

LIDERES

REVISTA DE NEGOCIOS

Año 5. Núm. 26
Oaxaca, México

Ejemplar de cortesía
Julio 2021



Transmisiones
EN VIVO



cortv

Corporación Oaxaqueña
de Radio y Televisión



Matutina: 10:00 hrs.
Vespertina: 17:00 hrs.

Julio, mes de la
Guelaguetza 2021.
19 y 26 de julio

En el mes de julio de cada año la ciudad de Oaxaca se convierte en el escenario de la celebración cumbre de los oaxaqueños, el espectáculo de la Guelaguetza del Lunes del Cerro.

www.oaxaca.travel

   Guelaguetza Oficial





OROARTE DE OAXACA

Por Jacobo Lopez



GALERÍA DE LOS CIEN

Dr. Aurelio Valdivieso # 120. Centro. Oaxaca.



LAS MESITAS - PLAZA GOURMET

Belisario Domínguez # 519, Col. Reforma.



BEANSTALK CENTRO DE NEGOCIOS

Jazmines # 410. Col. Reforma.



MIXJA

Rancho Santos, Tierra Azul km 47.2



RESTAURANTE EL TECO

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



CASA ABUELA MARÍA HOTEL BOUTIQUE

Morelos # 400. Centro Histórico, Oaxaca, Oax.



FIERO BISTRO

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



MARIALICIA SUITES

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



MESÓN DE LA CHINANTLA

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



SANTO DOMINGO TEXTILES

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



 Escuela Naval Militar # 402 Altos,
Colonia Reforma C.P. 68050

  Oroarte de Oaxaca

oroartedeoaxaca.com

LÍDER ES

REVISTA DE NEGOCIOS

PRESIDENTE DEL CONSEJO
ROBERTO MEDERO

FUNDADOR Y DIRECTOR GENERAL
LEVI SÁNCHEZ SANTIAGO

RELACIONES PÚBLICAS
ARELI ROMERO CONTRERAS

JEFA DE REDACCIÓN
DANIELA EKDESMAN LEVI

FOTOGRAFÍA
CARLOS VILLALOBOS

MAQUILLAJE
FRANCO CLÍNICA DE BELLEZA

COLUMNISTAS
EDUARDO TAMAYO
JORGE OROPEZA

COLABORADORES DE ESTA EDICIÓN
MARIANA ÁNGEL VALERIANO
OMAR ESCOBAR
CARMEN DÍAZ

MAQUETACIÓN

Factorsiete
Diseño Publicitario

LÍDER ES.

Marca con registro ENTRÁMITE. (Año 5, número 26). Fecha de publicación (julio 2021). Revista mensual de circulación nacional, editada y publicada 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 y distribuida por BEANSTALK. CENTRO DE NEGOCIOS. Jazmines 410, colonia Reforma. C.P. 68050; Oaxaca, México. Impresa en Factor 7 Diseño e Impresión. Alianza 305 A, barrio de Jalatlaco, Oaxaca de Juárez. C.P. 68000; 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.

CARTA AL LECTOR

Estimado lector:

Te envío un cordial saludo y agradezco que continúes siendo parte de este proyecto, el cual está celebrando su cumpleaños número cuatro de la mano de grandes alianzas con catedráticos, empresarios y líderes que con su experiencia laboral, aportaciones y artículos frescos, objetivos y de alta calidad son un ejemplo de liderazgo social, necesario para poner un granito de arena en este mundo mientras contribuyen a mejorar la calidad de vida y los emprendimientos de nuestros colaboradores y seguidores.

Asimismo, aprovecho la oportunidad para reconocer y valorar a quienes desde el primer día y hasta hoy han creído en nosotros, al equipo de **LÍDER ES** y al contador público Roberto Medero, director de **Beanstalk. Centro de Negocios** —institución que ha sido una pieza fundamental en nuestro desarrollo y crecimiento—.

Finalmente, comparto con todos ustedes el gusto que ha sido para mí dirigir a un grupo de profesionistas que en cada momento han sumado esfuerzos con la finalidad de estar en contacto con ustedes y hacerlos partícipes de sus conocimientos y vivencias.

¡Búscanos en nuestras redes sociales y cárgate de energía y entusiasmo con nuestro festejo!



Revista
LÍDER ES

Levi M. Sánchez Santiago
Director General

PUNTOS DE DISTRIBUCIÓN



OFICINAS CORPORATIVAS

Avenida Miguel Hidalgo, núm. 1514,
colonia Centro. C.P. 68000. Oaxaca, México.

lideresrevista.com

lideresrevistamx@gmail.com (951) 427 77 75



CONTENIDO

EXPLORANDO OAXACA

- 6 Los bordados de Tlahuitoltepec. Una inspiración oaxacaqueña.



