

# así

*es esto del abarrote*



**Kellogg:  
Apuesta por  
Snacks**

L'ORÉAL  
PARIS

NUEVO  
**ELVIVE**  
EN UNA NOCHE  
PELO 4X  
MÁS HIDRATADO\*

TRATAMIENTO NOCTURNO



\*Con su Tecnología Revive&Care exclusiva de L'Oréal, que se deposita en el pelo, formando una fina y homogénea película alrededor de la fibra para un pelo hidratado.

\*\*Test instrumental usando Shampoo + Acondicionador + Crema para Peinar vs Shampoo Clásico.

\*\*Test instrumental vs. shampoo clásico. SALUD ES BELLEZA 123300EL950582

GARNIER  
**OBAO**  
DESODORANTE

NUEVO

*Tattoo*

FRAGANCIA INTENSA  
COMO UN TATTOO  
EN LA PIEL

48h\*  
PROTECCION



*Yo confío  
en Obaob  
afacatose*  
Marta José



*YO CONFIO  
EN OBAO*  
Joaquín



Miguel Layún

LIMPIEZA ES SALUD 123300EL950583

Fuente servicio Scantrack para la categoría de Desodorantes, segmento de Roll On, al acumulado del año 2022 (febrero 2021 a enero 2022) para el mercado de México. (Derechos reservados © 2022, The Nielsen Company)



**AXION**  
100% EFECTIVO  
ARRANCAGRASA

**Limón 400 ml**

**MÁS  
VENDIDO  
en México\***

**CUIDA EL AGUA**

\*CÁLCULOS DE COTIZACIÓN BASADOS EN PARTE EN DATOS REPORTADOS POR MIEMBROS MIEMBROS DEL SERVICIO RETAIL INDEX PARA LA CATEGORÍA DE DETERGENTES PARA TRASTES AL ACUMULADO DEL AÑO 2021 (MARZO 2021 A FEBRERO 2022), PARA EL MERCADO DE TRASTES TRASTES TOTAL MEXICO. (DERECHOS RESERVADOS © 2022, THE NIelsen COMPANY); \*\*USANDO EL PRODUCTO DILUIDO VS. EL POLVO Y PASTA DEL MISMO FABRICANTE, SIGUIENDO INSTRUCCIONES DE USO DE CADA PRODUCTO.



Presidente  
Enrique Rivera Salinas

Vicepresidente  
David Chapa González

Secretario  
Daniel Garcés Islas

Tesorero  
Antonio Martínez Chávez

Consejeros  
Guillermo Valdés Medina  
Aarón Limón Vargas  
Hilda Daniela Novoa  
Juan Morales Sansores  
Enrique Treviño Ortíz  
Jorge Sánchez Andrade  
Miguel Ángel Alonso Pérez  
José Clemente Guerrero

Presidente Ejecutivo de la ANAM  
Iñaki Landáburu Llaguno  
Gerente de Atención a Socios y  
Comercialización  
LCC Fernando Montes Sam  
Contadora General  
MAN Alma Rubí Becerra Cruz  
Director Editorial  
Lic. Esteban M. Fuentes S.  
fuentessem@yahoo.com.mx  
Diseño y Formación  
Antonio Cabrera Avendaño

Así es esto del Abarrote, revista bimestral julio-agosto 2022 Editor Responsable: Esteban Manuel Fuentes Sánchez. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2010-112513254300-102. Certificado de Licitud de Título y Contenido 15063. Domicilio de la publicación: Ignacio Ramírez No.20-201 Col. Tabacalera, Del. Cuauhtémoc, C.P. 06030 México, D.F. Imprenta: Fotolitográfica ARGO, S.A. de C.V. Bolívar No. 838, Col. Postal, C.P. 03410, Del. Benito Juárez, México, D.F. Distribuidor, Asociación Nacional de Abarrotereros Mayoristas, Ignacio Ramírez No.20-201 Col. Tabacalera, Del. Cuauhtémoc, C.P. 06030 México, D.F. Con un tiraje de 12,000 ejemplares distribuidos al comercio de abarrotes en la República Mexicana. Las opiniones y puntos de vista de los textos publicados en esta revista son responsabilidad de quienes lo dicen y lo escriben.

# Editorial

La importancia que tenemos como canal sigue reflejándose con crecimientos increíbles, como los reportados por ISCAM en el mes de junio, de 12.6 por ciento en valor y, tomando en cuenta los últimos 12 meses, de 9.4 por ciento.

En volumen, ya tenemos un crecimiento, en el mes referido, de 1 por ciento y en los últimos 12 meses, el reporte es de 0.6 por ciento.

Para seguir con una constante permanencia en el sector, estamos atendiendo la importancia del comercio digital, incluyéndonos en esa nueva plataforma de gran valor, empezando de manera modesta, con algunos socios y empresas.

Los mayoristas deberán de manera individual y/o con venta en línea a través de la asociación, participar en esta nueva experiencia

Nuestra meta es que la relevancia que tenemos en los puntos de venta físicos y de distribución, los tengamos también en el canal digital

Al respecto, en este número de nuestra publicación, Juan Pablo Galindo, vicepresidente de ventas de Unilever nos dice;

Lo primero tiene que ver con la digitalización, no es pensar si va a ocurrir, sino cuándo y a qué velocidad va a ocurrir.

Ya hay plataformas instaladas en México y los tenderos empiezan a habituarse, a utilizar esto como un medio tanto de comunicación, de toma de órdenes de pedidos,

Y fue aún más específico: “La invitación es que veamos la digitalización como una tremenda oportunidad, porque hay beneficios muy claros detrás de la misma. Por ejemplo, una comunicación más amplia y más simple con el tendero, el uso de la Data para recomendar portafolios o promociones”.

El ejecutivo de Unilever al opinar sobre la creación de una aplicación (APP) de la ANAM en la cual trabajarían proveedores y mayoristas, dijo que se deben de considerar las siguientes variables:

La primera, el tendero tiene que estar en el centro de todo lo que se haga en esa app. Segundo; esto tiene que tener al principio, tres pilares importantes:

La primera, Cualquier propuesta de aplicación en el mercado tiene que tener tecnología de punta ya que se va a competir con tecnología de punta.

El segundo punto es que no puede estar desconectado de las capacidades logísticas.

Porque, el tendero pide. Le vamos a entregar en 24 o 48 horas con *time full*, y eso requiere un análisis muy detallado, muy profundo de polígonos, costos, para poder cumplir con la promesa de servir de manera eficiente.

En tercer lugar, todo el data manager tiene que estar muy bien pensado, incluso por temas de ley de competencia económica.

Hay que empezar pequeñito. Aprender de ahí y después irse expandiendo.

Grandes retos nos esperan. Lo importante es que ya estamos enfrentando esta nueva experiencia.



# Contenido



**9** Las Netas, foro promotor del conocimiento empresarial



**17** Tarjetas de un solo uso, la tendencia

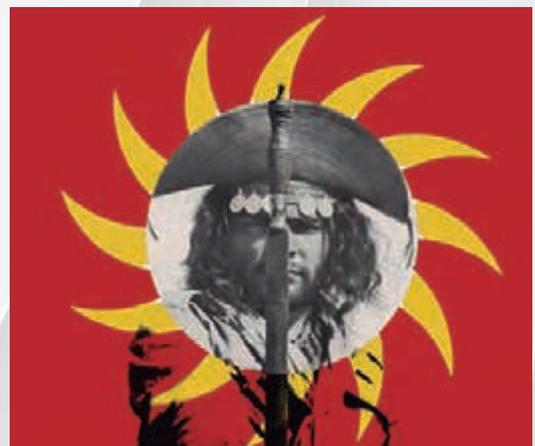


**23** Una tienda de abarrotes huele y sabe a vainilla

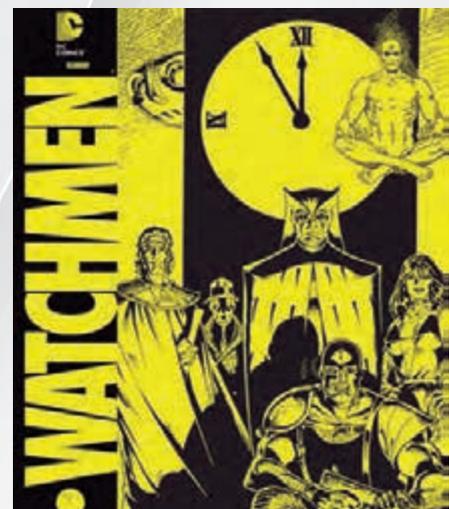
**29** Megacapitalismo

**33** Sin maíz no hay país... Ni abarrotos

**41** Progreso y desigualdad, el eterno dilema



**66** Dios y el diablo en la tierra del sol



**84** The Watchmen

# La inexorable digitalización del comercio

Esteban M. Fuentes S.

**B**ajo la premisa de que la digitalización es algo que va a ocurrir y sólo resta saber cuándo y a qué velocidad, el vicepresidente de ventas de Unilever México, Juan Pablo Galindo, instó a los abarroteros mayoristas incorporarse a esta tendencia inexorable, pues ya existen plataformas para ello y los tenderos han empezado a utilizarlas.

En entrevista con **Así es esto del abarrote** señaló que hay ejemplos globales clarísimos acerca de las perspectivas en este campo, como China e India, donde los changarros están altamente digitalizados, y agregó: “La invitación es que veamos la digitalización como una tremenda oportunidad, porque hay beneficios muy claros detrás de la misma”.

Al inicio de la conversación, Galindo habló del tránsito de Unilever y el comercio en general por los dos años de pandemia, y de cómo con apoyo en la digitalización la empresa afrontó la coyuntura.

Refirió que en los últimos dos años la participación de cada uno de los canales se mantuvo estable, y que el único canal que claramente tiene un repunte de participación importante es *e-commerce*.

Señaló que, en el caso de Unilever, “si hablamos de *e-commerce*, cada vez más de nuestras ventas se realizan por esta vía. Dividido en dos canales: uno es de omnichannel, que serían las páginas web y las aplicaciones de nuestros *retailers*, y la otra los pure players, que básicamente nacen en el mundo >

**Juan Pablo Galindo, vicepresidente de ventas de Unilever México.**



digital, como Amazon y Mercado Libre. Estimamos que, en los próximos tres años, el peso del *e-commerce* para Unilever sea del doble, pues aún queda mucho por hacer, específicamente en el canal tradicional”.

¿Cuáles han sido los beneficios de la digitalización? -se preguntó al vicepresidente de Unilever.

“Lo voy a dividir en tres aspectos: Primero, en términos de canales, segundo, comunicación y finalmente, manejo de la información”.

“En términos de canales, la digitalización es una vía para hacer llegar nuestros productos a los consumidores. Y se adapta muy bien a las tendencias de compra de estos consumidores, fundamentalmente en términos de practicidad y búsqueda de variedad”.

Señaló que durante la pandemia *e-commerce* “fue un canal que creció exponencialmente y nos ayudó a hacer llegar nuestros productos a los hogares mexicanos”.

En términos de comunicación -prosiguió- el mix de los últimos años ha cambiado muchísimo. De medios tradicionales, como la televisión, a canales digitales como *Facebook* y *Google*.

Además, el uso de la Data para hacer diferenciación de mensajes hacia distintas audiencias también ha cambiado mucho, y ha permitido hacer más eficientes los mensajes y las inversiones.

En cuanto al tercer aspecto, el manejo de información, nosotros hemos evolucionado mucho en garantizar que tenemos los data lake -con la información del mercado, de nuestros clientes, de nuestra ocasión de compra- muy bien estructurados para que el esquema de reporting de esa información sea mucho más inmediato. Eso nos permite tomar decisiones más precisas y ágiles.

Respecto a cuánto ha agilizado el *e-commerce* nuestras ventas -abundó Galindo-, voy a dar un par de datos: este es el canal de mayor crecimiento para nosotros en los últimos años. Para tener una idea, su valor en los últimos dos años se multiplicó 8 veces. Esto, sin duda, impulsó el crecimiento de nuestra compañía en México en este lapso.

Más adelante, se refirió también a los beneficios económicos y sociales de la política de sustentabilidad de Unilever. “Lo voy a resumir en tres beneficios”, dijo, y detalló:

“Hay un rol muy específico de nuestras marcas con propósito. Se puede visualizar de modo mucho más claro con nuestras campañas, como Dove belleza real, que tiene que ver con que la belleza sea una fuente de confianza y no de ansiedad para las niñas y mujeres, mostrando que no importa si eres flaco, alto, bajo, de un tono de piel o de otro, sino con la inclusión de todos los seres humanos. En ese sentido, Dove ha hecho una campaña real muy bien establecida”.

Me **Choco Late**

**Gamesa**



**Chocolatines**

**GIRO**

**EMPERADOR**  
Sabor a Chocolate

**CHOKIS**  
Clásica

**Marias**  
Gamesa

Chocolate

EXCESO CALORÍAS  
EXCESO AZÚCARES  
SECRETANÍA DE SALUD

¿A ti qué TE LATE?

**NUEVO SABOR**

COME BIEN

NET. 170 g  
LETA FORTIFICADA

## La inexorable digitalización del comercio

“Estas marcas -como Dove- que tienen un propósito muy claro en el centro de nuestra estrategia, crecen 60 por ciento más que aquellas marcas que no lo tienen.

“El segundo punto es el costo, la reducción de plásticos, el uso de energías renovables, menor uso de agua, etc. Unilever, a nivel mundial, ha ahorrado más de mil millones de euros del 2008 a la fecha justamente por estos temas que están asociados a la sustentabilidad”.

El tercer tema, expresó, es reputacional:

“Los consumidores cada vez más están conscientes de que el mundo necesita cambios importantes para garantizar la supervivencia a largo plazo. Cada vez valoran y premian en consecuencia a las marcas y las compañías que tienen la sustentabilidad al centro de su estrategia”.

¿Qué les diría a los abarroteros mayoristas acerca de las nuevas formas de hacer negocios?

“Lo primero, agradecerles a los socios de la ANAM porque conforman una ruta, un canal que ha seguido evolucionando muchísimo en los últimos años. Un canal que se sigue profesionalizando”.



“Cada vez que yo visito a nuestros clientes en un centro de distribución, se ve clarísimo como invierten en capacidades logísticas y tecnológicas. Entonces, antes de cualquier pensamiento sobre nuevas formas de negocio, realmente tengo que agradecerles por confiar en su canal y confiar en México”, dijo.

Ahora, pensando en el futuro, lo primero tiene que ver con la digitalización. Esto es algo que va a ocurrir. Hay ejemplos clarísimos, como China e India, en donde los canales tradicionales, los changarros, están muy digitalizados en sus formas de pago, de pedir producto, entre otras.

Ya hay plataformas instaladas en México y los tenderos empiezan a habituarse, a utilizar esto como un medio tanto de comunicación, de toma de órdenes, subrayó el vicepresidente de Unilever, y fue aún más específico:

“La invitación es que veamos la digitalización como una tremenda oportunidad, porque hay beneficios muy claros detrás de la misma. Por ejemplo, una comunicación más amplia y simple con el tendero sobre nuestros productos, el uso de la Data para recomendar portafolios o promociones dependiendo de la localización y las ventas de cada una de las tiendas”.



# D'Gari

polvo para preparar pudín

**NUEVOS**

LISTO EN 5 MIN!

UN POSTRE DELICIOSO

&  
**CREMOSO**

**¡EL NUEVO ÉXITO  
PARA TU NEGOCIO!**

COME SALUDABLE



DESCUBRE  
MÁS RECETAS



[www.dgari.com.mx](http://www.dgari.com.mx)   /DGariOficial

**PÍDELOS A TU MAYORISTA PREFERIDO.**

## La inexorable digitalización del comercio

“La reducción de costos al tener transmisiones digitales de órdenes y el acceso a servicios financieros son otros de los beneficios. Entonces la digitalización del canal le va a dar una tremenda posibilidad de competir. Creo que es una gran oportunidad que hay que abrazar”.

El ejecutivo de Unilever recomendó por ello a los mayoristas “que sigan invirtiendo en el canal y mejorando sus capacidades logísticas y de reducción de costos. Que inviertan en tecnología de la información, que tengamos cada vez más y mejor Data del mercado, que invierta en programas de CRM para atender mejor a sus clientes y poder segmentar portafolios, promociones, ofertas. Que trabajemos juntos en el futuro de este canal, que es parte de la esencia del consumo en México”.

Y pronosticó que el mayoreo “va a estar por muchísimos años más, va a estar cuando nosotros ya no estemos. Tenemos que seguir trabajando juntos.

Por último, Juan Pablo Galindo dio su opinión acerca de la creación de una aplicación (app) de los socios de la ANAM, dirigida a los tenderos, en la que se ofrezcan a la venta todos sus productos; una app en la cual trabajarían en conjunto proveedores y mayoristas.

Hay variables a considerar para avanzar o no. La primera, el tendero tiene que estar en el centro de todo lo que se haga en esa app. Segundo, esto debe tener al principio tres pilares importantes:

La primera, tiene que ver con el B2B, la transacción comercial entre empresas. Cualquier propuesta de aplicación en el mercado debe contar con tecnología de punta. El segundo punto es que el B2B debe contar con una estrategia de capacidad logística. Tiene que haber una interconexión, y eso requiere muchísimo trabajo, el tendero pide y debe recibir su pedido

en 24 o 48 horas, y eso requiere un análisis muy detallado de logística y costos, para poder cumplir con la promesa de servir de manera eficiente.

En tercer lugar, todo el *data management* tiene que estar muy bien pensado. ¿Dónde van a estar alojados todos esos datos? Imagínate contar con la data de todas las transacciones en tiempo real que se van realizando, con ella podrías identificar fácilmente oportunidades para los tenderos de la misma zona de acuerdo con la demanda de productos específicos y con la ayuda de Inteligencia Artificial.

Por último, creo que en desarrollos digitales hay que ser muy ágiles. Desde probar, fallar, corregir y repetir. Hay que empezar pequeñito. Aprendería y después iría expandiendo. 



# Las Netas

## foro promotor del conocimiento empresarial

Santiago González

Los abarroteros mayoristas están en posibilidad de compartir con el gran público, en particular la comunidad empresarial, vía las redes sociales, sus experiencias de vida personal o profesional por medio del foro de comunicación digital *Las Netas*, cuyo objetivo consiste en despertar el interés por el conocimiento en todos los órdenes, en especial el relacionado con el ámbito de los negocios.

