, no todos los programas sociales son malos. Yo los apoyo siempre y cuando los programas sociales sean productivos.



Un ejemplo muy claro es el de los Ninis, hay tantas distorsiones y acusaciones de desvíos, fraudes y de gente que cobra sin merecerlo... yo en su defecto transformaría el programa de Ninis, aplicaría algo parecido a lo que existía como en los años 70s en la Ley Federal del Trabajo, donde existía un apartado que contenía la figura del Aprendiz, en el cuál las empresas podían contratar y capacitar a personas sin experiencia y el sueldo era deducible del pago de impuestos; fue un programa productivo, las empresas querían tener y capacitar gente, obteniendo un incentivo fiscal. Con ese programa personas humildes, con escasa preparación, aprendían un oficio en la práctica y realmente dejaban de ser Ninis. Pasaban a ser personas capacitadas, mano de obra calificada con la posibilidad de obtener un mejor ingreso. Ahora esa práctica está en decadencia por tantas formas más fáciles de “ayudar”.

En el presente, si le regalas a algún joven la cantidad de \$3,500.00 cada 2 meses por ser Nini, lo más seguro es que lo malgaste y lo quiera seguir siendo para seguir recibiendo el dinero! Este tipo de programas sociales les cayó de maravilla a las tiendas de conveniencia porque una buena parte de los apoyos para los Ninis, las becas de preparatorias en muchos casos no se van a cubrir colegiaturas, transporte, útiles...sirven en muchas y dolorosas ocasiones para gastarlos en cigarro y alcohol.

Los programas sociales o son electoreros en beneficio de políticos corruptos lo cual es muy perverso, o son en verdad para una buena causa, cuando están bien planeados, supervisados y ejecutados para arrojar un verdadero beneficio social. Cuando están planeados no para elevar la popularidad de un demagogo, sino para aumentar los ingresos de personas productivas, no la lealtad y fanatismo de clientelas que pasan a depender de la dádiva.

¿Militarización del país?

Es un tema muy peligroso, por muchas razones. Los militares están preparados para liquidar al enemigo, cuando metes al ejército a las labores de seguridad pública son muy drásticos, pueden cometer

violaciones muy serias y graves a los derechos humanos. ¡Lo estamos viendo! Hay mucha experiencia a nivel mundial en este sentido: donde incorporan a militares a las labores públicas se convierte en un desastre el país en materia de derechos humanos. Pero más allá de esos efectos negativos colaterales, el peligro más grande que veo es cuando hay un líder autoritario y enfermo de poder, porque si su objetivo es perpetuarse en el cargo, la mejor forma de fincar una dictadura es ganándose la lealtad de los altos mandos militares. ¿Cómo se gana la lealtad?, haciéndolos socios y cómplices, otorgándoles el manejo de altos puestos, de obras importantes: construyen bancos, aeropuertos, trenes. Obtienen control total de la policía, de la Guardia Nacional, de los puertos, los aeropuertos y ganan cada vez más poder. Adquieren intereses económicos y políticos muy poderosos, por lo que en consecuencia quieren que el líder se mantenga por mucho tiempo más.

Cuando el líder en determinado momento les dice: “voy a dar un golpe técnico de Estado a través de maniobras legales para continuar con la “Transformación”, “voy a tratar de reformar la Constitución para poder reelegirme, ayúdenme”, ellos dirán “Mi jefe, lo que usted ordene”, a ellos les conviene que siga el líder en el poder, es una complicidad que da incentivos muy perversos. Es algo así como una nueva “mafia del poder”.

La forma más efectiva de fincar una dictadura y de matar una democracia, por lo tanto, es a través de ganarse la lealtad de altos mandos militares. Todo esto es un riesgo muy grande para México, y por desgracia, el desconocimiento de muchas personas es tan grande que hasta pueden llegar a aplaudir este tipo de medidas. Muchos tienen la idea que sólo con los militares pueden contener la violencia de un país, y es un mito muy grande.

¿Hay diferencia entre la militarización de Felipe Calderón y la del actual presidente?

Con Calderón fue una estrategia desesperada, ganó las elecciones presidenciales con un escaso margen, no tenía credibilidad, le declaró la guerra al narco



sin tener previamente una estrategia. Nunca midió las consecuencias, lo hizo a lo bruto, a lo tarugo pues. Y al actuar de esa manera, destapó la Caja de Pandora, sin saber qué es lo que hacía; él no supo controlarlo, creó un escenario perfecto para toda la violencia que hemos estado viviendo, muy aguda en algunas partes del país. Fue un error grave y sobre, todo el no haberlo planeado...hacer todo sobre las rodillas. Lo hizo para ganar credibilidad y hacerle creer al público que a través de la militarización se podría lograr la paz, que a final de cuentas no se consiguió.

Por eso algunas personas en vez de decirle "Felipe", simplemente le decían "lipe" porque ya le habían perdido la Fe.

Como dice el refrán, "tanto peca el que mata a la vaca como el que le agarra la pata", Andrés Manuel la está matando, pero Felipe Calderón le agarró la pata, fue él quien desató esta dinámica perversa, tiene su responsabilidad el Señor, tiene su culpa, y otro tanto Enrique Peña Nieto, un presidente incapaz en materia de seguridad y combate a la corrupción, hasta que finalmente llegó la cereza del pastel, López Obrador.

Los líderes populistas siempre esconden sus verdaderas intenciones, y las esconden porque es una estrategia típica de negociación: si tu adversario no sabe lo que realmente estás planeando y no sabe cómo vas a actuar, en el momento que saques tus armas y des el golpe, los descontrolas y obtienes ventaja. En muchos terrenos el actual presidente supo manipular a la opinión pública y supo esconder sus armas. Considero que su verdadero afán, su real ambición, siempre fue quedarse en el poder y convertirse en una especie de dictador, sabiendo que una forma efectiva de lograrlo era comprando y ganando la lealtad de altos mandos militares.

A estas alturas del partido, la línea para mí está muy clara: algunos dicen que no se va a querer reelegir, pero, al tiempo ya veremos, porque cuando

él hace hincapié en que admira a Benito Juárez, un gran héroe nacional que trajo aportaciones valiosas al país, aun así, reconociendo sus méritos, es importante saber que también tenía su lado oscuro. Don Benito era megalómano, adicto al poder, y si Dios le hubiera prestado salud y vida, si no le hubiera dado angina de pecho, hubiera gobernado un rato más. Él se ganó la lealtad de altos mandos militares, repartió dinero a la gente humilde, gasto social para consolidar su imagen, su poder político y con ello aumentar su popularidad para hacer crecer sus posibilidades de reelegirse. Lo hizo dos veces. La tercera provocó incluso una guerra civil y el levantamiento de un Porfirio Díaz quién también aspiraba a la silla presidencial con la bandera (quién lo diría) de la "no reelección".

A los presidentes el poder les da mucha vitalidad, la mayoría de los dictadores de la historia de la humanidad son longevos, porque adoran el poder y son felices en sus posiciones.

¿Qué se proyecta para México en un futuro cercano, a comparación de países de Latinoamérica?

México, a diferencia de Venezuela, tiene los tratados del libre comercio. Las élites estadounidenses y las élites mexicanas podrían en determinado momento aliarse para ejercer presión y que no se llegue a una dictadura como la de Cuba o Venezuela, y eso es un factor real de poder, que hasta cierto punto sería un contrapeso, pero el riesgo de caer en un gobierno autoritario de partido hegemónico, dominante, como lo tuvimos en la década de los 70's con el viejo PRI es muy alto, sobre todo por la militarización.

En el 2016 el actual presidente menciona que la militarización no era la forma y ahora año 2022 todo ha cambiado, él es un político contradictorio, de manejo emocional de las masas, sabe aventar dardos al corazón, para explotar sus sentimientos, dardos al estómago para explotar sus necesidades y dardos

al hígado para explotar sus resentimientos, simplemente ¡es un genio!, ¡un genio político!

Cuando sus colaboradores dicen con mucho orgullo que "Es un gran animal político" en efecto, es un gran animal político, pero en materia económica es un desastre, se maneja con una ignorancia tremenda, porque le ha pegado a la inversión privada, a los tratados de libre comercio, sabe repartir riqueza, pero no sabe generarla; si hay un pastel enorme y empieza a repartir a todo mundo y no te preocupas por hacer el pastel más grande, va a llegar el momento que se va a empobrecer el país; hemos tenido tantos líderes populistas en América Latina, que han repartido el dinero, se vuelven populares, suman grandes clientelas electorales, enriquecen a su parentela, desarrollan fanáticos que los adoran y que quieren que se queden en el poder, reparten demasiado y llega un momento que se acaban la riqueza y terminan llevando a sus países a una pobreza espantosa. A la bancarrota. Hay infinidad de casos en Latinoamérica. Fujimori en Perú, Chávez y Maduro en Venezuela, Lula en Brazil, Evo Morales en Bolivia, Rafael Correa en Ecuador, son sólo algunos ejemplos.



