

LIDER ES

REVISTA NEGOCIOS

Año 7 / N° 34
Oaxaca, México

Ejemplar de cortesía
Junio - julio 2024

Carlos Fuentes

La abstracción de la fantasía



PASEO ✈️ SANTA LUCÍA

PRÓXIMAMENTE GRAN INAUGURACIÓN DEL CENTRO COMERCIAL IPASEO SANTA LUCÍA, EL MEJOR LUGAR PARA QUEDARSE!

Es un proyecto sustentable y de alto rendimiento que atraerá inversiones a corto y mediano plazo debido a que su estructura, diseño, excelente ubicación y filosofía —centrada en el posicionamiento de marcas locales para fortalecer sus productos o servicios— contribuirán al desarrollo económico del estado de Oaxaca.



CARRERA INTERNACIONAL 802, STA. MARÍA IXCOTEL, OAXACA DE JUÁREZ, OAXACA

ANÚNCIATE CON NOSOTROS

LÍDER ES
REVISTA DE NEGOCIOS

f /LiderEsRevistaDeNegocios
@revistalideres
www.lideresrevista.com
951-672-46-80

POLÍTICA ES
ESPACIO POLÍTICO Y CIUDADANO

f /RevistaPoliticaEs
@revistapoliticaes
www.revistapoliticaes.com
951-672-46-80



PRESIDENTE DEL CONSEJO

ROBERTO MEDERO

FUNDADOR Y DIRECTOR GENERAL

LEVI SÁNCHEZ SANTIAGO

RELACIONES PÚBLICAS

ARELI ROMERO CONTRERAS

JEFA DE REDACCIÓN

DANIELA EKDESMAN LEVI

FOTOGRAFÍA

DANIEL HERNÁNDEZ

CARLOS VILLALOBOS

MAQUILLAJE

FRANCO CLÍNICA DE BELLEZA

COORDINADORA ADMINISTRATIVA

ALINE PINEDA ACEVEDO

ENLACE DE PRENSA

ALBERTO VILLEGAS CORTÉZ

MARKETING DIGITAL

ALIA SABAG

COLUMNISTA

EDUARDO LÓPEZ TAMAYO

COLABORADORES DE ESTA EDICIÓN

ALINE PINEDA ACEVEDO

JENIFER HERNÁNDEZ BERNABÉ

MARIANA ÁNGEL VALERIANO

MAURICIO DEVARS ELIZONDO

VLADIMIR HERRERA AQUINO

MAQUETACIÓN



CARTA AL LECTOR

Estimado lector: para mí es un gusto saludarte y expresarte mi agradecimiento por continuar siendo parte de este proyecto empresarial, que en cada número te comparte en su portada a líderes sociales que con su trabajo se han consolidado como un ejemplo a seguir. Por otro lado, comparto con gusto que cumplimos ocho años al aire como uno de los medios de comunicación más significativos del país. Debido a lo anterior, esta es una edición especial para todo el equipo, y por ello, en esta ocasión platicamos con Carlos Fuentes, un artista plástico oaxaqueño, que gracias a su dedicación y amor por el arte ha traspasado fronteras demostrando que todo es posible.

Finalmente, hago una mención especial al Centro de Negocios Beanstalk —por su respaldo desde el primer día—, al contador público, Roberto Medero —pieza clave para que **LÍDER ES** se convirtiera en realidad—, a nuestras plumas editoriales, a nuestros colaboradores, a los equipos de fotografía, maquillaje, imagen, administración, logística, relaciones públicas, distribución; y a ustedes, queridos lectores, por permitirnos continuar con esta Revista, y por sumarse a nuestra comunidad en redes sociales para darnos sus aportaciones para que, en conjunto, podamos ser mejores cada día.

Levi M. Sánchez Santiago

Director general de la revista **LÍDER ES**

PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN



Revista **LÍDER ES**

www.lideresrevista.com

LÍDER ES.

Marca con registro EN TRÁMITE. (Año 7, número 34). Fecha de publicación (junio 2024). 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. Queda prohibida su reproducción total o parcial.

CONTENIDO

EN PORTADA

Carlos Fuentes:
El mixteco universal que ha
conquistado el mundo con su arte
JENIFER HERNÁNDEZ BERNABÉ

16

TRASCENDIENDO

Edgar Villalobos.
Embajador de la belleza y de la salud de la piel
JENIFER HERNÁNDEZ BERNABÉ

8

EN LA ACTUALIDAD

Inteligencia emocional
ALINE PINEDA ACEVEDO

6

¿A dónde vamos a parar?
MAURICIO DEVARIS ELIZONDO

20

Gentrificación:
El impacto económico y cultural en Oaxaca
VLADIMIR HUMBERTO HERRERA AQUINO

22

NEGOCIOS

Empresas inclusivas.
Todas y todos somos parte de las organizaciones
MARIANA ÁNGEL VALERIANO

10

¿Qué es el buró de crédito?
REVISTA LÍDER ES

12

Columna: El poder de la imagen profesional
No sobresalir es lo mismo que ser invisible.
Servicio y atención al cliente
EDUARDO LÓPEZ TAMAYO

14

CONOCIENDO A:

Descubre la magia de la cocina de mar oaxaqueña
en la Segunda Edición del Festival Entremares
JENIFER HERNÁNDEZ BERNABÉ

24





INTELIGENCIA EMOCIONAL

Por **Aline Pineda Acevedo**

Licenciada en Administración de Empresas



En el mundo empresarial la toma de decisiones es uno de los procesos más significativos para el éxito de las compañías porque a partir de ahí se desatan planes estratégicos y operativos, se solucionan problemas y se gestiona el talento humano. Toda gestión es operada por individuos con emociones, las cuales “... son la manera natural en la que los seres humanos reaccionamos a lo que ocurre a nuestro alrededor” (UNICEF, 2024) como respuesta a sucesos psicofisiológicos con el propósito de cumplir una capacidad adaptativa. Lo interesante de esto es que entre la emoción y la acción hay que establecer la capacidad de razonamiento y la de gestión emocional.