La invitación a los integrantes de la ANAM fue formulada, en entrevista con **Así es esto del abarrote**, por el presidente y fundador del foro referido, Eugenio Riveroll, quien habló sobre la misión y operación de esta plataforma, vigente desde hace quince meses.

*Las Netas*, cuya directora es María Fernanda Riveroll, está orientado al público en general, pero de manera especial a dueños y ejecutivos de pequeñas y medianas empresas (pymes); se difunde en forma gratuita por YouTube, Spotify y en sitio web, que a la fecha acumula más de un millón y medio de visitas.

El contenido del foro se conforma con videos de entrevistas o pódcast y cápsulas de cinco o seis minutos, de los cuales ya se cuenta con un centenar, por empresarios, celebridades, líderes de opinión y personajes con “credenciales” para dar consejos susceptibles de ser aplicados por la comunidad empresarial.

Asimismo, el foro se despliega en forma de mesas redondas, talleres o charlas -en estos casos >

Eugenio Riveroll, presidente y fundador de Las Netas



por contratación-, que versan sobre temas de finanzas, marketing, tecnología, talento humano, ventas, cadenas de valor, innovación y emprendimiento, entre muchos otros.

Eugenio Riveroll invitó a los mayoristas no sólo a ingresar a las redes sociales de *Las Netas*, sino a que “si tienen alguna neta que compartir, que nos lo hagan saber con la finalidad de que participen en el foro como expositores y -por ejemplo- compartan sus prácticas comerciales de excelencia. “¡Claro que tienen las credenciales para hacerlo!”

### Capsulas idóneas

El presidente de *Las Netas* subrayó el interés que este foro puede tener para los mayoristas, pues si bien “cualquier capsula puede ser aplicable a todo tipo de negocio”, algunas son particularmente interesantes para los miembros de la ANAM.

“Tenemos una capsula en la que se habla de cómo crear una tienda en línea, más precisamente una tienda de abarrotes, de comida y de bebida”, señaló.

Y detalló que este contenido, elaborado por el consultor español Gonzalo Pérez Gasca, presidente de la empresa internacional de tecnologías de la información Aktios Digital Services, explica cómo debe de ser la selección del software para hacer el referido tipo de tienda en línea.

Tenemos -prosiguió- otra capsula, hecha por una analista de la industria de alimentos y bebidas, americana, con subtítulos en español, que nos habla de cuáles son los retos de las empresas de este rubro a nivel mundial.

Expone, además -abundó- cuáles son los focos y las principales iniciativas que el fabricante y distribuidor de alimentos y bebidas debe poner en marcha. Y también acerca de las cadenas de productos, tanto físicas como virtuales, en lo que se refiere al flujo de información.

Tenemos -continuó- una charla en la cual se indica cuáles son los retos de la logística y las regulaciones. Otras sobre marketing para el consumidor final y apoyos fiscales para la industria de alimentos y bebidas.

Refirió que cada martes es subida a Internet una neta, la cual se puede escuchar en vivo en #martesdelasnetas, a las 8 de la noche por el canal de YouTube del foro, o visitar el canal en Spotify.

Eugenio Riveroll indicó que entre el contenido de *Las Netas* se tiene también una capsula elaborada por el director general de La Costeña, Rafael Celorio, relativa al servicio al cliente -eso es aplicable a todo-. Habla de cómo se percibe en su empresa el servicio al cliente, y “hemos encontrado un común denominador entre todas ellas:

Que todos los temas van relacionados con lo que hoy se conoce como transformación empresarial, hacia la creación de una empresa adaptable, que utilice la tecnología y nuevas formas de capacitación, que identifique los procesos no solo para ser exitosa sino para sobrevivir”.

### Capsulas sin rollo

El fundador de *Las Netas* comentó que los cambios siempre han existido, pero en la actualidad son más rápidos y con

# ensueño ULTRA

ÚNICO  
DE ORIGEN  
VEGETAL

NUEVO  
TAMAÑO



# 7EN1



CONCENTRACIÓN  
DE FRAGRANCIA\*



SUAVIDAD  
PROFUNDA



PROTECCIÓN DE COLOR



FÁCIL PLANCHADO



PROTECCIÓN DE TEJIDOS



DERIVADO DE PLANTAS



FÓRMULA BIODEGRADABLE

1 Único suavizante en México con ingredientes activos de origen vegetal. \*Vs Ensueño Regular más vendido.  
© Borreguito ensueño, personaje registrado por Industrias AIE, S.A. de C.V.

CUIDA EL AGUA

## Las Netas, foro promotor del conocimiento empresarial

necesidad de respuesta también más rápida -sin castigar el precio, calidad y eficiencia- causados por disrupciones del mercado, no sólo la pandemia sino muchas otras que han obligado a modificar esquemas y los modelos de negocio.

Refiriéndose a la confección de *Las Netas*, detalló: “Lo hacemos de una forma muy práctica, sin rollo, sin mucho preámbulo, y compartimos experiencias netas (verdaderas). Experiencias genuinas de empresarios o directivos que cuentan con credenciales para poder dar consejos aterrizados a nuestra comunidad”.

La idea de hacer el foro se basó en una frase de Voltaire: “Alguien inteligente aprende de las experiencias de los demás”, porque cuando estos ‘demás’ son gente reconocida, que tienen un valor especial, no solo debemos escuchar sino tenemos que escuchar. Aunque no cuenten con la verdad absoluta, si tienen las credenciales para compartirnos su verdad, tiene mucho que aportar”.

*Las Netas* -reafirmó- son guías para despertar el interés, no son clases: son guías sobre ciertos temas de la comunidad empresarial. El proyecto se inició con un trabajo mancomunado entre Eugenio y su hija María Fernanda, y luego fueron invitados “seis entusiastas ejecutivos, directores y amigos míos, entre los que está mi amigo Iñaki Landaburu. Ahora tenemos más de 100 Netas, en diferentes formatos, disponibles para nuestra comunidad”.

Tenemos, además -continuó- aproximadamente un millón y medio de visitas a nuestro sitio, donde es factible ver y escuchar a directivos de Walmart, Televisa, La Costeña, Twitter, BNI, la Comer, que nos han compartido sus netas.

Hay una sección que ha gustado mucho, “hablan celebridades de actividades específicas, que pueden ser gente del deporte, la actuación o algún otro tipo de actividad. Invitamos a que la gente “saque la raíz cuadrada de los temas de hoy y digan en que lo pueden aplicar”. Por ejemplo, el futbolista Rafa Puente nos habla de la visión del portero. “La raíz cuadrada puede ser la visión empresarial”.

### Maridaje del vino

O, tenemos el tema del maridaje, en el que Deby Beard nos habla del maridaje. “La raíz cuadrada que yo sacó es



el servicio al cliente, el maridaje del servicio a clientes”.

En cuanto a talleres, hay uno que llamamos -y jugamos con esta analogía- El vestidor de la empresa adaptable. Mediante una analogía del futbol, damos y tocamos ciertos temas. Lo imparten reconocidos futbolistas y consultores. Y hay trabajo de cancha. Porque, efectivamente, se trabaja en una cancha de futbol.

Y más adelante Riveroll expuso que en los contenidos de *Las Netas* se confiere siempre mucho peso al factor humano.

“Los cambios no pasan por sí mismos. Puedes comprar la mejor herramienta tecnológica, pero si tu gente no está capacitada no le va a sacar el provecho. Los equipos de la Fórmula Uno no sería nada sin el piloto y sin la gente en los pits. Muchas veces se nos olvida un poco el aspecto de la capacitación del personal”, dijo.

Agregó que, en muchos casos, “tenemos miedo a capacitar”, pero hay una frase según la cual “si crees que la capacitación es cara es porque no te has dado cuenta del costo de la ignorancia”.

### Ajustar, no improvisar

Detalló que el objetivo apunta a disponer de las herramientas, la capacitación del personal para que sea adaptable, que le entre al cambio y tenga procesos de innovación.



### Únete a las Netas

“La innovación no es saber qué se me ocurre hoy, sino que tiene que ser un esfuerzo institucional de la empresa, con plataformas, con cursos, con directrices que fomenten la innovación. Pero las innovaciones, hay que prepararlas, los cambios hay que prepararlos, no es lo mismo improvisar que ajustar”.

Luego comentó que en el foro digital “tenemos una cápsula con el Potro Gutiérrez, campeón del mundo con un equipo juvenil, que explica precisamente cómo trabajar con lo imprevisto”, y citó una frase

muy elocuente: “Ideas sin acciones, son alucinaciones. Hay que estar preparado al cambio. Si te expulsan al lateral derecho, no vas a improvisar, es algo que ya trabajaste. Ya debiste preguntarte para prever el ajuste correspondiente: ¿Qué pasa si me expulsan al lateral derecho?”.



# Con La Fina siempre ganas



## La sal que conviene

COMER SANO TE CONVIENE

     SalLaFina

# Kellogg:

## Apuesta por Snacks

**H**oracio Porras, director de ventas de Kellogg de México destacó que, a pesar de las bases altas por la pandemia, en el presente año la empresa continuará capitalizando el crecimiento del canal de mayoreo

Este crecimiento -dijo- “viene de nuestras marcas líderes en el mercado y de las innovaciones que Kellogg ha desarrollado constantemente. Marcas como Pringles®, está creciendo a doble dígito en el mayoreo y en los formatos”.

El director de ventas, destacó el continuo fortalecimiento de la categoría de barras con un crecimiento a doble dígito en el canal mayorista. “Los recientes lanzamientos han ayudado a seguir posicionándonos dentro de la categoría. Hemos innovado y transformado marcas indulgentes de cereal lanzando al mercado nuestras barras de Kellogg’s Extra® postres y Extradelice”

Para el mayoreo, Kellogg plantea un desarrollo de formatos en la fuerza de venta y en los puntos de venta propios, impulsando y mejorando la experiencia de compra en sus autoservicios con planes de visibilidad, llevando la innovación y el portafolio adecuado, en estos puntos, para capitalizar las misiones de compra que se realizan en esas tiendas.

En la fuerza de ventas, “queremos unir esfuerzos para proveer mejores herramientas y así dar a nuestros clientes el mejor impulso al desarrollo de sus negocios y poner al alcance de los consumidores marcas que están deseando encontrar”.

Destacó la importancia del incremento en la distribución, con esfuerzos en conjunto para llevar a las marcas y categorías de Kellogg a zonas y ciudades lejanas, donde el mayoreo ha desarrollado cobertura.

En materia de innovación, la empresa busca estar presente en todas las ocasiones de consumo que suceden día con día; productos sin sellos, nuevas marcas, soluciones de empaque como Kellogg’s® Corn Flakes como corrugada ready to display, Cheez It®, portafolio de Pringles® regionalizado y el desarrollo de



la marca Kellogg’s Extra® expandiéndola a la categoría de snacks.

Con estudios de licenciatura y maestría en administración en finanzas y economía en Marshall University, Horacio Porras precisó que Kellogg está fortaleciendo todo su portafolio de alimentos -no solo de cereales- en snacks. Innovando y trayendo nuevas soluciones de botana salada Cheez It® y Crunch It® que son la apuesta para los próximos años. “Continuaremos potencializando la marca Pringles®, detrás de nuevos sabores relevantes para el paladar mexicano”

Explicó que la empresa ha tenido un crecimiento sólido en el segmento de snacks, al que se continuará apoyando; los de cereal han tomado mayor relevancia en los changarros y en los minisúpers atendidos por los mayoristas. “Dentro de nuestro portafolio contamos con



las barras infantiles -donde somos líderes- que son únicas en el mercado, así como la nueva propuesta de barras Kellogg's Extra® que ofrecen algo delicioso indulgente e innovador a los consumidores”.

Afirmó que Kellogg está comprometido con el crecimiento del canal de mayoreo, para lo que se ha creado una relación comercial asegurando tener categorías rentables. Se busca que el mayorista “siga confiando en nosotros para mejorar nuestra propuesta de valor”

Kellogg ha estado presente en México por más de 90 años, fabricando y comercializando más de 20 marcas.

Exporta alimentos desde México a mercados como Estados Unidos, Canadá, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Brasil y el Caribe. Y desde Toluca, Chile y Centroamérica.

En Querétaro se encuentran localizadas las oficinas regionales para Latinoamérica y las oficinas de operación de Kellogg México; También se cuenta con operación en Toluca, Mexicali y Linares.

La empresa en México cuenta con un portafolio de marcas reconocidas en todo el mundo que atiende a Cereales, Snacks Salados, y Productos congelados y Marcas tales como: Zucaritas®, Choco Krispis®, Pringles®, Cheez It® y Eggo®, entre otras.

## Mejores días

Nuestro fundador, W.K. Kellogg, creía que parte de dirigir un buen negocio era hacer el bien a la sociedad. Esta promesa ha guiado a nuestra empresa durante más de un siglo. Y sigue siendo una parte integral de nuestra visión y propósito hoy en día.

Desde 2019, hemos estado trabajando para alcanzar nuestro ambicioso objetivo de crear Mejores Días para 3,000 millones de personas en el mundo hacia finales de 2030. Hoy, estamos poniendo nuestro foco en una estrategia integral que contemple las áreas: ambiental, social y de gobernanza (ESG) que nos llevará a lograrlo.

Esa es nuestra estrategia integral llamada: **Promesa de Mejores Días de Kellogg's**, la cual tiene el objetivo de promover el acceso sostenible y equitativo a los alimentos abordando las áreas interconectadas del bienestar, el hambre, la sustentabilidad y la equidad, la diversidad y la inclusión.

A través de estas áreas de enfoque, contamos con compromisos claros hacia 2030:

- En **Bienestar**, nuestra meta es nutrir a 1 billón de personas a través de nuestros alimentos al brindarles los nutrientes necesarios y combatir el hambre.

- Sobre el combate al **Hambre**, tenemos el compromiso de alimentar a 375 millones de personas necesitadas a través de donación de alimentos, y de nutrir a través de programas de alimentación para la niñez.

- Sobre **Sustentabilidad**, estamos decididos a hacer que el 100% de nuestros empaques sean reusables, reciclables y compostables hacia el 2025; reducir emisiones de gases de efecto invernadero en un 45% hacia el 2030; a reducir el consumo de agua en nuestras instalaciones hasta en un 30% hacia el año 2030; a apoyar a 1 millón de agricultores globalmente; y a lograr globalmente el 100% de consumo de energía eléctrica de fuentes renovables para nuestras instalaciones hacia el 2050.

- Involucrar a 1,500 millones de personas en la defensa de un acceso sostenible y equitativo a los alimentos.

- Garantizar **La Equidad, Diversidad e Inclusión** en nuestra propia fuerza laboral. Esto incluye nuestros objetivos aspiracionales de paridad de género 50/50 a nivel gerencial para fines de 2025.

# Saba® la marca #1 en ventas\* para protección femenina,

buscando la mejor ecuación  
para tu negocio.

Saba® invisible®

# ¡Ahora 12 paquetes

con 10 toallas cada uno!

# ¡MENOR DESEMBOLSO POR CAJA!



Basada en datos reportados por Consejo de Comercios ISCAM  
para el Mercado Minorista de Alimentos al cierre del mes de dic 2021

HIGIENE ES SALUD  
essity



# Tarjetas

## de un solo uso, la tendencia

Roberto Fuentes Vivar

**D**esde hace varios años persiste entre los principales analistas financieros y expertos en materia comercial una especie de advertencia: si los bancos no voltean a ver a sectores específicos, como el de los abarroteros, van a ser desplazados por los nuevos jugadores que incluso utilizan dinero de criptomonedas para otorgar préstamos en pesos a la medida de cada establecimiento.

La forma acelerada en que crece la tecnología de manera cotidiana ha cambiado las formas de financiamiento para todos los sectores: los industriales requieren créditos a largo plazo para adquirir bienes de capital, mientras que por ejemplo los comerciantes necesitan liquidez inmediata a veces solo por un día.

En este sentido, el economista mexicano Oswaldo Reyes Corona -quien ha dictado más de mil 600 conferencias para empresas de Estados Unidos, Europa, China, la India o Dubai- considera que la economía en su conjunto debe cambiar de raíz, pues estábamos acostumbrados a patrones ya establecidos que en este momento han sido superados por lo realidad.

Por ejemplo, explica el único doctorado honoris causa por la Organización de las Naciones Unidas en Viena, Austria, que en materia de financiamiento privado los grandes bancos e instituciones financieras (tanto globales como nacionales) se han estancado en nichos de mercado convencionales, pero no se han dado cuenta de que el verdadero negocio está en los sectores que no atienden.

Uno de estos sectores es el de los abarroteros que, por sus propias características no han sido atendidos con financiamiento a su medida, “pues ahí encontramos más de un millón de negocios en los que hay de todo: desde los muy pequeños que se encuentran en lugares muy apartados y tienen requerimientos financieros muy específicos, hasta grandes cadenas de abarrotes que cuentan con una tecnología de punta y que incluso pueden servir como financistas de pequeños abarrotes”.

Lo principal, explica Reyes Corona, es que todos los actores de la economía se den cuenta de que existe una nueva realidad, que no siempre es reflejada en las estadísticas actuales y recuerda por ejemplo que en materia de crédito hipotecario los bancos estaban enfocados a viviendas donde el deudor tiene que pagar 25 o 30 mil pesos mensuales, lo cual es ➤

Tarjetas de un solo uso, la tendencia un mercado tan pequeño que puede saturarse rápidamente. Incluso explica que Banorte se dio cuenta de que los pagos que pueden abonar cada mes los adquirientes de vivienda son de siete a ocho mil pesos mensuales y no el triple, como se consideraba en estudios anteriores.

En materia de abarrotes, sucede lo mismo, pues es un mercado tan amplio que incluye probablemente a muchas tiendas de la esquina que operan casi en la informalidad y que necesitan pequeños créditos a la palabra para solucionar problemas de liquidez inmediata, como adquirir una mercancía que van a vender en la misma semana.

Estos comerciantes que merecen todo nuestro respeto, en ocasiones carecen de las posibilidades de realizar todo el papeleo que se solicita en los bancos o en las financieras tradicionales y por eso están acudiendo cada vez más a aplicaciones que les solucionan sus problemas de liquidez.

Se trata de una especie de guerra entre David y Goliath, en la que el David es el pequeño prestamista que tiene dinero para financiar a microempresarios y los grandes bancos que cuentan con billones (más de cinco billones listos, de acuerdo con las estadísticas más recientes de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y de la Asociación de Bancos e México) para prestar, pero no atienden a los microempresarios, porque no los conocen.

