

LIDER **ES**

REVISTA DE NEGOCIOS

Año 3. Núm. 10
Oaxaca, México

Distribución gratuita
Mayo - junio 2019

**AURELIA
BENÍTEZ**

DEDICADA AL

ÉXITO

LA IMPORTANCIA DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL EN LAS EMPRESAS

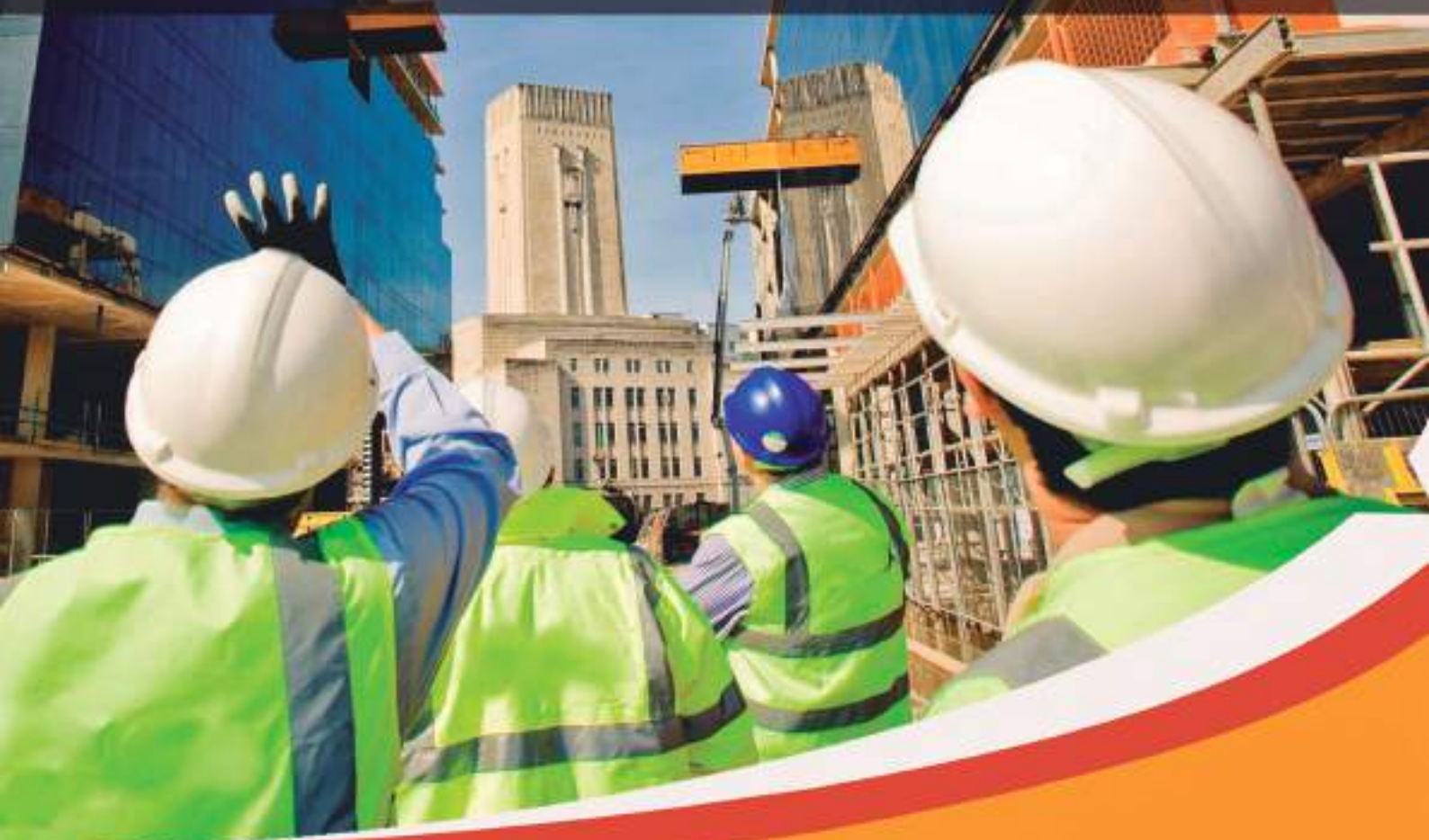
**DE START UPS A
ESCALE UPS**

*¿EN DÓNDE DEBES COMUNICAR
EL MENSAJE DE TU EMPRESA?*



www.edoax.com 
espaciosooaxaca@gmail.com 
205 09 21 

- Administración y supervisión de construcción de inmuebles comerciales, institucionales y de servicios.
- Construcción de obras para el tratamiento, distribución y suministro de agua y drenaje.
- Construcción de ingeniería u obra pesada.
- Servicios de ingeniería.



Calle Jazmines. No.410. Col. Reforma


LIDER ES


REVISTA DE NEGOCIOS

¡ANÚNCIATE CON NOSOTROS!



CONTÁCTANOS AL 427-7775

 / Revista Lider Es

 / Revista Lider Es

FUNDADOR Y DIRECTOR GENERAL
LEVI M. SÁNCHEZ SANTIAGO

RELACIONES PÚBLICAS
ARELI Y. ROMERO CONTRERAS

JEFA DE REDACCIÓN
DANIELA EKDESMAN LEVI

JEFA DE INFORMACIÓN
AZIZAI M. ACEVEDO MOJICA

FOTOGRAFÍA Y MULTIMEDIA
RAYMUNDO JOSYMAR LÓPEZ PADILLA

FOTOGRAFÍA
ÁNGEL ORDAZ GONZÁLEZ

LOCACIÓN Y AMBIENTACIÓN
CHRISTIAN A. CRUZ MEDINA

MAQUILLAJE
ELOÍSA CRUZ DÍAZ

COLUMNISTA
JORGE OROPEZA

COLABORADORES DE ESTA EDICIÓN
OMAR ESCOBAR
FRANCISCO PUGA COLMENARES
CABALLERO
HILDA BLANCO SARMIENTO
URIEL DE JESÚS SANTIAGO VELASCO

VENTAS
AZIZAI M. ACEVEDO MOJICA

MAQUETACIÓN

Factorsiete
Diseño Publicitario

LÍDER ES.

Marca con registro en trámite (Año 3, número 10) Fecha de publicación (21 de mayo). Revista bimestral de circulación nacional de 1,500 ejemplares, editada y publicada por BEANSTALK. CENTRO DE NEGOCIOS, Jazmines 410, colonia Reforma. C.P. 68050. 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.

El contenido de los artículos y de la publicidad es responsabilidad de los autores y de los anunciantes. Queda prohibida su reproducción parcial o total.

CARTA AL LECTOR

¡Hola! Es un gusto saludarte nuevamente para presentarte esta nueva edición, pensada en generar un vínculo empresarial, fortalecido a base de conocimientos y experiencias de los diferentes autores que participan en esta ocasión. *Revista Líder Es* reitera el firme compromiso de aportar a la sociedad temas de interés para despertar en nuestros lectores esa inquietud por adentrarse cada vez más en el mundo empresarial, ayudándolos a poner en práctica las diferentes ideas de negocio que tienen en mente.

Para nosotros es importante estar actualizados y muy al pendiente de los constantes cambios que se generan en este ámbito, por ello, me es grato comunicarles que seguimos teniendo acercamiento con diferentes sectores socioempresariales, mejorando así nuestros contenidos para llegar a ustedes de manera impresa, presencial y activa.

Finalmente, agradezco a las diferentes personas que nos siguen desde el inicio de nuestras publicaciones, pues son ellos y nuestros lectores actuales quienes nos motivan a seguir adelante, perfeccionándonos día a día, logrando que *Líder Es* contribuya al crecimiento económico y social de la comunidad.



