

# LIDER ES

REVISTA DE NEGOCIOS

Año 6 / N° 26  
Oaxaca, México

Ejemplar de cortesía  
Marzo - abril 2022



## Alejandro Ruiz Olmedo

Entre maíz, linaje familiar y  
amor por la cocina oaxaqueña





TODOS LOS SÁBADOS

10:00 h



LAS MAÑANAS DEL 9



@lmd9\_cortv



LOGÍSTICA DE EVENTOS



CONTRATACIÓN DE ARTISTAS  
LOCALES Y NACIONALES



PRODUCCIÓN DE AUDIO Y VIDEO  
PUBLICITARIO

- Promotora del Norte
- Promotora del Norte
- delnortepromotora@gmail.com
- 951-427-77-75
- Av. M. Hidalgo 1514  
Col. Centro, Oaxaca de Juárez, Oaxaca





# ¿YA TIENES TU REVISTA **LIDER ES**?



**f** Revista LÍDER ES  
**o** Revista Líder Es

**www.lideresrevista.com**  
**951-672-46-80 / 951-672-46-96**

## PRESIDENTE DEL CONSEJO

ROBERTO MEDERO

## FUNDADOR Y DIRECTOR GENERAL

LEVI SÁNCHEZ SANTIAGO

## RELACIONES PÚBLICAS

ARELI ROMERO CONTRERAS

## JEFA DE REDACCIÓN

DANIELA EKDESMAN LEVI

## FOTOGRAFÍA

CARLOS VILLALOBOS

## MAQUILLAJE

FRANCO CLÍNICA DE BELLEZA

## VENTAS

CRISTINA ROBLES MANZANO

## ENLACE DE PRENSA

ALBERTO VILLEGAS CORTÉZ

## COLUMNISTAS

EDUARDO TAMAYO

JORGE OROPEZA

## COLABORADORES DE ESTA EDICIÓN

AURORA DRIGOZ

MARIANA ÁNGEL VALERIANO

FERNANDA LÓPEZ RÍOS

FRANCISCO RAÚL PUGA

COLMENARES CABALLERO

JENIFER HERNÁNDEZ BERNABÉ

OMAR ESCOBAR

## MAQUETACIÓN



## CARTA AL LECTOR

Estimado lector, te envío un cordial saludo y aprovecho la oportunidad para presentarte con orgullo una edición más de tu revista **LÍDER ES**, la cual, paso a paso va posicionándose como la gaceta favorita de emprendedores y empresarios, quienes no solo han sido el motor de nuestro crecimiento, sino que han adquirido todos los ejemplares que hemos publicado y han tenido a bien compartirme comentarios que me llenan de alegría.

Además, gracias a la suma de todos nuestros colaboradores seguiremos esforzándonos para ofrecerte contenidos de calidad y valor, en donde grandes líderes ejemplifican cómo pueden lograr tus metas y consolidar tu negocio.

Finalmente, te invito a unirse a este proyecto, a estar en contacto con nosotros a través de nuestras plataformas: redes sociales, página web y medios digitales; espacios dedicados para ti y en los que las lecturas temáticas y la información sobre nuestros talleres y cursos se hacen notar.

**Levi M. Sánchez Santiago**

Director General

## PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN



CITY CENTRO



Revista **LÍDER ES**

[www.lideresrevista.com](http://www.lideresrevista.com)

## LÍDER ES.

Marca con registro EN TRÁMITE. (Año 5, número 26). Fecha de publicación (marzo 2022). Revista de circulación nacional, editada y publicada por GRUPO EDITORIAL MEDERO S.A. DE C.V. Privada de Huerto Limonares 217, fraccionamiento Trinidad de las Huertas. C.P. 68120; Oaxaca, México y distribuida por PROMOTORA DE ESPECTÁCULOS Y REPRESENTACIÓN MUSICAL DEL NORTE S.A. DE C.V. Avenida Miguel Hidalgo 1514, colonia Centro. C.P. 68000; Oaxaca, México. Impresa en Docuprint Digital Center. S.A. DE C.V. Insurgentes 121, colonia Lomas del Santo, San Agustín de las Juntas. C.P. 71238; Oaxaca, México.

La publicidad es responsabilidad exclusiva de los anunciantes, mientras que el contenido de los artículos y sus paratextos (citas, paráfrasis, notas al pie y bibliografía) de los autores o de los entrevistados. Queda prohibida su reproducción total o parcial.

## CONTENIDO

### EN LA ACTUALIDAD

El éxito en el 2022 radica en tu marca personal **6**  
OMAR ESCOBAR

Columna: Negocios y comunicación **20**  
Las 5 etapas del *media training*  
JORGE OROPEZA

### NEGOCIOS

Beneficios de la Norma Oficial Mexicana **10**  
(NOM) 035-STPS-2018  
Factores de riesgo psicosocial en el trabajo:  
identificación, análisis y prevención  
MARIANA ÁNGEL VALERIANO

La nueva forma de embargo en el **12**  
Código Fiscal de la Federación 2022  
FRANCISCO RAÚL PUGA COLMENARES CABALLERO

Desarrolla equipos de trabajo que perduren **25**  
AURORA DRIGOZ

### DE INTERÉS

Columna: El poder de la imagen profesional **15**  
Haz más efectivas tus conversaciones  
EDUARDO LÓPEZ TAMAYO

La Brigada Médica MVM por tu Salud **24**  
logró una buena aceptación en Xoxocotlán  
MVM NOTICIAS

### CONOCIENDO A

Aire Acondicionado “Santiago”. **23**  
Un emprendimiento de frescura  
FERNANDA LÓPEZ RÍOS

### TRASCENDIENDO

Abraham Cota Paredes: **8**  
El arte de plasmar sueños a través de la arquitectura  
FERNANDA LÓPEZ RÍOS

### EN PORTADA

Alejandro Ruiz Olmedo: **16**  
Entre maíz, linaje familiar y amor por la  
cocina oaxaqueña  
JENIFER HERNÁNDEZ BERNABÉ



# EL ÉXITO EN EL 2022 RADICA EN TU MARCA PERSONAL

LA GENTE SE CONECTA CON LAS PERSONAS, NO CON LAS MARCAS

“Si de verdad crees que tu producto o servicio es útil y valioso para tus clientes, entonces tienes la obligación moral de servirles de cualquier manera posible”.

Russel Brunson



**Omar Escobar**

Director de Metracreativos

¿Has tenido varios equipos de *marketing* pero sin resultados? ¿Has invertido bastante dinero en publicidad pero no logras atraer clientes de forma abundante? ¿Publicas diariamente en redes sociales pero no ves resultados? ¿Te has dado cuenta de que a la gente no le gusta que le vendan, pero sí le gusta comprar?