Reyes Corona ha estudiado por ejemplo el caso de los microempresarios africanos en donde les ofrecen créditos a la palabra, concretamente sin garantías, pero tienen una cartera vencida nula, mucho menor de la que tenemos en México.

Uno de los puntos interesantes en la entrevista de **Así es esto del Abarrote** con Reyes Corona, es que dice que muchas de las financieras alternativas que están ofreciendo créditos a las tiendas de abarrotes o a otras microempresas para solucionar sus problemas de liquidez provienen del dinero de las criptomonedas, lo cual resulta un fenómeno interesante, pues de lo más moderno de la tecnología se están atendiendo las necesidades de quienes han sido olvidados por siempre.



**Oswaldo Reyes Corona, doctor honoris causa por la ONU.**

### **La tarjeta de un solo uso**

Desde luego no todas las aplicaciones (apps) se financian con criptomonedas, pues hay unas fondeadas incluso con recursos públicos, pero lo importante es que han dado pasos concretos para remediar los requerimientos financieros de las empresas con productos muy específicos.

Uno de estos productos que puede ser de gran ayuda para abarroteros, es la tarjeta virtual Buy Now, Pay Later (compre ahora pague después), que en su versión de un solo uso se ha convertido en la última tendencia entre fintech y entidades financieras para minimizar las dificultades asociadas a la integración de miles de comercios.



**NUEVO**  
**12 pack**

**\$99.00\***



**¡QUE NO FALTEN**  
**EN TU NEGOCIO!**

\*Precio sugerido por el fabricante. \*Precio por caja.

©Marcas propiedad de Société des Produits Nestlé S.A., Vevey, Suiza. NÚMERO DE AUTORIZACIÓN: A-0006-418, A-0006-355.

**PURINA**

Your Pet, Our Passion.



Estas tarjetas se posicionan como un mecanismo adicional a la integración tradicional, permitiendo comprar en cualquier comercio online y activar el pago aplazado sin ningún tipo de integración con el comercio.

Minsait Payments, la filial de medios de pago de Minsait, una compañía de Indra, ha analizado la adopción del Buy Now, Pay Later en México y explica que, pese a la rápida evolución de esta opción de pago y financiación alternativa a nivel global, en Latinoamérica todavía se encuentra en una fase incipiente, en México: 31 por ciento la conocen y sólo 15 por ciento lo utiliza.

El XI Informe de Tendencias en Medios de Pago de Minsait Payments señala que se espera que la adopción de pagos BNPL en Latinoamérica registre un crecimiento de 40.2 por ciento durante 2022-2028, pasando de cuatro mil 757 millones de dólares en 2021 a 69 mil 752 millones en 2028, respaldado por una mayor penetración del comercio electrónico y una progresiva adopción entre no bancarizados que buscan un método de pago para acceder al crédito.

Esta tarjeta ha ganado popularidad entre los consumidores y los comercios de todo tipo, al permitir aplazar o escalar el pago de un producto en el momento

de la compra y sin intereses, evaluando la solvencia del cliente por un pequeño importe, en tiempo real.

Con este producto, los consumidores (que pueden ser por ejemplo los pequeños abarroteros que necesitan adquirir una mercancía urgente) disponen de tarjetas de crédito, buscan en el BNPL la conveniencia de un crédito transparente y sin intereses, perfectamente integrado en el momento y la experiencia de compra y con un enfoque nativo digital.

Para los consumidores que sólo tienen tarjeta de débito, o incluso no poseen aún tarjeta alguna, el BNPL representa una oportunidad de repartir el pago de la compra de forma muy sencilla y rápida, algo a lo que antes no tenían acceso alguno.

De hecho, el XI Informe de Tendencias en Medios de Pago, Minsait Payments considera que se ha intensificado la competencia de tarjetas virtuales de un solo uso bajo el esquema de compre ahora pague después, pues cada vez son más las grandes tecnológicas, plataformas de comercio electrónico y fintechs que los incorporan en su propuesta de valor. Es el caso de Apple, que ha anunciado recientemente la incorporación de su nueva funcionalidad Apple Pay Later en su billetera >

# CUMPLIMOS 60 AÑOS LLEVANDO LA SAZÓN DE MÉXICO AL MUNDO.



Celebra con nosotros en Expo ANAM. ¡TE ESPERAMOS EN NUESTRO STAND!

COME BIEN



LA GRAN COCINA MEXICANA **SABE.**



digital, y que se suma a otras tecnológicas como PayPal o Amazon que también permiten a sus clientes estos pagos flexibles.

### **Fintechs manejan 140 mi mdd**

Es precisamente esta alternativa interesante al uso de la tarjeta de crédito entre quienes no tienen acceso al crédito, o simplemente no están interesados, la que está centrando los esfuerzos de los proveedores de BNPL locales. Ante este potencial crecimiento, se espera que proveedores globales de BNPL se expandan al mercado latinoamericano a corto-medio plazo, tal y como ya ha ocurrido con Zip, la firma australiana que comenzó a operar en México en septiembre de 2021.

La todavía poca diferenciación entre las empresas proveedoras de estos servicios, cuyo modelo se basa esencialmente en poder dividir los pagos en partes iguales y la posibilidad de pagar más tarde, está provocando que muchas de ellas busquen la diferenciación a través de la entrada en nuevos espacios como el sector travel, seguros, o el comercio B2B.

Algunas dan un paso más allá y comienzan a explorar la compatibilidad de la tecnología blockchain y las criptomonedas con el sistema BNPL.

De hecho, el estudio de Minsait coincide con el economista Reyes Corona, en el sentido de que la banca se encuentra en un momento en el que debe actuar con rapidez para no arriesgarse a que los proveedores locales y globales de servicios BNPL se apropien de un negocio: el

financiamiento, que generalmente ha estado en sus manos.

Para Mauricio González, director comercial Sector Financiero para SAS México, las inversiones en esta industria de las Fintech durante el año pasado a escala global llegaron a la marca de los 140 mil millones de dólares; Fintech Radar, por su parte, reporta que el número de estas instituciones en México creció 16 por ciento para totalizar 512.

De hecho, el Banco de México trabaja en esta nueva versión de este sistema de pagos electrónicos interbancarios. Se estima que el número de operaciones pudiera elevarse 52 por ciento en 2022, después de que en 2021 registrara un incremento del 63 por ciento.

González considera que hay un nuevo motor económico en México que sugiere que la digitalización ayudará a impulsar los mercados financieros que darán paso al crecimiento y reducción de la desigualdad.

En este sentido, están precisamente las tarjetas de un solo uso y otras opciones más como las que detallaron Salim Bitar Villanueva, vicepresidente de Pequeñas y Medianas Empresas y Juan Ricardo García Aguífiga, consultor de Negocios Mayoristas, ambos de American Express a esta revista, cuando se anunció un acuerdo para que esa tarjeta financie operaciones en apoyo a los abarroteros.

Los abarrotes son parte de una realidad financiera que apenas comienza tomarse en cuenta para el futuro del país.



# Una tienda de abarrotes huele y sabe a

# vainilla



Roberto Fuentes Vivar

**C**uando los antiguos habitantes del Totonacapan traían sus productos a la Plaza Mayor o al mercado de Tlatelolco nunca se imaginaron que 800 años después su producto sería uno de los principales insumos de la marca más universal del planeta.

Tampoco llegaron a pensar que ese producto sería tan universal y tan valioso que un kilogramo puede alcanzar la cifra de 600 dólares, casi 10 veces más que el de uno de los alimentos más sofisticados del mundo, la langosta.

Ese producto, llamado vainilla o xanath, nació en México, se domesticó en México, pero México lo perdió y hoy, de acuerdo con el documento Planeación Agrícola Nacional 2017-2030 solo representa 0.007 del Producto Interno Bruto (PIB) agrícola nacional y 0.0008 del PIB industrial.

Y para colmo, México ya no figura entre los principales productores del mundo, pues ha sido desplazado por los países africanos, como Madagascar.

Pero eso sí, la vainilla está presente en todas y cada una de las tiendas de abarrotes, ya sea como extracto, como

saborizante o simplemente como insumo para elaborar el producto icónico del siglo XX (y del XXI, si se toma en cuenta los productos tangibles y no los cibernéticos): la Coca-Cola.

## Producción, mal y de malas

El año pasado, en plena pandemia, cooperativas productoras de vainilla en la región de Papantla se quejaban de que el paso del huracán Grace mermó en 50 por ciento la producción en la zona norte del estado de Veracruz, principalmente por el derribe de flores causado por los fuertes vientos.

Ellos, los herederos de los primeros productores de vainilla a nivel mundial, reprochaban que además de la pandemia y de los huracanes, tienen que enfrentarse a los productos artificiales que abaratan hasta 15 veces el costo frente al producto natural, por lo que han inundado el mercado de los saborizantes y aromatizantes para la perfumería.

De hecho, de acuerdo con estudios realizados por el Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias (INIFAP) la superficie del cultivo en

## Una tienda de abarrotes huele y sabe a vainilla

territorio mexicano se estima en mil hectáreas y cuatro mil productores, de los cuales 70 a 80 por ciento están ubicados en Veracruz.

Juan Hernández, investigador de ese instituto asegura que “en la última década, la producción de México no impacta en el ámbito internacional y aporta menos de 20 toneladas de vainilla beneficiada para exportación, ni siquiera uno por ciento del total mundial”.

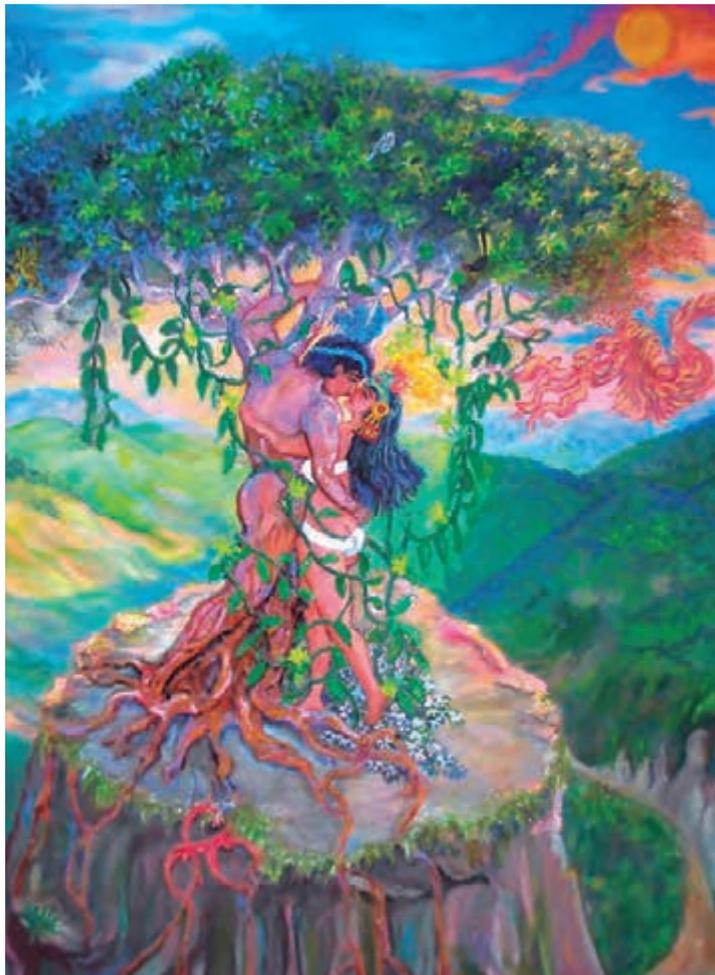
A pesar de que a nivel internacional la vainilla pura alcanza precios tan altos, mayores que la mayoría de los productos agropecuarios, muchos de los productores no pueden subsistir con los ingresos que perciben, a pesar de que han aumentado considerablemente en este sexenio a través de los programas sociales.

Por eso cientos de ellos han tenido que cambiar los cultivos o simplemente abandonar la región papantleca para buscar trabajo en otras partes del país o en el extranjero, además de que son asediados por bandas que se dedican al robo de la vainilla natural para venderla en el mercado ilegal.

Si bien es cierto que la vainilla mexicana, como producto oriundo del país, es bien aceptado por compradores como Francia, Japón, Alemania y Estados Unidos, por su alta calidad, ya ni siquiera somos autosuficientes en su producción,

“Según estimaciones de los comercializadores, existe un déficit de 100 toneladas de vainilla beneficiada de México para abastecer a ciertas industrias y comercializadores de los países señalados, que prefieren la vainilla mexicana por su calidad y aroma diferente al de otros orígenes”, señala el experto del INIFAP.

De hecho, este organismo ha diseñado un sistema para producir de manera intensiva, que mejora la producción y rentabilidad del cultivo. “Comparado con el método tradicional, con el que se cosecha 200 kilos de vainilla por



hectárea, el nuestro logra una tonelada y media en la misma superficie. Esto permite al agricultor generar 600 por ciento más productividad en su cultivo”.

Por el momento, México exporta 95 por ciento de su producción y solo cinco por ciento es destinado al mercado nacional, donde se utiliza para la elaboración de extractos y artesanías. En éstas últimas se puede vender el precio a un valor más cercano a la realidad.

De hecho, los mayores productores de vainilla en el mundo son Indonesia con 34.9 por ciento, Madagascar con 31.8 por ciento, China con 11.6 por ciento y Papúa Nueva Guinea con 6.9 por ciento, México está muy debajo.

### La vainilla huele a sexo

Cuenta la leyenda: “Éranse una vez unos reyes en un pueblo mexicano, concretamente de Totonacapan, que veneraban a sus dioses construyendo templos. Entre ellos estaba Tonacayohua, la diosa de la siembra, del pan y de los alimentos, a la que servían doce jóvenes haciendo votos de castidad”.

“Uno de los reyes de este pueblo, Teniztli, consagró a su hija Tzacopontziza, Lucero del Alba al culto de la diosa de la siembra. Pero pasó el tiempo y el príncipe Zkotan-Oxga, Joven Venado se enamoró apasionadamente de la princesa.

A pesar de saber que el sacrilegio estaba penado con el degüello, el Joven Venado raptó a su enamorada Lucero del Alba. La historia de los jóvenes duró poco porque los sacerdotes los descubrieron, y fueron degollados y sus corazones entregados como ofrenda a la diosa.

En el lugar donde se produjo el sacrificio brotó un arbusto y junto al tallo comenzó a crecer una orquídea trepadora con elegantes hojas, que parecían los brazos amorosos de una mujer reposando en el seno de su amado. Al poco tiempo la planta se empezó a cubrir también de pequeñas flores que desprendían un delicado aroma. ➤

La **mejor opción**  
para tu **negocio** 🌟



*María Milagrós*

¡El **Gigante**  
de los  
**milagrós!**

## Una tienda de abarrotes huele y sabe a vainilla

De boca en boca corría la voz en el pueblo de que la sangre de los príncipes se había transformado en arbusto y que sus florecillas en orquídeas de exquisito perfume. "El alma de la inocente Lucero del Alba se difunde por todos los rincones con la fragancia que desprende esta planta", decían. Es en este momento cuando la orquídea fue declarada planta sagrada y empezó a ofrecerse como ofrenda divina.

Y como cuenta la leyenda, de la sangre de una princesa, nació la vainilla.

La vainilla que en Totonaco significa flor recóndita



tiene una forma de reproducción muy especial que fue recogida en documento añejo: "en 1841 un esclavo de doce años llamado Edmond Albius encontró el secreto de la reproducción asistida (de la vainilla). Debido a la estructura de la flor, sin la mano del hombre la flor no puede ser fecundada, hay una pequeña lengüeta que impide la comunicación entre los órganos masculino y femenino, por ello el plantador debe manipular las flores una por una, con la ayuda bien de un palito de bambú, vara de limonero o una aguja, levanta la lengüeta liberando el

polen después se presiona la flor para que se efectúe la fecundación, esto unido al curado de las plantas limita la producción de la cosecha mundial y encarece los precios notablemente, lo que provocó la creación de sucedáneos e imitaciones.

Es decir que, al igual que en el sexo, en la vainilla, se tiene que realizar toda una liturgia manual o humana para poder obtener la reproducción. Por eso es tan cara, porque además de su característico aroma, también puede oler a sexo, asociado con su reproducción,

Desde luego, sus propiedades son muy heterogéneas, pues esta planta es utilizada en Veracruz e Hidalgo para contrarrestar la fiebre y aliviar el dolor de vientre. El cocimiento de su fruto empleado como té también es recomendado como eficaz diurético. Es estimulante y reconocida contra malestares del estómago. Esta especie ha sido usada desde la Colonia, existen testimonios que nos hablan del empleo de las vainas disueltas en agua como diurético; mezcladas con otras plantas también han sido utilizadas para la menstruación, acelerar el parto, disipar tumores y fortalecer el cerebro; asimismo han servido como remedio contra las picaduras de animales ponzoñosos

En síntesis, es una planta trepadora de tallo cilíndrico y carnoso, tiene raíces adventicias, hojas alternas alargadas, carnosas y brillantes. Posee flores de color blanco amarillento y su fruto es una cápsula parecida a una vaina linear, con semillas numerosas y casi microscópicas. Es originaria de México y habita en climas cálido y semicálido y se asocia a la selva tropical perennifolia y bosque de encino.

### De Papantla a las islas Reunión

La Xanath crece en los bosques tropicales de la región totonaca en grandes cantidades como vainilla inodora y fue aclimatada en la isla de Reunión hacia 1820 sin ningún resultado comercial. Sin embargo, la vainilla pompona se aclimató muy bien en las Antillas, el perfume de esta variedad es ligeramente almizclado, totalmente distinto al de la vainilla clásica. En la isla de Tahití, se desarrolló la variedad vainilla tahitensis que presenta un sabor más cercano al anís y a la pimienta.

La vainilla fragans u olorosa permitió, mediante la polinización de insectos y aves, que México fuera el



principal productor de vainilla del mundo ya que los trasplantes de vainilla a otros lugares del mundo no conseguían arraigar y dar fruto, pero los esquejes de la planta fueron llevados a la isla de Reunión y desde allí a Madagascar, y a otros países.