Revista
LÍDER ES

Levi M. Sánchez Santiago
Director General revista Líder Es

PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN



OFICINAS CORPORATIVAS

Avenida Miguel Hidalgo, núm. 1514, Colonia Centro. C.P. 68000. Oaxaca, México.
lideresrevistamx@gmail.com (951) 427 77 75

CONTENIDO

TRASCENDIENDO



Lalo Lara 8

NEGOCIOS

De start ups a escale ups 9

La responsabilidad penal de las personas jurídicas 10

La importancia de la inteligencia emocional en las empresas 12

EN LA ACTUALIDAD

¿En dónde debes comunicar el mensaje de tu empresa? 18

Presencia digital 19

MVM festival día del niño 21

CONOCIENDO A:



¿En dónde debes comunicar el mensaje de tu empresa?

Píntate de valores 22

EN PORTADA

AURELIA BENÍTEZ



Fotografía: Gonzalo Gonher
Accesorios: Joyería Oroarte de Oaxaca

Dedicada al éxito 15

DE INTERÉS

Santa María Atzompa..... 6

Domina, convence y cierra ese negocio..... 24

La verde antequera: de villa a ciudad 25

Recomendación Líder Es 26

Beanstalk®

SANTA MARÍA Atzompa

Cuna del barro verde, donde artesanos oaxaqueños hacen arte con sus manos

ÁNGEL ORDAZ GONZÁLEZ
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Atzompa proviene del Náhuatl: “atl” (agua), “tzontle” (caballera, altura o cumbre) y “pan” (en o sobre) y significa *en la cumbre del agua* porque hace cientos de años se ubicaba en un gran río.

Para visitar este lugar artístico y único-cuna de alfareros especializados en el barro verde- no hace falta recorrer los cientos de kilómetros que uno usualmente piensa para llegar a un pueblo mágico, (que colinda con los municipios de San Jacinto Amilpas, San Jerónimo Yahuiche y San Pedro Ixtlahuaca) pues se encuentra a 20 minutos del centro histórico de la Ciudad de Oaxaca.

cuenta con una población aproximada de 21,788 habitantes, según datos del INEGI en su censo del 2010.

EL BARRO MÁGICO DE ATZOMPA

La alfarería es la mayor actividad económica de la región. Muchos turistas visitan este lugar para admirar sus tierras, comprar recuerdos y conocer el proceso de elaboración del barro verde, la artesanía local por excelencia. Doña Juana Cortés -artesana local- en entrevista para *Líder Es*, nos cuenta cómo se hace el barro verde y nos comparte sus experiencias al respecto:

1. Extraer el barro de las losas de la mina de San Lorenzo Cacaotepec. (Recorrido de cuatro kilómetros llevado a cabo por los artesanos de la región).
2. Romper la loseta a palos y golpes, hasta convertirla en una masa uniforme, tipo plastilina a la que poco a poco se le agrega agua.
3. A mano, cada artesano va formando cada pieza; mientras que con sus pies,

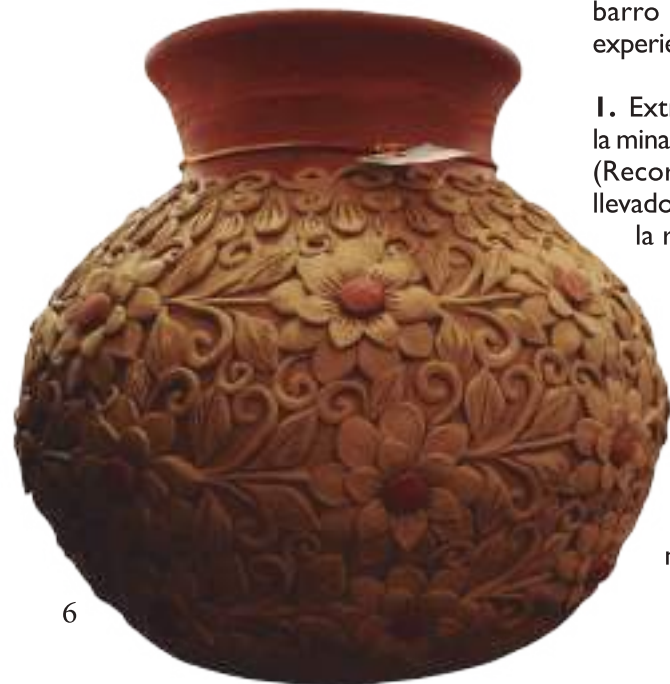


gira el torno (instrumento donde se apoya el barro que se está trabajando).

4. Una vez terminada la figura de barro, se mete al horno para su cocción, terminado este proceso, se retira y se deja reposar alrededor de ocho días.

5. Coloración del barro: para obtener un color verde metálico vidriado se agrega una combinación de greda (roca compuesta de diferentes componentes como arcilla, arena y barro. Este material usualmente los artesanos lo compran en polvo) con agua al jarrón o artesanía a decorar.

6. Posteriormente, la pieza se coloca nuevamente en el horno de fabricación para que se fije la pintura



verde al barro, y con ello, el verde metálico pueda durar más tiempo y resistir a las actividades cotidianas de las que formará parte.

Según las leyendas y rumores de los habitantes de Atzompa, esta técnica se le adjudica al clérigo Alonso Figueroa, que lo descubrió hace más de 500 años¹.

Para ella, esta es una tradición, un rito “prehispánico” que pasa de generación en generación, que debe conservarse y no perderse ante los avances de las industrias que pueden producir piezas similares a gran escala.

De acuerdo con la STyDE (Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico), la derrama económica que deja esta actividad cotidiana es de 280 mil pesos, por lo que es de suma importancia incentivar la visita a esta región.

MERCADO DE ARTESANÍAS LA ASUNCIÓN

Está en la calle principal de esta comunidad. Cuenta con un estacionamiento público gratuito y con el apoyo de la policía municipal, que se encarga de proteger a los locatarios y turistas; así como al inmueble.

En sus inicios, estaba conformado por 20 familias, sin embargo, tras la remodelación, más de 100 familias dedicadas a la alfarería se han sumado a este espacio, en donde encontrarás un sinfín de productos de barro verde, como: utensilios de cocina, joyería, adornos para el hogar (jarrones) y llaveros.

TRADICIONES

La fiesta patronal se lleva a cabo el 15 de agosto, en honor a la Virgen María o Virgen de la Asunción, santa patrona de Atzompa.

Durante las fiestas se realizan diversas actividades, como: adornar con papel picado, mantas, diversas flores y anuncios el andador de Atzompa; sin embargo, la que llama más la atención es *la gran calenda*, que se desarrolla a lo largo y ancho de la comunidad, acompañada de diversos bailes con espectáculos pirotécnicos, competencias y eventos deportivos.

Además se realiza el novenario, el cual consta de un rezo en la capilla principal de la localidad durante nueve días seguidos, como un acto de fe ante la santa patrona del lugar.

Así que si tienes tiempo libre, visita Santa María Atzompa para relajarte y disfrutar de esta maravilla cultural junto a tus seres queridos.