Para finalizar, en mi libro expongo todo esto, AMLO y la 4T: lo que viene para México, publicado en noviembre de 2019, recién empezaba el sexenio, muchos no me creían, muchos pensaron que estaba loco, pero cuando se vio muy claro que quería militarizar el país para consolidar un régimen autoritario, fue cuando anunció la iniciativa para pasar a la Guardia Nacional a manos de la Secretaría de la Defensa Nacional. Ahí fue cuando algunos que no se habían dado cuenta del peligro por fin abrieron los ojos, y se empezaron a preocupar.

Si por algo llegó este gobierno, sucedió este retroceso, espero que a final de cuentas sea para bien, que sea una enseñanza, una sacudida para cuando venga un gobierno más moderado, un gobierno más prodemocracia para salvar las libertades de México, el votante aprenda a elegir mejor a sus gobernantes y a evitar una concentración excesiva de poder en una sola persona. Que aprenda a valorar la democracia. Esa sí que sería una gran enseñanza. Un verdadero aprendizaje...

Gobiernos anteriores, neoliberales, se dedicaron mucho a tratar de aprobar reformas y leyes para promover la inversión, pero descuidaron la equidad social, y las desigualdades se agravaron. Prosperaron mucho las élites, y una parte de las clases medias, pero el resto de la población por lo general, no. Siguió en las mismas. Por eso un gobierno verdaderamente democrático, debe cuidar las dos cosas: sí a las reformas, sí a la inversión privada, sí a la generación de riqueza, pero algo importante, la enseñanza que deja el espíritu dictatorial de López Obrador, es que además de generar riquezas se debe repartir de una mejor manera, a través de programas sociales efectivos para beneficiar al pueblo; pero no con programas sociales que exploten la miseria de la gente. Se necesita gasto social para hacer a la gente productiva, independiente para que sus familias e hijos tengan la posibilidad real de vivir mejor y no convertirse en clientes electorales, en adoradores de políticos demagogos. Para no depender de ningún político enfermo de poder de ningún Partido.

Si México logra más adelante deshacerse de tentaciones autoritarias, si logra recuperar la democracia y se logra mayor justicia social al mismo tiempo, considero que podríamos aspirar a vivir en un país mejor que el que tenemos con un populista como AMLO, mejor que los que vivimos con gobiernos neoliberales de derecha, habiendo aprendido de ambas lecciones.

Estoy convencido que esos a son los grandes retos tanto en materia económica como política de aquí hacia adelante. Ojalá así sea. Como dice el dicho: "Dios quisiese que se pudiese". ■

INVITACIONES DE VIGILANCIA PROFUNDA DEL SAT



Por Rubén Rodríguez Laureán
 Lic. en Derecho con especialidad en Derecho Fiscal, asesor y litigante en materia administrativa.
 Director del depto. contencioso administrativo de la firma jurídica GPF Asesoría de Negocios.
 Profesor de Derecho Administrativo con especialidad en Legislación Ambiental en la Universidad de San Miguel, campus Culiacán.
 FB @Ruben Rodríguez Laureán.



Las famosas cartas invitación de la autoridad fiscal han sido por varios años una herramienta interesante de recaudación, en ocasiones más efectiva que una revisión formal. En esta ocasión platicaremos acerca de las invitaciones del programa denominado “vigilancia profunda” del Servicio de Administración Tributaria.

Estas cartas invitación son notificadas por parte de las Administraciones de Recaudación del SAT y con el objetivo de informar al contribuyente que se han detectado posibles omisiones o irregularidades, las cuales se traducen en una omisión de pago o posibles multas para el interesado; dentro de esta misma invitación la autoridad fiscal cita al particular para acudir a una entrevista con personal del SAT y para que en un marco de orientación, dicha autoridad pueda exponer los hallazgos detectados y el contribuyente esté en aptitud de explicar o aclarar las observaciones o bien, aprovechar esta oportunidad para corregir su situación fiscal.

En esta invitación podemos advertir que la Administración de Recaudación realiza un desglose de irregularidades que tiene detectadas y que ameritan el pago o diferencia de contribuciones, tal y como se advierte en el siguiente ejemplo:

OBLIGACIÓN	OBSERVACIONES	PERIODO	EJERCICIO
ISR retenciones por salarios	Capturó línea y no realizó el pago	Junio	2020
ISR retenciones por servicios profesionales	Capturó línea y no realizó el pago	Marzo, mayo, junio y julio, agosto, septiembre y octubre	2020
ISR retenciones por servicios profesionales	Capturó línea y no realizó el pago	Mayo, junio y julio	2021
IVA	Capturó línea y no realizó el pago	Marzo, mayo, junio y julio, agosto, septiembre y octubre	2020
IVA	Capturó línea y no realizó el pago	Mayo, junio y julio	2021
Impuesto Sobre la Renta retenciones por salarios	Diferencia en el entero retenciones de ISR por sueldos y salarios con el ISR por sueldos y salarios emitido	Enero, marzo, mayo, junio, julio, agosto, septiembre, octubre, noviembre y diciembre	2020
Impuesto Sobre la Renta retenciones por salarios	Diferencia en el entero retenciones de ISR por sueldos y salarios con el ISR por sueldos y salarios emitido	Enero a julio	2021
IVA retenciones	Diferencia en la declaración de IVA retenciones	Marzo, mayo, junio, julio, agosto, septiembre y octubre	2020
IVA retenciones	Diferencia en la declaración de IVA retenciones	Mayo, junio y julio	2021
Declaración anual	Omiso en la presentación de la declaración	Del ejercicio	2020
Pago provisional mensual de ISR	Omiso en la presentación de la declaración	Junio a Octubre	2020



De esta forma, la misma autoridad fiscal, desde la notificación de la invitación, anuncia de manera general cuáles son las diferencias u omisiones detectadas, sin embargo, la autoridad no realiza en ese momento un desglose sobre los importes o cantidades omisas, ya que tal información se dará a conocer en la entrevista para la cual se invita al contribuyente.

Entre las irregularidades más comunes que detecta el SAT se encuentran:

- Omisión de pagos y omisión de declaraciones.
- Diferencias entre los ingresos declarados y los realmente obtenidos.
- Diferencia en las retenciones realizadas y las declaradas.
- Detección de proveedores situados en el artículo 69-B del Código Fiscal de la Federación.
- Detección de Comprobantes Fiscales cancelados.

En este punto el contribuyente puede decidir si comparecer a la entrevista virtual o ignorarla, ya que recordemos, se trata de una invitación y no de un requerimiento formal. No obstante, lo anterior y a pesar de que sea una invitación, se recomienda comparecer a la entrevista virtual con la intención de conocer de manera certera el importe de las omisiones detectadas por la autoridad fiscal.

Una vez en la entrevista, a la cual, dicho sea de paso, podrás hacerte acompañar de tu contador o asesor, el personal del Servicio de Administración Tributaria proyectará una presentación en la que mostrará un desglose sobre las omisiones o diferencias detectadas; es importante señalar que en esta entrevista no es necesario que el contribuyente manifieste o responda ante lo señalado por la autoridad, toda vez que es posible reservarte tal derecho para hacerlo valer después.

Finalmente, la entrevista termina y se le otorgará al contribuyente un plazo de 10 días hábiles para atender las inconsistencias de la entrevista, plazo en que el contribuyente podrá corregirse o aportar documentación con la que pueda aclarar las observaciones.

Es importante también, recordar que durante este proceso no estamos ante una facultad de comprobación formal, razón por la que el no aportar documentación o incluso no atender esta gestión de la autoridad, no pueda dar lugar a la imposición de multas, ya que en todo caso le corresponderá al fisco realizar el cobro o auditoría en términos del artículo 42 del Código Fiscal de la Federación y así exigir el pago de cualquier posible importe adeudado por el contribuyente.

Esto es así, pues la Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación al emitir la contradicción de tesis 2020506, resolvió que las cartas invitación son actos declarativos, a través de los cuales la autoridad exhorta al contribuyente a corregir su situación fiscal respecto de omisiones detectadas con la información que obra en sus sistemas internos, sin embargo, tal información solo podrá tener efectos cuando dicha autoridad ejerza sus facultades de comprobación, en términos del artículo 42 del Código Fiscal de la Federación, razón por la que a criterio de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, la invitación por sí misma y de manera aislada, no ocasiona un perjuicio real en la esfera jurídica del particular.