El proceso de la elaboración de vainilla es largo: los aztecas fueron los primeros que hicieron sudar y secar alternativamente para formar la vainillina o cristales blancos. Ahora, los recolectores extraen los frutos maduros echándolos en agua hirviendo o poniéndolos a una exposición solar fuerte, a continuación, se introducen en cajas o barriles forrados con lana con el fin de que transpiren y exuden el agua que contienen, este proceso dura unos dos días. Después son secadas al sol produciéndose una fermentación que le da el característico color marrón oscuro, esto le hace conseguir la fuerza aromática característica de la vainilla.

Finalmente, para que la planta afine sus propiedades se extiende bien sobre bateas en cobertizos ventilados hasta que están secas para ser clasificadas y embaladas o bien son depositadas en el interior de baúles de madera colocados en un lugar bien ventilado, este proceso dura entre seis y ocho meses. Cuando está seca la vainilla produce una especie de escarcha compuesta por finos cristales de vainillina o aldehído aromático. Se da la circunstancia entre los operarios de la vainilla que su olor es tan fuerte y concentrado en grandes dosis que produce una enfermedad: el vainillismo cuyo cuadro consiste en cefaleas, fatiga y reacciones alérgicas cutáneas en la cara cuello y manos.

En México hay varios experimentos para producir vainilla, no solo en Papantla, sino en Martínez de la Torre, también en Veracruz y en otras partes del país

como Marqués de Comillas, en Chiapas. Incluso hay en Veracruz una la Ley de Fomento y Protección de la Vainilla, mediante el cual se busca regular la producción.

### **Coca Cola, la gran compradora**

El mercado de la vainilla natural es variado: pastelerías, fábricas de refrescos, industrias del helado, consumo casero, confección de bebidas y licores, industria de la perfumería y del embellecimiento físico y muchos otros.

En México el mayor comprador de vainas de vainilla es Coca Cola Company que adquiere el fruto beneficiado en Papantla y procesa directamente las negras vainas para hacer el extracto que emplea en sus concentrados para hacer los refrescos que producen Fomento Económico Mexicano y otras distribuidoras.

Lamentablemente el producto natural no puede competir con los artificiales: según el estudio “Los mitos de la biotecnología agrícola: algunas consideraciones éticas” de Miguel A. Altiri, catedrático de la Universidad de California, Berkeley, Estados Unidos, “aproximadamente 70 mil agricultores productores de vainilla en Madagascar quedaron en la ruina cuando una firma de Texas produjo vainilla en sus laboratorios de biotecnología”.

Pero quizá lo más importante es que la vainilla está presente en cada uno de los abarrotes mexicanos, no sólo en La Coca-Cola, sino en muchos otros como galletas, helados, dulces, extractos, productos de higiene personal, saborizantes y pastelillos, con lo que se honra a los antiguos habitantes del Totonacapan.

Puede afirmarse que abarrote sin vainilla no huele a tienda.



**LO MÁS BUENO ES FRESCO,  
LO MÁS FRESCO ES RICO,  
LO MÁS RICO ES TUNY.**



*Lo tuyo es* **Tuny**

**COME BIEN. IMAGEN ILUSTRATIVA**

# Megacapitalismo

Romeo Valentín Maldonado

**A**unque riqueza y poder político han estado siempre asociados, la evolución de las sociedades modernas hacia la democracia ha hecho más complejo el entramado en el que la influencia de los poderosos se expresa en el ejercicio de los gobiernos. Emperadores, monarcas, papas o dictadores, a lo largo de la historia, han estado al frente de guerras de conquista y con ello amasado grandes fortunas convertidas en patrimonios familiares; sin embargo, con el nacimiento del Estado moderno y los sistemas republicano-democráticos, se han creado instituciones intermediarias mediante las cuales los inmensamente ricos ejercen su influencia sin necesidad de tener de manera directa el gobierno.

Después de la segunda guerra mundial, a mediados del Siglo XX, la hegemonía militar, económica y política en el mundo occidental la tuvo Estados Unidos frente al bloque soviético y la China de Mao. El poderío industrial, bélico y financiero del capitalismo, giró desde entonces en torno a las directrices surgidas en Washington.

En 1956 el sociólogo estadounidense Wright Mills, en su libro *La élite del poder*, desarrolla la tesis de una poderosa élite industrial estadounidense que ejerce el dominio sobre la economía, el aparato militar y el gobierno. Un sistema en el que se fusionan las grandes empresas con la maquinaria del Estado, para recrear, mediante la educación y el sistema cultural, un medio efectivo para ejercer su dominio sobre la sociedad y el destino del sistema capitalista mundial.

Siguiendo esa tesis, el dominio se extiende mediante instituciones internacionales: el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional (FMI), la OTAN, la Organización Mundial del Turismo (OMT), el G7 y el G20, entre muchas



otras. Es a través de esos organismos y redes que se condicionan políticas de los Estados nacionales.

Es así como en la actualidad -y cada vez en mayor medida- las grandes fortunas, aunque se identifican con individuos, forman parte de consorcios transnacionales que ejercen un poder global. Es el poder que actualmente está en disputa y se expresa en guerras comerciales y guerras reales, como la de Ucrania. Lo notorio es que están cambiando las reglas que hasta hace poco eran impuestas por el poder hegemónico de los Estados Unidos y sus aliados. Potencias como Rusia ➤



alpura®

Irresistible.  
Este jocho es

la pura  
crema



Comparte tus creaciones con

**#PonlePasión**

LA LECHE ES FUENTE DE PROTEÍNA

y China participan también del engranaje productivo y financiero global capitalista, cada vez con mayor capacidad de negociación e influencia.

Aunque los todopoderosos mega empresarios estadounidenses, siguen figurando en los primeros lugares de las listas de las inmensas fortunas mundiales, sus capitales están cada vez más interconectados con otros núcleos de poder económico, como los asiáticos.

De acuerdo con el Dr. Peter Phillips, catedrático de Sociología en la Sonoma State University, en su libro *Megacapitalistas. La élite que domina el dinero y el mundo*, son diecisiete gigantes financieros globales los manejan colectivamente más de 41,1 billones de dólares en una red entrelazada en todo el planeta. Esos gigantes invierten en centenares de empresas de inversiones, controladas por muy pocos individuos.

En 2016, Oxfam Internacional publicó la lista de las 62 personas que concentraban la mitad de la riqueza mundial. Un año más tarde la lista de esa organización se había reducido a ocho nombres, que concentraban la misma proporción de riqueza.

Para Forbes los seis multimillonarios más destacados de 2017, fueron Bill Gates (Estados Unidos, 88.800 millones de dólares); Amancio Ortega (España, 84.600 millones); Jeff Bezos (Estados Unidos, 82.200 millones); Warren Buffett (Estados Unidos, 76.200 millones); Mark Zuckerberg (Estados Unidos, 56.000 millones) y Carlos Slim Helú (México, 54.500 millones). Sólo cuatro años después el orden de la lista varió y algunos salieron del top de los 10 primeros lugares, entre ellos el mexicano Carlos Slim, aunque se agregaron otros como el francés Bernard Arnoult, magnate del consorcio LVMH -que agrupa marcas de licores, como Moët & Chandon, y de moda como Louis Vuitton y Givenchy- o el hindú Mukesh Ambani, con una riqueza de 90.7 mil millones de dólares proveniente de inversiones diversificadas.

Son las fortunas en la cúpula de una pirámide que forman no más de 400 personas que gestionan, controlan y formulan políticas transnacionales que cada vez encuentran mayores contrapesos a la hegemonía



estadounidense, a pesar de que los mayores capitales están en manos de ciudadanos de ese país.

El entrelazamiento global crea codependencias múltiples. La tecnología informática, el conocimiento y la innovación tecnológica son las nuevas fuentes de capital. Si consideramos que cuatro economías asiáticas producen el 72% de todos los microcircuitos que se fabrican en el mundo (Taiwán 20, Sudcorea 19, Japón 17 y China 16) entenderemos las dificultades para el desarrollo independiente de la industria de la computación, de la moderna industria automotriz con base en electricidad, de la industria aeroespacial, sin la participación de los "tigres asiáticos", más aún cuando EU y Europa apenas producen el 21% de esa tecnología.

En una realidad mundial interconectada y enormemente desigual, las élites globales del poder tienen la mayor responsabilidad para corregir la enorme concentración, las distorsiones de los mercados y, en general, crear las condiciones que permitan la sustentabilidad de la vida en la tierra, sin que haya una grave agitación social, guerras y caos.



Experimenta  
EL NUEVO

**PURINA**  
**Beneful**  
LA FELICIDAD DEL AHORA



Disfruta la felicidad  
**DE VER CRECER**  
**TU NEGOCIO**

¡Escanea y  
descubre!



**✓ SIN**  
**COLORANTES**  
**NI SABORIZANTES**  
**ARTIFICIALES**

MARCAS PROPIEDAD DE SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A., VEVEY, SUIZA. AUTORIZACIÓN A-0006-489, A-0006-365

# Sin maíz no hay país...

## Ni abarrotes



**H**ace más de siete mil años, los antiguos habitantes de lo que hoy es Tehuacán, Puebla, lograron domesticar una planta que antes era silvestre: el maíz.

Su hazaña logró crear un mercado incipiente de alimentos en las civilizaciones mesoamericanas, pero creó el grano más consumido y producido hoy en el mundo, más que el trigo (domesticado hace 11 mil años en Egipto y Mesopotamia) y el arroz (cultivado por primera vez en China hace 10 mil años).

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO) y con fuentes privadas (como Mc Cormick), de la cosecha mundial de granos (dos mil 800 toneladas), el maíz ocupa el primer lugar con mil 100 millones de toneladas, seguido por el trigo con 750 millones de toneladas y el arroz con 500 millones de toneladas.

Lamentablemente, el comercio mundial de granos ha caído en una escalada de precios altos por la pandemia de Coronavirus (que frenó o redujo la producción por el confinamiento) y la guerra de Ucrania, aunado a que, para alimentar a todo el mundo, se requieren por lo menos mil millones de toneladas más de producción de granos.

El informe más reciente de la FAO señala: “Sobre la base de las estimaciones acerca de la producción y la utilización mundial de cereales, se calcula que las reservas de cereales al final de las campañas de 2022 aumentarán por encima de sus niveles de apertura, pero se mantendrán por debajo de los niveles récord alcanzados en 2018/19. El comercio mundial de cereales en 2021/22 se estima por debajo del nivel récord de 2020/21, sobre todo debido a la caída prevista del comercio mundial de maíz y a los efectos de las perturbaciones causadas por la guerra en Ucrania. En lo que respecta a la campaña 2022/23, las perspectivas iniciales para la producción de cereales en 2022 apuntan a un probable descenso, que representaría la primera disminución en cuatro años. Sobre la base de la situación de los cultivos ya plantados y las intenciones de siembra en relación con los que todavía deben plantarse, se prevé que la producción mundial de cereales caiga hasta dos mil 784 millones de toneladas (incluido el arroz elaborado), lo que supone un descenso de 16 millones de toneladas respecto de la producción récord estimada para 2021. Entre los cereales principales, se prevé que el maíz sufra la mayor disminución, seguido del trigo y el arroz. Por el contrario, es probable que la producción mundial de cebada y sorgo aumente en 2022, lo que representaría una >



recuperación parcial desde el nivel reducido de 2021 en el caso de la cebada y el nivel de producción más elevado desde 2016 en el caso del sorgo”.

Dentro de este contexto una de las situaciones más graves es que dos de los países que se consideran los padres de los principales granos que se consumen en el mundo, se han convertido (por las consecuencias de la globalización) en los principales importadores de los cereales que domesticaron hace miles de años.

Egipto (cuya civilización dio origen a la expansión global del trigo) es el principal importador de ese grano y por la imposibilidad de adquirirlo, tras el cierre de algunas fronteras al comercio, podría sufrir estallidos sociales ante un probable desabasto.

Por otra parte, México, país de donde es oriundo el maíz, es el principal importador del grano y por las turbulencias del mercado no solo es el primer comprador en los mercados internacionales, sino que en 2021, uno de cada tres dólares que gastó el país en la adquisición foránea de granos se destinó a maíz, pues de 15 mil millones de dólares desembolsados, cinco mil 52 fueron para ese grano. Según la Bolsa de Chicago, en 2021 el precio internacional del maíz se encareció 23 por ciento, lo que provocó que el kilo de tortilla, alimento base de la población, pasará de 15 a 18 pesos en promedio. Y este año, la carestía y las importaciones se han incrementado, al grado de que la tortilla se ubica arriba de 20 pesos por kilo.

### 200 kilos por habitante

De acuerdo con un documento del gobierno mexicano (Planeación Agrícola Nacional a 2030, elaborado por la Secretaría de Agricultura), el consumo por habitante es de 196.4 kilos de maíz por año, por lo que representa 20.9 por ciento del gasto total de las familias en alimentos y bebidas.

Pero lo interesante es que el maíz no solo lo consumimos los mexicanos en la Vitamina T (tortillas, tacos, tlayudas, tamales, tlacoyos y otros alimentos de consumo popular), sino que, de acuerdo con investigaciones universitarias, gubernamentales y privadas, existen más de cuatro mil usos del maíz, muchos de los cuales la mayoría de los ciudadanos desconocen.

En México se han identificado como mínimo 600 formas de preparar el maíz para consumirlo (como alimento) y entre ellas están: tortillas, tamales, corundas, sopos, huaraches, memelas, peneques, picadas, salbutes, panuchos, molotes, quesadillas, tostadas, tacos, tlacoyos y otros antojitos.

Incluso el SIAP (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera) señala que se han encontrado más de cuatro mil productos derivados del maíz, como el jarabe, el aceite, la harina, la fécula, endulzante en jugos o refrescos, pintura, el papel, la pasta de dientes, y hasta los cosméticos.

De acuerdo con el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) en ese país se encuentran más de mil productos derivados total o parcialmente del maíz ➤



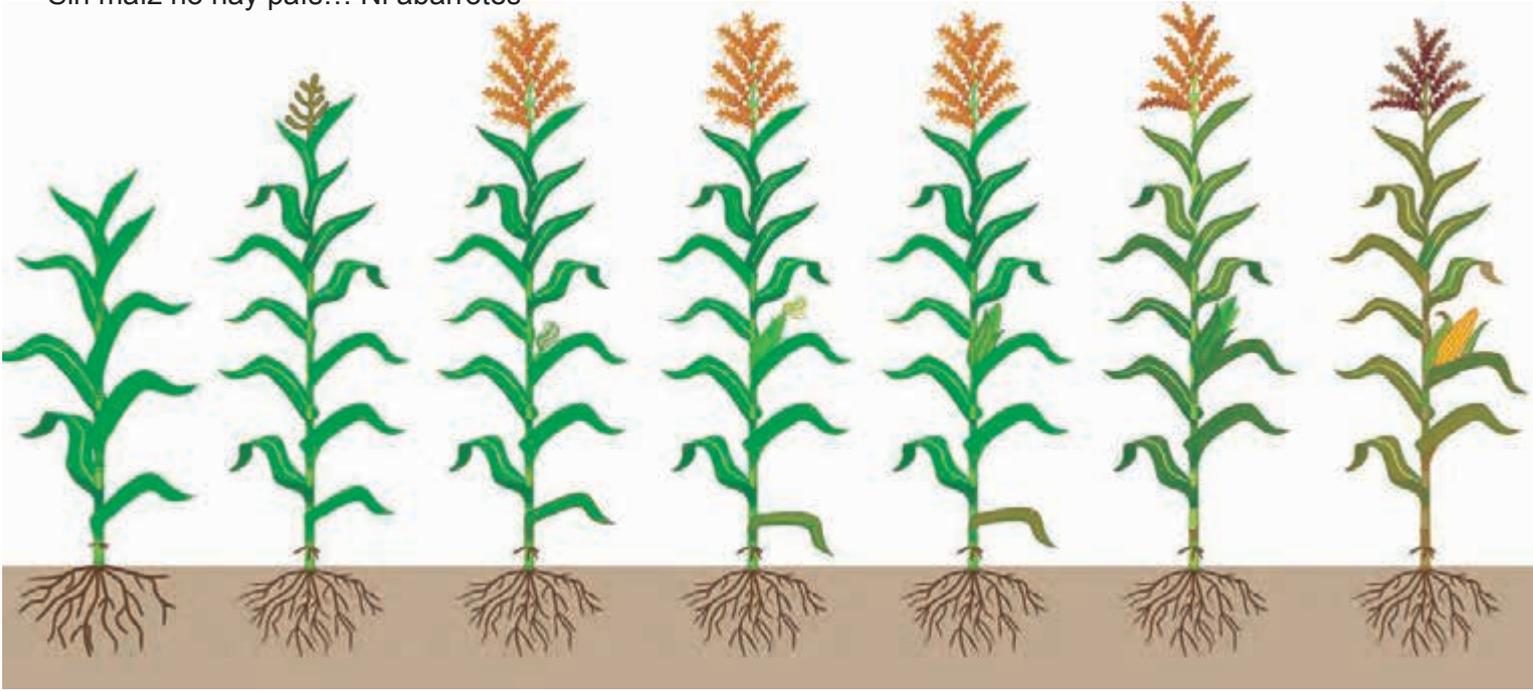
EDICIÓN LIMITADA

# LAS MARCAS DE MAYOR CRECIMIENTO\* TU MEJOR SELECCIÓN.



\*Fuente: Iscam, Alimento seco para perro y gato, RY Junio 2022, Valor.  
\*Marcas registradas. Números de Autorización: A-0544-417, A-0544-390 y A-0544-351.

Sin maíz no hay país... Ni abarrotes



como tortillas, harinas de maíz, masa, varios bocadillos, cereales para el desayuno, espesantes, pastas, jarabes, endulzantes, aceite de maíz, bebidas sin alcohol, cerveza y güisqui, alimentos humanos o para los animales domésticos y productos industriales.

### El maíz en los abarrotes

Precisamente muchos de estos cuatro mil productos de los que habla el SIAP y de los mil que menciona la USDA, se encuentran físicamente en las tiendas de abarrotes.

Los abarrotes no solo venden tortillas (generalmente empacadas, aunque en muchos se expenden las del día que se hacen en tortillerías cercanas), elaboradas por grandes empresas como Gruma, Bimbo o algunas emergentes como Ochoa que ha conquistado el mercado de la capital del país.

También venden subproductos de las tortillas como las tostadas que sirven para hacer chilaquiles o para comer como botanas o simplemente como base para ponerles encima frijoles, crema y otros ingredientes y consumirlas de manera directa.