¹ Sin autor. (2010). El barro verde de Oaxaca. 25 de abril de 2019, de México Desconocido Sitio web: <https://www.mexicodesconocido.com.mx/el-barro-verde-de-oaxaca.html>

Fotografía: Ángel Ordaz González



**ISTMO&VALLE
SA DE CV**

EXTENSO SURTIDO DE MATERIAL PARA LA CONSTRUCCIÓN Y FERRETERIA



**CEMENTO
VARILLA
MORTERO
CLAVOS
PEGA AZULEJO
YESO
ARENA
TABIQUES
ALAMBRÓN
y todo de
FERRETERIA**



Cel. 951 427 42 36 / 951 222 88 86

Coconusco 313 C, Col. Volcanes

**HORARIO DE ATENCIÓN:
LUNES A VIERNES DE 8:30 A 18:00 HRS Y SÁBADOS DE 9:00 A 15:00**



Fotografía: Josymar Padilla

AZIZAI MOJICA

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Activista por convicción y publicista por pasión. Originario de Coyoacán, ciudad de México. Radicado en Oaxaca desde hace 9 años y oaxaqueño de corazón. Dueño de Revelante y cofundador de Jaguar Yuú y de Hierba blanca.

A la edad de 34 años ha logrado todas las metas que se ha propuesto a lo largo del camino: una de ellas era fundar una consultoría especializada en Marketing turístico, y a la fecha, es director general de Revelante, la única en este giro dentro del estado de Oaxaca.

Es el segundo de tres hijos y su hermano mayor siempre ha sido su mejor ejemplo a seguir, puesto que a muy temprana edad tuvo que emigrar a otro país para tener una mejor calidad de vida y poder apoyar al resto de la familia que se quedaba en México. Esta situación, fue el impulso que Lalo necesitó para ser el primero de los suyos en concluir los estudios superiores. Al terminarlos, decidió probar suerte en Oaxaca, lugar que le dejó grandes enseñanzas desde el momento en que realizó su tesis en

la Sierranorte, a partir de entonces, ha dedicado su tiempo a difundir al mundo las maravillas del estado.


Cuenta con una licenciatura en Comunicación en la UNAM, un postgrado en Mercadotecnia en la Universidad la Salle y múltiples diplomados en los que destaca uno en Marketing Digital. Actualmente, con el afán de compartir sus conocimientos a los demás, es docente de reconocidas universidades locales. Él está consciente de que la carrera que eligió se actualiza constantemente, por eso, se mantiene atento a las nuevas posturas y busca adaptarse día a día al entorno que lo rodea.


Por otro lado, ha consolidado una amplia carrera como empresario, siendo cofundador del café Jaguar Yuú -el cual se diferencia por ser un café con responsabilidad, igualando el modelo de negocio europeo donde existe la tendencia de brindar un café anónimamente a una persona que no tenga para pagarlo- y de Hierba blanca, un lugar donde destaca la mixología y el tradicional mezcal oaxaqueño.

Su principal motivación es incentivar tanto a sus colaboradores en la consultoría, como a sus alumnos de nivel superior, para que persigan sus metas y crean en ellos mismos.

Para él un líder es aquella figura que une a los demás y los guía hacia un bien común. Aquel que se autoproclama como un líder realmente no ejerce esa función, ya que un líder nace y no se hace. Tiene muy claro que una de las principales diferencias entre alguien a quien seguir y un jefe es la actitud del mismo, en palabras de Lalo Lara “Un líder no da órdenes ni manda a los demás, es aquel que con sus acciones pone el ejemplo y con ello genera un cambio positivo en la sociedad”.

 Lalo Lara
Jaguar Yuú Café
Hierba blanca
RVLNT Mercadotecnia turística

 Av. Juárez No. 403, Int. 5 Col. Centro, Oaxaca, Oax.

 51 6 89 82

DE START UPS A SCALE UPS

MAESTRO OMAR ESCOBAR CASTELLANOS
Director Ejecutivo de Estrategia Pública Aplicada S.A. de C.V.

En el mundo emprendedor, el término start up es muy común, y a diferencia de una PyME, la start up es una empresa temprana que puede ser escalable más rápida y fácilmente, y es, además, propensa a que sus productos o servicios sean distribuidos por medio de tecnologías digitales.

Por tanto, el crecimiento exponencial es una característica muy importante de las scale ups, sin embargo, no todos los emprendimientos lo logran. Para pasar de una start up, a una scale up, los ingresos tienen que crecer mucho más rápido que los gastos de la compañía y esto solo es posible mediante el uso de tecnología, que nos ayude a incrementar nuestras ventas de manera exponencial.

Para impulsar el crecimiento, (que antes era lineal y se repetía mes a mes, manteniendo a la empresa al día) se deben multiplicar los rendimientos, obteniendo mejores recompensas.

A nivel global, organizaciones como Netflix, Spotify, Zappos, Amazon, entre otros, han acelerado su crecimiento

mediante el uso de la tecnología, big data e inteligencia artificial.

Para lograr una organización exponencial puedes seguir las siguientes recomendaciones.

- Conseguir más clientes: pareciera la respuesta lógica, pero en negocios transaccionales, como un restaurante, es difícil lograr un crecimiento exponencial, ya que el cliente acude solo una o dos veces y nada garantiza su regreso, tal vez conseguimos otro consumidor, pero sucederá lo mismo. Además, los costos para conseguir nuevos comensales, son más altos que los requeridos para mantenerlos.

- Aumentar la relación de compra: no vendas, crea experiencias. Éstas ya refuerzan los lazos de confianza con el producto y ese mismo cliente puede recomendarte. El asunto aquí es: ¿cómo pasas de un negocio transaccional a un negocio relacional? ¿cómo haces para que tu cliente se mantenga contigo durante 6 meses o más? La respuesta podría estar en hacer de tu producto algo más pegajoso, adictivo, y mejorable a largo plazo.

- Incremento de valor: tu empresa no tiene un problema de precios, tiene un problema de valor; muchas veces pensamos que al aumentar el precio aumenta la calidad de nuestro producto. Sin embargo, de lo que se trata es de cuántos problemas logra resolver tu producto realmente, ése es el valor que al cliente le interesa pagar.

- Innovación: este factor produce asombro, representa una diferencia radical y disruptiva a la del resto de tus competidores, aquellos que crean nuevos mercados y que se salen de la caja.

Habrà gente para la que tu producto no tendrá valor y por consiguiente, no pagarán por él, habrá otros que sí, y otros, que amarán lo que vendes, a estos últimos debes ofrecerles mayor valor, vendiéndoles más y a mejores precios. Debido a lo anterior, un producto ya no se estima con un solo precio, sino con varios, para diferentes tipos de clientes. Entonces, ahora ¿cómo vas a exponenciar el crecimiento de tu empresa?

LA

RESPONSABILIDAD PENAL

DE LAS PERSONAS JURÍDICAS

FRANCISCO RAÚL PUGA COLMENARES CABALLERO

Licenciado en Derecho por la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca

En nuestro país, así como en los países latinoamericanos ha sido un enorme desafío cambiar su régimen penal por completo, a través de la implementación de sistemas acusatorios.

Por lo que respecta a nuestro México, este cambio comenzó el 16 de junio de 2008, al ser publicada la *reforma en materia de seguridad y justicia*. Y es a partir del 16 de junio de 2016, cuando el nuevo Sistema de Justicia Penal opera en todo el territorio mexicano. Es de gran trascendencia este nuevo modelo de justicia penal por lo que permite tener un solo Código Adjetivo para todas las entidades federativas.

Este nuevo **Código Nacional de Procedimientos Penales**, por primera vez permite que en nuestro país se pueda enjuiciar penalmente a las empresas cuando cometan un delito o participen en su comisión.