Estamos para servirle en GPF. Asesoría de Negocios, siempre cerca de usted. ■



ECOSISTEMA CRIMINAL



Por Dr. Carlos Méndez
Director de proyectos especiales América Latina. ASIGEMSA, S.A. de C.V.
Contador público de profesión, maestro en prestación de servicios profesionales y doctor en derecho fiscal.

Hasta los extorsionadores, tienen competencia desleal.

Un recuento de la historia contemporánea y como punto de partida, la actividad criminal comenzó con pandilleros de Centroamérica que por el tema de migración atravesaban nuestro país y acostumbraban a pedir dinero en las calles, como sucede en la actualidad en cualquier semáforo de cualquier ciudad.

El pedir dinero en las calles, se convirtió en mendicidad y muchas personas sin escrúpulos vieron la oportunidad de sus vidas, para obtener dinero rápido, usando niños en las calles, como una manera de apelar al instinto protector de mamá o papá, ya que el sentimiento que despierta una mujer con un niño en brazos es más sensible a que un hombre adulto solo pida dinero.

Esta situación pasó de mendicidad a una fuente de financiamiento de actividades criminales, como el reclutamiento infantil, ya que muchos menores de edad, se ven obligados a vender dulces en las esquinas y

semáforos, realizar trabajos forzados en horarios que van desde las 7 de la mañana hasta las 10 de la noche, bajo el sol, en ocasiones con lluvia, sin ninguna protección, sin comida y sin pago, ya que el dinero recaudado por limpiar parabrisas, vender dulces o hacer favores es entregado al final del día, a la persona que los ha reclutado.

En muchas ocasiones, los menores de edad también pueden ser obligados a tomarse fotos de índole sexual con la intención de ser vendidas a través de redes sociales.

Cuando esto ya no fue suficiente, el fenómeno escaló a la extorsión telefónica, que como es bien sabido a estas alturas, muchas llamadas se realizan desde las cárceles. Esto denota de nueva cuenta los índices de corrupción, ya que creó otro ilícito; el tráfico de celulares en las cárceles.

Al día de hoy, un teléfono celular y saldo de prepago es suficiente para que una cárcel funcione como un CALL CENTER para la extorsión.



Si recordamos, antes, el delincuente solicitaba tiempo, aire que debía ser enviado por mensaje al número desde donde llamaba y luego evolucionó para pedir grandes cantidades de dinero a cambio de una supuesta protección.

Algunas empresas en Latinoamérica, han tenido que incluir el costo de la extorsión como parte de su contabilidad, ya que descuentan una parte de las extorsiones pagadas de los salarios de los trabajadores.

Como los ingresos por extorsión son altos, las pandillas han invertido en negocios legítimos para lavar sus ganancias y generalmente lo hacen a través de los siguientes negocios:

- 1) Moteles.
- 2) Lavado de autos.
- 3) Compra - venta de autos usados.
- 4) Restaurantes.

Representan importantes ganancias de dinero ilegal para quienes realizan este tipo de actividades, por eso, para poder utilizar los recursos que han obtenido es común que recurran a diferentes técnicas y prácticas para lavar ese dinero y de esta manera poder justificar sus ingresos y su capital.

Una de las técnicas más utilizadas por estos delincuentes son las empresas fachadas o de papel, donde dan apariencia de obtener dinero limpio, sin embargo, solo aparentan tener ingresos por las actividades de sus negocios, cuando en realidad solo están simulando operaciones para colocar el dinero ilegal en las cuentas bancarias de negocios formales y que estos dineros circulen en la economía formal.

Una característica de los negocios o empresas fachada es que siempre buscarán tener una actividad con alto flujo de efectivo, ya que el dinero en efectivo, es y seguirá siendo el instrumento favorito de los delincuentes,

porque este no deja ningún rastro como si lo dejan las operaciones con cheques o transferencias bancarias donde se tiene plenamente identificado el origen y destino de recursos.

Ahora bien, el pirataje ha alcanzado a los extorsionadores, porque existen personas que se hacen pasar por integrantes de pandillas de el Salvador, Honduras y carteles mexicanos. Aprovechan la mala reputación de las bandas y carteles de drogas para hacerse pasar por ellos.

La diferencia es que las verdaderas pandillas y cárteles de droga, envían personas a cobrar la extorsión o amenazar, mientras que los extorsionadores piratas no mantienen contacto visual, ya que todo se hace por teléfono.

Usted querido lector, puede prevenir ser víctima de extorsionadores, así que no se deje intimidar por la situación y tome precauciones, por lo tanto:

1. No atienda llamadas de números desconocidos, o verifique que sea confiable.
2. Haga caso omiso de links o ligas de internet que le hagan llegar a través de WhatsApp o cualquier otra aplicación de mensajería.
3. Si recibe un mensaje de extorsión, avise a sus familiares y contactos para romper la cadena de extorsión y que usted no se convierta en cómplice.

Las empresas tienen la responsabilidad de conocer y reconocer a sus contrapartes de forma eficiente, realizando un monitoreo constante y apoyándose en todas las herramientas existentes para cumplir exitosamente la labor de cumplimiento. Solo de esta manera, se mitigarán las operaciones fraudulentas y se protegerá ante un riesgo el orden público económico.

¡No te dejes engañar, cuida tu patrimonio!



EL CONTRIBUYENTE NO SIEMPRE ESTÁ OBLIGADO A ASISTIR ANTE EL SAT



Por Marco Antonio Olguín Martínez
Contador Público Titulado egresado de la Facultad de Contaduría de la Universidad Veracruzana, Coatzacoalcos, Veracruz.
Licenciado en Derecho con mención honorífica por la Universidad Nacional Autónoma de México.
Facebook: @grupoolguinbufete
contacto@viasegura.com.mx

Ilegalidad de todas las revisiones de gabinete, en virtud de que en su desahogo se violentan las formalidades esenciales de dicho procedimiento de revisión.

De conformidad con el artículo 42, fracción II, del Código Fiscal de la Federación, las autoridades fiscales para comprobar que los contribuyentes, los responsables solidarios, los terceros con ellos relacionados, los asesores fiscales, las instituciones financieras; las fiduciarias, los fideicomitentes o los fideicomisarios, en el caso de los fideicomisos, y las partes contratantes o integrantes, en el caso de cualquier otra figura jurídica, han cumplido con las disposiciones fiscales y aduaneras y, en su caso, determinar las contribuciones omitidas o los créditos fiscales, así como para comprobar la comisión de delitos fiscales y para proporcionar información a otras autoridades fiscales, están facultadas para requerirles exhiban en su domicilio, establecimientos, en las oficinas de las propias autoridades o dentro del buzón tributario, dependiendo de la forma en que se efectuó el requerimiento, la contabilidad, así como que proporcionen los datos, otros documentos o informes que se les requieran a efecto de llevar a cabo su revisión.

Así, de conformidad con el artículo 48 del mismo código tributario, el requerimiento de la contabilidad, datos, otros documentos o informes para el ejercicio de las facultades de comprobación fuera de una visita domiciliaria, debe

indicar el lugar y el plazo en el cual se deben proporcionar los informes, libros, datos o documentos, se notificará a la persona de quien se soliciten, quien por sí mismo o por su representante deberá proporcionar lo solicitado, las autoridades fiscales procederán a la revisión y si conocen hechos u omisiones y entrañen el incumplimiento de las disposiciones fiscales del contribuyente o responsable solidario, los harán constar de manera circunstanciada a través del oficio de observaciones que formulen y notifiquen al interesado.

este orden de ideas, atento al contenido del primer párrafo del artículo 46-A del citado código tributario -en la parte se interesa para esta colaboración las autoridades fiscales deberán concluir la revisión se efectúen en sus propias oficinas (revisión de gabinete), dentro del plazo máximo de doce meses contado a partir de que se notifique al contribuyente las facultades de comprobación, salvo los en los casos previstos en los apartados A y B, para los contribuyentes ahí mencionados, pues en esos casos el plazo para concluir la revisión será de dieciocho meses para el primero de esos apartados y de dos años para el segundo de los referidos, contado a partir de la fecha en que se notificó al contribuyente el ejercicio de las facultades de comprobación.

De tal forma que no queda duda de que el artículo 46-A referido es claro al señalar, en su primer párrafo, que la revisión de gabinete, referida a la contabilidad de los contribuyentes, se efectuará en las oficinas de las propias autoridades, sin solicitar la comparecencia del contribuyente o su representante legal, esto es, dentro de un plazo máximo de doce meses contados a partir de que se notifique a los contribuyentes el inicio de las facultades de comprobación.