En estos tiempos, las organizaciones dedican mucho tiempo y capital en la preparación de las personas que están en cargos directivos puesto que estas deben tener un alto grado de inteligencia emocional. En este sentido, las empresas han tomado conciencia de la importancia de este factor basándose en las afirmaciones de Daniel Goleman: “los líderes verdaderamente efectivos se distinguen por su alto grado de inteligencia emocional que incluye la autoconciencia, autorregulación, empatía, motivación y habilidades sociales” (Goleman, 2018).

Por lo tanto, un gerente emocionalmente inteligente necesita poseer autoconocimiento, autocontrol, empatía, motivación y habilidades sociales para poder administrar con éxito sus emociones y las de su equipo de trabajo, generando así, un triunfo en el proceso de toma de decisiones a través del método “aprender haciendo”: técnica de aprendizaje basada en la experiencia que dan los errores y en obtener conclusiones por medio del análisis de la mejora continua para que una buena administración, convivencia, sinergia laboral, planificación, ejecución, relaciones sociales y resultados sean las herramientas sello de una empresa competitiva.

BIBLIOGRAFÍA:

- Goleman, Daniel . (2018). *Inteligencia Emocional*. Editorial Kairós
- Salazar, Adafrancys. (2018). *Influencia de las emociones en la toma de decisiones*. deGerencia.com. <https://ibit.ly/oyvZw>



AS
AGENCIA DE PUBLICIDAD



- **Creación de Estrategia digital para tu negocio**
- **Diseño de contenido personalizado para tus redes**
- **Marketing Digital**
- **Fotografía y video**
- **Campañas de Promoción Digital**

Y más...

CONTÁCTANOS



951 126 6024



@ASAGENCIADEPUBLICIDAD



EDGAR VILLALOBOS

Embajador de la belleza y de la salud de la piel

Por **Jenifer Hernández Bernabé**

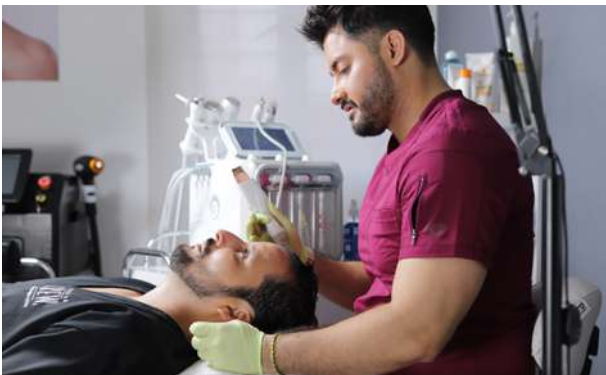
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Junio 2024

El es Edgar Marín Villalobos, un hombre cuya pasión por la belleza y la salud de la piel, ha marcado no solo su carrera, sino también su vida personal. A sus cuarenta años, Edgar irradia una energía única que refleja su determinación, su espíritu independiente y su profundo compromiso con el bienestar de los demás.

Edgar nos cuenta que, siendo el menor de cinco hermanos, siempre se sintió como un “bebé milagro”, un título que lleva con humildad y gratitud. Originario de la Ciudad de México, encontró su hogar en Oaxaca hace trece años. Este cambio de entorno no solo le trajo nuevas experiencias, sino también una conexión más profunda con su pasión por el cuidado personal y la salud.

Con dos licenciaturas, una en Administración de Empresas y otra en Cosmetología y Cosmiatría, además de una maestría en Dermocosmiatría; Edgar ha construido una sólida base de conocimientos en el campo de la belleza y la salud. Estos estudios, combinados con su afinidad temprana por las ramas médicas, lo llevaron a especializarse, atendiendo no solo a pieles sanas en temas de prevención, sino también a aquellas con condiciones específicas y complejas, utilizando tecnología de vanguardia para ofrecer tratamientos eficaces.



FOTOGRAFÍA
CARLOS VILLALOBOS



Edgar manifestó que desde muy temprana edad sintió un llamado hacia esta carrera, “Creo que cada persona merece sentirse bien consigo misma, tanto física como emocionalmente”.

Su trayectoria en la clínica de belleza de Franco en Oaxaca ha sido una experiencia gratificante para Edgar. Aquí, ha sentido una aceptación cálida y genuina por parte de la comunidad, lo que le ha permitido crecer tanto profesional como personalmente.

“La verdadera belleza radica en la aceptación y la confianza en uno mismo”, reflexiona Edgar. “Mi objetivo siempre ha sido ayudar a mis pacientes a descubrir esa belleza interior y reflejarla en su piel”.



Entre los servicios que ofrece en su clínica se encuentran procedimientos como el rejuvenecimiento facial, la depilación con láser, la eliminación de tatuajes y pigmentaciones, tratamientos por acné de pubertad, melasma, detección de tipos de piel para prescribir rutinas de *skincare*, entre otros. Pero más allá de los tratamientos, Edgar se enfoca en establecer una conexión con cada uno de sus pacientes, escuchando sus necesidades, preocupaciones y sueños, y brindando un enfoque personalizado y cuidadoso a cada consulta.

“Lo que he aprendido con el trato con la gente es que cada persona es diferente y especial”, nos dice con calidez en los ojos. “Escuchar a mis pacientes y ofrecerles un diagnóstico personalizado es fundamental para mí”.

Para Edgar, la belleza va más allá de la apariencia física. Es una experiencia holística que abarca el cuerpo, la mente y el espíritu. Y es esta filosofía la que impulsa su dedicación para promover la cultura de la prevención y el autocuidado.