Robert Greene escribió *Las 48 Leyes del Poder*, en donde la Ley 6, *llama la atención a cualquier precio*, menciona que: “Así, nunca te permitas perderte en la muchedumbre, o quedar en el olvido. Destaca. Hazte notar, a cualquier precio”. Construir una marca personal es la estrategia de *marketing* más poderosa que puedes tener. No importa cuál sea tu profesión; todos tenemos una voz que es única, rasgos personales, habilidades y experiencias que nadie más tiene. Nadie te puede ganar en ser tú.

Por eso aquí te doy dos recomendaciones: 1) hazte útil, 2) hazte escaso. Es la única manera en la que puedes generar tu monopolio personal. Ahora bien, internet es un amplificador de mensajes que puede impulsarte o mandarte al olvido diez veces a la misma velocidad con la que te dio a conocer.

Sin embargo, pienso que si te detuviste a leer este artículo es porque tu marca personal significa algo para ti. Tu contenido es el producto de tus pensamientos, creencias e ideas. Además, gracias a las

redes sociales compartir tu trabajo es más fácil que nunca ya que mientras duermes tu video viaja por el mundo buscándote oportunidades, por ello, debes aprovechar el potencial que te proporcionan.

Al principio puede que no sepas cómo darte a conocer ni de qué platicar con tu público, así que:

- Si te sientes inseguro frente a la cámara inténtalo muchas veces, pide ayuda, grábate y escúchate. Poco a poco tu voz te hará sentido, comenzarás a mejorar y tendrás el valor de publicar tu contenido y de pedirle retroalimentación a tu audiencia.
- Inicia hablando de varios temas al mismo tiempo, déjate guiar por tu audiencia y confía en que ella te dirá exactamente lo que quiere. En cuanto lo sepas, interactúa con ella y asegúrate de que tu contenido no solo capta su atención, sino que resuelve sus problemas, los motiva e inspira.
- Ten presente que tu contenido
  - debe abrir canales de comunicación y ser relevante para tu audiencia;
  - puede ponerte en contacto con empresarios, inversionistas, colaboradores y otros que deseen trabajar contigo, cumpliendo así un propósito en común.



# REDES SOCIALES

## ¿EN CUÁL PUEDES PUBLICAR?

Cada una funciona de manera distinta, como si fuera un planeta independiente, por ello, identificar tu repertorio, tus productos o servicios, las características de tu audiencia (fría, cálida o caliente) y el punto en el que te encuentras dentro del embudo de ventas (tener alcance o prospectos) determinará si usarás Facebook, Instagram, YouTube o TikTok; esta última te proporcionará toneladas de valor gratuito en una plataforma con enorme distribución. Cuando lo sepas canaliza ese tráfico a tu página de destino recolectando la mayor cantidad de datos y de tráfico posible. No olvides que si una persona te deja su información es porque está interesada en lo que le ofreces, así que aprovecha la ocasión para integrarla a tu cartera de clientes y adelantarte al cierre del tejido digital donde nació su relación.

## ¿CÓMO EVOLUCIONA TU CONTENIDO EN CADA UNA?

Interacción social:

- Visitantes: personas que descubren tu contenido.
- Seguidores: personas que siguen tu trabajo.

- Suscriptores: un *fan* o un conjunto de *fans* con quien puedes hablar cuando quieras.
- Clientes: *fans* a los que les resolviste un problema.
- *Fans*: personas (*fans*) que probablemente comprarán la mayor parte de lo que vendes durante mucho tiempo.

No publiques durante dos semanas y analiza lo que pasa: si el compromiso disminuyó tienes una audiencia (pasivo); si aumentó, una comunidad (activo).

El éxito de una compañía radica en el esfuerzo, en el tiempo invertido, en qué estás haciendo para ir más allá, en si buscas tener una audiencia o una comunidad y en si estás consciente de que tus *fans* pueden ayudarte a construirla. Tu marca personal se alimenta de ellos, de individuos o grupos a los que has ayudado por medio de tu trabajo, por lo tanto, están haciendo negocios juntos y deben pagarte.

Tu presencia digital y tu audiencia en línea serán la moneda del futuro, así que dominar estas herramientas hará que este sea próspero y abundante. Si necesitas ayuda o si tienes dudas relacionadas con la creación de contenido escríbeme a mi Instagram: @omar.metacreativo •



# Desarrollo Web

DISEÑO DIGITAL

FOTOGRAFÍA Y VIDEO

MANEJO DE REDES SOCIALES



# ABRAHAM COTA PAREDES:

EL **ARTE** DE PLASMAR **SUEÑOS**  
A TRAVÉS DE LA **ARQUITECTURA**

LA ARQUITECTURA NO ES UN FIN, SINO UN MEDIO PARA EXPRESARSE ÚTILMENTE

📖 *Fernanda López Ríos*

*Licenciada en Ciencias de la Comunicación*



**A**braham Cota Paredes —originario de Los Mochis, Sinaloa—; arquitecto, maestro en Diseño Arquitectónico por la Universidad de Navarra (campus Pamplona, España) y fundador de **COTAPAREDES**: empresa mexicana con sede en Guadalajara dedicada a la arquitectura, al diseño arquitectónico e industrial, a la construcción, a la educación y al arte, y que a partir del 2017 ha creado contenido para redes sociales con la intención de darse a conocer y de capacitar a otros en este ramo.

### **ASÍ SURGIÓ SU AMOR POR LA ARQUITECTURA**

Siendo muy pequeño se percató de su gran interés y gusto por esta profesión debido a que disfrutaba del arte, de la arquitectura y de la sensación que le producía el contacto con ciertos materiales para la construcción. Además, admirar la belleza de los jardines, de las casas y de los hoteles siempre ha sido su afición.

Por ello, “considera que dentro de cada arquitecto hay un artista, ya que la arquitectura no es un fin, sino un medio para expresarse útilmente”.

### **LA ARQUITECTURA COMO PARTE DE NUESTRO DÍA A DÍA**

Desarrollamos nuestra vida en ella. Los sucesos que nos acontecen están cotidianamente influidos por la calidad del espacio que habitamos desde la infancia hasta la vejez. Motivo por el cual, Abraham Cota aconseja

que las familias gocen de intimidad dentro de las estancias de sus viviendas porque así podrán crecer de forma distinta y en un ambiente agradable. Asimismo, afirma que los arquitectos son quienes se “encargan de ordenar los hogares de las personas y que sin esta cualidad no existiría una sociedad”.

### **COMPARTIR EL CONOCIMIENTO CON LAS NUEVAS GENERACIONES**

Utilizar las plataformas digitales que ofrecen las diversas redes sociales ha sido la manera en que Abraham Cota ha llegado a más gente para difundir su trabajo, exponer líneas de comunicación e incentivar el intercambio de conocimientos por medio de su página web y su canal de YouTube. Aunado a esto, al concluir su maestría en el 2012, decide regresar al país y aprovechar esta oportunidad para dar clases en algunas universidades mexicanas y subir cátedras y talleres de diseño arquitectónico a su portal de YouTube con el propósito de compartir sus saberes con un público mucho más amplio, abrir las puertas de su estudio para mostrarse sin filtros e inspirar confianza a sus seguidores y a aquellos que deseen contratar sus servicios.