El artículo 421 del Código Nacional de Procedimientos Penales establece lo siguiente:

CAPÍTULO II

PROCEDIMIENTO PARA PERSONAS JURÍDICAS

Artículo 421. *Ejercicio de la acción penal y responsabilidad penal autónoma. Las personas jurídicas serán penalmente responsables, de los delitos cometidos a su nombre, por su cuenta, en su beneficio o a través de los medios que ellas proporcionen, cuando se haya determinado que además existió inobservancia del debido control en su organización. Lo anterior con independencia de la responsabilidad penal en que puedan incurrir sus representantes o administradores de hecho o de derecho. El Ministerio Público podrá ejercer la acción penal en contra de las personas jurídicas con excepción de las instituciones estatales, independientemente de la acción penal que pudiera ejercer contra las personas físicas involucradas en el delito cometido. No se extinguirá la responsabilidad penal de las personas jurídicas cuando se transformen, fusionen, absorban o escindan. En estos casos, el traslado de la pena podrá graduarse atendiendo a la relación que se guarde con la persona jurídica originariamente responsable del delito. La responsabilidad penal de la persona jurídica tampoco se extinguirá mediante su disolución aparente, cuando continúe su actividad económica y se mantenga la identidad sustancial de sus clientes, proveedores, empleados, o de la parte más relevante de todos ellos. Las causas de exclusión del delito o de extinción de la acción penal, que pudieran concurrir en alguna de las personas físicas involucradas, no afectará el procedimiento contra las personas jurídicas, salvo en los casos en que la persona física y la persona jurídica hayan cometido o participado en los mismos hechos y estos no hayan sido considerados como aquellos que la ley señala como delito, por una resolución judicial previa. Tampoco*



podrá afectar el procedimiento el hecho de que alguna persona física involucrada se sustraiga de la acción de la justicia. Las personas jurídicas serán penalmente responsables únicamente por la comisión de los delitos previstos en el catálogo dispuesto en la legislación penal de la federación y de las entidades federativas.

En el artículo siguiente expresa las consecuencias jurídicas que enfrentarán las empresas:

Artículo 422. Consecuencias jurídicas A las personas jurídicas, con personalidad jurídica propia, se les podrá aplicar una o varias de las siguientes sanciones: I. Sanción pecuniaria o multa; II. Decomiso de instrumentos, objetos o productos del delito; III. Public; V. Las demás que expresamente determinen las leyes penales conforme a los principios establecidos en el presente artículo.

Es de tomar en cuenta que a pesar que ya está contemplado en el CNPP, en llevar a un juicio penal a las empresas, aún falta que la mayoría de los Códigos Penales sean modificados para establecer las disposiciones complementarias; entre de ellos el Código Penal para el Estado Libre y Soberano de Oaxaca.

Actualmente en el Estado de Oaxaca, por el momento solo pueden ser enjuiciadas las empresas por delitos federales, como, por ejemplo: delitos contra el ambiente, delitos en materia de inhumaciones y exhumaciones, extorsión, homicidio, lesiones y demás delitos que contemple el Código Penal Federal.

Es de tomar en cuenta que hoy en día son muy pocas las carpetas de investigación en el país sobre la responsabilidad penal de las empresas y es de notar que en nuestro Estado (Oaxaca), no existe ninguna carpeta de investigación en el fuero federal, y mucho menos en el fuero común por lo que aún no se encuentra regulado.

Los Estados que tienen regulado la Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas son:

Hidalgo, Jalisco, Tabasco, Ciudad de México, Yucatán, Quintana roo. Cabe destacar que en el Código Penal Federal viene regulada la Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas y cuenta con un catálogo de tipos penales.

Es de resaltar que las empresas tienen que apearse a las normas jurídicas y deben tener un sólido programa de *Compliance penal* (acatamiento penal) para evitar sanciones futuras.



franciscopuga54@gmail.com

Bibliografía

- Coaña Be Luis David, 2016, La Responsabilidad Penal de las Empresas, Ciudad de México, Centro de Estudios Jurídicos Carbonell, A.C.
- Ontiveros Miguel, 2017, Revista Mexicana de Ciencias Penales #1, Ciudad de México, Instituto Nacional de Ciencias Penales.

CITY CENTRO HOTEL | OAXACA

ALDAMA #410,
BARRIO DE JALATLACO | WWW.CITYEXPRESS.COM

01 800 248 9397
55 7439 4979

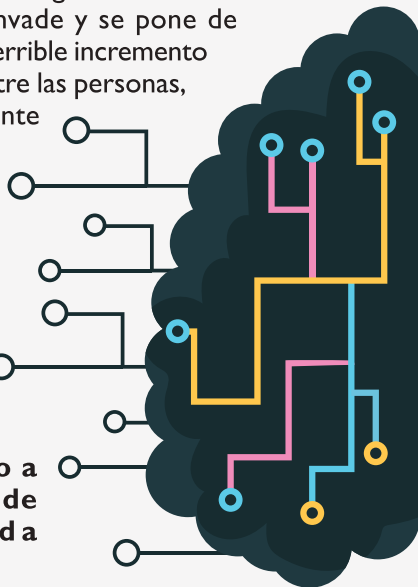
LA INTELIGENCIA EMOCIONAL

EN LA TOMA DE DECISIONES EN LAS ORGANIZACIONES

HILDA BLANCO SARMIENTO

Maestra en Administración

Todos los días podemos leer en los periódicos noticias impregnadas de violencia, adolescentes que van a la escuela con armas y disparan contra sus compañeros, accidentes en las calles o en las carreteras que acaban en tragedia. A cada momento nos damos cuenta de que existen cada vez más emociones fuera de control en nuestra propia vida y en la de quienes nos rodean. Pareciera que una grave enfermedad emocional nos invade y se pone de manifiesto en el terrible incremento de agresividad entre las personas, que frecuentemente **t i e n e** consecuencias fatales. **El maltrato físico o emocional en las organizaciones y el aumento del estrés, son expresiones que han pasado a formar parte de nuestra vida cotidiana.**



Hasta hace pocos años, nos preocupábamos principalmente por medir nuestra inteligencia, tal vez la única que la mayoría de las personas identificaba, la inteligencia racional, y se daba por hecho que el contar con un coeficiente intelectual elevado, era una muestra inequívoca de éxito futuro. Sin embargo, existen múltiples ejemplos de personas con un CI sobresaliente, a los que se auguraba un futuro prometedor y exitoso, que, al llegar a la edad adulta, sorprenden con vidas fracasadas, familias disueltas, y con un desánimo que salta a la vista.



Por el contrario, hay personas que en su edad escolar no fueron exactamente los más destacados por su alto nivel intelectual, que nunca recibieron diplomas ni otros reconocimientos escolares, y, sin embargo, al llegar a la

edad adulta, logran tener vidas exitosas en aspectos académicos, laborales, familiares y sociales.

¿Qué es lo que ocurre entonces con estas personas que pareciera que tenían todo para triunfar? ¿Qué factores entran en juego, cuando las personas que tienen un elevado cociente intelectual tienen dificultades para obtener el éxito en la vida, y algunas otras personas que tienen un cociente intelectual modesto, se desempeñan sorprendentemente bien?

Durante muchos años, se ha discriminado el tema de las emociones dando lugar al mito de que la emoción es más primitiva que la razón, y eso ha propiciado que se les confiera poca o nula importancia al papel que juegan en la vida cotidiana, y, como respuesta, las personas se empeñan en disfrazar sus sentimientos por temor a ser calificadas como vulnerables y, por lo tanto, poco inteligentes.

Las empresas no deberían ignorar la importancia de lograr el aprendizaje emocional en sus organizaciones, pues uno de los síntomas del **Analfabetismo Emocional** se puede identificar en un alto grado de estrés en los colaboradores, que no es otra cosa más que un manejo inadecuado de las emociones, y que, de seguir así, según opinión de los expertos, podría convertirse, en pocos años, en el motivo principal de ausentismo en las compañías.