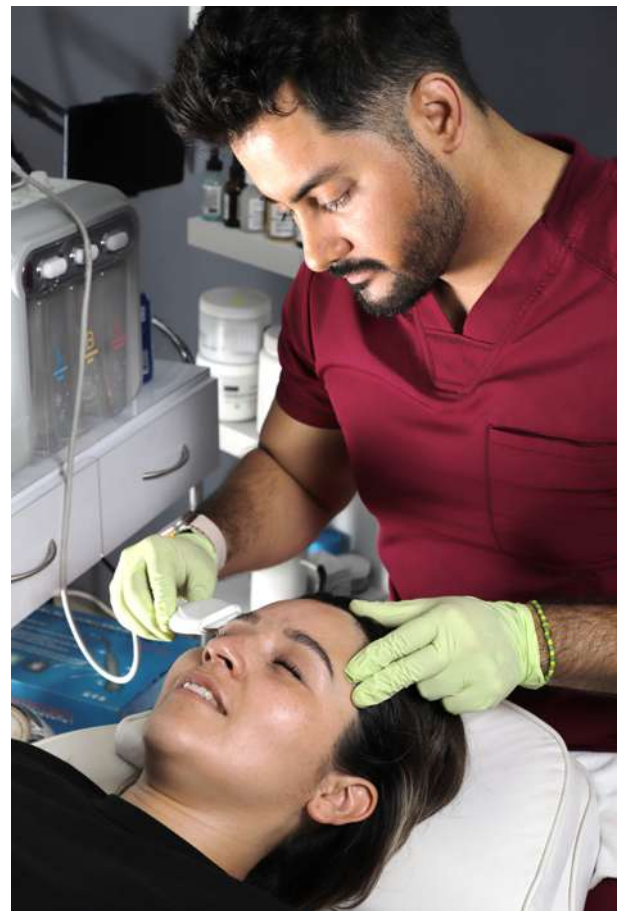
“La prevención es la clave para una piel saludable y radiante”, afirma con convicción. “Es importante

usar bloqueador solar en todas las edades y mantener una rutina de *skincare* adecuada para cada tipo de piel. Además de tomar la decisión de invertir en nuestra piel [y] no dejar jamás la salud para después, ya que el 95 % de mis pacientes acuden cuando ya es urgente”.

Mirando hacia el futuro, Edgar está lleno de objetivos y determinación. Sueña con seguir adelante, actualizándose en nuevas tecnologías y procedimientos, y ayudando cada vez a más personas a sentirse seguras y hermosas en su propia piel.

Y así, con su pasión y su compromiso inquebrantable, Edgar Marín Villalobos continúa siendo un faro de belleza, salud y esperanza para todos los que tienen el privilegio de cruzar su camino.

Puedes seguir a Edgar en redes sociales como @edgar.villalobos30 y @Francoclinicadebelleza, contactarlo al teléfono 9515147354 o visitarlo en la calle Huerto de Framboyanes en el Fraccionamiento Trinidad de las Huertas No. 100-A, al interior de la reconocida “Franco, Clínica de belleza”.





Empresas inclusivas

Todas y todos somos parte de las organizaciones

Por **Mariana Ángel Valeriano**

Psicoterapeuta humanista. Diplomada en la Norma 035

La personalidad es nuestro sello individual, es aquello que nos hace únicos e irrepetibles, ya que se construye desde nuestra genética en un momento y tiempo determinado, así como por nuestra historia de vida. En las organizaciones estos aspectos deben visibilizarse, acompañarse, pero sobre todo, respetarse. Lo anterior se puede fomentar y garantizar desde la inclusión, cuyo efecto es que el integrante de cada institución tenga autonomía, mejor calidad de vida y se sienta “parte de” y no “separado de”.

En este sentido, las compañías han retomado el concepto de inclusión laboral —que permite que las personas en condición de vulnerabilidad y sin importar origen étnico, género, enfermedad, orientación sexual y otras circunstancias tengan acceso a un empleo digno y decente (Castrillo, 2022)— desde la Ley Federal del Trabajo que, en su artículo tercero refiere lo siguiente: “No se puede discriminar a ningún trabajador con motivo de su raza, sexo, edad, religión, doctrina política o condición social”; mientras que en el cuarto, indica que, “no se podrá impedir el trabajo a ninguna persona ni que se dedique a la profesión, industria o comercio que le acomode, siendo lícitos”.

¿QUÉ SON LAS ORGANIZACIONES INCLUSIVAS?

Las empresas inclusivas, además de propiciar la contratación de personas con discapacidad, valoran la diversidad y ven las diferencias individuales no como un obstáculo, sino como una oportunidad para el enriquecimiento de la sociedad y de su

cultura. Lo anterior, representa el desafío de explorar nuevas posibilidades de interacción para fortalecer vínculos entre todos los actores de la corporación y generar una cadena de valor.

CARACTERÍSTICAS DE UNA EMPRESA INCLUSIVA SEGÚN LA FUNDACIÓN “CON TRABAJO”:

- La diferencia y la diversidad son valoradas como estrategias de negocio.
- Sus procesos de reclutamiento y selección no son discriminatorios.
- Sus instalaciones físicas son accesibles.
- Acciona y vela para que todos/as sus colaboradores/as conozcan y practiquen el respeto a las diferencias.
- Garantiza que sus productos y servicios sean de acceso universal para todas las personas.
- Es consciente de que todas las personas son capaces de aportar valor a su organización.
- Ofrece igualdad de oportunidades de desarrollo y ascenso a todos sus empleados, enfocándose en sus capacidades y no en sus déficits.
- Monitorea y evalúa continuamente los procesos de inclusión y toma medidas para mejorar y hacer ajustes razonables de ser necesario.