“La evolución de la sociedad es a través de la educación, y lo que hacemos en **COTAPAREDES** es generar contenido para educar”.

Para Abraham Cota, un **LÍDER ES** alguien que enseña con el ejemplo, una persona que hace más y dice menos, que está dispuesta a mostrar su trabajo, a enseñar el proceso de las cosas y a ser un modelo de inspiración tanto en México como en diversas partes del mundo.



# BENEFICIOS DE LA NORMA OFICIAL MEXICANA (NOM) 035-STPS-2018

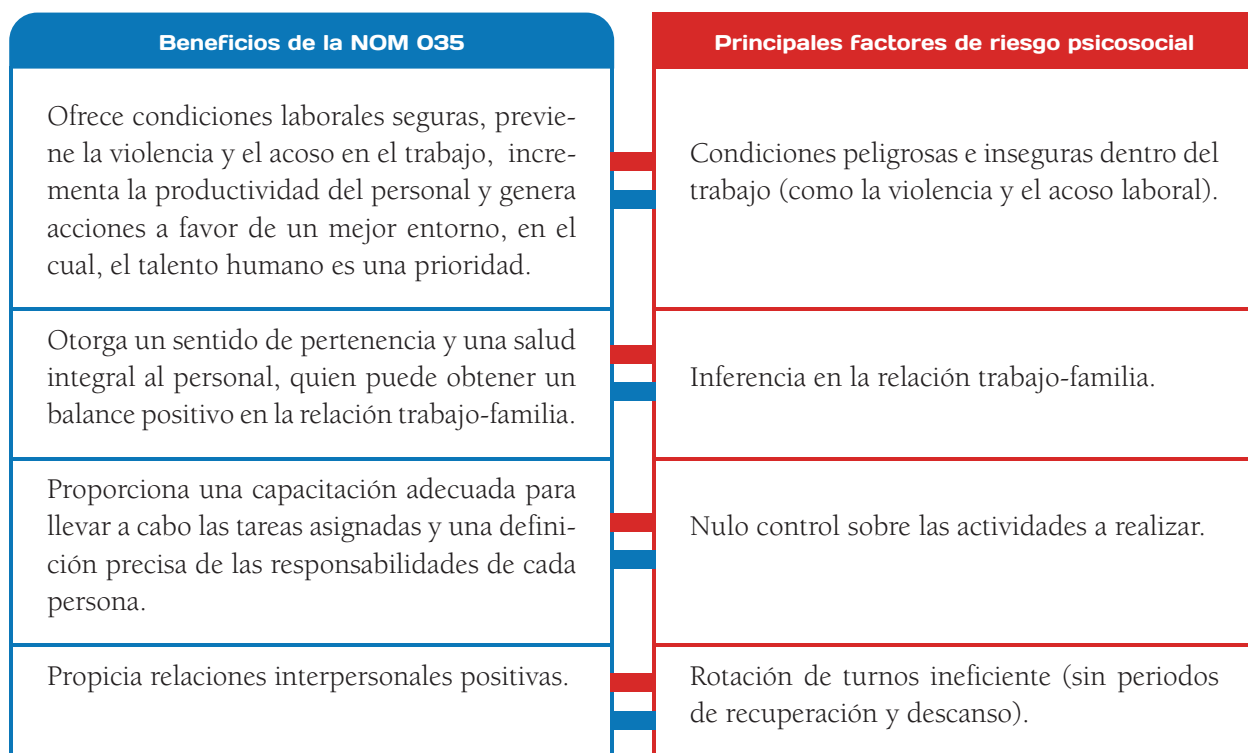
## FACTORES DE RIESGO PSICOSOCIAL EN EL TRABAJO: IDENTIFICACIÓN, ANÁLISIS Y PREVENCIÓN