Asimismo, se ha comprobado que **la mayoría de los problemas laborales no se deben a una falta de capacidad intelectual, sino que son producto del desconocimiento de las propias motivaciones o de la incapacidad de ponerse en el punto de vista del otro.** Es decir, muchos de los problemas que se presentan en las organizaciones, se relacionan, o tienen su origen, en la falta de control emocional. Existe otra razón importante para que a las organizaciones les ocupe este tema, ya que todas las personas, todos los días, tomamos decisiones, acertadas o no, en donde regularmente se puede observar la influencia de una emoción determinada, y en la mayoría de los casos, las decisiones para llevar a cabo estas acciones, están invadidas más por factores emocionales, que racionales. **Edward de Bono, afirma que “Todas las decisiones se toman con base en una emoción”.**

Así, en una organización, de forma cotidiana, se contratan personas, se promueven, se despiden, se apoyan o se discriminan. **Y es en este tipo de situaciones, donde se debe procurar la intervención armónica de la parte racional y emocional de nuestro cerebro. Y es justamente aquí donde resulta difícil lograrlo si no se ha recibido información y educación sobre el tema; si no se ha trabajado en la formación de una verdadera cultura de Inteligencia Emocional que propicie un ambiente laboral agradable.**



La División Digital le ofrece entrega el mismo día de los documentos que desee imprimir.

La División Imprenta te ofrece soluciones ilimitadas de impresión ideal para tirajes largos.

La División Gran Formato te ofrece anuncios innovadores y de calidad, desde una lona hasta un espectacular; **agrandamos tus ideas y potencializamos tu negocio.**

Un buró de servicios innovadores de diseño, acabado e Impresión en todos los formatos, tamaño y materiales que ampliará las posibilidades de difusión a tu negocio o empresa...

Insurgentes No. 121 Col. Lomas del Santo, San Agustín de las Juntas
Tel: 501 99 00

 **docuprint**
Con más de 23 años de experiencia




Comida y Ambiente

Con Sabor a Juchitán



Carretera a Zaachila, 71230
Santa Cruz Xoxocotlán.

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

 **Eltecorestaurante Oaxaca-México**

**AURELIA
BENÍTEZ**

DEDICADA AL

ÉXITO

Notaria pública, altruista, madre de familia, empresaria y deportista, Aurelia Benítez Castillejos es un gran ejemplo de liderazgo, y la prueba de que los sueños pueden cumplirse con dedicación y esfuerzo.

AZIZAI MOJICA

Licenciada en Ciencias de la Comunicación



¿Qué fue lo que la motivó a elegir su profesión?

Desde pequeña mi padre siempre nos inculcó el gusto por el estudio. Él era abogado y notario público, y ver cómo con ello podía ayudar a las personas fue lo que me hizo saber a qué quería dedicarme.

¿Cuáles han sido los obstáculos que ha enfrentado a lo largo de su carrera profesional?

Empecé a litigar a muy temprana edad y eso resultaba difícil de creer para algunos colegas de mayor experiencia. Además, siendo mujer, me encontré con algunas trabas por parte de mis compañeros, quienes no consideraban que tenía las capacidades necesarias para realizar ciertas acciones; sin embargo, con esfuerzo y dedicación logré demostrar que poseo las aptitudes y habilidades para desempeñarme como notaria pública, llegando así hasta donde estoy ahora.

Destacar en su profesión no es nada sencillo.

¿Podría hablarnos sobre su experiencia como profesionista y cómo ha logrado posicionarse como una de las mejores en su área?

A base de mucho esfuerzo y dedicación he ido avanzando en lo que me gusta. Al terminar mi carrera, litigué durante aproximadamente siete años, después califiqué como notaria pública y a partir de ese momento he dedicado mi trabajo y mis conocimientos a tratar a mis clientes de una manera ética, humana y profesional con el objetivo de que confíen en mí y reciban un servicio útil y de gran calidad.

¿Qué o quién la impulsa a cumplir sus metas?

Tengo tres hijas y el amor hacia ellas siempre me ha impulsado a salir adelante. Quiero que ellas reciban un buen ejemplo (como en su momento lo hizo mi padre conmigo) y puedan valerse por sí mismas.

Sabemos de sus grandes acciones en el ámbito social, prueba de ello son las instituciones que ha creado. ¿Podría comentarnos un poco sobre este tema?

Tengo una fundación llamada *Señales Educativas A.C.* y por medio de ella he logrado ayudar a muchas personas. Muestra de ello fueron las acciones realizadas ante el pasado terremoto que devastó la región del Istmo, en donde gracias a la fundación pudimos ayudar donando colchones, víveres, artículos de primera necesidad, entre otras cosas. Por otro lado, soy dueña de *Señales Educativas (secundaria)*¹ y el *Instituto Latinoamericano (preparatoria)*² que se especializan en inculcar valores a los alumnos.



¿Cómo surgió la idea del Instituto Latinoamericano?

Mi padre lo fundó en 1999 y cuando falleció, el proyecto quedó a mi cargo, en honor a él y a sus enseñanzas decidí continuar con el colegio.

Cabe mencionar que a parte de mi licenciatura en *derecho*, tengo una carrera en *pedagogía*; no obstante, las leyes siempre han sido mi pasión. Gracias al instituto logré combinar mis conocimientos como maestra y mi gusto por contribuir a la sociedad.

¿Cómo ha sido la experiencia de emprender este tipo de acciones?

Muy agradable y satisfactoria. Personalmente me considero una persona muy sensible y para mí el ayudar es parte de mi día a día. Creo que si compartimos lo que tenemos con los demás, poco a poco el mundo irá dando grandes cambios.

¿En qué proyecto trabaja actualmente?

Me asocié con una de mis hijas para abrir un restaurante en la zona hotelera de Huatulco y ese proyecto está a punto de hacerse realidad.

¿Cómo se define dentro del ámbito emprendedor?

Muy activa, no descanso, siempre ando viendo qué sigue y en qué nuevo proyecto puedo encaminarme. Me gusta generar ideas y conocer las de los demás para siempre tener algo que aportar o trabajar.

Como mujer, ¿cuál es el principal reto al que se ha enfrentado?

En mi profesión, ha sido encajar en un mundo de hombres. Siempre he sido muy positiva; además en el Istmo las mujeres somos muy trabajadoras y por lo regular, las cabezas de familia. Esto me ha ayudado a nunca dejarme vencer por nadie y a ser muy competitiva en todo.

¿Cuál es su proyecto a futuro?

Tengo en mente abrir, a finales de año, una casa hogar para mujeres embarazadas en situación de calle.

¿Cuál sería el consejo que le daría a las personas que desean emprender un nuevo proyecto?

Crear en ellos, planearlo bien y ahorrar para poder solventar sus objetivos y alcanzar sus metas.



PARA AURELIA BENÍTEZ ¿UN LÍDER ES?

Una persona digna de seguir, alguien que con su ejemplo y experiencia nos motiva y brinda confianza para no solo creer en él, sino en nosotros mismos.

Fotografía: Gonzalo Gohner / Locación: Notaría Pública No. 77, Juchitán de Zaragoza / Accesorios: Oroarte de Oaxaca



Aurelia Benitez



au_benitez



Efraín R. Gómez No. 8, Col. Centro
Juchitán de Zaragoza. C.P. 70000



971 711 11 24
971 713 42 02



COLUMNA: NEGOCIOS Y COMUNICACIÓN

¿EN DÓNDE DEBES COMUNICAR EL MENSAJE DE TU EMPRESA?