DIMENSIONES EN LAS QUE LA INCLUSIÓN LABORAL ES URGENTE:

- Inclusión laboral de personas con discapacidad.
- Inclusión laboral de personas LGBTQ+.
- Inclusión laboral de la mujer.



¿CUÁL ES LA IMPORTANCIA DE LA INCLUSIÓN?

La inclusión ayuda a romper el círculo de la pobreza en las sociedades, fomenta el crecimiento profesional, el bienestar emocional y social y **mejora la calidad de vida de los individuos**. En México, la Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo tiene como quehacer la mejora continua, adoptando y aplicando las buenas prácticas laborales en términos de igualdad, inclusión y no discriminación; por otro lado, es un derecho humano y una preocupación para organismos internacionales, como la Organización de Naciones Unidas (ONU), que trabajan para integrar a los grupos históricamente excluidos y vulnerables ante conductas discriminatorias.

BENEFICIOS DE LA INCLUSIÓN LABORAL:

- **Mejora el valor de marca:**

Permite generar valores de diferenciación y factores de fidelización frente a los públicos de interés.

- **Trabajadores más motivados:**

La riqueza de la cultura empresarial permite que todos/as puedan trabajar en un ambiente que los/las represente, respete y acoja.

- **Atracción y retención de talentos:**

Un buen clima laboral, trabajo en equipo, diversidad, valores afines y compromiso con las personas pueden ser factores claves en que los/as trabajadores/as decidan seguir siendo parte de la empresa.

- **Creatividad e innovación:**

Se incorporan nuevas y diversas perspectivas, vivencias y opiniones que permiten innovar en procesos y en la oferta de mayores y mejores soluciones para nuevos mercados y clientes potenciales.

PARA REFLEXIONAR...

- Las empresas se encuentran en distintos niveles de inclusión, algunas solo quieren cumplir con la norma y otras quieren ir más allá.
- La inclusión laboral no se trata simplemente de “ayudar” a quienes son víctimas de la exclusión, sino también de pensar en grande con una perspectiva de innovación y productividad en la que se valoren los aportes de todos los individuos y grupos.
- Para que haya inclusión en el trabajo se necesitan unas condiciones previas que van más allá del entorno laboral: debe haber respeto por todos los miembros de la sociedad, un trato justo, igualdad de oportunidades, acceso a educación de calidad y formación de habilidades para todos, inserción de todas las personas en el ámbito educativo y social y erradicación de estereotipos.

BIBLIOGRAFÍA:

- Secretaría de Salud del Estado de Puebla. (S.F.). Marco jurídico de la inclusión laboral en México [Archivo PDF]. En Inclusión laboral (<http://ibit.ly/Vv4-g>) . Recuperado de <http://ibit.ly/tlCHJ>
- Rodríguez, A. (2023). Las 8 características clave de una empresa inclusiva <https://ibit.ly/I094T>.
- Castrillo, V. (15 de noviembre de 2022). Dimensiones en las que la inclusión laboral es urgente. <https://ibit.ly/Yx0yD>

¿QUÉ ES EL Buró de Crédito?

Por Revista **LÍDER ES**



El buró de crédito es una entidad autorizada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) que genera reportes del historial crediticio de una persona o empresa en relación a su actividad financiera referente al crédito. Dentro de ésta obtienes una puntuación crediticia que se renueva de acuerdo con el comportamiento que tengas conforme al crédito (BBVA México, 2024).

Puedes reconocer el nivel de tu *score* (calificación) por medio de un indicador de colores (verde, verde claro, amarillo, naranja y rojo) que va desde 449 hasta 775 puntos. Este número indica si cumples con los pagos o no, entre más alto sea tu score más posibilidades tendrás de obtener mejores créditos.

Si te atrasas con los pagos o en algún momento dejas de pagar, la puntuación del historial se verá afectada. Si llegase a existir alguna situación que impida el cumplimiento de los pagos es apropiado que lo regularices a la brevedad.

Registrarse en el Buró de Crédito tendrá un impacto positivo en función del cumplimiento de pagos que tengas. Por el contrario, si no dispones de un buen historial será más complicado tener cualquier tipo de crédito.

¿CÓMO REVISAR TU HISTORIAL DEL BURÓ DE CRÉDITO U OBTENER TU REPORTE DE CRÉDITO ESPECIAL EN LÍNEA?

Debes entrar a la página oficial del Buró de Crédito y dirigirte a la sección reporte de crédito especial. Para conocer tu historial ingresa a su sitio web o bien, llama a su centro de atención a clientes. La información otorgada, para ambos casos, será en un plazo de cinco días hábiles contados a partir de la

fecha de la solicitud del reporte, mismo que incluirá la siguiente información:

- Historial crediticio.
- Fechas de apertura.
- Fechas de último pago y cierre, si se diera el caso.
- Límite de crédito.
- En su caso, el saldo de la operación contratada y monto a pagar.
- Las claves de observación y prevención aplicables.
- La identidad de los otorgantes de créditos que hayan consultado tu información en los veinticuatro meses anteriores.

Recuerda que: tu historial crediticio se renueva, cuando menos, una vez al mes y que, en caso de tener algún problema para pagar tu adeudo tendrás que contactar con la entidad que te dio el crédito (antes de que ella se acerque a ti), manifestar tu situación y negociar una remodelación de la deuda para no perjudicar tu expediente financiero y seguir pagando oportunamente; sólo la institución que te otorgó el crédito y tú pueden consultar el historial de tu Buró. Además, en la medida en la que cumplas con los pagos en tiempo y forma, un pequeño crédito puede favorecer tu historial.