NEGOCIOS

- 10 Trabajar en el futuro: el regreso a la nueva normalidad en las empresas.
- 14 La "creación de contenido" es el trabajo del futuro, y pronto, será el único...

EN LA ACTUALIDAD

- 21 Columna: Negocios y Comunicación
Los 5 elementos a considerar para la comunicación empresarial.

DE INTERÉS

- 12 Columna: El Poder de la Imagen Profesional
Proyecta autoridad con tu vestimenta.
- 24 Tejiendo Sueños.



EN PORTADA

- 16 Guelaguetzta. Una celebración llena de tradición y cultura.



LÍDER ES
4
ANIVERSARIO



LOS BORDADOS DE TLAHUITOLTEPEC

Una inspiración oaxaqueña



YAZMÍN ROMERO
Licenciada en Administración

Santa María Tlahuitoltepec “*lugar o espacio de tranquilidad propicio para la reflexión y el diálogo con la naturaleza*”, ubicado en el distrito Mixe, a 114 km. de la Ciudad de Oaxaca de Juárez, en la Sierra Norte, está construida sobre una superficie montañosa, que da origen a un clima templado-húmedo, en donde cañadas y pendientes se hacen presentes. Además, aquí se encuentra la plaza principal del municipio homónimo, el cual cuenta con más de nueve mil habitantes.

Las actividades económicas principales son la agricultura, la ganadería, el comercio y las artesanías típicas, como las mundialmente famosas “blusas de Tlahui”, que reflejan en sus puntadas la belleza de la Sierra Mixe, donde el cielo y las verdes montañas se unen con la neblina para ser testigos de las creaciones únicas de sus artesanos. De acuerdo con Edgar Vásquez Gómez, artesano local, los textiles son realizados en manta cruda con hilos de color rojo y negro. Las figuras simbolizan los pensamientos y sueños

de sus habitantes, mientras que el maguey y el milenario cerro del Zempoaltepetl, los paisajes característicos de la comunidad, sus veredas, sus montañas, la relación entre el cielo y la tierra, el amor a la vida y a la naturaleza.

Aunque el color de la manta y el diseño de una blusa o camisa pueden variar, los elementos del maguey, el sol y los ríos siempre estarán presentes.



Los bordados de cada pieza son tupidos y realizados a doble tela. Sin embargo, conservan características similares como el parecido entre las grecas, el zigzag, la costura recta o curvada; así como la mezcla de colores en los hilos y en las mantas. Por todo ello, son mucho más que un diseño, son la cultura, la identidad y el sentimiento de todo un pueblo. Esta actividad genera empleo e ingresos para las familias que la llevan a cabo. No obstante, en 2015, este trabajo fue plagiado por la diseñadora francesa Isabel Marant.

Si bien el artículo 31 de la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas menciona que éstos

[...] tienen derecho a mantener, controlar, proteger y desarrollar su patrimonio cultural, sus conocimientos tradicionales, sus expresiones culturales tradicionales y las manifestaciones de sus ciencias, tecnologías y culturas, comprendidos [...] los diseños [...] y las artes visuales e interpretativas. También tienen derecho a mantener, controlar, proteger y desarrollar su propiedad intelectual de dicho patrimonio cultural, sus conocimientos tradicionales y sus expresiones culturales tradicionales.

Conjuntamente con los pueblos indígenas, los Estados adoptarán medidas eficaces para reconocer y proteger el ejercicio de estos derechos¹.

Hasta la fecha, ni autoridades federales ni extranjeras han ofrecido una disculpa pública a los agraviados, tal como éstos lo solicitaron.

Sin duda, la falta de protección a las artesanías mexicanas abrió un debate en la ciudadanía, ya que éste no es tema de unos cuantos, sino de todos como sociedad, sobre todo si queremos que nuestras tradiciones y cultura sigan siendo una característica única de nuestro México.



¹ Naciones Unidas. Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas. Consultado el 22 de mayo de 2018 de, http://www.un.org/esa/socdev/unpfi/documents/DRIPS_es.pdf



LÍDER ES

REVISTA DE NEGOCIOS



¡ANÚNCIATE CON NOSOTROS!