JORGE OROPEZA
Consultor General en Grupo CREA

Construir un mensaje potente y claro para tu marca o empresa dependerá del objetivo que tengas. Cualquiera que sea este último, al final del camino tendrá que reeditar en ventas y utilidades, así como en la satisfacción de tu cliente.

Es por ello que cada mensaje debe adaptarse al objetivo de la empresa. Si va dirigido a posicionar tu producto, la marca entera, un nuevo local, nuevos servicios o promociones debes elegir el medio o plataforma que te permita acercarte a las personas que buscas impactar.

Y es que cada medio tiene sus alcances y limitaciones propias. Y esto puede optimizarse al máximo con claridad en los objetivos y con una buena estrategia.

Por ejemplo, la televisión – a pesar de que ha perdido impacto ante el tsunami de plataformas digitales que cada día crecen más y más – mantiene la mayor influencia teniendo presencia en el 83.6% de los hogares oaxaqueños. Por ello, aquí los mensajes emitidos serán masivos con una efectiva combinación de audio y video. Tu marca sin duda mostrará fortaleza. Este medio le dará prestigio y generará una percepción de solidez.

Por otro lado, la radio está presente – aunque solamente con audio – en el 55% de las viviendas de Oaxaca. Es un medio de amplia penetración y de más fácil acceso que la televisión. La señal radiofónica llega a todas partes de forma rápida. Por lo regular, la población escucha noticiarios y programas de música. Así se refleja en los indicadores. Además, sus costos son mucho más bajos que los de la tele.

La prensa, revistas u otros impresos son el medio político y social por excelencia. Es en donde el círculo rojo y las familias de apellidos tradicionales se mandan mensajes. Un impacto aquí estará más contextualizado con texto y fotografías. En el caso de las revistas tendrá varias relecturas aún fuera de su temporalidad.

Por otra parte, colocar espectaculares, pantallas o publicidad en camiones genera una fuerte presencia para tu empresa. Aquí el diseño y la ubicación son fundamentales.

Finalmente, las plataformas existentes en Internet son una herramienta de alta interacción directa. Poseen usuarios y usuarios

distintas, sobre todo en redes sociales como *Twitter*, *Facebook* o *Instagram*, que son las más utilizadas por el público consumidor; no así por las y los más jóvenes que ya están en otras plataformas en donde no hay adultos.

El mundo digital es el espacio más oportuno y rápido de interacción que existe para tu negocio. Aquí está la mayoría de las y los consumidores potenciales. Pero hay que llegarles con información útil y atraerlos a un sitio web propio para empezar una relación necesaria que llevará a las ventas. Aquí la construcción de la voluntad de compra no es inmediata y requiere de verificar intereses de las y los cibernautas. Para esto último Google es una gran herramienta.

Las antes descritas son algunas características de las principales plataformas en donde tu negocio puede insertar su mensaje. Tus resultados dependerán del contenido, el plan trazado y la claridad que se tenga sobre los objetivos.

* Redactado y editado por el autor.

PRESENCIA DIGITAL

YAZMÍN ROMERO
Licenciada en Administración

El internet se ha vuelto una herramienta casi indispensable para nuestra vida diaria. Se ha convertido en una ventana para conocer el mundo que nos rodea y poder encontrar al instante la respuesta a la mayoría de nuestras dudas o inquietudes.

Para el mundo empresarial ha sido una gran plataforma para el crecimiento de las organizaciones, incluso, se han llegado a crear empresas que basan sus servicios en esta herramienta, como Amazon, que según el estudio realizado por “Global Top 100 Companies” de PwC en 2018, dicha corporación se posicionó como la mejor en términos de aumento absoluto en la capitalización de mercado, ganando 278 mil millones de dólares, un 66% más en comparación con 2017. Por eso, la presencia digital a través del uso del internet, puede crear una ventaja para las empresas locales, que día a día enfrentan un entorno lleno de competidores.

Pero... ¿qué es la presencia digital? Es aquella que por medio de redes sociales, sitios web, imágenes, reseñas o anuncios en plataformas de información permite posicionar la marca de cualquier empresa dentro de la comunidad de la que forma parte.

De acuerdo con un estudio realizado por Google, el 91% de los consumidores actualmente utilizan la web para investigar sus compras, y el 85%, para encontrar negocios geográficamente, lo que se traduce en que, sin presencia en línea, 8 de cada 10 clientes potenciales ni siquiera sabrían de la existencia de tu negocio. Entrar a la digitalización ya no se considera una opción, sino una medida realmente indispensable si se quiere tener mayor posibilidad de éxito.

¿Alguna vez has ingresado el nombre de tu empresa o marca en un buscador? Si no lo has hecho te invito a que lo hagas y analices lo siguiente: ¿tu compañía aparece en los 3 primeros resultados de búsqueda?, ¿existen imágenes o información básica como dirección, horario y número de contacto?, ¿hay reseñas

positivas sobre experiencias en el servicio o producto que ofertas?, ¿fue fácil encontrar las redes sociales? Si fue así ¿son atractivas visualmente y se encuentran con publicaciones recientes?

Si no tienes una respuesta favorable a todas las preguntas anteriores, es importante que tomes en cuenta que sin importar el tamaño de tu negocio debes prestarle mayor atención a la forma en que lo estás o no proyectando en el mundo digital, que te ofrece, entre otros beneficios, la posibilidad de llegar a nuevos mercados, atraer más clientes e incrementar tus ventas.

Finalmente, recuerda que tu éxito va a depender de cómo utilices los medios digitales a tu favor para darle personalidad a tu marca, haciendo que la sociedad la reconozca fácilmente.

in PUBLICIDAD
El mundo cambia... nosotros también.

VINIL Y LONA
MICROPERFORADO
IMPRESIÓN LÁSER
SERIGRAFIA
SELLOS URGENTES
TARJETAS Y VOLANTES
CALIDAD GRAN FORMATO Y HD

Lucrecia Toriz, 104 A. Col. Reforma
(A media cuadra de la terminal BS)
51-4 07 97
in-publicidad@hotmail.com

REVISTA
**COE
MAG**

Confiable, Original y Eficiente

COEMAG es un Medio de Comunicación Integral e Independiente, nuestro "Ecosistema" incluye Revista Impresa, Revista Digital, Radio y Televisión cuya misión es sumar a la vida de las personas con contenido de interés. Y además a partir de éste mes como Ecosistema Integral COEMAG contamos con una Consultoría de Creación de Equipos de Alto Impacto.

¡CONTÁCTANOS!

Contacto comercial web:

www.coemag.com.mx

coemag.puebla@gmail.com

Tel. 22.21.93.59.66 /

22.23.54.71.77


**NOS UBICAMOS
EN PUEBLA**



COEMAG TV

IMAGEN QUE TE INSPIRA

"De todo y nada"

Lunes, miércoles
y viernes 8:00 pm a 9:00 pm

con **Ilmy Luzdidet**

Producción 100%
Revista COEMAG

 Revista Coemag

 Coemag Puebla

 coemag.com.mx

 [coemag_puebla](https://www.instagram.com/coemag_puebla)

CELEBRANDO EL DÍA DEL niño Y DE LA niña

Un éxito el Día del niño y de la niña organizado por MVM Noticias, el DIF Municipal y el Ayuntamiento de Oaxaca de Juárez.



ALEXI ESPINOZA
Reportero de MVM

La Plaza de la Danza se volvió el escenario perfecto para llenar de magia, color y alegría a más de cuatro mil pequeñines y pequeñinas que acudieron acompañados de sus padres y familiares a disfrutar del espectáculo organizado especialmente para consentir a los reyes y reinas del hogar en el marco del “Día del niño y de la niña”.