BIBLIOGRAFÍA:

- BBVA México. (2024). ¿Qué es el buró de crédito y cómo funciona? <https://ibit.ly/eNKv1>
- Gobierno de México. (2024). Buró de Crédito. <https://ibit.ly/n8x55>



 Limi

 951-393-50-41

 Concepción 3-B, Tlalixtac de Cabrera, Oaxaca



MANTENIMIENTO Y CONSERVACIÓN DE LIMPIEZA



Limpieza en obras



Lavado y pulido de pisos



Electricidad



Plomería



Jardinería



Tapicería fina

LAVADO DE:



Salas



Vestiduras de autos



Alfombras



Sillas


SUPRAA


SOLUCIONES PRÁCTICAS EN ARRENDAMIENTOS

**RENTA DE AUTOS, CAMIONETAS Y
MAQUINARIA PARA CONSTRUCCIÓN,
MINERÍA Y ACTIVIDADES FORESTALES**

TRASLADO DE PRODUCTOS COMERCIALES

 Pafnuncio Padilla 26, int. Piso 3-B, col. Satélite, del. Naucalpan de Juárez, CDMX.

 951 205 09 21

 / SupraaOax

 / arrendamientos.supra@gmail.com

COLUMNA: EL PODER DE LA IMAGEN PROFESIONAL

NO SOBRESALIR ES LO MISMO QUE SER INVISIBLE.

Servicio y atención al cliente

“En un mercado ocupado, no sobresalir es lo mismo que ser invisible”. Seth Godin, (2020).



Por **Eduardo López Tamayo**
Consultor en Imagen Profesional

Hoy día estamos inmersos en una sobresaturación de oferta de productos y servicios que ha llevado a implementar grandes esfuerzos y estrategias por parte de las organizaciones para lograr, a través de un componente tan poderoso como **el servicio y la atención al cliente, la diferenciación**, elemento clave para continuar compitiendo en este mercado de alta competencia.

Por ello, en los siguientes párrafos te comparto los cuatro valores esperados basados en **calidad** según estudios publicados por la Organización Gallup para que puedas tener una referencia al momento de evaluar el servicio y atención al cliente que brinda tu negocio, empresa o personal.

1. El cliente espera que la atención con **calidad** sea **exacta** para que se le proporcione información precisa y clara con un total conocimiento sobre lo que se le ofrece. Este es el valor mínimo esperado.
2. El segundo valor es la **disponibilidad**, es decir, qué tan oportuno, accesible y al alcance de las necesidades de tiempo, atención e interés del cliente se encuentra tu producto o servicio. ¿Tienes tiempo para contestarle? ¿Respondes oportunamente? ¿Te adaptas a su agenda? ¿Te comunicas para confirmar y dar seguimiento?
3. El tercer valor que comienza a ser más complicado de identificar en la atención a clientes es la **alianza**. El cliente debe percibir que el servicio va más allá de una simple atención y que este involucra un verdadero y genuino **compromiso** con sus necesidades, proyectos o situaciones. ¿Qué estrategias y acciones está llevando a cabo tu proceso de atención al cliente para que se sienta de esta manera? ¿Cuál es tu nivel de conocimiento de tu cliente? ¿Cómo le das valor adicional con tu atención?
4. El valor que más esperan los clientes, pero que a la vez es el más codiciado y que pocas empresas se preocupan por alcanzar es el valor de la **asesoría**. No hay mejor atención que aquella que hace sentir al cliente importante, que entiende sus necesidades y sobre todo, le proporciona atención de manera personalizada. ¿Personalizas el servicio y la atención que le das a tu cliente? Tu cliente, ¿es un número o una persona? ¿Es un traje hecho a la medida?

Normalmente no se invierte en el servicio y la atención al cliente porque este no se comprende desde una perspectiva estratégica; más bien, las empresas lo confunden con apostar a la amabilidad de los colaboradores o a las ocurrencias o ideas que estos tienen para ofrecer una buena atención; lo anterior, ocasiona que existan siempre errores de ejecución del servicio y, muchas veces, pésimos manejos de crisis ante un problema.

BIBLIOGRAFÍA:

- Godin, Seth. (2020). La vaca púrpura. Ed. Gestión.

CLÍNICA DE BELLEZA
E S P E C I A L I Z A D A

- Maquillaje y peinado profesional
- Alisados con queratina y permanente
- Diseño de color
- Barbería
- Micropigmentación
- Tratamientos faciales y capilares

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





EN PORTADA

CARLOS FUENTES:

EL MIXTECO UNIVERSAL QUE HA CONQUISTADO EL MUNDO CON SU ARTE



Junio 2024

FOTOGRAFÍA
DANIEL HERNÁNDEZ
ASESORÍA DE IMAGEN
ANDREA VARGAS
ARREGLO PERSONAL
FRANCO CLÍNICA DE BELLEZA

La semblanza de un artista cuya paleta envuelve los colores del alma y cuya visión trasciende fronteras.

▣ Por **Jenifer Hernández Bernabé**
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Desde los rincones más remotos de Nochixtlán, en la hermosa Mixteca de Oaxaca, emerge un talento que ha dejado una huella indeleble en el panorama artístico contemporáneo. Carlos Fuentes García, a sus treinta y cuatro años, se erige como un faro de creatividad, un “eterno aprendiz” cuya pasión por el arte ha conquistado corazones en todo el mundo.

RAÍCES Y ORÍGENES

Para Carlos, el amor por el arte no fue una revelación repentina, sino un torrente constante que fluyó desde su infancia, etapa cuando nace su creencia y gusto por la fantasía y el color. En las calles de su natal Nochixtlán, este joven prodigio encontró inspiración en cada rincón y sombra de su entorno. Desde temprana edad, Carlos demostró una curiosidad y una inclinación natural hacia la creación, inicialmente hacia la música; rasgo que marcaría su destino como pintor.