 /Revista LÍDER ES

 /Revista Líder Es

 lideresrevista.com

CONTÁCTANOS AL:

951 427 77 75

951 427 77 86



NOTICIERO 15:30 HRS.
CON EVELYN ACOSTA

CORTES INFORMATIVOS
10:30 HRS.
12:30 HRS.
17:00 HRS.

LUNES A VIERNES



INFORMATIVO CON EL REVOLVER

DESMAUSER
GOTORREO
RELAJOLI
ENTREVISTAS
SONDEOS
CHARLAS

EL LADO IRREVERENTE DE LAS NOTICIAS

A través de **MVM DIGITAL**



TRABAJAR EN EL FUTURO:

EL REGRESO A LA NUEVA NORMALIDAD EN LAS EMPRESAS

MARIANA ÁNGEL VALERIANO
Psicoterapeuta humanista

En marzo de 2019 empecé a compartir contenidos e ideas para esta Revista, y me enfoqué, sobre todo, en el clima organizacional de las empresas y en la importancia de que estas consideren a sus colaboradores como personas, antes que empleados o integrantes de un organigrama. Hoy, hemos sido testigos de los efectos y estragos de la pandemia iniciada en ese periodo y nos damos cuenta de cómo esta terminó con la manera de ver y vivir la vida tal como la conocíamos.

Lo anterior nos ha puesto en escenarios donde hemos experimentado duelos en nuestras interacciones cotidianas (abrazos, charlas informales, convivencias laborales, etcétera), físico-mentales (rutinas deportivas y de relajación para distraernos del día a día), económicas (puesto que la gran mayoría convivimos con alguien que perdió uno o varios empleos) y afectivas (enfrentamos la muerte de quienes nos rodeaban). Lo que, aunado a precedentes de desigualdad en el trabajo y a consecuencias económicas severas (pérdida de trabajo, disminución de ingresos, gastos en servicios médicos por Covid e incluso funerarios para los que no estábamos preparados), tal como lo indicó la Organización Internacional del Trabajo en el 2020 al estudiar —en marzo de ese mismo año y durante el confinamiento— a este fenómeno.

La noticia de volver a oficinas, escuelas y diversos espacios para convivir de manera presencial nos ha generado algunas de las siguientes preguntas, que, si bien son de manera personal, no dudo que a más de uno se le hayan venido a la cabeza:

¿Seguiremos queriendo nuestro trabajo como antes?

¿Cuántos de nuestros compañeros y/o colaboradores habrán perdido seres queridos?
¿Será totalmente seguro volver?
¿Quién cuidará a mi familiar que está en recuperación?

Y muchas más, dependiendo de nuestras vivencias.

Estos cuestionamientos o inquietudes de manera objetiva pueden referenciarse como posibles crisis de ansiedad en el trabajo, incertidumbre e inestabilidad laboral. Por lo que las empresas necesitan plantearse evolucionar hacia el futuro y evitar rescatar las antiguas formas de interacción y costumbres como besos y abrazos, esas ya no existen y no van a volver. Si lo reflexionamos así, colaboradores y empresas podríamos tener nuevos horizontes en cada aspecto de nuestra vida.

Las empresas pueden contemplar protocolos de bioseguridad y orientarse con programas de diversas consultoras como **BICG**, experta en innovación y nuevas estrategias de trabajo (Observatorio de Recursos Humanos ORH, 2020) y que cuenta con un plan progresivo de adaptación y retorno seguro a nivel organizacional que promete ser eficaz para la nueva realidad empresarial.

BICG sugiere que “antes de la nueva realidad hay que transitar por una fase intermedia, en la que diferentes factores —impuestos por la situación o por las autoridades— condicionarán las actividades diarias” (Observatorio de Recursos Humanos ORH). Además, esta agencia afirma que en cuanto a la experiencia del empleado es importante considerar que necesitará

tiempo para adaptarse a la nueva realidad, ya que las condiciones de seguridad serán otras, por ello, deberá implementarse el trabajo colaborativo entre quienes están en la oficina y los que no. Todo esto lo podrá dirigir la empresa a partir de la planificación y coordinación entre todos sus departamentos y niveles, teniendo como finalidad que este regreso sea lo más llevadero posible (Observatorio de Recursos Humanos ORH).

Para que todo eso suceda comparto algunas medidas propuestas por BICG:

Adaptar las reglas y normas de protección a los profesionales.

Desarrollo de protocolos de prevención y seguridad para la relación entre profesionales: nueva distancia social.

Elaboración de nuevas pautas de convivencia para minimizar el contacto y cumplir con las medidas de higiene.

Valoración de la disposición para la vuelta al centro de trabajo de los profesionales de acuerdo a su situación personal.