Otros productos derivados del maíz están en los anaqueles donde exponen las botanas, Ahí hay cientos de productos elaborados con maíz (churritos, frituras.), palomitas (ya elaboradas o para poner el microondas y apaciguar el hambre o para disfrutar una película en casa, ahora que la televisión por cable, satélite o por aplicaciones ha crecido vertiginosamente) y en algunos abarrotes hay hasta granos de maíz tostados para comer como los antiguos flaxcales (una de las versiones de este dulce típico es que se trataba de granos de maíz

endulzados que se comían directamente. La otra es que se trata de panes dulces).

En los refrigeradores hay decenas de refrescos (la mayoría) que contienen alta fructosa de maíz (cuya importación de Estados Unidos ha ocasionado varios conflictos por las quejas de los azucareros mexicanos) como endulzante, sustituyendo al producto tradicional de la



TU VIDA MÁS SALUDABLE CON

**Splenda**<sup>®</sup>  
ENDULZANTE



SPLENDA<sup>®</sup> PRESENTA TU VIDA MÁS SALUDABLE PRODUCCIÓN ORIGINAL PRODUCTOR Y DIRECTOR

UNA PRODUCCIÓN  
CON MEJOR SABOR, SIN CALORÍAS Y AVALADA POR EXPERTOS

¡BÚSCALO CON TU MAYORISTA FAVORITO!

#FelizHoySaludableMañana

splenda.la |    



Una minuciosa investigación, realizada por el Instituto Nacional de Ecología, señala que “los usos del maíz se han descrito en los Códices Florentino y Mendocino. En el código Florentino se muestra al maíz como una planta de uso integral por el aprovechamiento de varias de sus estructuras en diferentes etapas fenológicas. Aquí se plasman los usos alimenticio, medicinal, forrajero, combustible, ceremonial y tributario, además del uso pelo de elote y granos rojos como medicinal, olores para combustible, hojas y totemoxtle para artesanía y tallo de la planta como material de construcción. Los tallos como material de construcción, las hojas secas se pueden usar para fabricar papel, las hojas de la mazorca sirven como envoltura de cigarrillos y tamales, en la elaboración de figuras artesanales, o en tiras angostas para rellenar colchones,

y las raíces y bases de los tallos sirven como abono orgánico dejándolos en el terreno”.

Actualmente, el maíz se utiliza en cientos de productos industriales, es fuente de materia prima para producir almidón y derivados, como edulcorantes, aceite y alcohol, entre otros. Algunos de estos productos industriales son utilizados en la industria química y en algunos casos como reemplazo de los derivados del petróleo.

Incluso la FAO indica que el endospermo del grano de maíz es la zona más importante de almacenamiento de los carbohidratos y de las proteínas sintetizadas por esta especie fotosintéticamente eficiente. En los tipos de maíces comunes, el endospermo comprende cerca del 84 por ciento del peso seco del grano, el embrión abarca el 10 por ciento y el pericarpio y el escutelo componen el restante seis por ciento.

“Si bien la producción de grano es la razón principal del cultivo del maíz, todas las partes de la planta -hojas, tallos, panojas y olores- son utilizadas para diversos fines. El maíz es usado en más formas distintas que cualquier otro cereal; las formas principales en que se utiliza es como alimento humano, ya sea doméstico o industrial; alimento para animales y fermentado para varios productos industriales”, dice la FAO.

También hay investigaciones científicas que señalan que el olote del maíz puede ser una fuente importante para la fabricación de fertilizantes nitrogenados (ahora que el

caña. De hecho hay investigaciones serias en las cuales se puede ver cómo el consumo de azúcar se ha reducido al mismo nivel que aumentan las importaciones de fructosa.

En los apartados de dulces seguramente hay algunos que contienen precisamente fructosa como endulzante (lo mismo también los chicles y hasta algunos lácteos). Incluso hay algunos dulces hechos específicamente con maíz. Sin contar con los cereales que sirven de golosinas como los Corn Flakes.

En muchos abarrotados expenden aceite comestible de maíz, que compite con los elaborados con otros ingredientes como sémola, soya, girasol.

Desde luego que no pueden faltar en alguna tienda los diferentes sabores de Maizena, el polvo que sirve para elaborar atole.

Incluso, en los lácteos y en la latería puede haber productos que contengan algún derivado del maíz. Y no se diga en los artículos de cuidado e higiene personal donde también este grano de origen mexicano puede estar presente.

### **El multifacético grano**

Además de todos estos productos que encontramos en los abarrotados, según la mayor parte de los investigadores globales, el maíz es el grano más multifacético, pues sirve lo mismo para producir combustible (etanol), que para materiales de construcción o, en México, para fabricar el famoso pulque.

mercado de estos productos se encuentra gravemente afectado por la dependencia mundial de Rusia y Ucrania).

Desde luego, la industria de bebidas alcohólicas utiliza en forma creciente enormes cantidades de maíz y sus subproductos en el proceso de fermentación continua para la producción de cerveza y licores destilados. En el pulque se usa la fécula de maíz para ayudar al proceso de fermentación.

Pero también se utiliza para la producción de etanol y gasohol, como sustitutos de los combustibles fósiles (petróleo).



### La problemática del maíz

Uno de los graves problemas de México relacionados con el maíz es su dependencia del exterior, pues importamos, por lo menos, 20 por ciento de lo que consumimos, con un enorme gasto para el erario porque se subsidia a campesinos por medio de los precios de garantía y adquirimos cada vez más caros los granos que compramos en el exterior.

De acuerdo con el Gobierno Federal, México produce 22 millones de toneladas de maíz y consume 30 millones de toneladas. El país importa entre siete y ocho millones de toneladas, principalmente de Sudáfrica. En México, anualmente se consumen 30 millones de toneladas de maíz, de las cuales alrededor de una quinta parte es adquirida en el exterior.

Actualmente se cultivan ocho millones de hectáreas de maíz, para una producción aproximada de 27.5 millones de toneladas de las cuales 25 millones son de maíz blanco y solo 2.5 millones son de maíz amarillo. De estas, dos millones de hectáreas se producen con semillas híbridas, y

los otros seis millones con maíces de baja productividad. El 88 por ciento de la producción nacional se destina al maíz blanco, 11 por ciento al maíz amarillo y el restante a otros tipos de maíz.

Diez estados del país concentran 80 por ciento de la producción nacional de maíz, siendo Sinaloa el principal productor con una participación del 23 por ciento, lo cual representa un volumen de 6.5 millones de toneladas. El maíz de grano amarillo es importante en México por la demanda que tiene en el sector pecuario e industrial, importando cerca de 16 millones de toneladas al año.

Paralelamente, el excedente de la producción de maíz blanco a nivel nacional, calculada en más de un millón 654 mil toneladas, se exporta a Sudáfrica y Venezuela, principalmente. El mundo cuenta con 220 razas de maíz (y varios miles de variedades), de las cuales 64 son nativas de nuestro país, entre ellas el maíz azul y el cacahuazintle, ambas con un creciente mercado. La primera por ser más nutritiva y la segunda por ser la base para el pozole.

El maíz, como lo describe el Popol Vuh (el hombre fue creado del maíz), es quizá la parte más importante de la cultura mexicana.

Los abarrotes son uno de los pilares de la cultura contemporánea mexicana.

Ambos están unidos. Por eso: sin maíz no hay país... ni abarrotes.





**XXV**  
**EXPOANAM**  
2022

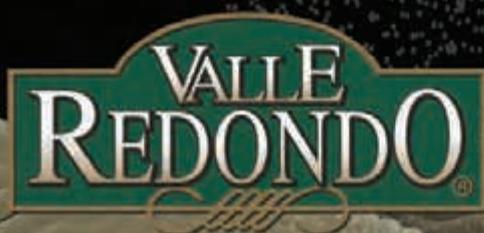
**Volver  
con más  
fuerza.**

**Gracias a nuestros  
patrocinadores**

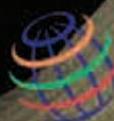


**La Fina** <sup>MR.</sup>

**La sal que conviene**



**DIAGEO**



**PEPSICO**





# Progreso y desigualdad,

## el eterno dilema

Romeo Valentín Maldonado

**I**ncertidumbre sobre el porvenir es el signo de este tiempo. Varias crisis se sobreponen a los problemas estructurales que la economía mundial viene enfrentando, al menos, desde 2008. Un complejo panorama mundial hace difícil una mirada prospectiva hacia el futuro cercano, por el ritmo vertiginoso del cambio y la sucesión de acontecimientos.

La prolongada pandemia, la guerra en Ucrania, los realineamientos geopolíticos y la amenaza real de una conflagración que sería catastrófica, impactan la economía con carestía de energéticos e inflación. Es un ambiente que puede derivar rápidamente en el desánimo, el descontento y la desarticulación de sociedades

democráticas que hasta hace poco se consideraban sólidas y cohesionadas en el mundo occidental. En crisis como la actual los estándares de vida se reducen en las naciones desarrolladas, mientras las regiones del mundo que han vivido un atraso ancestral, ahondan las desigualdades que sus poblaciones han padecido por su exclusión del “banquete civilizatorio” del que hablaba Octavio Paz. ➤

En este panorama, al que hay que agregar el deterioro ecológico y el agotamiento de los recursos naturales en niveles nunca antes vistos, lograr un desarrollo económico sustentable, que incluya a todos quienes habitamos el planeta, adquiere una condición urgente y es un reto de dimensiones planetarias.

Desde distintos enfoques, los estudiosos de la economía, la historia y los procesos sociales, vuelven a las preguntas que parecían resueltas después de dos guerras mundiales en el siglo XX, del fin de la guerra fría y la caída del Muro de Berlín: ¿Es posible un sistema económico global único, bajo el llamado modelo neoliberal, es decir, el fin de la historia, como lo definió el estadounidense Francis Fukuyama? ¿Es el llamado neoliberalismo la única ruta de las democracias liberales?

En contraste, otros estudiosos como el francés Thomas Piketty, visualizan otra ruta de progreso humano, condicionado a la solución del problema de la desigualdad con un apolítica redistributiva basada en mayores impuestos a las grandes fortunas, en sentido opuesto al modelo liberal a ultranza.

Crecimiento económico y desigualdad vuelven a ser temas recurrentes en esta etapa de la historia humana. Al contrario de lo que pudiera pensarse, la prosperidad del género humano no ha sido progresiva y ascendente a lo largo de su existencia. Sólo durante los últimos doscientos años, de los 300 mil de su aparición como especie diferenciada sobre la tierra -un verdadero

parpadeo en términos evolutivos- ha tenido una explosiva bonanza sin precedente, si se compara con los miles de años en que sus niveles de vida permanecieron al límite de la subsistencia.

Lo dicho líneas arriba es el punto de partida del economista Oded Galor en su libro El Viaje de la Humanidad. El Misterio del Crecimiento y la Desigualdad. Economista de formación, el investigador israelí encamina su investigación macro histórica a responder a tres interrogantes básicas: Por qué el ser humano vivió estancado la mayor parte de su existencia; qué fue lo que detonó la enorme transformación de estilos y niveles de vida en sólo 200 años y por qué ese progreso ha derivado en las enormes brechas de desigualdad en el mundo. Al igual que Piketty, aborda el tema del crecimiento y la desigualdad, pero difieren en las soluciones.

En su rastreo del más remoto pasado del homo sapiens, Galor extrae conclusiones inquietantes. Una de ellas, que la disposición geográfica de Euroasia, con comunicación marítima que propició un mayor intercambio y mezcla de culturas, impulsó el progreso con una mejor utilización de los recursos naturales, la técnica y el intercambio comercial, mientras que en América su tamaño y geografía vertical dificultaron el intercambio técnico-cultural y la diversidad genética de la población, con el consecuente atraso en comparación con Europa, Medio Oriente y Asia.

Identifica los momentos claves del tránsito del ser humano desde su sedentarismo hace 12 mil años,





Siguiendo ese razonamiento, las poblaciones más numerosas y mejor adaptadas fomentaron la habilidad humana para diseñar nuevas tecnologías y controlar el entorno. Engranajes que condujeron a la explosión de innovaciones a una escala nunca antes vista en la historia de la humanidad. Galor intenta una explicación científica de las desigualdades, dando un menor peso a los factores políticos y culturales detrás de la situación actual, y a las consecuencias dañinas que trajo consigo el progreso explosivo de algunas regiones del mundo.

Con todo, es un estudio sugerente que pone énfasis en el papel de la educación universal y el desarrollo de instituciones políticas democráticas, precisamente al modo occidental, en un modelo que se está agotando. Parece utópico, por decir lo menos, pensar en un desarrollo realmente compartido después del periodo de “dominación, explotación y comercio asimétrico durante la época colonial” que el mismo autor reconoce. 

la revolución neolítica que significó el desarrollo de la agricultura y la domesticación de animales, las innovaciones tecnológicas (uso de herramientas, de la rueda, de técnicas agrícolas y defensa) pese a lo cual no se modificó sustantivamente el estado de necesidad permanente de la enorme mayoría de la población mundial, asolada por guerras de conquista, epidemias y hambrunas que modificaron cíclicamente la demografía sobre la tierra.

el desarrollo de instituciones políticas democráticas, precisamente al modo occidental, en un modelo que se está agotando. Parece utópico, por decir lo menos, pensar en un desarrollo realmente compartido después del periodo de “dominación, explotación y comercio asimétrico durante la época colonial” que el mismo autor reconoce.

Fue con la llegada de la Revolución Industrial que el género humano dio el gran salto en el progreso -siguiendo a Malthus - habían entrado en un círculo: Breves etapas de prosperidad propiciadas por los excedentes en la producción de alimentos, resultado de innovaciones tecnológicas; mejora en su calidad de vida, con el consecuente aumento de la natalidad y reducción de la mortalidad y, con ello, crecimiento demográfico que agotaba el superávit futuro y las condiciones de vida regresaban al nivel de subsistencia. La trampa del estancamiento que, de acuerdo con el autor, sólo fue superada con la Revolución Industrial hace dos siglos.



# Verde Valle®

EL

# TAMAÑO

IDEAL PARA

**TU NEGOCIO**

**10%** + **GRATIS**  
DENTRO DEL BULTO  
*(2 piezas adicionales)*



SÍGUENOS EN:

 RecetasVerdeValle  recetasverdevalle [www.recetasverdevalle.com](http://www.recetasverdevalle.com)



# 18

# ANDYVILA.C.

## ENTREGA DE PREMIOS

### 2021

CATEGORÍAS	POSTULADOS	GANADORES
Marca con Mejor Desempeño	Maestro Dobel Diamante Don Julio 70 Reserva Antigua 1800 Crist	<b>Don Julio 70</b>
Mejor Desempeño en Generación de Margen	Casa Tradición Casa Madero Vino del Mundo	<b>Casa Madero</b>
Mejor Desempeño Integral	Freixenet Grupo Hermanos Rivas Monte Xanic	<b>Freixenet</b>
Mejor Ejecutivo Dirección Tade Marketing	Horacio Vacasey-Bodega La Negrita Catalina Prado-Pernod Ricard México Arturo Villareal-Casa Cuervo	<b>Catalina Prado-Pernod Ricard México</b>
Mejor Ejecutivo Dirección Operativa Industrial	Miguel Ángel Ramírez-Casa Cuervo Salvador López-Pernod Ricard México Carlos Aldrey-Diageo	<b>Salvador López-Pernod Ricard México</b>
Mejor Ejecutivo Dirección General Industria	Daniel Aliaga-Bacardi Jerome Seignon-BLN Mariano Perrot-Diageo	<b>Daniel Aliaga-Bacardi</b>
Proveedor Preferido Grupo A	Pernod Ricard México Casa Cuervo BLN-Bodegas La Negrita	<b>Pernod Ricard México</b>
Proveedor Preferido Grupo B	Edrington México Tequila San Miguel de Allende Casa Tradición	<b>Tequila San Miguel de Allende</b>
Proveedor Preferido Grupo C	Tequila Tapatío Importadora y Distribuidora Ucero Marinter	<b>Importadora y Distribuidora Ucera</b>
Proveedor Preferido Grupo D	Vinos de Mundo Freixenet Grupo Hermanos Rivas	<b>Vinos del Mundo</b>



# Continuando con la tradición

**G**uadalajara Jal.- Luego de señalar que estamos pasando por tiempos muy complejos llenos de incertidumbre y de grandes retos, el presidente de la Asociación Nacional de Distribuidores de Vinos y Licores, Rafael Hernández, dijo que “de acuerdo a los principios de trabajo, herencia y compromiso mutuo, los miembros del ANDIVYL no hemos escatimado, capital, innovación y acuerdos, con el firme propósito de continuar con las tradiciones y permanecer en este mercado, donde deseamos continuar trascendiendo de la mano de nuestros proveedores”.

Hemos logrado adaptarnos con rapidez -dijo- aplicando nuestra voluntad y pasión de lo que sabemos y tenemos claro. Y otorgamos a la industria; compromiso, amistad, construcción de marcas y sobre todo confianza recíproca.

Durante la ceremonia anual de entrega de reconocimientos a la industria de vinos y licores, Rafael Hernández ofreció el voto de los distribuidores de vinos, de continuar de la mano de



**Marca con Mejor Desempeño, Don Julio 70**

los proveedores, para seguir haciendo grandes negocios en los años por venir, “conscientes que debemos de redoblar esfuerzos, en tecnología y operaciones”.

Por su parte, Francisco Rascón, -presidente de ISCAM, la empresa encargada de determinar a los triunfadores desde hace 18 años, basado en un estudio que realizan denominado proveedor preferido-, explicó que “la mecánica se desarrolla a través de un cuestionario de toda la industria que los atiende, cubriendo 24 conceptos de los cuales se tabulan y se sacan una serie de conclusiones, entre las cuales hay criterios que ANDIVYL toma como parte fundamental”

El directivo de ISCAM expresó su regocijo por “verlos potentes, entusiastas de la gran industria de la cual formamos

NUEVO LIMPIADOR PREMIUM

SIENTE LA EXPERIENCIA  
DE LOS AROMAS EN TU HOGAR



LIMPIEZA ES SALUD PARA TU FAMILIA



**Freixenet, Mejor Desempeño Integral**



**Casa Madero, Mejor Desempeño en Generación de Margen**

parte, saliendo del problema de la pandemia, que ha mostrado su resiliencia, su entusiasmo y tienen muy claro que hay que seguir para continuar con la evolución de la industria de vinos y licores en el país”.