UN VIAJE DE DESCUBRIMIENTO

Su formación educativa fue un viaje de autodescubrimiento, una exploración de los límites de su propia creatividad. Estudió música y arte en la Escuela de Bellas Artes, donde las melodías del jazz de su padre y la pasión por la ciencia de su madre se entrelazaron para dar forma a su visión única del mundo. Aunque inicialmente luchó con sus habilidades como dibujante y pintor, fue el encuentro fortuito con el maestro Cuauhtémoc Landa en la Casa de la Cultura de Nochixtlán —institución dirigida por el padre de Carlos— lo que puso de manifiesto su verdadera vocación.

EL ARTE COMO TRANSFORMACIÓN

Para Carlos, el arte es mucho más que una expresión estética, es un viaje emocional que lo desafía, lo seduce y lo impulsa a crecer como individuo. Lo considera **el amor de su vida**, ya que lo hace pasar por todos los niveles emocionales, es imperfecto y a través de este se “descifran ataduras”. En cada trazo, en cada matiz, encuentra un reflejo de su propio ser, un espejo en el que se revelan los misterios de su alma. Su obra es un testimonio de su profundo amor por el arte, una danza de colores y formas que invita al espectador a explorar los rincones más oscuros y luminosos de la condición humana.

EL CAMINO HACIA EL RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL

A los veintiún años, Carlos tomó la decisión de dedicarse por completo al arte, una elección motivada por la necesidad económica, pero impulsada por su pasión. Con la guía del maestro Miguel Alvarado, se aventuró en el mundo del arte sin un estilo definido, dejándose llevar por la influencia y el ejemplo de su mentor. Después de seis años de arduo trabajo y dedicación, Carlos finalmente encontró su voz como artista, forjando un estilo único que refleja su amor por el color, el movimiento y los contrastes, resaltando elementos como cisnes, sirenas y polos opuestos.

Cabe destacar que su proyecto inició en las redes sociales, donde vendió su primera obra surrealista titulada “El Tenedor”. Esta marcó un parteaguas para él, puesto que posterior a ello continuó utilizando la tecnología como vía para abrirse mercado a nivel nacional y global al exponer su trabajo en la reconocida Universidad de la Sorbona en París.

EL LEGADO DE UN LÍDER CREATIVO

Hoy, Carlos Fuentes García se encuentra en la cúspide de su carrera, disfrutando de un reconocimiento internacional y compartiendo su sabiduría con las generaciones de futuros artistas. Para él, el liderazgo es más que un título o una posición de poder, es un compromiso profundo consigo mismo y con los demás, es la capacidad de guiar a otros en su viaje hacia la realización personal y creativa. En un mundo donde la creatividad y la innovación son más necesarias que nunca, Carlos se coloca como un ejemplo vivo de lo que significa ser un líder verdadero y visionario.

UN FUTURO BRILLANTE

Para Carlos Fuentes García, el futuro es un lienzo en blanco lleno de posibilidades infinitas. Su pasión por el arte sigue ardiendo tan brillantemente como siempre, alimentada por el amor inquebrantable por su oficio y el deseo de compartir su visión con el mundo. A medida que sigue su viaje como artista y líder, su legado inspirará a las generaciones futuras a buscar la belleza, la verdad y la autenticidad en todo lo que hacen.



Para Carlos Fuentes García, un **LÍDER ES** una persona comprometida consigo misma, tanto que enseña, inspira y guía a otros. Para él, ser líder es sinónimo de consciencia, amor y disciplina; es una persona que une a otras y hace equipos.



¿A dónde vamos a parar...?

Por **Mauricio Devars Elizondo**

Doctorando en Administración. Universidad La Salle Campus

Condesa. Socio consultor principal en MDE Consultores.

Management Disruptive Endeavor Consultores

Junio 2024

Cartomancia, horóscopo, quinielas, pronóstico del tiempo, calendario, futurología, proyecciones, planeación... A los seres humanos nos ha cautivado de una manera o de otra anticipar, imaginar, predecir lo que sucederá.

Alejado de cualquier esoterismo, resulta muy conveniente e incluso útil detenerse a pensar sucesos que gradual o sigilosamente ocurren a nuestro alrededor. Si lo hacemos basado en datos estadísticos, es posible diseñar, desde el presente, modelos futuros para atender nuevas necesidades.



Imagen obtenida de la bibliografía número dos.

El doctor Mauro F. Guillén (2022) hace algunas reflexiones y proyecciones dignas de considerar en las empresas con el propósito de mantenerlas vigentes en el mercado; asimismo, como consecuencia de la pandemia, establece partir de cuatro macro-tendencias:

1. ENVEJECIMIENTO DE LA POBLACIÓN Y SUS CONSECUENCIAS DEBIDO A UNA MENOR TASA DE NATALIDAD

Han disminuido consistente y gradualmente el número de nacimientos e integrantes de las familias, lo

cual anticipa un cambio en la pirámide poblacional de 5 por mujer (1950) a 2.3 actualmente; y la proyección caerá aún más los próximos años. Además, la esperanza de vida cada vez es mayor, pasó de 48 (1950) a 75, cerrando la brecha entre países desarrollados y no desarrollados.

2. EL SURGIMIENTO DE NUEVOS MERCADOS EMERGENTES EN ASIA Y ÁFRICA EN DONDE LA TASA DE NATALIDAD MANTIENE CUOTAS MODERADAMENTE ALTAS

- Mayor crecimiento de consumo en las ciudades emergentes.
- Resurgimiento de la clase media.
- Efecto de inmigración como modo de vida.
- Transculturalidad.
- Minorías que serán mayorías.