Creación de la “Oficina de ayuda” al empleado para dar soporte en caso de necesitar acompañamiento emocional.

Revisión de políticas de trabajo en remoto e identificación de oportunidades de mejora.

Protocolos preventivos ante casos de infección y cuarentena.

Definición del modelo de líder en el contexto de la crisis.

Evaluación del grado de compromiso y motivación de los profesionales.

Fomento del compromiso y la productividad en

equipos organizados, mediante una comunicación y formación internas eficaces (webinars, píldoras informativas, etcétera).

Impulso de los principios de la **Organización Ágil** (red de equipos en una cultura centrada en las personas que funciona con ciclos rápidos de aprendizaje y toma de decisiones facilitadas por la tecnología), mediante comunicación interna y/o formación.

Creación de un plan de contingencia ante posibles futuras situaciones de crisis.

Impulso a la digitalización mediante *short team wins* (retos alcanzables progresivamente) para la eliminación del papel y de aquellos elementos que impidan la libertad para trabajar desde cualquier lugar.

Para concluir, me gustaría invitarlos a la siguiente reflexión: la nueva normalidad nos invita a ser más conscientes del aquí y del ahora, a ver al otro como parte de nuestra vida, a entender que esta es cambiante y que todos los días tenemos la posibilidad de actuar de una forma diferente, sin seguir viejos patrones para que nuestro trabajo sea un lugar seguro en todos los sentidos.

BIBLIOGRAFÍA:

Belser, P. (2020). El COVID-19 revela con crudeza las desigualdades; y podría agravarlas. 21 de junio de 2021, de Organización Internacional del trabajo. Sitio web: https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_740184/lang-es/index.htm

Observatorio de Recursos Humanos ORH. (2020). Pautas para adaptar a las empresas a la nueva normalidad. 21 de junio de 2021, de Observatorio Recursos Humanos ORH. Sitio web: <https://www.observatoriorh.com/orh-posts/pautas-para-adaptar-a-las-empresas-a-la-nueva-normalidad.html>



DE INTERÉS:

COLUMNA: EL PODER DE LA IMAGEN
PROFESIONAL

PROYECTA AUTORIDAD CON TU VESTIMENTA

EDUARDO LÓPEZ TAMAYO
Consultor en Imagen Profesional



Comunicas todo el tiempo con las palabras que utilizas, con el tono de tu voz y con el movimiento de tus manos. Sin embargo, no siempre necesitas hablar o moverte para hacerlo porque tu cuerpo y vestimenta dicen mucho más de ti, tanto que, si en algún momento has querido transmitir en contextos personales o profesionales mensajes que representen formalidad, fortaleza, liderazgo, mando o **autoridad**, tu atuendo ha jugado a favor o en contra tuya sin que lo notes. Por ello, en esta ocasión te comparto tres elementos que deben alinearse para que **proyectes autoridad**:

Escoge trajes lisos y colores oscuros (como el negro o el azul marino).
Elige telas delgadas y de alta calidad para que no se transparenten.
Evita prendas gruesas, como la de los suéteres, y patrones o estampados con círculos, rayas y cuadros.

Combina estos elementos sin olvidar que la **forma** (apariencia) y el **fondo** (argumentación, vocabulario y conocimientos) son factores comunicativos que siempre van de la mano.

Si tienes dudas asesórate con un **consultor en imagen**, ya que no sólo podrá guiarte, sino que estarás en manos de un experto que entiende e interpreta dos tipos de códigos de comunicación: **autoridad** y **accesibilidad**.

Lamayo





ISTMO&VALLE
S.A. DE C.V.

EXTENSO SURTIDO DE MATERIAL PARA LA CONSTRUCCIÓN Y FERRETERÍA

**CEMENTO • VARILLA • MORTERO • CLAVOS • PEGA AZULEJO • YESO
ARENA • TABIQUES • ALAMBRÓN • Y TODO DE FERRETERÍA**



Cel. 951 427 42 36 / 951 222 88 86

Soconusco 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

La "CREACIÓN DE CONTENIDO"

es el trabajo del futuro, y pronto, será el único...

OMAR ESCOBAR
Director de Metacreativos

Hace 20 años no existía el *boom* del emprendimiento: eras comerciante o empresario, no había lugar para más. El concepto de emprendimiento surgió con los *millennials* y morirá a medida que los *centennials* se apropien, como ya lo están haciendo, de la **creación de contenido**. A la fecha en la que se escribe el presente artículo, el espíritu emprendedor está en un pedestal, todos quieren ser emprendedores como Mark Zuckerberg y Steve Jobs, quienes abandonaron la universidad para fundar empresas propias o, ser como Elon Musk, creador de PayPal, Tesla o Space X. Hoy todos quieren ser o hacer algo grandioso, como ellos.