En este sentido la ilegalidad, misma que trasciende al resultado de la resolución, estriba en el hecho de que a nivel nacional las autoridades fiscales que ejercen esta facultad de comprobación, y que requieran la presencia de los contribuyentes en sus oficinas, lo hacen con sustento en los párrafos quinto y sexto del mismo artículo 42, del Código Fiscal de la Federación en íntima relación con la regla 2.9.9 de la Resolución Miscelánea Fiscal para el ejercicio 2022; a fin de darles a conocer los hechos y omisiones que hayan detectado y que entrañen incumplimiento en el pago de contribuciones, para cumplir dicho imperativo; lo que infringe el principio de jerarquía normativa que debe prevalecer en nuestro sistema jurídico, pues, la regla en cuestión se contrapone al contenido de los artículos 42 y 48 del código tributario federal, ya que esta fase del procedimiento de revisión no fue establecida como una obligación para el contribuyente visitado, sino como un auténtico derecho de información, por sus trascendentales consecuencias.

De tal manera que el levantamiento en el domicilio de la autoridad, de un acta de hechos u omisiones detectados con motivo de la REVISIÓN DE GABINETE, que se encuentra prevista en el artículo 42, fracción II, del Código Fiscal de la Federación, NO, es un procedimiento que forme parte de estas revisiones, toda vez que este procedimiento es propio de las VISITAS DOMICILIARIAS, contenidas en la fracción III del mismo artículo 42, en íntima relación con la fracción V, del artículo 46 del citado código tributario.

En esta línea de pensamiento, cabe señalar que el desarrollo de la visita domiciliaria se encuentra reglado

en el Código Fiscal de la Federación, concretamente en sus artículos 44 y 46, y el ejercicio de tal facultad (levantamiento de acta parcial), se encuentra previsto el levantamiento de una última acta parcial, que es precisamente el momento procesal oportuno en el que se deben dar a conocer al contribuyente auditado las observaciones derivadas de la revisión y se le otorga un plazo de veinte días para que manifieste al respecto lo que estime pertinente y exhiba las pruebas necesarias para desvirtuar las referidas observaciones, pero este procedimiento no es aplicable, a las revisiones de gabinete y 46 fracción V, para el levantamiento de actas parciales en el domicilio de la autoridad fiscal.

Que aun cuando es verdad que el artículo 42, quinto párrafo, del Código Fiscal de la Federación, dispone que la autoridad que se encuentre realizando una revisión de gabinete informará al contribuyente de los hechos u omisiones que se vayan conociendo en el desarrollo de aquélla, y que tal información se proporcionará de conformidad con los requisitos y el procedimiento que el Servicio de Administración Tributaria establezca, también lo es que este organismo, al permitir en la referida regla 2.9.9. para el ejercicio 2022; que, para los efectos del artículo 42, quinto sexto y séptimo párrafos del CFF, con el propósito de que los contribuyentes puedan optar por corregir su situación fiscal, las autoridades fiscales informarán, el lugar, fecha y hora, a efecto de darles a conocer los hechos u omisiones detectados en el procedimiento de fiscalización, que pudieran implicar incumplimiento en el pago de contribuciones y, en su caso, el derecho que tienen a promover una solicitud de acuerdo conclusivo; infringe el principio de jerarquía normativa que prevalece en nuestro sistema jurídico, pues, la regla en cuestión se contrapone al contenido de los artículos 42 y 48 del código tributario federal.

La regla 2.9.9. de la Resolución Miscelánea Fiscal para el ejercicio 2022, señala lo siguiente:

Regla 2.9.9. Para los efectos del artículo 42, quinto y último párrafos del CFF, con el propósito de que los





contribuyentes puedan optar por corregir su situación fiscal, las autoridades fiscales informarán, el lugar, fecha y hora, a efecto de darles a conocer los hechos u omisiones detectados en el procedimiento de fiscalización, que pudieran implicar incumplimiento en el pago de contribuciones y, en su caso, el derecho que tienen a promover una solicitud de acuerdo conclusivo.

Tratándose de las revisiones a cargo de la AGJ, los hechos u omisiones detectados en el procedimiento de fiscalización se podrán dar a conocer a través de medios electrónicos, en la modalidad de videoconferencia, proporcionándole al contribuyente a través del oficio invitación, la fecha, hora y ruta de acceso para tal efecto. En su caso, el contribuyente contará con tres días hábiles para manifestar su voluntad de acudir personalmente a las oficinas de la autoridad, o bien, de ser asistidos por la ADJ más cercana a su domicilio fiscal para llevar a cabo la citada videoconferencia.

De tal forma que la regla 2.9.9. de la Resolución Miscelánea Fiscal para el ejercicio 2022; NO, prevé la comparecencia del contribuyente auditado en las oficinas de la autoridad fiscalizadora, como actualmente lo hace la autoridad fiscalizadora, no obstante que en el artículo 46-A del Código Fiscal de la Federación es claro al señalar en su primer párrafo que la revisión de gabinete referida a la contabilidad de los contribuyentes se efectuará en las oficinas de las propias autoridades, dentro de un plazo máximo de doce meses contado a partir de que se notifique a los contribuyentes el inicio de las facultades de comprobación.

Luego entonces la solicitud que hace la autoridad demandada, de la comparecencia en sus oficinas en los términos anotados al contribuyente, a su representante legal, y en el caso de las personas morales, a sus órganos de dirección por conducto de aquel; violentas formalidades

esenciales del procedimiento contenidas en el artículo 14 constitucional y principio de legalidad contenido en el artículo 16 constitucional.

Esto es así en virtud de que la regla que permite a la autoridad revisora en una revisión de gabinete, solicitar la presencia del contribuyente en sus oficinas, para darle a conocer hechos u omisiones relacionados con la revisión que se está practicando, lo que no respeta las formalidades que derivan de los artículos 42 y 48 del Código Fiscal de la Federación, aprobados por el Congreso de la Unión, y regulatorios de la forma en que se debe desarrollar el ejercicio de facultades de comprobación fiscal, habida cuenta que en los precitados dispositivos legales está determinada, de manera expresa, la etapa procesal en la que la autoridad fiscalizadora debe dar a conocer los hechos u omisiones que se adviertan durante el desarrollo de la revisión de gabinete, no contempla el levantamiento o comparecencia del contribuyente o representante legal en sus oficinas.

Luego entonces, ante la evidente contraposición existente entre el contenido de la regla 2.9.9 de la Resolución Miscelánea Fiscal para el ejercicio 2022, y los numerales 42 y 48 del código tributario federal, es inconcuso entonces que deben prevalecer las normas de origen legislativo; no estimarlo así, implicaría una violación al principio de subordinación jerárquica de las normas.

Esto es así, porque la validez de las disposiciones reglamentarias o administrativas, para efectos de aplicación, interpretación o integración normativa, se encuentra supeditada a que guarden congruencia con las normas legales existentes sobre la materia específica de regulación de que se trate y se sujeten a los principios jurídicos que emergen directamente de la ley, de manera tal que aun siendo expresas, no pueden válidamente regir contra la voluntad manifiesta del texto de la ley ni oponerse a

sus lineamientos normativos, pues deben interpretarse y aplicarse en forma armónica, sin contrariar los principios rectores que emergen de la propia ley, atendiendo al principio fundante de la supremacía del sistema normativo que rige el orden legal.

Dicho de otro modo, las disposiciones reglamentarias o administrativas, antes que oponerse, deben tener fundamento en normas sustentadas en otras de nivel superior, como lo son las leyes, las cuales, a su vez, están supeditadas, en cuanto a su validez, a otras normas de mayor jerarquía, que culminan en la Ley Fundamental del país, la cual entraña la suprema razón de validez del orden jurídico.

Por consiguiente, debe estarse a aquella aplicación legal exegética que de manera sistemática armonice los preceptos relativos, frente a una interpretación puramente literal que soslaya una adecuada integración jurídica y se desentienda de la supremacía de las normas, de la cual depende precisamente su validez.