3. DESIGUALDAD ECONÓMICA Y SOCIAL

- Cambios en la migración del campo a ciudades, centros de trabajo y consumo.
- El modo de vida y tradición de los jóvenes al cuidado de los viejos ha cambiado.
- La libertad sexual trae nuevas reglas sociales.
- Existe un costo de la vida bajo nuevos conceptos de realización y confort.
- El nuevo rol de la mujer en la economía y en la sociedad impregnará nuevos patrones de comportamiento.

4. ADOPCIÓN TECNOLÓGICA EN EL ÁMBITO LABORAL, SOCIAL Y CULTURAL

- El cambio tecnológico hace que el conocimiento adquirido sea obsoleto más rápidamente.

- Fin de un modelo secuencial de la vida: jugar, estudiar, trabajar, retirarse.
- En el futuro la gente irá a la escuela/universidad varias veces ya que al prolongarse más la vida laboral será posible obtener varias carreras profesionales.

De este modo, el autor establece el término de **globalización recalibrada de la siguiente manera:**

- Una persona de 60 años se encuentra ahora en mejor forma física y mental y tiene una esperanza de vida de otros 25 años más.
- Desplazamiento de los centros de gravedad demográficos. (Algunos países con más jóvenes y otros no).
- Cambios en la estructura por edad y en el ciclo de vida.
- Trabajo remoto a nivel global.
- Clases medias en mercados emergentes.
- Acumulación de riqueza.
- Nueva situación de la mujer.

y comenta que para lograr uno de sus fines, la empresa debe mantenerse vigente ante el entorno desafiante y el porvenir con los cambios poblacionales, por lo tanto, necesita estudiar a su público objetivo, a la competencia perfecta o imperfecta e incluso ir más allá: entender tanto su entorno como la forma cómo éste va cambiando con el propósito de construir modelos y estructuras organizacionales que sean capaces de responder al signo de los tiempos.

BIBLIOGRAFÍA:

- Guillén, Mauro F (21 de septiembre de 2022). El Nuevo Mundo 2030 (I): El futuro demográfico y económico. <Video>. Youtube. <https://ibit.ly/pxFQu>
- Guillén, Mauro F (2021). 2023. Cómo las tendencias más populares de hoy darán forma a un nuevo mundo. Editorial Océano. ISBN: 978-607-557-336-6

EXTENSO SURTIDO DE MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN Y FERRETERÍA



Cemento, varilla, mortero, clavos, pega azulejo, yeso, arena, tabiques, alambrón y más.




ISTMO&VALLE
SA DE CV

951 427 42 36 y 951 222 88 86



Soconusco 313-C, Col. Volcanes,
Oaxaca de Juárez, Oaxaca



Lunes a viernes de 8:30 a 18:00 hrs
y sábados de 9:00 a 15:00 hrs





GENTRIFICACIÓN:

EL IMPACTO ECONÓMICO Y CULTURAL EN OAXACA

Por **Vladimir Humberto Herrera Aquino**

Catedrático universitario

Junio 2024

La gentrificación es uno de los fenómenos más populares en América Latina y se volvió tendencia hace unos meses en el estado de Oaxaca por la forma en como se ha modificado el núcleo social. A continuación, te explico qué es y qué impacto tiene en la economía y en la cultura.

Dentro de las aproximaciones más interesantes del término tenemos:

- La ONU (2022) explica que es un proceso de renovación y reconstrucción urbana acompañada del flujo de personas de clase media y alta que suele desplazar a los habitantes más pobres a la periferia.
- Salinas (2022) en la revista UNAM Global la reconoce como “un proceso de reestructuración de las relaciones sociales en un espacio, donde sectores con mayor capacidad económica se apropian de los espacios”.
- En un término más económico se describe a la gentrificación como un proceso de reconquista de las áreas centrales y de zonas consolidadas de las ciudades por el poder económico y su capitalización de renta de suelo, atentando contra la cultura y economía local (Casgrain y Janoschka, 2013).

En este sentido Oaxaca se ha caracterizado por recibir a una gran población de extranjeros que se asientan en la capital debido al bajo costo que representa para ellos comprar propiedades en México. De acuerdo al Anuario Estadístico y Geográfico por entidad 2020 del INEGI, tan solo en Oaxaca residen cerca de 22 mil 659 inmigrantes, en su mayoría, de Estados Unidos de América.

Respecto a lo anterior, el tener población extranjera trae consigo algunos efectos como el incremento del valor de la tierra, el aumento de precios de bienes y servicios, la transformación en la cultura, el deterioro del paisaje urbano, así como la marginación social de las zonas alejadas al centro porque

no cuentan con servicios básicos ni infraestructura. Además de nuevos problemas sociales como la discriminación a los nativos de la zona por no ser parte del sector económico esperado.

Los cambios sociales son inminentes, sin embargo, aún estamos a tiempo de hacer algo por: los pequeños negocios, el respeto a la identidad cultural, el diseño de una planificación urbana y turística, fortalecer la participación ciudadana e inclusión social, evitar la sobreexplotación de los recursos del Estado a beneficio del visitante y promover un turismo responsable.

Estos datos son otra cara del turismo, que, si bien deja un gran derroche económico, se equilibra con la pérdida de identidad cultural. Es así como se explica porqué los habitantes del Estado recientemente se han manifestado ante este fenómeno social, donde la principal exigencia recae en políticas públicas de impacto social y económico que propicien el rescate de la autenticidad de la ciudad. Tú, ¿qué opinas?, ¿te gustaría una segunda parte de este artículo?