La velocidad con la que cada generación impone su economía es cada vez más rápida: tan sólo imagina que a una universidad reconocida llega un estudiante que ve y admira a creadores de contenido que están haciendo dinero en Youtube, TikTok, IGTV, Reels en Instagram o Spotify u otras, y que al comentarle al asesor de la institución, este le recomienda estudiar Comunicación, pero el alumno insiste en que no, pues eso no es lo que quiere, él desea aprender a crear contenido; entonces el consejero revisa su lista de 15 ofertas académicas y no aparece la **licenciatura en Creación de Contenido Digital**.

El ejemplo tal vez sea ridículo, pero demuestra un punto de inflexión muy importante: lo que antes era

una carrera, como Derecho, Contaduría, Arquitectura, etcétera, dejará de serlo muy pronto. **Crear contenido no es sinónimo de no tener una profesión que te respalde, crear contenido es ahora una demanda que las universidades deben de considerar dentro de su oferta académica.**

La Economía de la Pasión

En este libro, el periodista Adam Davidson y la consultora Li Yin, argumentan que esta economía creó un sector completamente nuevo de empleos, en el cual las personas pueden monetizar sus pensamientos, habilidades e ideas. En este innovador sistema financiero se unen productores y consumidores modernos que intercambian bienes virtuales, es decir: contenido que se traduce en la cantidad de tiempo que pasan los usuarios en redes sociales para que las plataformas puedan recopilar la mayor cantidad de datos posibles y aumentar la publicidad de sus anunciantes. (Para saber más al respecto, visita el documental **Social Dilemma** en Netflix).

Hace 20 años, si querías ser profesor tenías que acudir a una universidad para solicitar laborar ahí, hoy, puedes subir tu contenido a Youtube, Zoom, Teams, Udemy y más; y si lo que buscabas era cursar un MBA (Maestría en Administración de Empresas) debías de asistir a la

universidad y gastar miles y miles de pesos en tu educación; hoy, puedes entrar a Youtube y ver un video con un maestro de Harvard. En consecuencia, la educación se ha vuelto más accesible, barata, actualizada y práctica que nunca.

Emprendimiento vs. Creación de Contenido

Se podría decir que los creadores de contenido son empresarios creativos. Sin embargo, aunque tienen puntos en común, son profesiones diferentes con reglas específicas:

	Empresarios	Creadores de contenido
Cómo se ganan la vida	Construyendo un negocio.	Creando contenido.
KPI (indicadores de resultados)	Compromiso fijo.	Compromiso constante.
Producto	Empresa o marca.	Contenido subido a una plataforma.
Aporte	Valor centrado en el producto.	Agrega valor a su audiencia: entretenimiento, educación o ayuda.

En el siglo XX debías elegir entre el dinero o tu pasión. Actualmente, gracias a la Economía de la Pasión, los negocios, el arte y las ganancias se vincularon de tal modo que sólo los creadores de contenido pueden entender. Si hace 20 años hubieras dicho que querías ser emprendedor, seguro se hubieran reído de ti y te hubieran comentado: **emprende ¿qué?** Hoy, los creadores de contenido están pasando por la misma situación, pero el mundo va para allá y no hay vuelta atrás.

Si le preguntas a cualquier niño el nombre de un *youtuber* famoso, seguramente te dirá más de uno. Esto evidencia que la **creación de contenido** se está convirtiendo en una verdadera profesión, tanto, que el dinamismo con el que las **profesiones tradicionales** (abogados, banqueros, contables) se están volviendo creativas, es fascinante: ya hay abogados haciendo *tiktoks* y videos en Youtube. Además, muy pronto encontrarás (si no es que ya existe) la **licenciatura en Creación de Contenido Digital** dentro de los planes de estudio.

Los héroes de mis padres eran atletas, estrellas de cine o de rock. Mientras que mi generación *millennial* creció consumiendo más contenido que todas las anteriores, para los *centennials*, sus héroes serán los *bloggers*, *youtubers*, *podcasters* que ven en pantalla, y por lo tanto, es natural que quieran ser como ellos.

Por eso estoy seguro que, con el tiempo, a los seres humanos no nos quedará más que nuestra creatividad, y a los robots, el papel de realizar tareas fundamentales; por ello, la **creación de contenido** podría convertirse en la **única** profesión del futuro.