Como se ve, la actuación de la autoridad fiscal en las líneas apuntadas, violenta el principio de supremacía legal, pues aun cuando el artículo 42, último párrafo (actualmente quinto párrafo), del Código Fiscal de la Federación dispone que la autoridad que se encuentre realizando una revisión de gabinete informará al contribuyente de los hechos u omisiones que se vayan conociendo en el desarrollo de aquella, y que tal información se proporcionará de conformidad con los requisitos y el procedimiento que el Servicio de Administración Tributaria establezca, también lo es que este organismo, al permitir en la referida regla 2.9.9 que, para los efectos del citado párrafo, a la autoridad revisora que deberá notificar al

contribuyente un requerimiento solicitando su presencia en las oficinas de la fiscalizadora para darle a conocer los hechos u omisiones derivadas de la visita, infringe el citado principio de jerarquía normativa que prevalece en nuestro sistema jurídico, pues, se contraponen al contenido de los artículos 42 fracción II y 48 del código tributario federal, que exigen que las autoridades fiscales, en el ejercicio de la facultad de comprobación conocida como revisión de gabinete, deben llevar a cabo todos los actos relacionados con dicha visita en el domicilio de la autoridad fiscal y de donde no se contempla el levantamiento de actas parciales ni la comparecencia del contribuyente en las oficinas de la autoridad fiscalizadora, ya que este procedimiento es propio de las visitas domiciliarias según lo disponen los numerales 44 y 46 del código tributario federal.

Dejaré para otra oportunidad, el análisis de la jurisprudencia de la Corte Interamericana violentada en este escenario planteado, desde luego estimados lectores, que la mejor opinión y última palabra es la de Ustedes.

Nota: En similares consideraciones, sea pronunciado el TFJA, criterio que ha sido confirmado por un TCC al resolverse el respectivo AD.

Si te interesa la sentencia, mándame un correo a la siguiente dirección: Olguin2872@hotmail.com, y con gusto te la hago llegar.

“Los derechos humanos no se violan solo por el terrorismo, represión o asesinatos, sino por estructuras económicas injustas que crean enormes desigualdades.” Papa Francisco. (Citado por Martha Elba Dávila Pérez. EL DERECHO A UN RECURSO EFECTIVO. Primera Edición. Estándares del sistema Interamericano de Derechos Humanos aplicables a la Justicia Fiscal y Administrativa en México). ■



CENTROS DE ENERGÍA



Por LCP. Claudia Diaz Jiménez
Contadora.
Técnico en Administración de RRHH.
Técnico Programador Analista.
Editora de la página Layu.Mx
proyecto foto documental que
promueve las tradiciones y costumbres
del estado de Oaxaca.



“Cuando reemplazas los pensamientos negativos por positivos, comienzas a tener resultados positivos.”

- Willie Nelson



El término energía proviene del griego que significa fuerza de acción o fuerza de trabajo, tiene diversas acepciones y definiciones relacionadas con la capacidad para obrar, surgir, transformar o poner en movimiento.

Lo cierto es que, aunque no podemos ver la energía como tal, podemos percibirla en el exterior con nuestros sentidos y así saber que existe. Y del mismo modo, podemos percibir que existe energía también en nuestro interior.

Los estudiosos de este tema nos dicen que en nuestro organismo existen centros que distribuyen la energía en todo nuestro ser.

Para ejemplificar cómo funcionan esos centros que distribuyen la energía, imaginemos por un momento el sistema de tuberías de agua de nuestra casa, estos conductos que en su mayoría no vemos, llevan el líquido por las diferentes estancias de nuestro hogar, en donde necesitamos utilizarla, con salida en diferentes grifos o llaves que nos ayudan a controlarla. Pero, imaginemos también, que esta misma agua que se distribuye en los distintos lugares de nuestra casa, aunque es la misma, también cumple diferentes funciones dependiendo del lugar en donde salga, es decir, en la cocina tendrá una función, en la lavadora otra, en el baño otra, etc.

Así es la energía del alma, si la pudiéramos percibir a simple vista, veríamos que es de color blanco y que es filtrada a través de un prisma en 7 colores o 7 energías que salen a través de 7 centros.

Pero estos colores (que en un ser humano perfectamente bien equilibrado tendrían que ser los 7 colores puros del arcoíris) el ser humano normal los matiza de

acuerdo a su propia personalidad, por ejemplo, el verde que tendría que ser claro y brillante, en algunas personas se verá oscuro y en algunas otras, verde pálido. (De acuerdo a la mezcla de emociones de cada persona, muchas veces aprendidas o mal dirigidas).

Y esta energía (que su base es la misma) según el centro por el que sale el resultado es diferente y así, nuestra alma puede interactuar con los tres mundos del esfuerzo humano: El físico, el emocional y el mental.

Cada uno de nuestros órganos está controlado por una o varias hormonas y son segregadas por las glándulas endocrinas, estas glándulas son consideradas manifestaciones de estos centros de energía y dependiendo de cómo estén estos centros: equilibrados, bloqueados o con exceso de energía así tendremos esas glándulas y, por tanto, nuestro cuerpo físico.

Sin embargo, es importante saber, que cuando nuestro organismo no anda bien, la causa es siempre, primero, psicológica e interna y luego esa causa se manifiesta en el centro, la cual influye en el cuerpo físico y se somatiza en alguna enfermedad.

Por ejemplo, supongamos que una persona tiene una autoestima muy baja por los procesos que ha vivido y por ello su centro de energía (llamado también plexo solar) esta, bloqueado y no funciona correctamente, no distribuye de manera adecuada la energía en su organismo y este problema somatiza en problemas físicos en el abdomen, para trabajar el problema del abdomen debemos trabajar en el problema psicológico (la baja autoestima) pero, esto no significa que no debamos ir al médico a tratarnos.

Los expertos en el tema explican que este es el problema que ocurre con el sistema médico, se soluciona la enfermedad, pero en realidad, si no se trata la raíz del problema que es de índole psicológico, al cabo de un tiempo la enfermedad reaparecerá o aparecerá otra, porque el tratamiento médico solo ha desviado la energía hacia otra parte.

Existen muchas técnicas para equilibrar y abrir los centros que, aparentemente, arreglan todos los problemas relacionados con la energía, pero, no serán duraderos si no se trata el origen del problema.

Es decir, si una persona no sabe amar o no quiere amar, el centro del corazón, el cardíaco, no podrá irradiar amor.

El corazón no es el causante, es la persona quien no utiliza correctamente la energía del amor. Si alguien con una técnica o meditación abre el centro, el amor fluirá momentáneamente y se sentirá mejor, pero no durará si no trabaja en aprender a amar, si no aprende a perdonar, si no vive el amor en todas sus facetas posibles.

Y esto no significa que la técnica o la meditación no funcionen, por supuesto, que ayudan.

Pero, ¿Cuáles son estos centros?

En Occidente estos centros se llaman Centros de distribución de energía, (ni crean, ni moldean la energía, solo la distribuyen).

Y existen tres tipos de centros: los mayores, los menores y los pequeños.

Los pequeños son miles y son los que trata la acupuntura, los menores son 21, pero todos están conectados a los centros mayores.

Aunque existen diversas opiniones sobre el número

de centros mayores hasta llegar a 72, es conveniente empezar por conocer los primeros y que coinciden en que son 6 centros dobles, es decir, 12 y están situados a la altura de la columna vertebral, pero su salida varía según su tipo.

Cinco centros mayores, su salida energética es hacia adelante, y son el centro visión, comunicación, aceptación, identidad y admisión. Cinco más salen hacia atrás del cuerpo y son centro manifestación, creación, sabiduría, poder y donación y dos su salida está en vertical y son centro espíritu y centro tierra.

Conocer estas técnicas y cómo funciona la energía en nuestro cuerpo es importante, sobre todo en estos tiempos en que el estrés ha incrementado potencialmente.

Y tú ¿ya conoces tus centros de energía y como están fluyendo en tu interior? ■



INNOVACIÓN Y CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE AUDITORÍA



MOORE
M É X I C O

Refrenda su compromiso seminario de educación profesional continuo 2022 y asamblea anual de socios.

MOOORE México firma de Contadores Públicos Certificados Abogados y Consultores, MOORE GLOBAL es miembro de FORUM OF FIRMS y se ubica en el ranking mundial como consultora en el Puesto No. 10. MOORE México organiza este evento anualmente "Seminario de Educación Profesional Continuo 2022", que a través de excelentes ponencias pretende aumentar el estándar de sus firmas integradas a la RED MOORE Mexico.



Entrega de reconocimiento al CPC. Marcelo de los Santos Fraga por 62 aniversario de práctica profesional, por Erick Mendoza Blancas



FOTOGRAFIA DE WWW.GOVERMEDIA.MX

CPC. Marcelo de los Santos Anaya CEO de MOORE México comento que el seminario es un compromiso constante el proveer a sus clientes y colaboradores capacitación interactiva para la toma de decisiones, detonar un cambio de cultura y crear áreas de oportunidad para enfrentar las nuevas formas de tributación, fiscalización, implementación de normas, enfoques de calidad y uso de tecnologías, es decir, servicios diferenciados que fortalecen la confianza del cliente, al obtener lo mejor de sus asesores financieros para menguar los efectos de cada reforma fiscal.