BIBLIOGRAFÍA:

- Casgrain A. y Janoschka M. (2013). Gentrificación y resistencia en las ciudades lationamericanas. Revista Scielo. [Consultado el 12 de febrero de 2024]. Disponible en: <https://ibit.ly/amCMD>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2020). Anuario estadístico y geográfico por entidad federativa 2020. [Consultado el 12 de febrero de 2024]. Disponible en: <https://ibit.ly/Z5rVh>
- Organización de las Naciones Unidas. (2022). El fenómeno de la gentrificación. [Consultado el 12 de febrero de 2024]. Disponible en: <https://ibit.ly/Ltsim>
- Salinas L. (2022). ¿Qué es la gentrificación y a quién afecta? Revista UNAM Global. [Consultado el 12 de febrero de 2024]. Disponible en: <https://ibit.ly/Ke0CG>

**ADMINISTRACIÓN Y SUPERVISIÓN
DE CONSTRUCCIONES 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**



 **(951) 205 09 21**
 **espaciosoaxaca@gmail.com**



CONOCIENDO A:

Junio 2024

Descubre la magia de la COCINA DE MAR OAXAQUEÑA

- EN LA SEGUNDA EDICIÓN DEL -

FESTIVAL entremares

Por **Jenifer Hernández Bernabé**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

FOTOGRAFÍA
CARLOS VILLALOBOS



La Verde Antequera, reconocida a nivel internacional por su riqueza cultural y gastronómica, es sede del Festival Entremares en su segunda entrega. Un concepto introducido por el mundialmente famoso chef Alejandro Ruiz, quien reunió a un equipo de siete colegas para dar vida a un festín culinario en el que el protagonista indiscutible es el delicioso producto del mar; en manos expertas, creativas y con sazones exquisitos.

Con la participación de siete restaurantes —iniciando en marzo de 2024 de la mano del chef Ever Avendaño Guzmán, de Ramón Camarón; posteriormente en abril se tuvo el evento en Mustekala con el chef José Luis Sosa; en mayo, en Sirilo con el chef René Saynes, y en junio en Casa Macayo's

con el chef César Macayos— esta muestra representa la oportunidad de reunir, en un solo espacio, una variada oferta de platillos, invitados especiales, bebidas y talento musical; promoviendo así el consumo local, fortaleciendo el sentido de identidad con nuestra cocina y fusionando la tradición y vanguardia en los alimentos.

Además, el Festival no solo busca impulsar la excelencia gastronómica, sino también fomentar la camaradería entre homólogos y el intercambio de conocimientos, enriqueciendo, en equipo, los proyectos alimenticios en nuestra entidad.

De marzo a octubre de 2024 se llevará a cabo este encuentro culinario en uno de los restaurantes participantes, donde los asistentes tendrán la

oportunidad de probar mezcal, vino y exquisitos postres durante más de seis horas seguidas.

Con un cupo limitado, cada evento ofrece un espacio de *networking* único, en el cual, los amantes de la buena comida podrán interactuar de cerca con los chefs e invitados especiales y compartir su pasión por la cocina del mar.

No te pierdas esta oportunidad de gozar de una experiencia culinaria inigualable en el hermoso estado de Oaxaca. ¡Únete al Festival Entremares y déjate llevar por el sabor del mar! Mientras tanto, te compartimos la cartelera culinaria de los restaurantes participantes, así como el nombre de los chefs anfitriones, correspondientes al periodo de julio a octubre de 2024:

- sábado 27 de julio: Oaxacalifornia, Alejandro Ruiz y Fermín Hernández
- domingo 18 de agosto: La Cevichería, Irving Zúñiga
- sábado 21 de septiembre: El Triángulo, Mike Mijangos

El Festival Entremares ha logrado su éxito gracias al esfuerzo, dedicación, talento y trabajo en equipo de destacados chefs, ayudantes de cocina, meseros y profesionales. Asimismo, es importante reconocer el trabajo administrativo y operativo, dentro del cual se encuentran los licenciados Óscar Ortega, experto en fotografía, y Ángel Perssego, director de la agencia de *marketing* Leche con Tuna, aliados estratégicos de este Festival y quienes son liderados por la maestra Adriana Robles, directora general de la agencia de publicidad Click 88, encargada de la organización, logística, *marketing* y difusión del evento, haciendo de esta experiencia culinaria algo verdaderamente inolvidable.

Patrocinadores: Tostadas San Mateo, Mezcal Convite, Archivo Maguey, Mezcal Necio, España Digital, Coca Cola, Topo Chico, Cerveza del Pacifico, Click88, Mezcal Cordón Cerrado, Ford Oaxaca, Mezcal El Discípulo, Mezcal A Medios Chiles, Mezcal Acrisolado, Corona, Tendajón, Viña Tulps y revista **LÍDER ES**.



Las Mesitas - Plaza Gourmet



¡El mejor lugar para estar!

DE MARTES A SÁBADO A PARTIR DE LA 1:00 P.M. Y DOMINGO A PARTIR DE LAS 2:00 P.M.



Comida, bebida, área común al aire libre, espacio infantil y mucho más.

BELISARIO DOMÍNGUEZ #519, COL. REFORMA OAXACA DE JUÁREZ, OAXACA





PROMOTORA
...DEL NORTE...



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



Privada de Huerto Limonares 217
fraccionamiento Trinidad de las Huertas
Oaxaca de Juárez, Oaxaca. C. P. 68120

KARLA ORTIZ
CONDUCTORA



Beanstalk®

Centro de Negocios



Beanstalk[®]

Centro de Negocios

◆ DEFENSORÍA JURÍDICA ◆ ESTRATEGIA Y PLANEACIÓN FISCAL ◆ ASESORÍA MUNICIPAL
Y GUBERNAMENTAL ◆ SERVICIOS EMPRESARIALES ESPECIALIZADOS ◆ SOLUCIONES
CONTABLES, FISCALES Y ADMINISTRATIVAS

☎ 951 205 09 21 📧 @beanstalk_mx 🏢 Beanstalk Centro de Negocios
🌐 www.beanstalk.com.mx 📍 Jazmines No. 410, colonia Reforma,
Oaxaca de Juárez, Oaxaca. C. P. 68050