El evento organizado en coordinación con MVM Noticias, el DIF Municipal y el Ayuntamiento de Oaxaca de Juárez, fue único en su género, ya que en todo momento se pensó en la inclusión, se garantizó el acceso a los niños y a las niñas que acudieron en silla de ruedas y por supuesto hubo intérpretes de lenguaje de señas para quienes tuvieran problemas auditivos.

El acontecimiento dio inicio con “Lalo y Lola”, una obra de teatro guiñol que busca romper estereotipos de género. Ésta tuvo gran aceptación entre los espectadores, quienes no perdieron detalle alguno de la misma. Posteriormente las payasitas “Nifu Nifa”, con su colorido, canciones y coreografía, prendieron a los presentes que no dejaron de corear y bailar sus canciones. Sin duda alguna, el momento cúspide y estelar de la tarde, fue el show del Señor Barriga (que ha sobrevivido a distintas generaciones), en donde Edgar Vivar revivió con nostalgia uno de sus personajes más entrañables, cantando “que bonita vecindad, es la vecindad del Chavo, no valdrá medio centavo, pero es linda de verdad”, y dejando a su paso, concursos, regalos, chistes y mucha diversión. Al término de su participación, recibió un reconocimiento por parte de los planificadores del proyecto.

La parte más emocionante de la fiesta estaba comenzando, la sonrisa de los pequeños y de las pequeñas enmarcó sus rostros cuando recibieron dulces, refrigerios, Frikos y juguetes de la mano de la presidenta del DIF Patricia Benfield López, del director general de MVM Noticias, Víctor Nakash García; de Juan Carlos García Márquez y de Giovani Martínez, patrocinadores de esta celebración.

Finalmente, agradecemos a Club Deportivo MRCI, Bicimundo, Kokoy, Monkey, World Kids, Plaza Santo Domingo, Grupo Profesional de Seguridad Privada Integral y a quienes anónimamente hicieron llegar los juguetes donados a los distintos módulos de recepción por su participación en este festival.

CONOCIENDO A:



AZIZAI MOJICA

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

El artista plástico Manuel Carrasco, presidente de la Fundación PÍNTATE DE VALORES, nos cuenta su experiencia a lo largo de los años para lograr motivar a más personas a unirse a una buena causa.

¿Cómo surgió la idea de la asociación?

Soy artista plástico, y ello ha sido mi gran pasión desde pequeño. Además, durante mi infancia, tuve la oportunidad, gracias al trabajo realizado por mi madre, de recorrer diversas regiones del estado, en donde conocí muchas personas que pese a ser de escasos recursos, siempre nos recibieron con mucha calidez y amabilidad. Esto me sirvió para darme cuenta de la realidad que se vive no solo en el estado, sino a nivel mundial y con ello valorar los recursos y oportunidades que yo tenía; conforme fui creciendo quise retribuir a la sociedad las oportunidades que me había brindado y así combiné mis dos grandes pasiones: la pintura y el querer ayudar los demás.

¿Con qué fin se formó la asociación?

Para apoyar a los sectores y regiones de escasos recursos y grupos vulnerables, para que por medio del arte y la cultura se fomentaran valores humanos, educativos y de salud para mejorar la calidad de vida en la sociedad oaxaqueña.

¿Cuál es el enfoque de la asociación?

Promover los valores humanos a través del arte y la cultura para poder generar un cambio de conciencia hacia un camino positivo para las nuevas generaciones, pintando un mundo mejor y lleno de valores.

¿Quiénes forman parte de la asociación?

Artistas plásticos, pintores, profesionistas (ecónomos, abogados, pedagogos), personas con ganas de ayudar a los demás en general. En total, el equipo está formado por 10 integrantes, sin embargo, contamos con el apoyo (aproximadamente) de 15 personas más.

¿Cómo ha evolucionado el proyecto a lo largo del tiempo?

Desde hace 10 años empezamos trabajando en él y a lo largo del tiempo hemos ido caminando y sumando a más personas dispuestas a brindar su apoyo y sus habilidades, logrando con ello constituir la Asociación legalmente a partir del año 2015.

¿Qué clase de apoyos brindan?

De diferentes tipos: económicos, en especie, colectas y donaciones de piezas de arte (en conjunto con otros artistas). Éstas se subastan o rifan para obtener capital y donarlo como apoyo monetario para el tratamiento de enfermedades como el cáncer infantil o bien, para comprar cosas que nos solicitan, como sillas de ruedas. Adicionalmente en nuestras oficinas brindamos talleres de arte a todas aquellas personas que deseen aprender más al respecto.

¿En qué proyecto trabajan actualmente?

En dos proyectos, "Pinta tu escuela de valores" y "Pinta Oaxaca de valores" en los que por medio de murales realizados por diferentes artistas plásticos que se siguen sumando a la causa, buscamos motivar a los demás para apoyarnos mutuamente como un sociedad.

¿Cuál es su proyecto a futuro?

Deseamos, siempre que más personas se unan a la causa, es una constante que nos motiva día a día, ya que la ayuda nunca sobra.

¿Cómo ha sido la experiencia de emprender con la asociación?

En lo personal ha sido muy satisfactoria, creo que por el enfoque del proyecto, el buscar apoyo y poder ayudar a los demás es una experiencia satisfactoria para el alma, el recibir una sonrisa cuando entregamos el apoyo ha sido lo que nos sigue impulsando.

¿Cuál es tu consejo para las personas que desean emprender un nuevo sueño?

Que jamás se rindan, que luchen por sus sueños con pasión y mucha perseverancia para alcanzar sus metas.

PARA MANUEL CARRASCO ¿UN LÍDER ES?

Aquella persona por la que se siente una admiración, porque hace crecer a los demás, los ayuda y los motiva a seguir con sus sueños y con ello incentiva el surgimiento de líderes nuevos.



Píntate de Valores



www.pintatedevalores.org



Hidalgo #10, Colonia Ánimas Trujano.

**NOS ENCONTRAMOS
EN TODA LA REPÚBLICA
MEXICANA**

**951-516-8487
951-516-8486**

ROTO
CRISTALES Y PARTES

**Parabrisas
Cristales laterales templados
Reparación de cristales
Instalación de película de seguridad 3M
Filtro solar**

**Nueva Carr. Cristóbal Colón Km. 541 Núm. 215,
Col. Santa Rosa Panzacola, C.P. 68039**

DOMINA, CONVINCE Y CIERRA ESE NEGOCIO

ELOÍSA CRUZ

Consultora De Imagen Estratégica Plan Cero. Consultoría De Imagen

Según Warren Buffett, los negocios generalmente los gana quien **muestra** una ventaja competitiva, y quien **proyecta** mayor liderazgo y poder frente a sus interlocutores. ¿Te das cuenta? El mundo de los negocios, como cualquier relación interpersonal se rige por percepciones y emociones, por lo tanto el éxito o fracaso no es cuestión de suerte o destino. Está en tus manos salirte con la tuya haciendo uso efectivo y asertivo de las herramientas de imagen personal que enseguida comparto contigo:

1.- Asegúrate de que tu peor enemigo no viva entre tus oídos: Todo empieza en la mente, así que es importante establecer un diálogo interno positivo, olvídate del “estoy nervioso”, “seguro me dicen que no”, etcétera. Al contrario, háblate en términos de poder, diciendo: “soy el mejor”, “voy a ganar”. Hablarte bonito hace que el cerebro libere endorfinas que te alejarán del estrés y te harán sentir seguro.

2.- Vístete de negocios: ¿Sabes por qué es tan popular la frase “No juzgues a un libro por su portada”? Porque la gente lo ha hecho, lo hace y lo seguirá haciendo. Recuerda que el 83% de las decisiones las tomamos con los ojos, y al momento de cerrar un negocio es indispensable comunicar lo mejor a través de tu ropa y tu arreglo personal.