Así lo comenta el socio director de la oficina MOORE Puebla, CPC. Oscar Mendoza Escalante, organizador de este foro celebrado los días 1 y 2 de septiembre en el Hotel Holiday Inn Finsa, puntualiza que estos temas son de tal importancia para los negocios y la economía del país, pues permite conocer más sobre las nuevas políticas fiscales y las reglas actuales, dentro de sus principales ponentes estuvieron Ruben Furlong, Cesar de la Torre, Erick Guerreo Rosas, Sael Barraza, Silvino Vergara, Marypaz Pineda, Arturo Fortum entre otros excelentes ponentes. ■



CEO MOORE México Marcelo de los Santos Anaya



Sael Barraza



Alex, Erick, Erick Guerrero, Marcelo, Oscar, Victor y Sandra



Erick Guerrero Rosas



Oscar Mendoza



Socio Director de la oficina MOORE Puebla, CPC. Oscar Mendoza Escalante.



Erick, Oscar y Marypaz Pineda



Oscar, Erick y Arturo FORTUM



Oscar, Marcelo y Carlos de los Santos



Javier, Oscar, Marcelo y Marcelo de los Santos



Victor, Oscar, Ruben Furlong Presidente COPARMEX Pue. y Erick

CONTACTO
OSCAR MENDOZA ESCALANTE
OMENDOZA@MSC.COM.MX
WWW.MSC.COM.MX

MOORE GLOBAL
[HTTPS://WWW.MOORE.GLOBAL.COM/](https://www.moore.global.com/)

MOORE MÉXICO
[HTTPS://WWW.MOORE.MEXICO.COM/](https://www.moore.mexico.com/)

ENCUENTRO DE IX *Empresarias y Emprendedoras* DEL CONTINENTE AMERICANO *Mujeres con altura*

omeb
ORGANIZACIÓN DE MUJERES
EMPRESARIAS DE BOLIVIA



Organización de Mujeres Empresarias Bolivia, OMEB, es una organización de mujeres unidas por el espíritu empresarial, que lucha por realizar los sueños de la mujer empresaria, desarrollando el protagonismo de la mujer en el sector económico y social, capacitando y generando contactos para hacer negocios.

La organización celebró en Santa Cruz de la Sierra, en Bolivia, su IX Encuentro de Empresarias y Emprendedoras del continente americano, los días 11, 12 y 13 de agosto de 2022, al cual asistieron empresarias de talla internacional, de países como: Argentina, Brasil, Uruguay, República Dominicana, Honduras, Chile y Francia entre otros; la finalidad del evento, en palabras de Estrella Canteli, presidenta de OMEB, es desarrollar el protagonismo de la

mujer boliviana en el ámbito económico y social, haciendo negocios, tratados y por su puesto cruzar fronteras.

El encuentro contó con la participación de Speakers Nacionales, cena de gala y show típico de la región, en "Casa del CAMBA" Santa Cruz, estuvieron presentes personalidades importantes nacionales e internacionales: La Arq. Estrella Canteli - presidenta de OMEB, la Lic. Lara Trujillo, la Arq. Celeste Trujillo, la Lic. Nineth Quiroz, Directiva OMEB Santa Cruz, la C. Liliana Chinga, la Dra. Gaby Callaú, la Arq. Celeste Trujillo y Dra. María Renne Centellas de Gerente General Laboratorios BAGO, Patricia García de OAME presidenta de mujeres empresarias Argentina y delegación directiva Santa Cruz, las empresarias Beatriz Torrez de Panamá y Angela Arzadum de CAMEX y entre otras personalidades.

Al evento asistió Marie Chistine Oghly, presidenta mundial de FCEM, Femmes Chefs D'Entreprises Mondiales fundada en Francia hace más de 70 años, es una organización sin fines de lucro, no gubernamental o político, con presencia en los 5 rincones del mundo.

Lidia Sartori Angeli, vicepresidenta de FCEM para Latinoamérica, marcó un punto de partida para OMEB, invitando a participar a las Empresarias de Bolivia, en la red mundial FCEM, que reúne en una gran efusión de amistad y solidaridad, a mujeres que comparten un interés común: el emprendimiento. Unidas todas con un espíritu en común; el espíritu empresarial, poniéndole nuestros colores, nuestros acentos, nuestra historia y nuestros sueños a cada proyecto imaginado, seguras de generar una transformación económica positiva desde Bolivia hacia el continente americano.

La anfitriona Estrella Canteli, presidenta de OMEB mencionó: "hoy damos un paso más, consolidamos este espacio como el punto de encuentro ineludible, donde las empresarias de los países de la región, intercambian experiencias y desafíos.

Me emociona el contemplar, la gran participación de empresarias y emprendedoras, que unen voluntades de la sociedad civil, del sector privado, de los organismos internacionales, de las cámaras empresariales.

Sus rostros, voces, sus voluntades, dan forma tangible al multilateralismo, con vocación integradora y, con ánimo vivo, por la cooperación regional.

En tiempos complejos, como los que vivimos el mundo de hoy, que bien hace comprobar que estos valores mantienen vigencia, propiciando la fuerza de las empresarias hacia un mundo más digno, más justo, más sano y más igual, en el que nadie se quede atrás; también nos exige ir más allá de la suma de los esfuerzos, porque ningún país lo logrará de manera aislada.

El sector privado es de suma relevancia, tanto por el rol que juega en la generación de patrones de consumo y producción sostenibles, como por su imprescindible papel para movilizar recursos, fomentar la innovación en tecnologías limpias, impulsar el uso de energías renovables e, identificar oportunidades de negocios, es la idea motora de este encuentro".

La Organización de Mujeres de Negocios de Bolivia, organización anfitriona del encuentro, agradece a cada una de las participantes por asistir al evento único donde se generaron Negocios reales en la "Rueda de Negocios" y a todas las, cámaras de los diferentes rubros que participaron. ÉXITO TOTAL. ■

*Solas invisibles,
juntas invencibles*



Fotografía por OMEB



ibtm[®] AMERICAS

La esperada edición de IBTM Américas 2022 se llevó a cabo el pasado 24 y 25 de agosto en el Centro Citibanamex de la Ciudad de México, concluyó con cifras muy positivas, obteniendo oportunidades de negocio nacionales e internacionales, así como una derrama económica muy favorable para el país. El encuentro reunió alrededor de 4 mil personas, más de 450 empresas expositoras y co-expositoras, 520 compradores nacionales e internacionales, 2 mil 600 visitantes, asociaciones, patrocinadores y medios de comunicación, quienes se dieron cita para experimentar el dinamismo de los eventos, renovar su energía, reconectar, hacer negocios e inspirarse, todo bajo el lema *Feel the events' energy*.



En dicho evento, estuvieron presentes, David Hidalgo, director de IBTM Americas Michelle Fridman, secretaria de Fomento Turístico de Yucatán, Gustavo Staufert, director de la OFVC Guadalajara, Sheriff Karamat, presidente PCMA & Chair Elect EIC, la secretaria de Turismo de la Ciudad de México, Nathalie Desplas entre presidentes de distintas asociaciones, participantes de foros y congresos, así como medios de comunicación.

IBTM Américas reconoció el esfuerzo de los expositores para mostrar sus ofertas durante el evento nombrando a Panamá como destino internacional, a Morelos destino nacional y como los dos mejores stands de esta edición. A la agencia Totonal-Sustrai se le otorgó la insignia "Agente de cambio" gracias a sus esfuerzos en materia de sustentabilidad durante los dos días de exposición.

Durante los dos días, se llevó a cabo el foro *Meetings & Events Transformation (MET)*, estableciendo acuerdos, programas de colaboración y alianzas entre los líderes del sector público y privado, al evento, se presentó por segundo año el 2º Encuentro Latinoamericano de DMCs con la participación de AMDEMAC,

así como el *Event Design Conference*, que reunió a personalidades como Sean Fitzgerald, Gay Games y Mónica Sánchez de Guadalajara; Will Curran, Founder & Chief Event Einstein.

La representante de Yucatán la Secretaria de Turismo Michelle Fridman, realizó el pase de estafeta al estado de Guadalajara como destino invitado de IBTM Américas 2023. El evento concluyó con la presentación del ballet folklórico de Yucatán y el tradicional mariachi de Guadalajara.

El objetivo de esta edición de IBTM Américas fue muy claro: ser un espacio para el encuentro, la generación de negocios y capacitación de la industria de eventos en América Latina, continuar con la recuperación económica. Para IBTM se está cumpliendo un sueño, ser parte de una nueva era de la Industria de reuniones, esperando haber contribuido a la consolidación de negocios y nuevas fuentes de ingreso que les ayuden a alcanzar las metas de 2022 para arrancar con el pie derecho el 2023.