Durante la ceremonia, se hizo un reconocimiento a la empresa La Madrileña, fundada en 1911 por Don Pedro Velasco Calle, que después de 3 generaciones, fue vendida a Benpensa. En representación de la familia Velasco, el nieto de don Pedro, Luis Velasco explicó que su abuelo llegó a México en 1908 y, luego de intentar sin éxito varios negocios, fundó una pequeña empresa que envasaba y comercializaba destilados importados de Europa a granel en barricas, además de tequila que traía de Jalisco.

Sin embargo, Luis Velasco precisó que fue hasta 1952, en que su padre Don Luis Velasco Lara ingresa a la empresa familiar y le da un impulso importante, inaugurando en 1961 una planta con tecnología avanzada para su época, en la calle de Arroz, en la delegación Iztapalapa.

Luego de agradecer a ANDIVYL el reconocimiento familiar, agregó que en 1969 La Madrileña inició sus operaciones en la fábrica de San Juan del Río, Querétaro y alrededor de 1965 -dijo- arrienda una destilería de tequila en Atotonilco y en 1975 inaugura su propia planta en Tototlán, Jalisco, la cual ahora es una de las destilerías más grandes y eficientes de la industria. 



**Mejor Ejecutivo Dirección Trade Marketing, Catalina Prado, Pernod Ricard México.**



**Salvador López de Pernod Ricard México, Mejor Ejecutivo Dirección Operativa Industria**



**Proveedor Preferido Grupo C, Importadora y Distribuidora Ucero**



**Daniel Aliaga de Bacardi, Mejor Ejecutivo Dirección General Industria**



**Proveedor Preferido Grupo B, Tequila San Miguel Allende**



**Proveedor Preferido Grupo A, Pernod Ricard México**

f @SPORADEMX

# TU ESFUERZO VALE

MANTENTE HIDRATADO



HIDRÁTATE CON  
**SPORADE**

# Binomio gobierno-IP



## *contra la inflación*

Santiago González

**M**ediante una coordinación con el sector privado, el gobierno federal desarrolla un conjunto de acciones orientadas a controlar la inflación, que en junio pasado alcanzó su mayor nivel en 21 años -7.99 por ciento anual-, y es reflejo del desastre económico mundial producido por el efecto combinado de la pandemia de Covid-19, el cambio climático y la guerra en Ucrania.

Como parte de estas acciones, la industria y el comercio ensayan la fabricación, distribución y venta de productos alternativos a los habituales, orientados a paliar la carestía y una eventual crisis alimentaria.

Y el gobierno, mediante diversas fórmulas, impulsa la estrategia consistente en elevar la producción de alimentos, en especial de granos básicos.

Empresas tales como Nestlé, La Costeña, Alpura y Unilever están abocadas a respaldar al campo e innovar en la creación -por ejemplo- de sustitutos de la carne, leche y otros alimentos cuyos precios se han disparado.

Se trata de productos novedosos elaborados a base de vegetales, con precios menores a los de los genuinos, como una forma de contribuir a la reducción de la inflación.

La situación internacional es compleja. De acuerdo con el Fondo Monetario Internacional, debido a trastorno en las cadenas de suministro por la pandemia, la guerra por la invasión de Rusia a Ucrania y la escasez derivada del cambio climático, el precio de los alimentos en el mundo subió 23 por ciento en el último año.

Este nivel de encarecimiento implica alta factibilidad de hambruna en muchos países, en especial de África, continente que sufre la peor sequía en 40 años.

En cuanto a América Latina, a principios de julio pasado la ONU informó que en 2021 la desnutrición afectó a 56.5 millones de personas -8.6 por ciento de la población total-, cuatro millones más que en la anterior medición.

A escala mundial, preciso el organismo multilateral con base en reportes de cinco de sus agencias, el

hambre llegó a 828 millones de personas -9.8 por ciento de la población total-, 46 millones más que 2020 y 150 millones más desde el inicio de la pandemia.

### Riesgos de desestabilización

La escasez de alimentos combinada con la moda global de la transición hacia la agricultura ecológica ya cobró su primera víctima entre jefes de Estado. A mediados de julio renunció y salió huyendo de su país el presidente de Sri Lanka, Gotabaya Rajapaksa.

En aquella nación el gobierno impuso en 2021 una transición total a la agricultura orgánica, la cual en pocos meses no produjo más que miseria. Sobrevino una aguda escasez de alimentos, artículos básicos y combustibles. Los precios de algunos alimentos se quintuplicaron.

Así, Sri Lanka país pasó de la autosuficiencia a la importación de arroz, el cultivo de té -principal producto de exportación- quedó devastado, y el gobierno tuvo que subsidiar e indemnizar a campesinos.

Por su lado, el influyente diario británico, *The Guardian*, advirtió que la industria agroalimentaria mundial está en manos de multinacionales muy ligadas al sector financiero "lo que convierte la producción mundial de alimentos en muy vulnerable a los choques políticos y climáticos".

El fuerte remezón económico global en México se ha reflejado en una inflación que, en junio, registró un incremento de 0.84 por ciento -la mayor alza en 21 años- y se ubicó en 7.99 por ciento anual.

A escala doméstica esto significa que la inflación aprieta cada vez más el gasto de los hogares, que se ven orillados a comprar productos más baratos, consumir menos carne, reducir gastos en otros bienes y adquirir ciertos productos en distintos lugares.

### México, aumenta producción

Frente a esta realidad, el gobierno mexicano puso en marcha el Paquete Contra la Inflación y la Carestía (PACIC), consistente en una serie de medidas encaminadas a incrementar la oferta de alimentos, sobre todo el impulso a la producción de granos, maíz y frijol básicamente.

Como resultado del conjunto de acciones, el gobierno prevé para este año un alza en la producción de granos básicos, oleaginosas y forrajes, de los cuales se calcula un volumen de 39 millones 509 mil 393 toneladas. Esto significa dos millones 402 mil 952 toneladas más respecto al 2021.

En el caso del maíz, específicamente, se estima una producción de 28.9 millones de toneladas, cifra superior a las 27 millones 503 mil toneladas alcanzadas el ciclo agrícola 2021.

En lo tocante al trigo se esperan 356 mil toneladas más, y respecto al frijol se espera un aumento de unas 85 mil toneladas, para un total de un millón 374 mil 998 toneladas en 2022.

La estrategia gubernamental se despliega teniendo como ejes los programas Producción para el Bienestar, operado por la secretaría de Agricultura, y Sembrando Vida, de la Secretaría de Bienestar. Y consiste, entre muchas acciones, en el apoyo al campo con una serie de medidas que van de la orientación y capacitación a la dotación gratuita de insumos como los fertilizantes.

Adicionalmente se realizan tareas de vigilancia del mercado de productos indispensables y de coordinación y coadyuvancia con el programa aplicado por el sector privado, cuya finalidad es tratar de evitar el alza inmoderada de precios.

Víctor Suárez Carrera, subsecretario de Autosuficiencia Alimentaria de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, dijo que la prioridad radica en que las familias campesinas alcancen la autosuficiencia alimentaria por medio del >



# HIDRATACIÓN TOTAL

¡SOLUCIÓN CIENTÍFICAMENTE HIDRATANTE!



Deshidratación por:

CALOR

DEPORTE

RESACA



aprovechamiento total de sus superficies, traspatios y huertos.

Agregó que es previsible alcanzar tal meta en cuanto a las familias campesinas en 2024, y en 2030 lograr la autosuficiencia para la población en general.

## Transición agroecológica

Una de las acciones primordiales de la estrategia radica en el programa Fertilizantes para el Bienestar, que este año fue ampliado a nueve estados, entre las que se encuentran los tres -Chiapas, Oaxaca y Morelos- con mayor grado de marginación.

El subsecretario precisó que el estímulo a la producción va de la mano con la capacitación hacia la transición agroecológica, con la cual se busca reducir o eliminar el uso de agroinsumos químicos como el glifosato, y la adopción, elaboración y uso de bioinsumos; es decir, productos de origen vegetal que ayudan al cuidado y recuperación de los suelos.

Aseguró que existe una corriente importante entre productores de pequeña, mediana y gran escala, a favor de la transición agroecológica.

Informó que por medio de la Estrategia de Acompañamiento Técnico del programa, mil 300 técnicos agroecológicos y sociales avanzan en la difusión directa del exhorto para que los agricultores utilicen todos los mecanismos y espacios disponibles para producir alimentos.



# Inventario Nacional



Roberto Fuentes Vivar

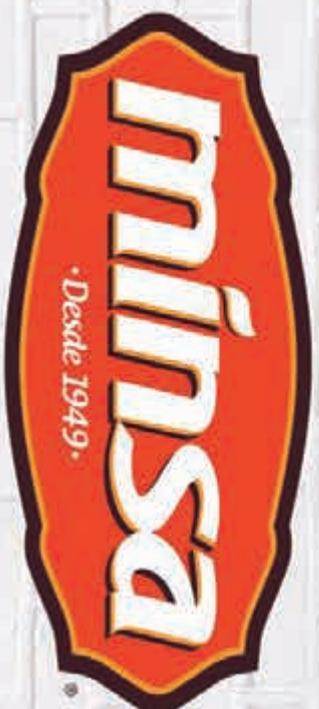
## Boom de tarjetas de crédito

Uno de los elementos positivos de la economía, para los abarroteros que lo sepan aprovechar, es que México está viviendo un “boom” de las tarjetas de crédito, a pesar de los aumentos en las tasas de interés. Por eso seguramente al cierre del tercer trimestre de 2022 y de acuerdo con las tendencias marcadas en las estadísticas de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), para septiembre habrá más de 30 millones de plásticos. Ya en mayo, el número de tarjetas de crédito en circulación en el país llegó a 29 millones 467 mil 561, la cifra más alta de la historia, gracias a un incremento anual de un millón 522 mil 720 plásticos. Con respecto a igual mes, pero de 2020, la cifra se incrementó 729 mil 612 y comparado con 2019, el año previo a la pandemia, el alza fue de 928 mil 337 plásticos. De hecho, el número de tarjetahabientes está en su mejor nivel desde que comenzaron a registrarse oficialmente estas estadísticas. Incluso la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios del Sistema Financiero (Condusef) con base en los datos del Banco de México, indicó que millones de ciudadanos están utilizando las tarjetas de crédito para adquirir productos de consumo básico, como los que

se expenden en los abarrotes. En el primer semestre de 2022 se alcanzó la cifra más alta de utilización de tarjetas, pues tan solo en un mes se llegó al consumo récord de 135 mil millones de pesos.

## La guerra eléctrica en el T-MEC

Luego de que Estados Unidos y Canadá presentaron al gobierno de México una solicitud para el inicio de Consultas con relación a la política energética, es previsible que los dimes y diretes de este tema y las presiones para que nuestro país modifique la política del sector implementada en este sexenio, se prolonguen por lo menos en lo que resta del año y durante todo 2023. El calendario establecido para estas controversias dentro del Tratado de Libre Comercio México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), indica que la fase no litigiosa puede durar todo 2022, para que posteriormente a principios del año entrante se establezca un panel trilateral, ya con carácter contencioso. Pero si se toman en cuenta los antecedentes, una vez establecido el panel puede durar más de siete meses sin que haya una resolución. La solicitud fue presentada en julio y parece ser que va para largo. Por lo pronto firmas estadounidenses, principalmente del sector energético, prometieron,



# HARINA DE MAÍZ NIXTAMALIZADO



30, 31 DE AGOSTO AL 1RO DE SEPTIEMBRE

VISITA NUESTRO STAND 032

Adicionado con  
vitaminas y minerales

Libre de gluten

Grano entero



Sabor que  
es Nuestro

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

[minsabor](#) /  



por escrito, invertir 40 mil millones de dólares en México en lo que resta del sexenio. Según el gobierno mexicano en el fondo de la disputa se encuentra la transnacional estadounidense Talos Energy, que busca el control de un megayacimiento petrolero en el Golfo.

#### **Tren Maya, madre de las batallas**

El otro gran litigio que enfrenta el gobierno federal es por la construcción del Tren Maya, pues organizaciones ambientalistas y jueces de Yucatán parecen estar decididos a frenar la obra a cualquier costo, mientras que la administración de Andrés Manuel López Obrador hará hasta lo imposible para que no se frenen los trabajos, como declarar el proyecto como asunto de seguridad nacional. De hecho, el presidente dijo que detrás de los seudo ambientalistas se encuentra el gobierno estadounidense. Por eso el presidente de la República ha hecho alianza con los gobernadores de Yucatán y Quintana Roo, aunque sean de partidos diferentes al que se encuentra en el poder a nivel federal. Incluso en julio realizó por lo menos tres visitas a la zona.

#### **México libra la recesión**

Mientras que el principal socio comercial de nuestro país, Estados Unidos, ligó dos trimestres consecutivos con decrecimiento económico, nuestro país sigue avanzando. En el segundo trimestre el Producto Interno Bruto creció más de lo anticipado y tuvo un incremento de uno por ciento respecto a enero-marzo y de 1.5 por ciento a tasa anual, con lo que acumuló tres trimestres

consecutivos de avance. Sin embargo, aún se encuentra ligeramente por debajo del nivel de prepandemia, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Estados Unidos acumula en el año una caída de 1.8 por ciento, mientras que nuestro país tiene un crecimiento de dos por ciento en el año.

#### **Migrantes ganan 350% más que mexicanos**

Un estudio del Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos (CEMLA), señala que la masa salarial de los trabajadores de origen mexicano en Estados Unidos, es 350 por ciento superior a lo que perciben





todas las personas con un trabajo formal en México. Concretamente las remuneraciones de los compatriotas en el vecino país del norte suman 722 mil 689 millones de dólares, mientras que, en México, la masa salarial de los trabajadores afiliados al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) es de solo 158 mil 78 millones de dólares. En el país vecino laboran aproximadamente 17 millones 300 mil mexicanos y en el IMSS están registrados 21 millones.

#### **Empresas energéticas, en auge**

Las grandes empresas energéticas multinacionales han tenido en este año, en muchos casos, las ganancias más altas de su historia, mientras que los ciudadanos del mundo sufren por los altos precios del petróleo y la energía eléctrica. Por ejemplo, las estadounidenses Chevron y Exxon registraron ganancias sin precedentes, por 17 mil 850 millones y 11 mil 620 millones de dólares en el segundo trimestre del año. Por eso el mandatario Joe Biden dijo que Exxon “ganó más dinero que Dios este año”. La británica Shell y la francesa TotalEnergies, ganaron casi 51 mil millones de dólares en el último trimestre, casi el doble que en el periodo anterior. Y Pemex, obtuvo una utilidad neta de 253 mil 871 millones de pesos. Esta es la primera ocasión desde 2017 en que registra utilidades en la primera mitad del año. Las españolas Iberdrola y Repsol también tuvieron ganancias récord.

#### **Bancos prometen no aumentar tasas**

Daniel Becker, presidente de la Asociación de Bancos de México (ABM), se comprometió públicamente a que el aumento de intereses del Banco de México “no se verá reflejado en las tasas de los préstamos que ofrece la banca a las familias mexicanas”. El banquero dijo que tienen el suficiente colchón para no subir los intereses de los préstamos que otorgan a empresas y

a consumidores, aunque llamó a usar el crédito con cautela.

#### **Crece inseguridad, pero no tanto**

El INEGI presentó la Encuesta Nacional de Seguridad Pública Urbana levantada en junio pasado, en la cual se indica que 67.4 por ciento de la población de 18 años y más consideró inseguro vivir en su ciudad. Este porcentaje representa un aumento estadísticamente significativo con relación al porcentaje registrado en marzo pasado, que fue de 66.2 por ciento. Sin embargo, es aún menor que el último trimestre de Enrique Peña Nieto, cuando se ubicaba casi en 80 por ciento. Las ciudades con mayor porcentaje de población que se siente insegura fueron: Fresnillo, Zacatecas, Ciudad Obregón, Irapuato, Cuautitlán Izcalli y Colima con 97.2, 90.4, 89.7, 89.7, 89.0 y 87.5 por ciento, respectivamente.



### Programa de créditos por 120 mil mdp

Nacional Financiera (Nafin) y el Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext) lanzaron el Esquema de Financiamiento para Potenciar la Inversión en México. Estarán a disposición de inversionistas créditos en el primero y segundo piso, además de que se ofrecerán garantías sectoriales para pequeñas y medianas empresas exportadoras o que se dediquen al turismo. En este programa se invertirán hasta 120 mil millones de pesos

### Usamos más datos, pero pagamos poco

Un análisis de Competitive Intelligence Unit indica que, en este año se estima que cada línea móvil en México consume cinco mil 390 MB (MegaBytes) en datos móviles, 31.9 por ciento más en su comparativo anual. Lo interesante es que el gasto para el consumidor solo creció 4.7 por ciento de forma anual, debido



a que este mayor uso de datos móviles no ha afectado a la población porque la estabilidad de precios en este sector tiene una inflación de sólo 0.04 por ciento. 

An advertisement for Kraft Parmesan cheese. On the left, a hand pours white cheese sauce from a clear plastic bottle into a clear plastic container with the Kraft logo. In the center and right, three different sizes of Kraft Parmesan containers (a small jar, a large jar, and a small tub) are displayed. The background is dark blue. The text 'Parmesanos Kraft ya son parte de nuestra gran familia' is written in white. At the bottom left is the LACTALIS MEXICO logo, and at the bottom right is the slogan 'Sí, el SABOR que amarás®'.

# Parmesanos

# Kraft

ya son parte de nuestra gran familia

LACTALIS  
MEXICO

Sí, el SABOR que amarás®

# Grupo AIEn, más de 70 años contribuyendo a un mundo más limpio y sostenible para ti

Seguramente muchos de nosotros hemos utilizado alguno de sus productos, ya sea para limpiar nuestra casa, negocio u oficina o ahora con la pandemia del Covid-19 para desinfectar nuestros objetos personales, donde Pinol® y Cloralex® nos dieron la confianza y nos ayudaron a que nuestros hogares estuvieran limpios y desinfectados; es extraordinario cómo una compañía mexicana como Grupo AIEn se ha convertido en parte de nuestras vidas, de nuestros hogares y ha logrado pasar de generación en generación para ser también parte de nuestras tradiciones, porque quién no conoce marcas como Pinol® y Cloralex®.