Guelaguetza

Una
celebración
llena de
tradición
y cultura

Revista **LÍDER ES**

La palabra Guelaguetza “[...] se deriva del vocablo zapoteca “*Guendalezaa*” que significa “ofrenda, presente, cumplimiento [...]” (Peña, s.f., párrafo 1) y es, a la fecha, el sinónimo perfecto para dar a conocer a nivel cultural el jolgorio más importante de los oaxaqueños: **La Guelaguetza** o **Fiesta de los Lunes del Cerro**, la cual

[...] Tiene su origen desde la época prehispánica, cabe mencionar que esta festividad comenzó con un ritual que se le hacía a los dioses antiguos en el lugar denominado por los zapotecos como *Daninayaaloani* o cerro de bella vista. En esa época los antiguos mexicas adoraban a diversas deidades, entre ellas la Diosa Centéotl, quien representaba a la Diosa del Maíz y a la que adoraban y respetaban de tal manera, que le realizaban una celebración para festejarla año con año, se le ofrecían danzas, ritos, así como un enorme banquete que duraban [sic] ocho días. Desde entonces esta celebración fue considerada como algo muy especial y significativo para los lugareños (Peña, s.f., párrafo 1)



Guelaguetza, ofrenda de un mismo corazón.

Artista plástico: Erwis F. Rodríguez (originario de San Pablo Huixtepec, Oaxaca).

Con información de la página Guelaguetza Oficial (2021) citamos a Erwis F. Rodríguez:

“La obra se centra en el cooperar “Guendaliza’a”¹. Representa la entrada de la diosa Centéotl con su cetro para dar el mensaje de bienvenida al mundo y anunciar que se va a llevar a cabo la máxima fiesta de los oaxaqueños. Muestra un cooperar entre todas las regiones del estado. Es una ofrenda que nace del corazón de todos los oaxaqueños”.





y según informes de la Secretaría de Cultura Federal, se lleva a cabo desde el año 1932 durante el mes de julio.

Además, es una exposición folclórica llena de color, algarabía, música y unión que encanta a todos sus espectadores, quienes se dan cita los dos últimos lunes de dicho mes para disfrutar del maravilloso espectáculo en el que representantes de las ocho regiones, a través de bailables tradicionales (que son sonorizados por una banda de música de viento) dan una muestra de la historia y cultura de sus localidades.

Por otro lado, suele acompañarse de diversas actividades como la puesta en escena de la **leyenda de la princesa Donají**, en el Cerro del Fortín un día previo a los Lunes del Cerro, el **Bani Stui Gualal**, en la Plaza de la Danza, y los tradicionales convites que se pueden observar en el centro histórico de la ciudad y en donde se invita a la gente a disfrutar y a integrarse a la celebración.



Debido a lo anterior, es un gran atractivo turístico para nacionales y extranjeros, y por ello, se traduce en un importante aumento en la economía del estado: tan solo en el año 2019 dejó una derrama económica de 423 MDP de los más de 141 mil 805 visitantes de acuerdo con datos presentados por la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del Estado de Oaxaca (2019). Sin embargo, a causa de la pandemia por COVID-19 la fiesta étnica y cultural más grande de América Latina ha sido nuevamente cancelada, no obstante, será transmitida de manera digital los días 19 y 26 de julio. Asimismo, habrá un sinnúmero de eventos que podrás disfrutar con todas las medidas de seguridad e higiene.

¡Porque Oaxaca es único te invitamos a que vivas esta Guelaguetza 2021!

BIBLIOGRAFÍA:

Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del Estado. (2019). Creció ocupación hotelera y derrama económica en Guelaguetza 2019: Sector. Junio 29, 2021, de Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del Estado. Sitio web: <https://www.oaxaca.gob.mx/comunicacion/crecio-ocupacion-hoteleray-derrama-economica-en-guelaguetza-2019-sector/>

Guelaguetza Oficial. (25 de mayo de 2021). Presentamos la obra ganadora que representará, las Fiestas de la Guelaguetza 2021, "Guelaguetza, ofrenda de un mismo corazón" de Erwis F. Rodríguez [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.facebook.com/674787152562466/videos/521441908985238>

Peña, C. (s.f). La Guelaguetza. Junio 29, 2021, del Archivo General del Estado de Oaxaca. Sitio web: <https://www.oaxaca.gob.mx/ageo/la-guelaguetza/>

Secretaría de Cultura. (Julio 10, 2019). La Guelaguetza o la fiesta de la comunalidad de los pueblos de Oaxaca. Junio 29, 2021, de la Secretaría de Cultura. Sitio web: <https://www.gob.mx/cultura/es/articulos/la-guelaguetza-o-la-fieta-de-la-comunalidad-de-los-pueblos-de-oaxaca?idiom=es>

¹ Palabra zapoteca que significa hermandad y que, acorde a la bibliografía consultada puede escribirse de dos formas distintas.