Empoderamia presente en los mejores eventos de negocios. Búscanos en nuestras redes sociales y en www.empoderamia.com ■



Guelaguetza 2022

90 ANIVERSARIO DEL HOMENAJE RACIAL



La fiesta étnica más grande de Latinoamérica se vivió en Oaxaca; comparsas, calendas, festejos, color, música, danza, tradición y hermandad. ¡Que vivan las costumbres y tradiciones!

Después de dos años, una de las celebraciones culturales más importantes de México se llevó a cabo, Guelaguetza 2022: Oaxaca es grande, majestuosa al momento de compartir su cultura en maravillosas fiestas que resultan verdaderamente extraordinarias a nivel nacional, la Ciudad, Patrimonio de la Humanidad, celebro su 90 aniversario del homenaje racial. Para el 90 aniversario de esta fiesta máxima tuvo como imagen oficial, “El llamado” una creación del artista plástico, Flavio Díaz Pérez, originario de Oaxaca, quien compitió entre otras 152 obras de arte.

Flavio es originario de la región Mixe, Oaxaca, desde pequeño siempre tuvo la inquietud de dibujar, desde entonces él sabía que su destino era el arte plástico, con apoyo de uno de sus profesores decidió estudiar el bachiller en el Centro de Educación Artística “CEDART” Oaxaca, parte de su vida la ha dedicado a las artes plásticas, una de sus grandes obras la pudo plasmar en la Universidad Autónoma de Chapingo junto a un amigo, los temas que más ha abordado es el maíz y la

migración, sus series artísticas más relevantes se llaman “Maíz Sangre del País”, hace referencia a que no solo es un alimento, es parte de la identidad de ser mexicano, y “En la Migra” relacionada con la parte cruda de la gente que trata de cruzar a los Estados Unidos.

En Putla Villa de Guerrero, Oaxaca, lugar donde nace el Carnaval Putleco, carnaval que le da el origen al personaje de “El llamado”, representado por un viejo con su traje de tiliches, fiesta que la gente espera año con año, fue donde se inspiró para la imagen que potencializa a través de su obra de arte, ganadora del cartel 2022: “aproveche para que mi arte llevara las 8 regiones a través de su traje, las regiones están representadas en los textiles, coloque tiras de telas con telares de las 8 regiones y de paso hice un homenaje a los artesanos que generalmente no los hacen notar como debería ser, al tiliche yo lo proyecte como el personaje principal y no como un danzante más”.

La idea de realizar la obra de arte llevaba más de 2 años. A la fecha el artista se siente sumamente contento e impactado, por el impacto de su obra de arte. Algo sumamente increíble para él y su familia, ya que la obra ha ido encontrando su propio camino y sobre todo ha trascendido para la historia de Oaxaca.



Flavio Díaz artista del “El llamado” & Karla Negrete, Directora de Comercialización de Oaxaca





¡Viva Oaxaca!, al grito de los espectadores, dio inicio el desfile tradicional, turistas y locales se dieron cita en las principales calles del centro histórico de Oaxaca, para el desfile de delegaciones, el cual estuvo encabezado por el gobernador Alejandro Murat Hinojosa, y el secretario de turismo Juan Carlos Rivera Castellanos. Los contingentes entre danzantes, maromas, canastas adornadas de flores, toritos y faroles, empezaron su recorrido comenzando desde Calzada Porfirio Díaz por el centro histórico de Oaxaca, hasta su zócalo.

Así inician las fiestas del mes de julio de cada año en Oaxaca, y el viernes no fue la excepción.

El domingo pasado con lleno total se presentó, la famosa obra de teatro "Donaji: La Leyenda", en el auditorio Guelaguetza, y los visitantes nacionales e internacionales pudiendo disfrutar nuevamente esta maravillosa historia de amor, valor y lealtad, con danza, música y una fusión entre mito e historias reales prehispánicas.

La experiencia en la fiesta de la Guelaguetza es memorable, no solo por los bailes presentados durante la fiesta oficial, sino porque este año se presentaron festivales en otras comunidades, con igual esplendor, hubo participación de las 13 delegaciones de las 8 regiones del estado, el mensaje por parte de los participantes fue de esperanza, las regiones rindieron homenaje a las personas que ya no se encuentran entre nosotros,

y demostraron la grandeza del pueblo Oaxaqueño. Sin duda, una experiencia inolvidable para todos los asistentes como en cada año, disfrutando de las ediciones matutinas y vespertinas de los Lunes de Cerro, en donde se hicieron presentes las Chinas Oaxaqueñas de Casilda Flores, la delegación de Huautla de Jiménez, de la región de la Cañada, con sus sones mazatecos, la delegación de Santiago Juxtlahuaca presentó "La Danza de los Rubios", la delegación de Juchitán de Zaragoza con "Xhibeeu de agosto" y la tradicional "vela de agosto". Huajuapán de León hizo su presentación para luego ejecutar el "Jarabe Mixteco" que arrancó la ovación de los asistentes. Santiago Pinotepa Nacional con la picardía de "sones, juegos y chilenas de Pinotepa". La alegría de la región de la Costa se hizo presente con la delegación San Pedro Pochutla con "Pochutla de mi corazón" y para finalizar, las integrantes de San Juan Bautista Tuxtepec presentaron "Flor de Piña", con éxito rotundo.

Durante la fiesta se llevó a cabo la emisión de la Feria Internacional del Mezcal 2022 en el Centro Cultural y de Convenciones de la Ciudad capital, logrando reactivar el turismo local, nacional e incluso, internacional; hubo presencia de más de 60 marcas de mezcal, stands de cerveza artesanal, el pabellón de café y productos agroindustriales. A la par, se desarrolló la tradicional Feria de Artesanías, en donde

artesanas y artesanos originarios de las 8 regiones de Oaxaca, tales como: Cañada, Costa, Istmo, Mixteca, Papaloapan, Sierra Sur, Sierra Norte y Valles Centrales exhibieron y comercializaron sus creaciones, participando pequeñas y medianas empresas.

Los platillos típicos se hicieron presentes en la Guelaguetza 2022, en la Semana de los Antojos contó con 50 participantes donde destacaron los puestos de platos tradicionales del Estado, entre los que destacan empanadas, tacos, tamales, garnachas, empanadas, tlayudas de tasaño, cecina, arrachera y costilla y barbacoa, cochinita a la cubana, dulces regionales, las nieves, los postres, la comida istmeña y la famosa bebida refrescante a base de maíz y cacao: el Tejate. La Guelaguetza: es toda una experiencia, entre Convites, festivales de comida, exposiciones de obras de arte como "Pinceladas de Tradición", ferias, música y color, ¡tienes que vivirlo!

El municipio de San Antonino Castillo Velasco no fue la excepción, es la 2da Guelaguetza más importante del estado de Oaxaca, localizada a 40 minutos de la capital, San Antonino pertenece al distrito de Ocotlán, en la ruta de la artesanía y el mezcal, destaco por convocar a una de las fiestas preferidas a nivel no sólo nacional, sino internacional, en la que se viven

muy cercamente las actividades artesanales y culturales garantizando la seguridad de los asistentes. A esta fiesta se unió por única ocasión una pareja del ballet de Alemania, quienes acompañados de la prensa internacional se unieron al "Jarabe del Valle" de la delegación de Tlacolula Oaxaca.

El presidente municipal Miguel Ángel Sánchez Hernández, menciono con alegría: "San Antonino cada vez es más conocido, somos un pueblo de comerciantes, pero también de artesanos y nuestro principal objetivo es que la gente nos conozca, nos visite y consuma nuestros productos, nuestras artesanías, nuestra gastronomía y todo lo que San Antonino ofrece; fue nuestra primera Guelaguetza internacional y nuestras expectativas fueron ampliamente superadas, no tengan la menor duda que desde hoy estaremos trabajando para que nuestra próxima fiesta de Guelaguetza sea mucho mejor para nuestro pueblo, para nuestros visitantes, muchas gracias pueblo querido, danzantes y medios de comunicación, si Dios nos lo permite disfrutaremos la próxima Guelaguetza 2023."

Finalmente, se dio por concluida la Guelaguetza 2022, 90 aniversario del homenaje racial, Empoderamiento presente en los mejores eventos nacionales e internacionales, nos vemos en el 2023. ■

¡Viva la Guelaguetza! ¡Viva Oaxaca!