En más de 70 años de vida Grupo AIEn ha dejado huella entre sus clientes, en los pequeños, medianos y grandes comercios que no solo tienen una relación comercial, sino que se han logrado tejer lazos de amistad y de confianza; un camino natural para una compañía que comulga con sus valores, y como parte de ellos, va creando una familia en toda su cadena de valor.

"Cultivamos una relación cercana con clientes que a lo largo del tiempo se ha fortalecido y se ha convertido en una relación de amistad", dice Mauro Acuña, Director de Ventas de Grupo AIEn.

Sin embargo, Grupo AIEn no solo ha impulsado esta confianza entre sus clientes y consumidores, también a lo largo del tiempo ha logrado potenciar una cadena de valor construida en lo que ahora demanda nuestra sociedad y el planeta, que es impulsar, a través de la innovación, un modelo de negocio sostenible, que no se quede en los procesos de neutralidad y que realmente generen un impacto positivo.

Comprometido con el diseño sostenible de sus productos y adelantados en el tiempo a las tendencias del desarrollo de una economía circular en el país, desde hace más de 30 años Grupo AIEn recicla plástico para producir sus botellas y desde



Grupo AIEn es uno de los principales recicladores de Norte América

hace más de 10 años inició la fabricación de botellas con 100% material reciclado de PET, convirtiéndose hoy día en uno de los más grandes recicladores de Norte América. El programa de acopio es el primer eslabón en la cadena de economía circular de la empresa en los estados de Nuevo León, Coahuila, Durango, Jalisco y Querétaro. Este solo es el primer paso en la ambición que tiene el Grupo hacia el futuro, donde se ha trabajado una estrategia con miras al 2030 con metas aún más ambiciosas en sus ocho compromisos que la conforman y que prometen ir más allá.

## Una relación de largo plazo

Grupo AIEn ha logrado importantes reconocimientos a lo largo de su trayectoria, sin embargo, el más relevante es el que le dan sus socios comerciales, quienes confían en la transparencia que existe en la relación de negocio en todos los colaboradores del Grupo, lo cual se ha logrado gracias al extraordinario trabajo del equipo de la Gerencia de Estrategia y Clientes Nacionales Mayoristas, que encabeza J. Guadalupe Silva García, porque para ellos, es el mismo trato el que le dan a un pequeño negocio, que, a una gran cadena de



Grupo AIEn, tiene relación con el 100% de las tiendas que manejan la categoría de productos de limpieza y desinfección en el país.

tiendas, esto le ha llevado al Grupo a cruzar fronteras y estar presente en Estados Unidos, Centroamérica y el Caribe.

Actualmente, tiene relación con el 100% de las tiendas que manejan la categoría de productos de limpieza y desinfección en el país, gracias a los socios comerciales en el canal de mayoreo, con un portafolio estratégico para atender a los diferentes consumidores.

Desde luego, esta colaboración también incluye contribuir en la capacitación para quienes tienen comercios, y generar una condición comercial adecuada, con la finalidad de que se tengan márgenes apropiados de rentabilidad, donde también se incorpora el comercio electrónico para facilitar el esquema de negocio.

A pesar del encierro que significó la pandemia del Covid-19, la fuerza de ventas de Grupo AIEn siempre estuvo cerca de todos los clientes, acompañándolos a la distancia a través de webinars, conferencias virtuales y algunas otras actividades que permiten mantener la relación de confianza y poder contribuir para que los negocios se mantuvieran a flote.

"Tenemos un gran compromiso con nuestros clientes y estamos atentos a las necesidades que se tienen en los diferentes formatos, ya sea en los conocidos como Cash & Carry o en los mayoristas; nuestra combinación de clientes está en 30% en las tienditas de la esquina y un 70% en mayoristas, donde nuestra fuerza de venta está en constante contacto con ambos canales", asegura Mauro Acuña.

#### Va por más

La innovación está presente en el ADN de Grupo AIEn y continuamente busca cómo integrar más productos de calidad que signifiquen cambios importantes en beneficio de los consumidores y del planeta; es por ello que ha integrado a su portafolio de marcas nuevos productos como son:

- **Ensueño Ultra® 740 ml**, que integra fragancia con tecnología de 3 dimensiones en una transformación de aroma a base

de frutas tropicales, flores blancas y la opulencia del Ylang Ylang y por último las notas de maderas finas ligeramente endulzadas.

- **Pinol® Fragancias Finas**, inspirado en perfumes de fragancias finas que crean una experiencia sofisticada de aroma y limpieza en el hogar a través de dos aromas: Dulce Amanecer e Intenso Atardecer.

Además de integrar productos de mayor practicidad en la división de desinfección, que han tenido éxito entre los consumidores que buscan tener presentaciones accesibles por sus actividades y poderse integrar con mayor confianza a sus rutinas de movilidad. Uno de los de mayor éxito ha sido Cloralex® en presentaciones de menor tamaño, con atomizador, que son útiles para traer de forma personal.

Todo esto sin olvidar las clásicas presentaciones en un portafolio de 14 marcas diversificadas en más de 30 productos, en las categorías de blanqueadores, limpiadores líquidos, suavizantes para la ropa, lavatrastes y ácido muriático.

"Estamos orgullosos de estar presentes en el 98% de los hogares en México, y hemos traspasado fronteras llegando a los mercados de Estados Unidos, Centroamérica y Caribe", afirma Mauro Acuña.

Grupo AIEn continuará impulsando su propósito de construir un mundo más limpio y sostenible, así como integrando más miembros a la familia AIEn a través de sus canales de venta al mayoreo.



Mauro Acuña, Director de Ventas de Grupo AIEn



# “Tiro cantado”

Eduardo Torreblanca Jacques

Cuando el Presidente de México señala que el desacuerdo de Canadá y de Estados Unidos en relación al tema energético dentro del T-MEC involucra a la soberanía nacional, el “tiro” está cantado. En nuestra juventud un “tiro” hacía referencia a una bronca, a una pelea callejera entre dos muchachos o muchachas.

Y es “cantado” porque cuando el Presidente hace referencia que el diferendo toca terrenos de soberanía no hay nada, absolutamente nada, que negociar. Un centímetro, un milímetro cedido sería una entrega de parte de la soberanía la que no se negocia ni se cede por cuestiones de principios.

Quien argumenta asuntos de soberanía nada tiene que negociar. Estados Unidos, Canadá y México se sentarán en la mesa a dialogar cuando los negociadores mexicanos saben que la tienen perdida.

Llegaremos a la instancia de los Paneles previstos en las reglas del T-MEC y ahí tampoco se

vislumbra posibilidad de que haya entendimiento. Los países socios podrán imponer sanciones unilaterales y las empresas afectadas podrán acudir a instancias internacionales para demandar a nuestro país al igual que, posteriormente, los Estados. La cantidad de problemas legales augurarán una factura alta.

Eso ya sucederá hacia la segunda parte del año entrante o quizá, ya con más seguridad, hacia principios del 2024. Para entonces también México, Estados Unidos y Canadá, como la economía global, ya estarán en proceso de desaceleración económica global que también habrá de afectarnos. Ingresaremos a esa etapa económica global en una debilidad evidente luego de años en los que nuestra inversión pública y privada no hayan sentado las bases para podernos defender de la recesión global.

En cuanto a la inversión privada se ha registrado un proceso muy acusado de retracción de ella en el pasado reciente y particularmente desde la segunda mitad del año 2018. Desde febrero del 2019 has-

ta marzo del 2021 sumó 26 meses de contracción consecutiva en sus comparativos anuales.

En la segunda mitad del 2018 la Inversión Fija Bruta, indicador que refleja el nivel de adquisición de maquinaria y equipo de la iniciativa privada para fortalecer sus capacidades de respuesta ante la demanda del mercado, presentó tres meses de caída en su comparativa anual (respecto al año 2017). Ese indicador cayó en el mes de agosto -2.3%, en noviembre -3.4 % y en diciembre -7.6 por ciento.

Las caídas, ya en el terreno del 2021, se atemperaron e incluso fueron precedidas por 14 meses de ascenso en el indicador mencionado. Lamentablemente las caídas fueron mucho más pronunciadas que los avances posteriores (por cada punto de ascenso ha existido tres de descenso).

El nivel de la inversión actual, mayo del 2022, es muy similar al que tuvimos en abril del 2019 o en el mes de abril del 2017. La debilidad de la inversión refleja la falta de confianza de la iniciativa privada en las decisiones personales del mandatario mexi-

cano y en la falta de certidumbre jurídica que hay en el país tanto para extranjeros como para mexicanos.

El conflicto en el T-MEC en materia energética nos saldrá carísimo y anticipa sin duda una muy probable pérdida del grado de inversión y el deterioro progresivo de las cuentas nacionales. Ahí se tendrá que sentir el derrumbe económico y la crisis entrará por las puertas y las ventanas de las familias mexicanas.

No lo deseamos por supuesto y como mexicano debo desear que ese escenario no se cumpla. No me place que al Presidente le vaya mal porque si le va mal a nosotros nos va a ir mucho peor. Pero así se ve y así lo comparto con pesar y mucha preocupación porque en este país al que muchos de nosotros queremos viven nuestros hijos y habrán de nacer, si no es que ya lo hicieron, nuestros nietos.

Consecuencia de consentir que en el país permitamos que una persona tome decisiones en nombre de más de 127 millones de habitantes. 



**niagara**  
de MÉXICO

**50 AÑOS**  
CALIDAD EXPERIENCIA

En Niagara es nuestra misión embotellar agua de la más **alta calidad a un costo accesible**. Nuestra agua es tomada de fuentes certificadas y cumple con los protocolos de higiene más rigurosos.

**La mejor relación entre PRECIO Y CALIDAD**

**LA BOTELLA MÁS EFICIENTE en su empaque!**

Se reduce el tamaño de nuestra **ETIQUETA Y TAPA** para disminuir el impacto en el medio ambiente.

**98.46%** de su peso es producto y sólo 1.54% en empaque

**La constante innovación en nuestro proceso y producto nos permite:**

- Con nuestros empaques optimizados e in sumo de panel premium, transportar más agua por camión. (17% más packs por terreno) lo que permite tener plantas en municipios que se reflejan en menores emisiones de CO<sub>2</sub>.
- Usar menos plástico por botella lo que ayuda a reducir nuestra huella ambiental.
- Tener un ahorro anual de 4M de CO<sub>2</sub>, 36 millones de litros de agua y 100 mil árboles.\*\*

**Conoce más de nosotros:** 

\*\* Análisis basado en la producción de 1M de botellas de 0.5L Niagara comparado vs el average de las botellas en el mercado

# Revista Bimestral · Desempeño Abarrotes

De acuerdo con ISCAM<sup>1</sup>, en el acumulado a Jun'22, el Canal Mayoreo Abarrotero presenta un desempeño positivo creciendo +11.3% en sus ventas en valor.

## Desempeño por Canasto

Cifras en % sobre la medición en Valor/Pesos Mexicanos

	Alimentos	Limpieza	Bebidas	Hogar Papel	Hogar	Mascotas
(%) Participación	41.3%	10.8%	11.1%	6.6%	6.6%	4.6%
Participación YTD Junio 2022						
(%) Crecimiento	11.0%	6.2%	23.5%	0.5%	13.5%	18.8%
(%) Participación	40.7%	10.7%	11.7%	6.3%	6.9%	4.5%
Participación Junio 2022						
(%) Crecimiento	12.9%	8.0%	21.4%	4.1%	7.0%	17.6%

Otros Canastos	Enero-Junio 2022		Junio 2022	
	Mix%	Var%	Mix%	Var%
Cremería/Salchichonería	4.5%	+17.1%	4.5%	+16.3%
Cuidado Personal	2.8%	+10.7%	3.0%	+11.8%
Pañales	2.9%	+6.4%	2.9%	+7.2%
Capilares	1.7%	+5.6%	1.8%	+11.0%
Granos/Cereales	1.7%	+2.2%	1.7%	+6.1%
Perecederos	2.0%	+17.3%	2.1%	+36.4%
Botanas/Frituras	1.3%	+23.3%	1.3%	+27.3%
Protección Femenina	1.0%	-2.5%	1.0%	+4.5%
OTC	0.7%	+0.9%	0.6%	+3.8%
Crema	0.3%	+7.9%	0.3%	+1.8%
Institucional	0.0%	+16.4%	0.0%	+15.0%

• En año móvil a Jun'22, el Canal Mayoreo Abarrotero representó el 1.3% del PIB<sup>2</sup> Nacional y 4.9% del PIB Sector Comercio.

• El Canal pesa cerca del 47.9% del total de ventas de estos mismos productos a nivel Nacional dentro del Mercado Abarrotero.

## Las 10 CATEGORÍAS más relevantes

Cifras en % sobre la medición en Valor/Pesos Mexicanos

Categoría	Canasto	Enero - Junio 2022		Mes Junio 2022	
		(%) Participación	(%) Crecimiento	(%) Participación	(%) Crecimiento
Galletas	Alimento	6.1%	13.0%	5.9%	+12.2%
Papel Higiénico	Hogar Papel	5.7%	-0.2%	5.4%	+3.6%
Aceites Comestibles	Alimento	4.6%	+34.1%	4.2%	+19.3%
Detergentes Ropa	Limpieza	3.8%	+6.9%	3.8%	+10.1%
Perros	Mascotas	3.3%	+14.9%	3.2%	+14.9%
Leche Blanca Líquida	Bebidas	3.1%	+15.7%	2.8%	+6.5%
Café	Alimento	2.6%	-2.2%	2.6%	+9.5%
Endulzantes	Alimento	2.5%	-6.5%	2.6%	+0.5%
Pañal Bebé	Pañales	2.6%	+4.7%	2.6%	+5.0%
Mayonesas	Hogar	2.2%	+27.3%	2.1%	+19.5%

<sup>1</sup> ISCAM (Información Sistematizada de Canales y Mercados - de Consejeros Comerciales).

<sup>2</sup> PIB: Producto Interno Bruto. INEGI, a precios corrientes (Promedio 2º, 3º y 4º trimestre 2021 y 1º trimestre 2022).

# ABARROTES: Desempeño por subcanal

Valor y participación %



Desempeño Acumulado a Jun'22

**Vinos y Licores (Sin Cerveza) +34.8% en valor:**

- Tequilas (+42.9%)
- Whisky (+43.2%)
- Vinos de Mesa (+18.1%)
- Ron (+44.5%)

**Dulces (Sin Botanas) +23.4% en valor:**

- Chocolate (+21.4%)
- Dulce (+31.6%)
- Paleta (+22.2%)
- Pulpa (+26.6%)

## Indicadores Macroeconómicos 2022

INDICADOR	2020	Meta Gobierno 2021	2021	Meta Gobierno 2022	2022	Tendencia
PIB (%)	-8.5%	3.3%	5.0%	3.0%	1.9%	▲
Inflación (%)	3.2%	3.3%	7.4%	3.3%	8.2%	▲
Tipo de Cambio	\$19.9	\$21.9	\$20.9	\$20.4	\$20.4	▲
IED (mdd)	\$29,079	n/d	\$24,832	n/d	\$12,553	▲
Crecimiento IED (%)	-11.7%	n/d	5.7%	n/d	5.8%	▲
Remesas (mdd)	\$40,607	n/d	\$51,594	n/d	\$27,565	▲
Crec. Remesas (%)	11.4%	n/d	27.1%	n/d	16.6%	▲
INCC	38.7	n/d	44.9	50	41.3	▲
Precio Exp. Petróleo (dólares barril)	\$35.5	\$42.1	\$74.8	\$55.1	\$108.9	▲
Empleos formales (000)	-648.0	n/d	846.4	n/d	448.6	▲
Tasa de Desempleo (%)	3.8%	4.7%	3.5%	3.8%	3.3%	▲



ISCAM Ritmo es una herramienta de última generación que busca el desarrollo y evolución del Canal Mayoreo en México

- **ISCAM Ritmo** permite conocer el desempeño de Marcas e Industrias en rangos de tiempos oportunos (semanal)
- Es ideal para consultar métricas de desempeño a total Mercado o Sub Canal (Mayoreo Puro, Tiendas de Autoservicio propias del Mayorista y Cash & Carry), en cortes por División de Negocios (Abarrotes, Vinos y Licores, Dulces, etc.), por Corporativo / Fabricante, Categoría / Subcategoría y Marca / Submarca
- **ISCAM Ritmo** permite semanalmente la gestión de las ventas y la operabilidad del negocio, posibilitando correcciones y ajustes durante el mes corriente
- **ISCAM** contribuye en la evolución y profesionalismo del Canal Mayoreo, desarrollando herramientas que permitan llegar a resultados óptimos y objetivos específicos
- Para conocer más acerca de **ISCAM Ritmo**, acércate con tu Ejecutivo

Para mayor información comuníquese a:  
722 216 0868 ó 722 134 0511

Síguenos en @iscam\_mx  
Consulta la página [iscam.com](http://iscam.com)

Información generada por **Consejeros Comerciales S.A. de C.V.** Su servicio **ISCAM** es la principal fuente de información del Canal Mayorista en el país, tanto Abarrotero, Confitero, y de Vinos y Licores.



# Dios y el diablo en la tierra del sol

Esteban M. Fuentes A. (Dr. Drosk)

Entre mediados del siglo XIX y hasta principios de 1930, existieron grupos de malhechores llamados cangaceiros, quienes se dedicaban al robo de haciendas en el nordeste de Brasil, donde había planicies de poca fertilidad, lo cual daba visualmente una imagen pos apocalíptica y generaba pobreza en la población, pues casi no se daba la siembra.

Por lo regular, los cangaceiros habían tenido algún problema severo en su pueblo, que los orilló a huir sin retorno. Para sobrevivir se organizaron en bandas criminales y se volvieron hábiles con las armas y en expertos jinetes. El cineasta brasileño Glauber Rocha pretendía mostrar sin tapujos la fuerte realidad de estos malhechores y de la población que los rodeaba.

Con cámara en mano filmó *Dios y el diablo en la tierra del sol* (1964), donde refleja la violencia que se vivía a principios del siglo XX en algunas zonas rurales de Brasil, donde la población buscaba sobrellevar la pobreza a través de sectas, vicios, violencia y promiscuidad. Siempre con la esperanza de que todo pudiera cambiar.