En general, la regla es básica: para proyectar liderazgo y poder opta por prendas en colores sólidos, combinaciones contrastantes y cuida los detalles al usarlas.



CABALLEROS

- El largo correcto del pantalón: abajo del tobillo,
- el puño de tu camisa debe sobresalir 2 cm de la manga del saco
- y la corbata tiene que llegar ni más ni menos a la altura del cinturón.

DAMAS

- Procuren salir un poco de su zona de confort e incluyan en su outfit una tercera pieza que eleve su estilo. Nunca salgan de casa con el cabello húmedo, uñas desarregladas, sin maquillaje ni aretes o con los zapatos sucios.

¡Ojo! Viste también tu giro laboral, estarás de acuerdo conmigo que no se ven igual un abogado y un artista plástico exitosos, entonces, adapta tu estilo a tu profesión.

3.- Impacta al llegar: Unamos los pasos anteriores. Ya tienes actitud de poder y una excelente presentación, ahora haz que tu presencia se note. Desde que llegues pisa firme, habla fuerte y abre la puerta con carácter, con estas acciones proyectarás autoridad y seguridad ante tus interlocutores y si a esto le sumas la iniciativa de extenderles la mano para un saludo firme mientras los miras a los ojos

y los llamas por su nombre, habrás mostrado liderazgo en el primer minuto del encuentro.

4.- Comunica sin palabras: Aparte de lo que vayas a decir y de los argumentos que utilizarás, aplica las siguientes técnicas de comunicación no verbal para ganar voluntades e inducir acciones a tu favor:

- **Contacto visual.** Para mostrar interés y sintonía, dirige tu mirada a los ojos de tu interlocutor, pero, cuando necesites tomar el control, súbela hacia la zona de su frente. Así, la otra persona se sentirá incómoda, no sabrá si la estás analizando, si no le crees o hasta puede pensar que hay algo mal en su cabello.

- **Sonrisa.** Comunica mucho según la manera en que la manifiestes, así que utilízala sabiamente en cada etapa de la negociación (las sonrisas auténticas y amables siempre dirigen amablemente una conversación).

- **Posturas de tu cuerpo.** Crea rapport imitando sutilmente las posturas de la otra persona, esto propiciará un ambiente empático y cómodo, lo que te permitirá conducir la negociación favorablemente.

¿Te das cuenta de que la imagen está en todo? ¡Entonces utiliza estas herramientas a tu favor y empodérate en los negocios!

LA VERDE ANTEQUERA: DE VILLA A CIUDAD



URIEL DE JESÚS SANTIAGO VELASCO
Activista Social

Corría el año de 1521, la conquista de México recién estaba consumada. La *gran Tenochtitlan* había sido vencida el 13 de agosto y los españoles estaban ansiosos por seguir descubriendo nuevos territorios. Se dice que un grupo de zapotecas acude ante Cortés para solicitar una alianza para combatir al pueblo mixteco, por tal razón el conquistador envía a un número de soldados quienes marchan hasta llegar a Huaxyácac, (que en náhuatl significa *en la punta del huaje*), población que para el 25 de noviembre de 1521 todavía no se constituía como ciudad.

Después de diversas exploraciones, un grupo de españoles encabezado por Juan Núñez Cedeño llega a Huaxyácac bajo el lema “Hacer ciudad o morir en ella”. Para 1524, Oaxaca ya estaba establecida como población y dos años más tarde, se envía una instancia a la corona española para que confirme su fundación¹. La noticia llega a oídos de Cortés, quien manda a despoblar la zona, que más tarde recibe el nombre de *Villa de Antequera*. *La vida en ella era un caos, por eso el cabildo envió a España a Diego de Porras, quien llevaba como consigna conseguir la elevación de ésta al rango de*

ciudad, lo cual logró con la cédula real que expidió y firmó el rey Carlos I el 25 de abril de 1532, naciendo, así, oficialmente, la siempre leal y noble Ciudad de Antequera.

Las calles fueron diseñadas para tener una longitud de nueve caballos, y sus trazos, planeados a la perfección, aún permiten que al pararte en una de ellas, puedas ver el resto de la cuadra. El primer cuadro construido fue el zócalo, seguido de las siguientes ermitas: la De Santa Catarina, De La Veracruz, De San Sebastián, hoy la Basílica de la Soledad, y Del Carmen Alto.

A lo largo de casi cinco siglos, Oaxaca (declarada *patrimonio de la humanidad* por la UNESCO en 1947) ha logrado mantener sus calles, edificios, templos, parques y tradiciones que son dignos de admiración, al igual que el espíritu ancestral con el que abraza a toda la historia del país. Además, es uno de los mejores destinos turísticos del país, así como también, cuna de personajes históricos y de bellas creaciones poéticas, como el vals *Dios nunca muere*, escrito por Macedonio Alcalá.

¹ 14 de septiembre de 1526. Imágenes de archivo.

DE INTERÉS

RECOMENDACIÓN LÍDER **ES**

Beanstalk®

Centro de Negocios

Mayo - junio 2019

Beanstalk. Centro de Negocios ubicado en Jazmines #410 Col. Reforma es un corporativo oaxaqueño donde podrás encontrar el apoyo necesario para poder convertir tu idea de negocio en una realidad, dándote el soporte que necesites a través de recursos físicos, económicos y tecnológicos, además, es una excelente opción para los profesionistas ya que les otorga una gran proyección debido a la red de empresas pertenecientes a Beanstalk, también brinda el apoyo a los empresarios a través de capacitaciones administrativas, contables, financieras, mercadológicas, entre otras, para hacer que tu empresa se encamine a la mejora continua y se consolide como una de las mejores en su área, al mismo tiempo que te unes a una red de más de 40 empresas afiliadas que ofrecen diferentes productos y servicios, que trabajan en sinergia para incrementar sus ventas y clientes.

**Beanstalk,
creciendo contigo.**



Fotografías: Ángel Ordaz González



Beanstalk Centro de Negocios



205-09-21 | 951 688 14 89



www.beanstalk.com.mx



OROARTE DE OAXACA

Por Jacobo Lopez



Oroarte de Oaxaca

oroartedeoaxaca.com



MARIALICIA SUITES
Av. Hidalgo #1504, Centro Histórico,
Oaxaca, Oax.



CASA ABUELA MARIA HOTEL BOUTIQUE
Morelos #400, Centro Histórico, Oaxaca, Oax.



ANCESTRAL COCINA TRADICIONAL
José López Alavez #1347, Barrio de Xochimilco
Oaxaca de Juárez.



RESTAURANTE LA PALAPA DE RAÚL
Carretera Internacional al Istmo,
km 11, Tlalixtac de Cabrera, Oax.

RESTAURANTE EL TECO
Nueva carretera a Monte Alban #407
Plaza La Ribera, Oaxaca de Juárez.

Belisario Dominguez #221, Col. Reforma, Oax.



Escuela Naval Militar No. 402 Altos, Colonia Reforma C.P. 68050

AGENCIA DE PUBLICIDAD



SERVICIOS:

- PRODUCCIÓN DE AUDIO Y VIDEO
- MERCADOTECNIA
- CAMPAÑAS PUBLICITARIAS
- EVENTOS MASIVOS



Promotora del Norte



promotoradelnorte.com

📍 Av. Miguel Hidalgo #1514,
Col. Centro, Oaxaca de Juárez.

✉ delnortepromotora@gmail.com

☎ Tel.: 01 (951) 427 77 75