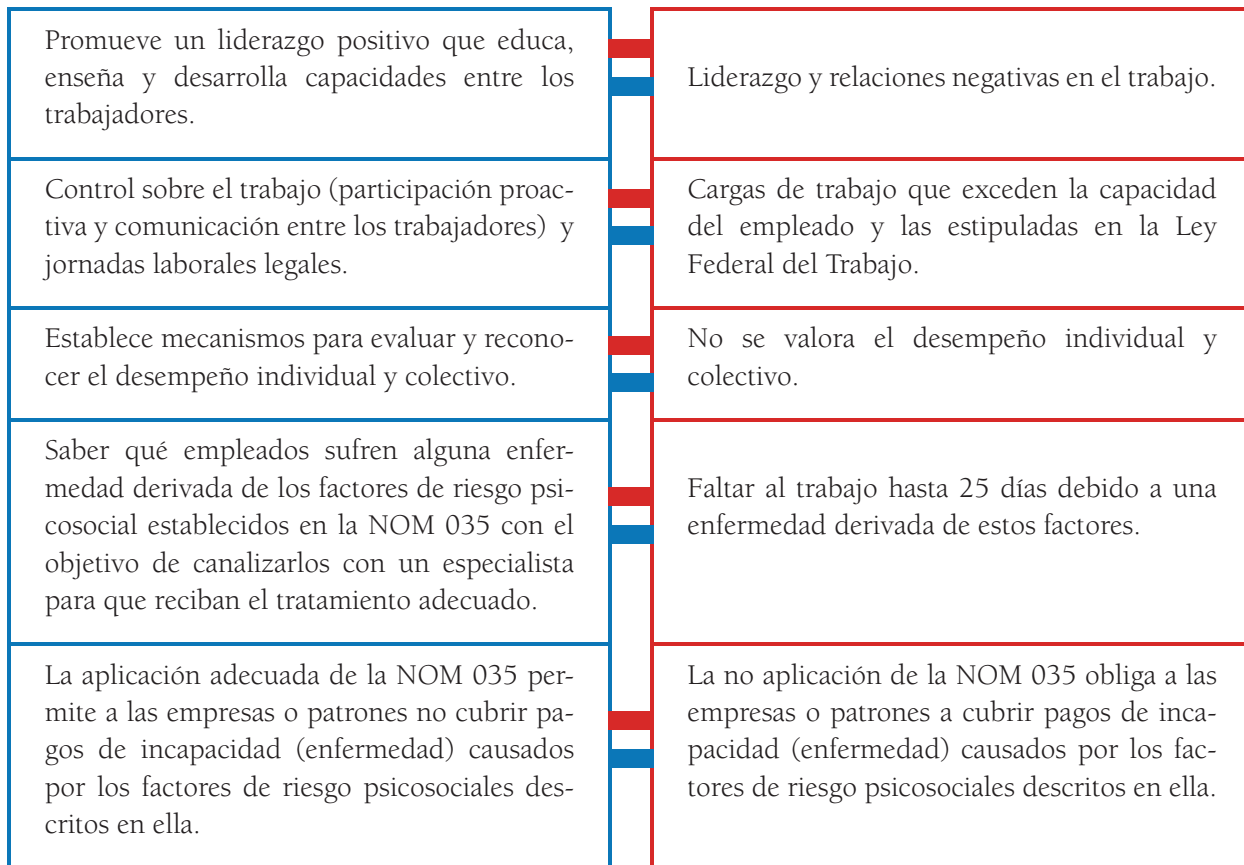
▣ **Mariana Ángel Valeriano**

*Diplomada en la Norma 035 y en Factores de Riesgo Psicosocial*

De acuerdo al Diario Oficial de la Federación de 2018, desde octubre de 2019 todas las empresas, sin importar su giro, tamaño o si son firmas extranjeras con personal en territorio nacional deben cumplir con una nueva obligación patronal conocida como la Norma Oficial Mexicana 035 (NOM 035), la cual es promovida por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social como la herramienta adecuada para fomentar un entorno laboral favorable a corto y largo plazo; así

como para identificar y prevenir los riesgos psicosociales, es decir, aquellos factores relacionados directamente con la salud mental con el objetivo de disminuir la rotación de personal, la depresión, la ansiedad, el ausentismo y el bajo desempeño. Por ello, es importante reconocer que esta no es solo un requerimiento administrativo, sino el medio ideal para generar beneficios, obligaciones y responsabilidades entre y para los colaboradores y las compañías.





Finalmente, es importante destacar que la NOM 035 nos permite conocer las necesidades y afecciones que nos caracterizan como seres humanos; las dinámicas

que minan el ambiente laboral, las consecuencias negativas de estos actos y las estrategias necesarias para que todos se sientan parte de la organización.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Secretaría de Gobernación. Diario Oficial de la Federación. (23 de octubre de 2018). NORMA Oficial Mexicana NOM-035-STPS-2018, Factores de riesgo psicosocial en el trabajo-Identificación, análisis y prevención. 22 de enero de 2022, Secretaría de Gobernación. Diario Oficial de la Federación. Sitio web: [https://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5541828&fecha=23/10/2018](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5541828&fecha=23/10/2018)
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social (22 de enero de 2022). Norma Oficial Mexicana NOM-035-STPS-2018, Factores de riesgo psicosocial en el trabajo-Identificación, análisis y prevención. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.gob.mx/stps/articulos/norma-oficial-mexicana-nom-035-stps-2018-factores-de-riesgo-psicosocial-en-el-trabajo-identificacion-analisis-y-prevencion>
- Sodexo (22 de enero de 2022). Los principales beneficios de la NOM-035 para las empresas. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://blog.sodexo.com.mx/blog/beneficios-de-la-nom-035-para-las-empresas>
- Valles Yenisey. (27 de enero de 2022). 10 beneficios de la NOM 035 STPS para las empresas. Recuperado de <https://www.expertopyme.com/nom-035-stps/>



# LA NUEVA FORMA DE EMBARGO EN EL CÓDIGO FISCAL DE LA FEDERACIÓN 2022

▣ **Francisco Raúl Puga Colmenares Caballero**

Licenciado en Derecho



**E**l día once de noviembre de dos mil veintiuno se publicó en el Diario Oficial de la Federación la última reforma al Código Fiscal de la Federación —y que entró en vigor el pasado uno de enero de dos mil veintidós— donde claramente se violentan los principios de seguridad jurídica y de legalidad de los contribuyentes, ya que estos le otorgan el derecho al contribuyente de que cualquier acto de autoridad sea motivado y fundamentado, tal como lo establecen los siguientes artículos constitucionales:

Art. 14: “Nadie podrá ser privado de la libertad o de sus propiedades, posesiones o derechos, sino mediante juicio seguido ante los tribunales previamente establecidos, en el que se cumplan las formalidades esenciales del procedimiento y conforme a las Leyes expedidas con anterioridad al hecho”. [...]

Art. 16: “Nadie puede ser molestado en su persona, familia, domicilio, papeles o posesiones, sino en virtud de mandamiento escrito de autoridad competente, que funde y motive la causa legal del procedimiento”. [...]

De los artículos anteriores se desprende que la autoridad solo puede actuar cuando la ley se lo permita y en la forma y términos que esta lo determine, en este sentido, lo establecido en el artículo 151 Bis del Código Fiscal de la Federación es una afectación a la esfera jurídica (acto de molestia) hacia el contribuyente porque este artículo señala que:

*“La autoridad fiscal, tratándose de créditos exigibles, podrá llevar a cabo el embargo de bienes, por buzón tributario, estrados o edictos, siempre que se trate de los siguientes:*

**I.** Depósitos bancarios, componentes de ahorro o inversión asociados a seguros de vida que no formen parte de la prima que haya de erogarse para el pago de dicho seguro, o

*cualquier otro depósito en moneda nacional o extranjera que se realicen en cualquier tipo de cuenta que tenga a su nombre el contribuyente en alguna de las entidades financieras o sociedades cooperativas de ahorro y préstamo.*

**II.** Acciones, bonos, cupones vencidos, valores mobiliarios y en general créditos de inmediato y fácil cobro a cargo de entidades o dependencias de la Federación, Estados y Municipios y de instituciones o empresas de reconocida solvencia.

**III.** Bienes inmuebles.

**IV.** Bienes intangibles.

*Para tal efecto, la autoridad fiscal previamente emitirá declaratoria de embargo en la que detallará los bienes afectados, misma que hará del conocimiento del deudor a través de buzón tributario, por estrados o por edictos, según corresponda.*

*Una vez que surta efectos la notificación del embargo, se continuará con el procedimiento administrativo de ejecución”.*

Del anterior artículo se infiere que la autoridad se toma la atribución de embargar los bienes que mejor le parezca, arbitrariamente, sin darle la oportunidad al contribuyente de señalar los bienes que serían embargados, lo cual es una violación a los derechos del contribuyente, pues es el principal afectado; asimismo, debemos considerar que la autoridad debe garantizar que durante el embargo se cumplan las formalidades esenciales del procedimiento, para lo cual el artículo 155 del Código Fiscal de la Federación refiere que:

*“La persona con quien se entienda la diligencia de embargo, tendrá derecho a señalar los bienes en que éste se deba*

trabar, siempre que los mismos sean de fácil realización o venta, sujetándose al orden siguiente:

**I. Dinero, metales preciosos, depósitos bancarios, componentes de ahorro o inversión asociados a seguros de vida que no formen parte de la prima que haya de erogarse para el pago de dicho seguro, o cualquier otro depósito en moneda nacional o extranjera que se realicen en cualquier tipo de cuenta que tenga a su nombre el contribuyente en alguna de las entidades financieras o sociedades cooperativas de ahorro y préstamo, salvo los depósitos que una persona tenga en su cuenta individual de ahorro para el retiro hasta por el monto de las aportaciones que se hayan realizado de manera obligatoria conforme a la Ley de la materia y las aportaciones voluntarias y complementarias hasta por un monto de 20 salarios mínimos elevados al año, tal como establece la Ley de los Sistemas de Ahorro para el Retiro.**

En el caso de que se embarguen depósitos bancarios, otros depósitos o seguros del contribuyente a que se refiere el párrafo anterior, el monto del embargo sólo podrá ser hasta por el importe del crédito fiscal actualizado y sus accesorios legales que correspondan hasta la fecha en que se practique, ya sea en una o más cuentas. Lo anterior, siempre y cuando, previo al embargo, la autoridad fiscal cuente con información de las cuentas y los saldos que existan en las mismas.