Julio, mes de la
Guelaguetza 2021.
19 y 26 de julio

SIGUE LA TRANSMISIÓN
EN VIVO POR



Matutina: 10:00 hrs.
Vespertina: 17:00 hrs.

www.oaxaca.gob.mx/cortv/tv-en-vivo

Holiday Inn Huatulco Te Espera

“ ”



LA DARSENA
SHACK BAR
Coctelería
2X1

Starbucks logo
We Proudly Serve
The Coffee Bar

JAGUAR
restaurant
¡DESAYUNA
RICO!
Menú a la Carta
TODOS LOS DÍAS
DE
07:00 a
11:30 HRS
Desayunos
Completos

Síguenos en nuestras Redes Sociales



Holiday Inn Huatulco

LOS

5

ELEMENTOS A CONSIDERAR PARA LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

JORGE OROPEZA

Consultor General en Grupo CREA Consultoría en Comunicación Estratégica



Toda empresa, al desarrollar un ejercicio de comunicación interno o externo debe considerar la audiencia a la que va dirigido el mensaje, el objetivo que se busca, el contenido a desarrollar, la distribución de los productos comunicacionales y la interacción redituable como los 5 elementos fundamentales para lograr la eficiencia en el proceso comunicacional. Aquí los explico brevemente:

1. Audiencia. Para comunicar se necesita entender, antes que cualquier cosa, a quién queremos dar nuestro mensaje. En el caso de la actividad empresarial es

indispensable conocer quiénes son las clientas y los clientes que buscamos o quizás, qué tribu queremos crear.

2. Objetivo. De la mano de este, requerimos tener una finalidad clara sobre qué queremos decir y conseguir con nuestros esfuerzos de comunicación.

3. Contenido. Conociendo la ruta podremos componer mensajes audiovisuales, gráficos, escritos, auditivos o de cualquier tipo de naturaleza informativa, de entretenimiento, educativas, de utilidad y valor agregado o simplemente de ventas. Lo anterior, de acuerdo con la etapa de la estrategia en la que nos encontremos.

4. Distribución. Si ya sabemos qué decir, a quiénes, cómo y cómo hemos armado este mensaje en y para distintos formatos, precisamos que llegue al lugar correcto y que sea medible. Por ello, la selección de las plataformas es trascendental y, en dado caso, el pautaaje o

compra de espacios y alcance no orgánico de los productos elaborados. En la mayoría de las ocasiones en este tramo está la falla de una campaña.

5. Interacción. Si hemos enviado el mensaje adecuado a las destinatarias y a los destinatarios deseados y las y los tenemos atentas y atentos, debemos establecer relaciones de interacción, conociéndolas y conociéndolos, intercambiando datos voluntariamente, generando confianza, brindando más valor agregado y demás acciones que las muevan y los muevan a tomar decisiones que culminen con la conversión de ventas.

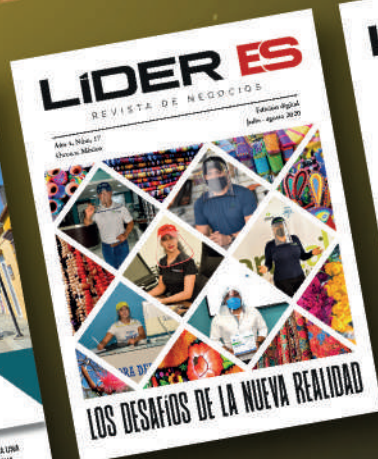
Considerando de manera rigurosa la claridad en estos puntos, cualquier estrategia —basada en la metodología que sea— tendrá mayor posibilidad de eficiencia, ya que se habrán construido, entre otras cosas, indicadores generales de medición para resultados.