Fotografía Layú Publicidad



ALIADOS

viasegura
Seguros y Educación Financiera
f @viaseguraoficial @FlorNuñez

Red de Mujeres Empresarias de la República Mexicana
f @Redmuem

Wonder Maka By Empoderamia
f @WonderMakaByEmpoderamia01

Hotel San Francisco Tlaxcala
f @HotelSanFranciscoTlaxcala

AMEXME Capítulo Cholula
Puebla-Tlaxcala-Las Cholulas
f @CapituloCholula

Wintech
Fabricante de plásticos
f @WintechMx

Vitalmedicenter
Nutricionista
f @Vitalmedicenter

Xq Bikes
Bicicletas eléctricas
f @XQ Bikes Bicicletas Electricas

Equinox
Joyería artesanal
f @Collares Karin
@ @karin_equinox

Cruz Roja Ciudad de Puebla
Servicio de emergencia y rescate
f @CruzRoja58Puebla

Jazamex
Asesoría y servicios contables
f @jazamex

Dra. María Morales
f @ECO Especialistas en Genecología Oncológica

AuroSpa & Therapy
Operación de Spa's
f @aurospatherapy

Izel RH Empresarial
Reclutamiento y selección del personal team building
f @izelrhempresarial

Bride'Splendor Profesional Makeup and Hairstyle
f @Bride'Splendor

Maple Anuncios
Vallas Publicitarias
f @MapleAnuncios

Layú
Agencia de publicidad y producción audiovisual
f @Layú Publicidad

Asociación de hoteles y moteles de Oaxaca
f @AsociacionDeHotelesDeOaxaca

Hotel Nacional Mérida
f @HotelNacionalMérida

Joyería Lunas
@ @gracelunacolecciones

GPF Asesoría de Negocios
Abogados Corporativos
f @gpfasesoriadenegocios

Ágata
Hotel Boutique & Spa
f @Ágata Hotel Boutique & Spa

inCruises
Servicio de viajes
@ @alexhmacias

Merithia
Mentoría Financiera
f @merithiamx

Los 40 PUEBLA 98.7FM



ESTACIÓN
POP
NÚMERO
UNO*
EN PUEBLA

T O D O S L O S D Í A S
T O D A S L A S E D A D E S
T O D O S L O S N S E
H O M B R E S Y M U J E R E S
L A S 2 4 H O R A S

*FUENTE: INRA
JULIO 2022

TRIBUNA
comunicación

TODOS
LOS
ÉXITOS

LOS40PUEBLA.COM

@LOS40PUEBLAFM

AGENDA

SEPTIEMBRE
22



GALA DE LA MUJER, AMEXME NACIONAL

Hotel JW Marriott Santa Fe CDMX.
www.facebook.com/amexme

FESPA MEXICO 2022 FORTALECIMIENTO DE LA INDUSTRIA GRÁFICA

Centro Citibanamex
www.mexico.fespa.com/

SEPTIEMBRE
22 - 24



OCTUBRE
01 - 02



MARKETING NEGOCIO Y COMERCIO DIGITAL

Hotel Santa Irene Guadalajara
www.consejocea.com/marketing

EXPO JOYA

Expo Guadalajara Jalisco
www.expojoya.com.mx/

OCTUBRE
11 - 13



OCTUBRE
12 - 13



EXPO PROVEEDORES GASTRONOMÍA, HOTELES Y REPOSTERÍA

Centro Internacional de Convenciones
Puerto Vallarta Jalisco
www.grupoexprofeso.com/

EXPO EN CARGO 2022 CONCESIONES LOGÍSTICAS INDUSTRIALES

Mazatlán Sinaloa
www.expoencargo.com/

NOVIEMBRE
09 - 10



MUNICIPIOS

INFORMACIÓN PARA EL PROGRESO DE MÉXICO

CONGRESO NACIONAL MUNICIPIOS CON ALTO DESEMPEÑO 2022

PONENTES:

10-11
NOVIEMBRE

Objetivo:

En este congreso aprenderá de mano de los expertos, las mejores herramientas para lograr transparencia en la Rendición de cuentas y prevenir actos que incurran en responsabilidades administrativas y/o delitos de acuerdo al Sistema Nacional Anticorrupción.

Dirigido a:

Presidentes Municipales, Síndicos, Regidores, Contralores, Tesoreros, Directores de Obra y personal relacionado con la captación, recaudación, manejo, administración, resguardo, custodia, ejercicio y aplicación de recursos públicos.



Sheraton María
Isabel Hotel



DR. GERMÁN REYNA Y HERRERO
TEMA: BLINDAJE A FUNCIONARIOS
PÚBLICOS



DR. JORGE LUIS MARTÍNEZ
OCAMPO
TEMA: COMPLIANCE GUBERNAMETAL
EN LOS MUNICIPIOS



MTRA. MARÍA DEL CARMEN
MEDINA MAYA
TEMA: PLD EN LOS SISTEMAS
MUNICIPALES



DR. DAVID E. MERINO TÉLLEZ
TEMA: GOBIERNO Y CIUDADANÍA
DIGITAL



CARLOS ALBERTO PÉREZ MACÍAS
TEMA: GESTIÓN DE RIESGOS PARA
LOS SISTEMAS MUNICIPALES



MARCO ANTONIO CHÁVEZ VACA
TEMA: DELITOS COMETIDOS
FRECUENTEMENTE POR SERVIDORES
PÚBLICOS

ASESORES
LA REVISTA
ESTRATEGIAS INTEGRALES PARA EL EMPRESARIO

arh
CONSULTORES
Líder del Coaching Fiscal y de Negocios

MC

Teléfonos

221 353 7425

(222) 248 58 13

contacto@municipiosdemex.com

PASATIEMPO

SOPA DE LETRAS

Ejercita tu mente encontrando todas las palabras

M O O I N V E R S I O N E S C
I A V R E H B N O L B R M F O
L O E I E B Á O E C O E P I M
I U C A N S I B M R M C R N P
T T S A T G S R I B G H E A R
A I E M I A R N O T A Í S N O
R E N D I M I E N T O N A C M
I M R E M I C R S B M S R I I
Z P R E I R Ó C R O E E I E S
A O O N E E I O R D S E O R O
C R E N T A B I L I D A D O S
I R A S I A T I S A A C Í S I
Ó R S B H O O T S A A E V L A
N E C O N O M Í A D I D Q A E
A D A L M O D A L T S M O N O

MILITARIZACIÓN / MODA / ECONOMÍA / INVERSIONES / TIEMPO / SAT
/ FINANCIEROS / COMPROMISOS / INGRESOS / RENTABILIDAD /
ENERGÍA / RENDIMIENTO / BOMBA / HÁBITOS / EMPRESARIO

Enigma

COCINA MEXICANA DE AUTOR

Reservas:

222 122 1500

Osa Mayor Número 2507 Col, Reserva

Territorial Atlixcáyotl


ENIGMA
BY BARRO AZUL

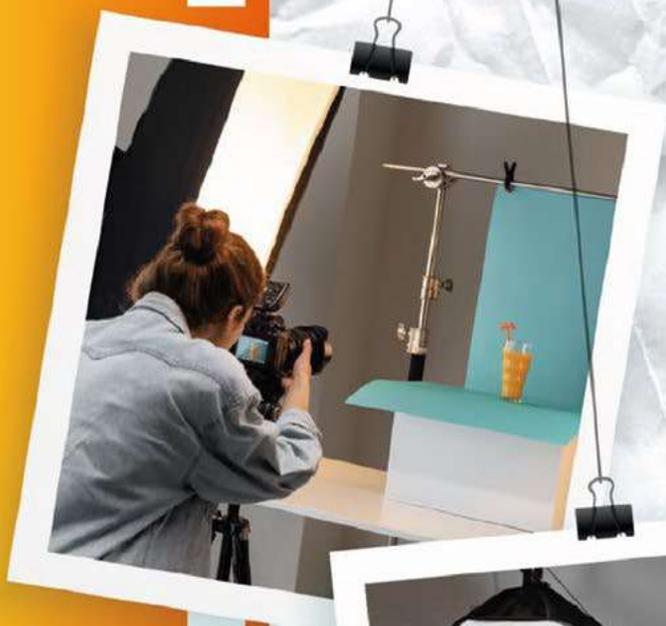

Grand
Fiesta Americana
PUEBLA
Angelópolis



layu®

production & design

Tu mejor opción



Somos creadores de contenido

- Marketing Digital
Community Manager
- Medios Gráficos
impresos & digitales
- Fotografía &
Video profesional
- Identidad &
Concepto de marca

✉ publicidad@layu.mx

☎ 222 770 9540

☎ 222 361 8552

¡ESCANÉAME!