**II. Acciones, bonos, cupones vencidos, valores mobiliarios y en general créditos de inmediato y fácil cobro a cargo de entidades o dependencias de la Federación, Estados y Municipios y de instituciones o empresas de reconocida solvencia.**

**III. Bienes muebles no comprendidos en las fracciones anteriores.**

**IV. Bienes inmuebles.** En este caso, el deudor o la persona con quien se entienda la diligencia deberá manifestar, bajo protesta de decir verdad, si dichos bienes reportan cualquier gravamen real, embargo anterior, se encuentran en copropiedad o pertenecen a sociedad conyugal alguna.

La persona con quien se entienda la diligencia de embargo podrá designar dos testigos y, si no lo hiciera o al terminar la diligencia los testigos designados se negaren a firmar, así lo hará constar el ejecutor en el acta, sin que tales circunstancias afecten la legalidad del embargo”.

Teniendo esto como precedente podemos darnos cuenta que ambos artículos del Código Fiscal de la Federación se contraponen, ya que en el primero de ellos se le otorga la facultad a la autoridad de señalar bienes, y en el segundo artículo, son los contribuyentes quienes tienen este derecho, por lo que al momento de efectuarse un embargo mediante buzón tributario, donde las autoridades embargan los bienes a su libre arbitrio, se está dejando al contribuyente en completo estado de indefensión, atentando contra su patrimonio.

Es por ello que los contribuyentes tienen que estar atentos a su buzón tributario, y en el caso de que se les haga efectivo un embargo por esta vía, podrán presentar un recurso de revocación o un juicio de nulidad, y agotados estos, un amparo.


**REDES SOCIALES:**


 @pacopugacc

 PacoPuga\_CC

 franciscopuga54@gmail.com

## DIRECCIÓN Y EVOLUCIÓN

951 224 81 69 

elopez@direccionyevolucion.com 

**Asesoría contable y fiscal** a personas físicas y morales

**Asesoría jurídica** integral empresarial

**Capacitación empresarial** en imagen profesional, servicio al cliente y ventas

**Diseño de marca** y Branding empresarial

Gestión de **plataformas digitales.**

Núñez Banuet

Nuestro Apoyo

Pets in  
Peace  
- CREMATARIO -



Jenifer Hernández y José  
Manuel Núñez Banuet

Un Podcast de Grupo  
Núñez Banuet



#MiFamiliaPodcast



# HAZ MÁS EFECTIVAS TUS CONVERSACIONES



**Eduardo López Tamayo**  
Consultor en Imagen Profesional

“Nada agrada más que una persona interesante con la que podemos pasar un momento agradable”, escuchaba de dos empresarios, al quedarme a solas con ellos después de una reunión con un emprendedor que nos compartía sus proyectos.

Saber conversar mediante la utilización efectiva de la comunicación verbal y no verbal es una de las principales habilidades sociales para relacionarse a nivel personal y profesional, obtener información y compartir diversidad de afectaciones, pensamientos, sentimientos, posturas o reflexiones.




Por ello, hoy te comparto desde la óptica de la imagen profesional algunas recomendaciones para potenciar tu comunicación al momento de **conversar**:

- No pienses en ser el centro de atención. Contrario a lo que se cree, el conversador eficaz no es quien acapara la plática ni quien cuenta chistes todo el tiempo; sino aquel que hace sentir a los demás ejes activos de esta.
- Escucha más de lo que hablas. Mantener la atención sobre los temas de interés de los participantes para recabar datos que te permitan integrarte a la charla te será de utilidad; para lograrlo **formula preguntas** casuales que abran, conserven y nutran el diálogo. Haz que los otros se sientan parte del juego: imagina que estás en un partido de fútbol o de tenis y que eres quien distribuye los balones o quien debe pasar la pelota de un lado a otro para que este sea entretenido. Al llevar a cabo esta dinámica conseguirás que las personas hablen de lo que les apasiona, mientras **opinás, refuerzas** conceptos o pides **consejos**.
- Actualízate. Tan bueno es saber del nuevo fichaje de un equipo de fútbol, como de la gira de un artista o de los cambios en un gabinete.
- Respeta, siempre, las opiniones ajenas, y **da la tuya** sin creer que es la más importante. No hay nada más **desagradable** que convivir con aquel que se siente un sabelotodo.

El momento de darle importancia al relacionamiento a todos los niveles, a través de la comunicación, puesto que es la herramienta clave para que perduren o se rompan dichas relaciones es ahora. Así que invierte tiempo y atención en desarrollar las habilidades que te permitan ser más eficaz.





FOTOGRAFÍA:   
**CARLOS VILLALOBOS**  
ASESORÍA DE IMAGEN:   
**AURORA DRIGOZ Y EDUARDO TAMAYO**  
LOCACIONES:   
**RESTAURANTE CASA OAXACA**  
**PORTOZUELO – ORGÁNICOS SUSTENTABLES**

# ALEJANDRO RUIZ OLMEDO:

---

## ENTRE MAÍZ, LINAJE FAMILIAR Y AMOR POR LA COCINA OAXAQUEÑA

▣ **Jenifer Hernández Bernabé**

*Licenciada en Ciencias de la Comunicación*

“La buena comida empieza en el campo, sigue su camino en el mercado y de ahí a una cocina; es una expresión humana que avanza, se mueve, se mezcla. Tienes un paladar, un pasado y una esencia. Bajo esta premisa, la cocina es libertad e identidad”.

Alejandro Ruiz Olmedo

**A**lejandro Ruiz, hombre de familia y empresario cuyo nombre ha resonado en cada rincón del mundo por su liderazgo en la cocina oaxaqueña, por transformar nuestras vastas materias primas en arte culinario para llevar nuestra esencia en su sazón y hacer de nuestra tierra la casa de quienes nos visitan, del hogar culinario: **Casa Oaxaca**, un espacio con una historia de dos décadas y media con una raíz ancestral profunda.