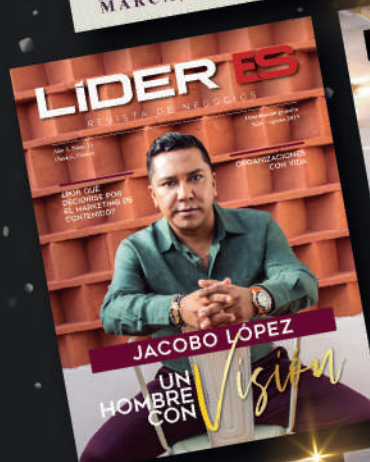
LIDER ES

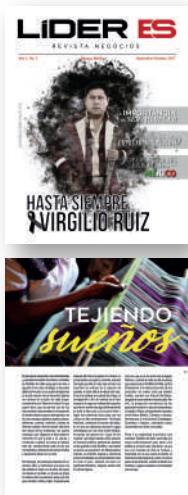
REVISTA DE NEGOCIOS

4

ANIVERSARIO







Primera edición:

- a. Autora: Carmen Díaz, licenciada en Ciencias de la Comunicación.
- b. Carmen Díaz. (2017). Tejiendo Sueños. *LÍDER ES* 1 (2), 17.
- c. Sin corrección de estilo y redacción.



Segunda edición:

- a. Autora: Carmen Díaz, licenciada en Ciencias de la Comunicación.
- b. Carmen Díaz. (2021). Tejiendo Sueños. *LÍDER ES* 5 (26), 24, 25.
- c. Corrección de estilo y redacción: Daniela Ekdesman Levi.



TEJIENDO Sueños

CARMEN DÍAZ
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Los textiles de Teotitlán del Valle —pueblo de tejedores— son de las piezas artesanales más sobresalientes y exquisitas del estado de Oaxaca y conservan, mediante los talleres de **telares de cintura** —uno de los instrumentos más comunes encontrados en el patio de cada hogar— el desarrollo de textiles desde la época prehispánica, dando continuidad a la creación de sarapes, gabanes, tapetes, tapices, alfombras, cortinas, vestidos y bolsas de diversos colores y formas que cobran vida entre las manos de los artesanos que manipulan con diligencia esta herramienta atándola a su cuerpo para enlazarse de manera mística y especial con cada obra.

Sin embargo, para alcanzar la alta calidad que las caracteriza, requieren de un proceso lento y meticuloso:

- Cardado: limpieza de la materia prima, generalmente lana.
- Hilado.
- Preparación, extracción y teñido colores:

Materia prima	Lugar de extracción / especie	Color resultante
Grana cochinilla	Nopal / cactáceo	Rojo carmesí
Cáscara de granada	Fruta	Amarillo
Cáscara de nuez	Fruto seco	Café
Planta del índigo	Leguminosa	Azul
Cempasúchil o Flor de muerto	Herbácea	Naranja
Huisache	Arbusto	Negro

Fijación del color: la lana se coloca en una tina con agua hirviendo a la que se le agrega limón u otro elemento ácido.

Tejido: es aquí cuando los hilos previamente entintados evocan las grecas del **Lugar de los muertos** que hasta nuestros días decoran de manera simétrica las paredes de sus ruinas.

Una vez que se ve de cerca la herencia cultural de cada pieza, es fácil dimensionar su plusvalía —ya que no solo son el reflejo de una historia fantástica, llena de

misticismo y conocimientos ancestrales e idiosincrasias propios de la comunidad y de quienes se dedican a esta complicada labor, sino también de la riqueza y diversidad de la Verde Antequera— y proyección económica, ya que han sido exportadas a Nuevo México, Colorado y Arizona (Estados Unidos); así como a Guadalajara, Querétaro y Nayarit (México). No obstante, pese a la estabilidad financiera de Teotitlán del Valle, hace falta potencializar y valorar adecuadamente este legado.








FR&CO[®]
CLÍNICA DE BELLEZA

*"De niño me prohibieron
jugar con tijeras...
pero nunca lo dejaré de hacer".*

Franco García

-  Franco Clínica de Belleza
-  Huerto Framboyanes 100-A
Fracc. Trinidad de las Huertas.
-  01 (951) 51 473 54

TusMédicos.mx



**LA PRIMER RED DE MÉDICOS,
ORIENTADA A LA CULTURA
DE LA PREVENCIÓN.**





www.edoax.com 
espaciosoaxaca@gmail.com 
951 205 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 núm. 410, Col. Reforma.

Beanstalk[®]

Centro de Negocios



**MANEJO DE
NÓMINA**



**DEFENSA FISCAL
Y LEGAL**



**PLANEACIÓN
FINANCIERA**



**CONTABILIDAD
MUNICIPAL**



**ESTRATEGIA
Y PLANEACIÓN
FISCAL**



**ASESORÍA A
PERSONAS FÍSICAS
Y MORALES**