Originario de la comunidad de La Raya de Zimatlán de Álvarez, tierra que inspiró su amor por el campo y la comida tradicional. Alejandro Ruiz tuvo una infancia feliz, marcada por el particular carácter y amor de su madre, quien de forma fortuita le enseñó a diferenciar texturas, aromas y sabores de infinitas especias y hierbas endémicas; mientras que de su padre —campesino, albañil y músico— aprendió el significado de la cultura del esfuerzo. A muy temprana edad, al perder a su madre, quien le heredó sus sueños de progreso, decidió no dejar el país y emprender el camino laboral en colaboración con sus 4 hermanos menores.

En palabras de Alejandro Ruiz: “la vena de la cocina viene desde mi abuela, quien heredó a mi mamá su sazón”. Meterse a la cocina fue una



circunstancia; se acostumbró a comer rico de niño. Asimismo, asar tomates en la hornilla, escurrir el nixtamal, ir al molino y preparar la salsa de molcajete fueron moldeando su sazón, y sin saberlo, los más importantes cimientos de su vida profesional.

Empezó su trayectoria en el sector alimenticio en 1985 en el restaurante **El Sol y la Luna**, primero, como lavaplatos; luego, como mesero, oficio en el cual se profesionalizó en Puerto Escondido; donde descubrió el mar, hizo amigos entrañables y conoció a Paul Cleaver, su gran maestro del buen servicio, quien lo contrató durante 9 años. Aquí surgió su primer negocio, una taquería, que en sus términos “no era la mejor, pero sí la que tenía el horario nocturno más prolongado”.

Después de esa experiencia empresarial se incentivó su deseo de tener una compañía propia en la ciudad de Oaxaca. Para entonces había mejorado sus habilidades de comunicación con la gente, su formación universitaria en idiomas y sus destrezas culinarias. Por lo cual, regresó a la Verde Antequera, donde vivía con sus hermanos, y se volcó a faenar



en lugares como el **Hotel Camino Real** y el **Asador Vasco**; fue así como, en 1997, una familia alemana le permitió abrir su restaurante al interior del **Hotel Boutique Casa Oaxaca**, iniciando así la historia de esta icónica marca en la entidad, sin imaginar que estaría revolucionando la gastronomía de su tierra natal.

En ese momento de su vida se dio cuenta de que la mezcla de aromas podía atraer comensales: “freía romero, tomate y aceite y abría las puertas y ventanas para llamar la atención de la gente”. Sus primeras creaciones fueron platillos fusión, como pescado en hoja santa con mole verde; de este modo, se encontró con la verdadera grandeza de las materias primas de Oaxaca, considerándole la **tierra perfecta** por su gran variedad de hierbas y maíces, aunado al clima ideal para cultivar. Documentó este proceso en el libro **Cocina de Oaxaca**.

Tiempo después de abrir las puertas del restaurante, periódicos como el **New York Times** y otros medios de circulación internacional reconocieron el quehacer del joven cocinero, redactando reseñas que acercaron a comensales de todo el mundo; posteriormente y debido a la fuerte demanda, **Casa Oaxaca Restaurante** abrió sus puertas en el 2003 a un costado del templo de Santo Domingo de Guzmán, lugar donde hasta la fecha se ubica y que consolidó el modelo de negocios de una empresa familiar sostenida por los hermanos Ruiz Olmedo, quienes aportan su talento y liderazgo en diversas ramas al funcionamiento de este.

Poco a poco el corporativo se fue expandiendo, actualmente cuenta con 250 colaboradores distribuidos entre los 4 restaurantes y el hotel. La diversificación ha jugado un papel fundamental en el crecimiento de la firma, en la que cada espacio se ha creado con una esencia auténtica, como el caso particular de **Portozuelo** —que abrió sus puertas durante el inicio de la pandemia por COVID-19 en la población de donde la familia es originaria— y en el cual se cultiva y cría todo para la cocina, ofreciendo así una vivencia única para los comensales, quienes podrán deleitarse el gusto y la vista en un espacio abierto; sobre el origen de **Portozuelo**, así como de **Casa Oaxaca Café**, que nació durante el conflicto magisterial de 2006, Alejandro Ruiz asegura que las crisis representan una posibilidad de crecimiento y evolución.



A lo largo de la trayectoria, tanto Alejandro Ruiz como **Casa Oaxaca** han tenido innumerables reconocimientos y galardones, tales como el lugar número 34 en los *Latin America's 50 Best Restaurants* (2013) y los más recientes como **Chef del año 2021** por CANIRAC o el **Premio Espíritu de América Latina** por su labor durante la pandemia en los *Latin America's 50 Best Restaurants* de S. Pellegrino, pero ante esto, el chef comenta que: “más que los premios, me congratulo de si el lugar está lleno o no, de si la gente habla de este más positiva que negativamente, de si los muchachos tienen suficiente propina para salir adelante y alimentar a sus hijos. Le doy su justo valor a cada uno de los reconocimientos porque estos son una razón más para hacer las cosas bien”.

“La gastronomía para mí es sustentabilidad, es consumo local, la cadena de valor que le da sentido a lo que hacemos” expresó el empresario, quien con base en su experiencia como conocedor de la

gastronomía internacional considera que nuestro estado es un destino mundial de alta calidad y de excelencia en el servicio. Su fuerte sentido de identidad por el patrimonio gastronómico mexicano y universal lo inspira a seguir adelante, y es el legado que, de la mano de su amada esposa, desea seguir transmitiendo a sus hijos.

Finalmente, Alejandro Ruiz compartió un mensaje para la juventud: “como decía mi abuelo, en la vida debemos tener una profesión, un oficio y un pasatiempo. A aquellos que les gusta cocinar: antes de meterse a estudiar métanse 3 meses a una cocina; o lo adoras o lo odias, pero lo tendrás claro. Es una pasión, si no te encanta el servicio dedícate a otra cosa; sea lo que sea, hazlo con amor y esfuerzo” ●

**Para Alejandro Ruiz, un LÍDER ES el que con sus actos logra cambios de actitud y mentalidad en los demás.**

## LAS 5 ETAPAS DEL MEDIA TRAINING



**Jorge Oropeza**

Consultor General de Grupo CREA

@\_jorgeoropeza\_  
@creaconsultoriaoax

El exitoso o desastroso desempeño que tienen voceras y voceros en las instituciones o compañías ante los medios masivos y las diversas plataformas de comunicación de un país puede marcar la diferencia entre la estabilidad y la crisis de credibilidad de sus marcas. Es por ello que, en materia de consultoría o de servicios educativos el entrenamiento de medios o *media training* es la herramienta ideal para lograr los objetivos deseados.

El *media training* es un traje hecho a la medida para empresarias y empresarios, figuras públicas, funcionarias y funcionarios, candidatas y candidatos o liderazgos académicos. Todos ellos tienen un rol o punto en común: son la voz de su organización. Este entrenamiento evalúa y fortalece el comportamiento del cliente o de la clienta en entrevistas o encuentros generales con periodistas o medios, mejorando así la comunicación en público frente a cámaras y micrófonos; y se desarrolla a través de prácticas reales con un enfoque personalizado en donde se estimulan nuevas competencias y conocimientos para que quien lo toma pueda desenvolverse satisfactoriamente ante los medios, emitiendo un mensaje claro y sin dejarse llevar por los múltiples factores de riesgo existentes. Un entrenamiento de medios pasa por al menos cinco etapas:

1. Exposición teórica. Una inducción de conceptos básicos y ejemplos reales de terceros.
2. Primera evaluación agresiva. Un ejercicio en frío para medir las aptitudes innatas del sujeto entrenado en un ambiente hostil, invasivo e incómodo.
3. Observaciones y correcciones. Un primer análisis para detectar y resaltar errores.
4. Ajustes y trabajo personalizado. Desarrollo de habilidades a partir de las recomendaciones particulares emanadas del resultado del primer ejercicio y de los subsecuentes si así se decide en el plan de entrenamiento.
5. Evaluación final y ejercicios. Informe de resultados, en el que se incluye el perfil detectado, los puntos de acción y un conjunto de sugerencias o consejos personales que el cliente o la clienta debe desarrollar fuera del entrenamiento.

Para saber más del *media training* o para acceder a una capacitación de este tipo es importante acercarse a expertas y expertos con dominio en línea editorial de medios, periodismo y vocería porque la generación de competencias en este rubro se construye necesariamente con ejecuciones prácticas basadas en explicaciones didácticas.



# ¿SABES CUÁNTAS EMPRESAS HAY DETRÁS DE ESTAS VACACIONES?

## Hoteles

+ 400,000 EMPLEOS  
+ 18,000 EMPRESAS

## Lentes de sol

+ 10,000 EMPLEOS  
+ 400 EMPRESAS

## Restaurantes

+ 110,000 EMPLEOS  
+ 25,000 EMPRESAS

## Trajes de baño

+ 20,000 EMPLEOS  
+ 500 EMPRESAS

LAS EMPRESAS GENERAN  
8 DE CADA 10 EMPLEOS.

[vozelasempresas.org](http://vozelasempresas.org)

Fuente: Censo Económico 2019, INEGI

Voz de las Empresas



Consejo de la Comunicación

# Aire Acondicionado “SANTIAGO”

## UN EMPRENDIMIENTO DE FRESCURA

📄 **Fernanda López Ríos**

*Licenciada en Ciencias de la Comunicación*



**A**ire Acondicionado “Santiago” es una empresa de aire acondicionado automotriz y residencial ubicada en la capital oaxaqueña, y en la que destaca la sucursal localizada en Francisco Zarco #101-A, Colonia Reforma Agraria en el Municipio de Santa Cruz Xoxocotlán. Tienen 13 años de experiencia y desde su fundación en 2009 han buscado alternativas para contribuir con el medio ambiente a través de sus servicios, tales como venta de equipos, piezas y refacciones; así como la instalación, el diseño y la construcción de proyectos.

Por otro lado, la gran demanda existente en este giro les permitió adentrarse en el sector industrial y

convertirse en distribuidores de importantes marcas, situación que, en el 2020, los consolidó como la segunda compañía, a nivel local y nacional, que ha hecho sinergia con industrias chinas para poder manufacturar sus productos.

### **¿QUÉ HACE DIFERENTE A AIRE ACONDICIONADO “SANTIAGO”?**

Su servicio al cliente es ágil y eficaz, tanto en el tiempo de respuesta como en la atención brindada; por ello, se preocupan en hacerle saber al consumidor que los aparatos comprados necesitan



### PARA AIRE ACONDICIONADO "SANTIAGO", ¿UN LÍDER ES?

“Es la persona que lleva de la mano una empresa junto con su gran familia de colaboradores a un nivel más alto, donde no sólo ves por ti, sino también por los demás, porque un líder no crece solo, crece con las personas que lo rodean” •

mantenimiento para que su durabilidad y funcionamiento sea óptimo. Debido a lo anterior, han creado pólizas específicas para hoteles, restaurantes, hospitales y oficinas con la intención de garantizarles que el equipo no fallará y que podrán reducir el impacto en la salud (dolores de cabeza o la posibilidad de desarrollar infecciones de garganta o vista), en el planeta y los costos de energía eléctrica.

### ¿CUÁL ES SU COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE?

Gracias a los sistemas de recuperación con los que cuentan pueden reciclar piezas, máquinas y refrigerantes, evitando así que se desechen y terminen en los mares. Aunado a esto, realizan campañas, sin fines de lucro, para plantar árboles en varios sectores del Estado.





# LA BRIGADA MÉDICA MVM POR TU SALUD LOGRÓ UNA BUENA ACEPTACIÓN EN XOXOCOTLÁN



Por MVM Noticias

El sábado 26 de febrero de 2022, frente a la Escuela Primaria Vespertina Ricardo Flores Magón, en el municipio de Santa Cruz Xoxocotlán se instaló, siguiendo los protocolos de protección derivados del COVID-19, la Brigada Médica MVM por tu Salud —asociación patrocinada por MVM Noticias, y que desde hace más de 6 años brinda servicios gratuitos para la población en general con la intención de atender en varias colonias y municipios del Estado diversos padecimientos— la cual, en esta ocasión, tuvo el apoyo de la fundación Visión y Alma Comunitaria, A.C.; así como de la UABJO y de la URSE.

Las facultades previamente mencionadas impartieron servicios médicos de especialidad en medicina general, ginecología (revisión de mamas, aclaración de dudas en cuanto al útero, a los ovarios y a infecciones relacionadas), odontología (extracción de dientes, aplicación de flúor en niños, limpieza dental, resinas y amalgamas), optometría, psicología, nutrición (asesorías nutricionales, principalmente a adultos), y terapia física y rehabilitación (en donde se trataron patologías como artritis reumatoide, esguinces de tobillo, secuelas de fracturas y otros).

Al respecto, la señora Juana Zárate compartió que esta es una gran oportunidad para revisar su salud y la de su hermana, ya que al ser adultas mayores no suelen contar con los recursos para pagar consultas médicas como estas. Debido a todo lo anterior, las Brigadas Médicas MVM por tu Salud continuarán laborando de manera altruista para apoyar y beneficiar a los más necesitados.



# DESARROLLA EQUIPOS DE TRABAJO QUE PERDUREN

▣ **Aurora Drigoz**

*Diseño de Imagen Personal, Empresarial y Política - Miembro de la Asociación Internacional de Consultores de Imagen (Association of Image Consultants International AICI)*

**E**n esta pandemia nos hemos encontrado con un sinfín de cambios personales, sociales y laborales. Las corporaciones han tenido que transformar las vacantes creando una realidad que nos exige cada vez más debido a que **las nuevas tecnologías nos han permitido acercarnos y conformar nuestra plantilla de forma remota**, pero... ¿Qué tan exitosos son estos equipos de trabajo?

Conocemos que la base para una organización efectiva es el personal, sin ellos, todas nuestras ideas no se llevarían a cabo, motivo por el cual te presentamos cinco consejos para minimizar los riesgos al momento de formarlos:

**1. El trabajo en equipo redirige esfuerzos y multiplica resultados.** Antes de crear una plantilla de personal ayuda a tus integrantes a desarrollarse de manera individual. Como líder es tu responsabilidad potenciar las capacidades, visualizar las posibilidades y darles la oportunidad de progresar en lo que hacen.

**2. Agrega miembros importantes para el grupo.** Una vez alcanzado el primer punto estamos listos para reclutar nuestro talento. Recuerda que cada proyección representa desafíos diversos, por ello, es imprescindible reconocer las fortalezas de cada quien, así como su liderazgo al coordinar.

**3. Elimina colaboradores ineficaces.** Desafortunadamente una sola persona puede ser el origen de conflictos y disruptivas en nuestra planificación, en casos como este deberás evaluar al equipo y a la empresa sobre el individuo porque una mala actitud se transmite y puede afectar a la compañía. Al hacerlo estarás velando por los intereses de todos.

**4. Concédele una alta estima a las personas.** Todo comienza con nosotros, ya que somos un reflejo de la institución. Así que comprométe, primero, con la cultura organizacional, y



## Centro de Apoyo Psicológico y Pedagógico

- Psicoterapia individual, de pareja y familiar
- Valoraciones psicológicas y neuropsicológicas
- Atención a niños con TDAH y ansiedad
- Orientación vocacional
- Terapia mindfulness
- Terapia de lenguaje



después, con lo que aprecias de tu sociedad, con la visión que te entusiasma y transmítelo a los demás. No olvides recordar que los méritos de tu compañía son gracias a las personas que colaboran en este viaje ni que al fomentar un buen ambiente de trabajo nuestro personal caminará a la par de nuestros objetivos.



**5. Propicia un espacio seguro para compartir ideas, hacer preguntas y asumir riesgos.** En el proceso de generar equipos necesitamos participantes decididos y seguros de realizar sus tareas. Dale la bienvenida a nuevas ideas y formas de lograr los propósitos, busca que el personal haga preguntas de las metas y propósitos a alcanzar, sé el portavoz de la confianza entre los miembros para que se comprometan con la causa, participen y generen ingresos para todos.

Al coadyuvar en grupos desplegamos las fortalezas de nuestra estructura empresarial aumentando la motivación, la productividad y el crecimiento.







Somos responsables del liderazgo que empleamos al organizar, dirigir y proyectar; además, al potenciar nuestro trabajo colaborativo nuestro plan dejará de ser un sueño y se convertirá en una realidad que beneficie a todas las partes que contribuyen en nuestra aventura.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**

- Cofide, C. (2021, 11 noviembre). Desarrollo de equipos de trabajo en la organización. Desarrollo de equipos de trabajo en la organización. Recuperado 25 de febrero de 2022, de <https://www.cofide.mx/blog/desarrollo-de-equipos-de-trabajo-en-la-organizaci%C3%B3n>
- Colmenar, R. (Ed.). (2014–2015). DESARROLLO DE EQUIPOS DE TRABAJO Y DIRECCIÓN PARTICIPATIVA. (1.a ed., Vols. 1–2). Servicios Unileon.
- Maxwell, J. C. (2019). El ABC del Trabajo en equipo. VR Editoras.
- Page, M. (2021, 29 junio). 6 claves para conseguir un equipo de alto rendimiento. Michael Page. Recuperado 25 de febrero de 2022, de <https://www.michaelpage.es/advice/empresas/desarrollo-profesional-y-retenci%C3%B3n-de-talento/6-claves-para-conseguir-un-equipo-de>




 Drigoz consultoría  
 Aurora Drigoz

**CLÍNICA DE BELLEZA**  
 ESPECIALIZADA EN

-  **Colorimetría**
-  **Maquillaje y peinado profesional**
-  **Barbería**
-  **Tratamientos capilares**
-  **Uñas**
-  **Paquetes especiales para XV años, bodas, y más**

**FR & CO**  
 CLÍNICA DE BELLEZA



 Franco Clínica de Belleza  
 951-514-73-54  
 Huerto Framboyanes 100-A, Fracc. Trinidad de las Huertas





**OROARTE DE OAXACA**

*Por Jacaba Lopez*



**GALERÍA DE LOS CIEN**

Dr. Aurelio Valdivieso #120.  
Centro. Oaxaca.

**LAS MESITAS  
PLAZA GOURMET**

Belisario Domínguez #519.  
Col. Reforma.

**BEANSTALK  
CENTRO DE NEGOCIOS**

Jazmines #410. Col. Reforma.

**MIXJA**

Rancho Santos.  
Tierra Azul km 47.2.

**RESTAURANTE EL TECO**

Nueva carretera a Monte  
Albán #407. Plaza La Ribera.  
Oaxaca de Juárez.

**CASA ABUELA MARÍA  
HOTEL BOUTIQUE**

Morelos #400.  
Centro Histórico, Oaxaca.

**FIERO BISTRO**

Violetas #401 Int. 13.  
Col. Reforma Pabellón Violetas.

**MARIALICIA SUITES**

Av. Hidalgo #1504.  
Centro Histórico, Oaxaca.

**MESÓN DE LA CHINANTLA**

Bldv. Benito Juárez #1684.  
Col. El Reposo. Tuxtepec, Oaxaca.

**SANTO DOMINGO TEXTILES**

5 mayo #402, Macedonio  
Alcalá #503-2. Centro, Oaxaca.

**ARIPO**

Manuel García Vigil,  
Centro, Oaxaca de Juárez.

[www.oroartedeoaxaca.com](http://www.oroartedeoaxaca.com)

Escuela Naval Militar #402 Altos.  
Col. Reforma, Oaxaca de Juárez,  
Oaxaca.



Oroarte de Oaxaca



# Beanstalk®

Centro de Negocios


DEFENSORÍA JURÍDICA


ESTRATEGIA Y PLANEACIÓN FISCAL

ASESORÍA MUNICIPAL Y GUBERNAMENTAL

SERVICIOS EMPRESARIALES ESPECIALIZADOS

SOLUCIONES CONTABLES, FISCALES Y ADMINISTRATIVAS

 Jazmines No. 410, colonia Reforma, Oaxaca de Juárez, Oaxaca. C. P. 68050

 951 205 09 21

@beanstalk\_mx   
 Beanstalk Centro de Negocios

[www.beanstalk.com.mx](http://www.beanstalk.com.mx) 