El filme cuenta la historia de Manuel (Geraldo del Reya), un campesino que tiene problemas con su patrón, ya que no le quiere pagar un ganado que le vendió. Después de una riña, el protagonista mata a su jefe. Tras el asesinato decide huir al monte santo y unirse a la secta de San Sebastián (Lidio Silva), un señor de edad mediana que afirma tener una conexión directa con Dios y promete la salvación a todos los miembros de su culto. Para subsistir saquean a los pueblos cercanos.

Rosa (Yoná Magalhaes), la esposa del protagonista, no está de acuerdo con la decisión de su marido de unirse al culto, ya que se siente abandonada. Debido al crecimiento de la secta, la iglesia católica se desconcierta, pues están perdiendo un número significativo de creyentes. Por ello, contratan al pistolero Antonio Das Mortes (Maurício Do Valle) para que extermine al culto. Días después, los adeptos a San Sebastián son masacrados por el mercenario y sus secuaces.

Manuel y Rosa sobreviven al genocidio. Comienzan a caminar sin rumbo fijo hasta que se encuentran con el Capitán Corisco (Othon Bastos), su esposa y tres mercenarios, quienes pertenecían a la banda del Virgulino, quien fue ejecutado junto a la mayoría de sus hombres por la policía.

# CLORALEX PLUS®

## DESINFECCIÓN GARANTIZADA SIN CLORO



**CLORALEX®** la marca EXPERTA  
en el BIENESTAR de tu familia

LIMPIEZA ES SALUD PARA TU FAMILIA

## Dios y el diablo en la tierra del sol

El Capitán Corisco quiere vengar y seguir con el legado de su maestro. Su intención es atacar a la policía y a diversos miembros de la política; además de continuar robando a gente durante sus travesías. Manuel se une a esta banda y comienza a realizar actos ilícitos. En una ocasión, los malhechores se meten a asaltar al aposento de un político, donde lo golpean sin piedad y violan a su esposa.

Manuel no concuerda con la manera violenta de actuar de su nuevo gurú, por eso decide salirse de la organización, pues su intención siempre fue acercarse a Dios y encontrar la paz; piensa que está en el lugar incorrecto, pues ahora trabaja para el Diablo.

Finalmente, Manuel y su esposa renuncian al grupo. En un principio, su líder no lo acepta. No obstante, después de una larga reflexión, consiente sus bajas del batallón y les desea suerte; también libera a los tres pistoleros que lo acompañan. Por otro lado, Antonio Das Mortes es contratado para ejecutar al Capitán Corisco, pues tanto a la iglesia como al gobierno no les conviene que ande suelto un alborotador. ¿El mercenario logrará su labor?

Durante el desarrollo del filme, siempre está presente el ciego Julio, quien, junto a su guitarra, narra los acontecimientos ocurridos a través de sus composiciones (música campirana); esto ayuda a entender el significado de las escenas, ya que la narrativa del filme puede llegar a ser algo confusa, debido a su manera alternativa de contar el relato. Las canciones ayudan al espectador a entender lo que desea expresar el director.



Además, es una excelente manera de musicalizar la cinta, la hace más entretenida y dinámica. Las canciones de Julio hacen buena mancuerna con la música original compuesta por Sérgio Ricardo, que utilizó pianos y violines para enfatizar las escenas de violencia y drama.

El guion quedó a cargo de Glauber Rocha (director del filme). Muestra una historia llena de violencia y reflexiones filosóficas, donde se puede comprender que el ser humano siempre está en busca del significado de la vida y la espiritualidad. En el trayecto puede realizar los actos más atroces o las acciones más bondadosas. El relato quiere expresar que los humanos somos buenos y, al mismo tiempo, malos. Plantea la tesis de que nuestro mundo no le pertenece ni a Dios ni al diablo sino a nosotros mismos.

Los diálogos son muy extensos y profundos, muy parecidos a una obra de teatro., nos dejan frases e imágenes que conforme transcurren los días, más las asimilamos. La peculiar manera de contar historias del director brasileño sirvió de inspiración a grandes cineastas alternativos como Alejandro Jodorowsky. En *El topo* (1970), su obra cumbre, se pueden ver ciertas similitudes con el trabajo de Rocha; principalmente en la narrativa y en la idea de mostrar imágenes violentas para poder exponer diversos puntos filosóficos.

Las actuaciones son parte fundamental para el éxito del filme. Geraldo del Reya interpreta con empeño a un hombre desesperado por encontrar a una figura espiritual que guíe su vida, pues tiene un vacío interno que no puede llenar con su familia; necesita encontrar la catarsis que tanto ha buscado; su esposa (interpretada por Yoná Magalhaes) intenta



persuadirlo de que su familia es todo lo que necesita, aun así, no logra convencerlo.

Por otro lado, la actuación de Othon Bastos (Capitán Corisco) es divertida y, al mismo tiempo, desgarradora. Muestra un personaje caricaturizado que en momentos pudiera parecer un hombre honorable y en otras un ser despreciable. Cabe destacar que la mayoría de las actuaciones son de tipo teatral, se apoyan mucho en el lenguaje corporal; principalmente en la respiración, en la variación de volumen de la voz y en las gesticulaciones de la cara.

Glauber Rocha es considerado uno de los mejores directores brasileños de todos los tiempos. Su obra cumbre es precisamente *Dios y el diablo en la tierra del sol* (la obra analizada), nominada a la Palma de Oro, la cual cuenta con dos secuelas más: *Tierra en trance* (1967) y *El dragón de la maldad junto al santo guerrero* (1969). Es uno de los creadores del cine novo, movimiento que buscaba mostrar las contradicciones de la vida y transformarlas. Exponía el folclore y el misticismo de una población de escasos recursos, principalmente de las zonas rurales.

*Dios y el diablo en la tierra del sol* es un filme que demanda mucha atención, ya que a la menor distracción se puede perder el hilo de la historia. Es recomendable verla con tranquilidad y pensar que estamos ante una clase de filosofía. Muestra imágenes violentas que pueden ser perturbadoras para cierto público. No obstante, cada una de ellas están justificadas con buenos argumentos.

Su ritmo en ocasiones es lento; quiere mostrar el dramatismo a través de extensos diálogos y una fotografía que se enfoca no sólo en los personajes sino también en las locaciones desérticas y llenas de pobreza. Muy recomendable para los amantes del cine de arte.

En el mes de julio se celebró en la Cineteca Nacional el 6to festival del cine brasileño. Se presentaron películas que abordaban parte de la historia del país sudamericano, ya que, en este año se celebran los 200 años de su independencia. Por este motivo, la embajada junto con la Cineteca decidió mostrar filmes que cuenten parte de su pasado.

Entre las cintas que se presentaron estuvo *Dios y el diablo en la tierra del sol*, la cual tuvo la oportunidad de ver en la función de prensa. Fue muy agradable poder mirar la película en la pantalla grande, fue una experiencia única. Para las personas que viven en la CDMX, les recomiendo darse una vuelta a la Cineteca y poder ver los clásicos del cine que han sido un paradigma en la historia del Séptimo Arte. El próximo festival que realizarán será el Cine Macabro (del 18 al 28 de agosto). Agradezco a la Cineteca por su cordial invitación.



# ¡Máximo rendimiento!

## Con nanopartículas desinfectantes

1 rollo con **240 hojas dobles multicorte**



# Big Facial Quality®



CONSUMIDOR

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



¡Escanear para  
conocer más sobre  
las Nanopartículas!

# mínسا

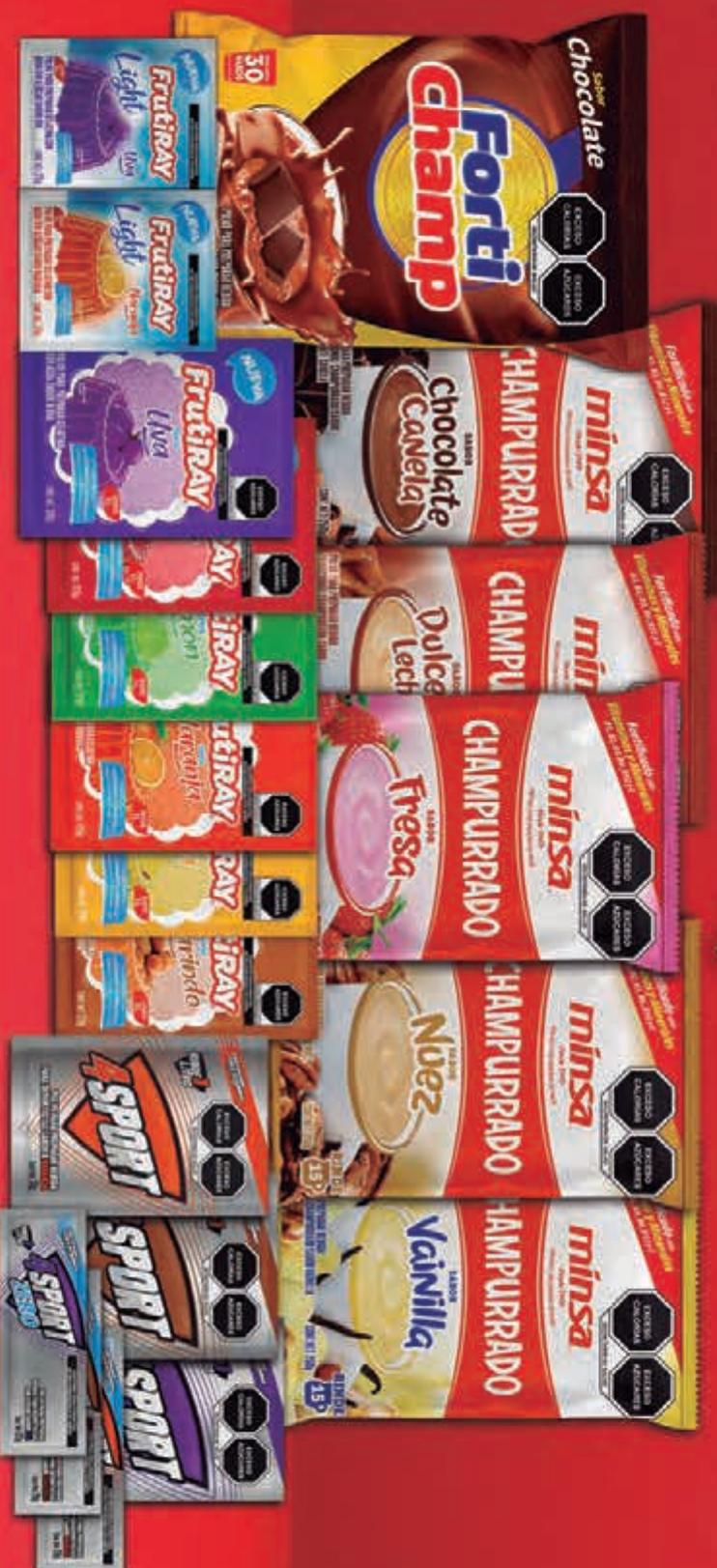
# ¡NUEVOS LANZAMIENTOS!

**Frutiray**

**Forti  
champ**



**CHAMPURRADO**



XXXV  
EXPOSICIÓN  
INTERNACIONAL DE LIMA  
2022

30, 31 DE AGOSTO AL 1RO DE SEPTIEMBRE

VISITA NUESTRO STAND 032



@minisabor



@celatinasfrutiray



@bebidas4sport



@FortiChamp

# Panorama Mayoristas

El canal **mayorista** dentro de los mejores desempeños

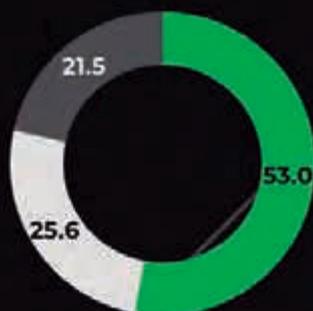
Desempeño por canales (RY Julio 22)



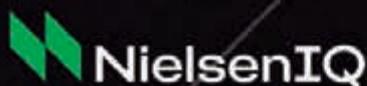
% de variación por formato del mayoreo (Julio 2022)



Importancia en ventas por formato (Julio 2022)



■ Mostrador y rutas ■ Cash & Carry ■ Minis + Express



# VERANO ABARROTERO 2022

## Resultados de las 9 semanas de promociones

### ¿Cuáles fueron las categorías e ítems de mayor éxito?

A continuación enlistamos el Top *Categorías Ganadoras* en el total del **Verano Abarrotero**, así como los *Ítems con mayor crecimiento*.

### Top 10 categorías ganadoras



Semana 18 a 26 del año



% Crecimiento en ventas unidades vs semana promedio

 Mamilas y biberones <b>143%</b>	 Fijadores para cabello <b>32%</b>
 Hojas de afeitar <b>52%</b>	 Bebidas energizantes <b>29%</b>
 Modeladores para cabello <b>43%</b>	 Agua saborizada <b>29%</b>
 Cereales infantiles <b>40%</b>	 Charcutería <b>23%</b>
 Tazas y vasos entrenadores <b>36%</b>	 Bebidas en polvo RDR <b>22%</b>

Categorías de **mayor crecimiento en valor** vs. año anterior:

<b>1</b>	Mamilas y biberones	<b>161.5%</b>
<b>2</b>	Cordiales	<b>75%</b>
<b>3</b>	Hojas de afeitar	<b>56%</b>

Se denomina **categoría ganadora** a aquella promocionada que **vendió más** que en una **semana promedio** del año móvil.

### Top ítems de mayor crecimiento

% Crecimiento ventas en valor vs misma semana año anterior

 Nestum et4 cereal trigo c/miel lata 270 gr.	 Ganador premium cachorro tds. razas bsa. 20kg + 3kg = 23kg.	 Evenflo biberon vidrio con mamila anatomica hule 4oz.	 Evenflo vaso entrenador abc 296ml (10oz) 1pza.	 Kellogg's zucaritas caja 490 gr.	 Knorr tomatissimo 8 cub c/g 2 cub = 10cubos 11gr c/u=110gr.
---	---	---	--	--	---

**+1,000%** \*Crecimiento elevado debido a la pequeña base de ventas de la misma semana del año anterior.

 Johnson baby puro botella 200 ml <b>623%*</b>	 Gillette Prestobarba 3-1 Pzas <b>258%</b>	 Mico Anis Dulce Botella 250 ml <b>223.8%</b>	 Nestlé Nido Fortifrece sobre 120gr <b>177.9%</b>
 Bonafont Levite Pina Coco Botella Plástico 1500ml <b>164.9%</b>	 Clamato Motts Botella Plástico 32fioz 946ml <b>139.8%</b>	 Dove Blanco 135gr <b>127.9%</b>	 Suavitel Adios Planchado Complete L/Enj Fres Arm Sol 800ml <b>107.0%</b>

Ítems de mayor crecimiento entre los más vendidos de las categorías promocionadas en el Verano Abarrotero

Fuente: NielsenIQ Scantrack | Total mayoristas (nacional) | Ventas valor y ventas en unidades | Semana 18 a 26 del 2022



# bandag



## UNA SOLUCIÓN INTEGRAL

Llanta nueva + Renovado + La mayor red de servicio a nivel nacional.



## CUIDANDO TU NEGOCIO

Reducimos el costo total de operación al maximizar el ciclo de vida útil de tu flota.



## LA SEGURIDAD ES PRIORIDAD

Nuestros renovados cumplen con los más altos estándares de calidad para la operación de tus flotas.

[www.bandag-lan.com/](http://www.bandag-lan.com/)

Mejor Unidos

**BRIDGESTONE** **Firestone** **bandag**

# Miscelánea

Santiago González

## México, campeón en OCDE

Entre todos los países de la OCDE, México registró en junio el más bajo aumento de precios de las gasolinas. Así lo dio a conocer el propio organismo internacional. Preciso que el incremento de los precios de los combustibles en nuestro país fue de 5.8 por ciento, apenas una séptima parte del 40.7 por ciento que en promedio aplicaron los países de dicho grupo. Contra la tendencia generalizada en la OCDE, en México la tasa de incremento de precios disminuyó de 6.4 en mayo a 5.8 por ciento en junio.



## Suben remesas 16%

En el primer semestre de 2022, el valor de las remesas alcanzó 27 mil 565 millones de dólares, monto mayor al de 23 mil 647 millones de dólares en igual lapso de 2021. Esto informó el Banco de México. Significa que las remesas aumentaron 16.6 por ciento durante el primer semestre. 98.8 por ciento del total de esos envíos de dinero de mexicanos residentes sobre todo en Estados Unidos se realizó mediante transferencias electrónicas; o sea, 27 mil 240 millones de dólares. Las familias que más reciben esos recursos residen en Jalisco, Michoacán, Guanajuato, Estado de México, Ciudad de México, Guerrero y Oaxaca.

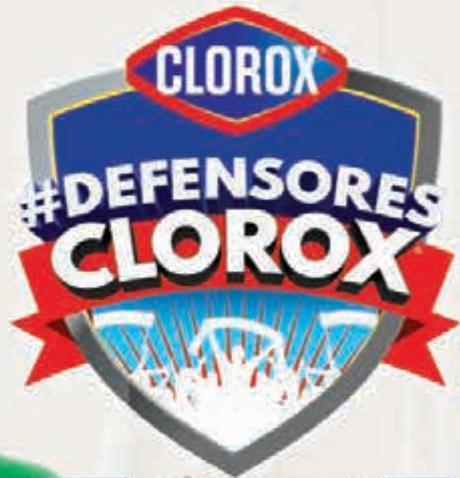


## Desconfianza del consumidor

El Índice de Confianza del Consumidor cayó 3.0 puntos en julio, el segundo retroceso anual consecutivo. Comparado con junio bajó 1.7 puntos, la tercera al hilo. Esto se debe a que un menor nivel de actividad económica y la inflación, mantienen deprimido al consumidor, pues observa que la situación no les permite un mejor poder adquisitivo. Los datos derivan de Encuesta Nacional sobre la Confianza del Consumidor, levantada por el INEGI. Las familias están temerosas por el presente y futuro de la economía nacional, lo que se refleja en desconfianza para realizar compras de bienes duraderos.



CUANDO LAS MANCHAS Y LOS VIRUS ATACAN, DEFIENDE CON TU ALIADO IMBATIBLE.



CONOCE MÁS EN  
[MEXICO.CLOROX.COM](http://MEXICO.CLOROX.COM)

Utilizar de acuerdo a instrucciones de uso.

## Tienda de jóvenes

La Secretaría del Trabajo acordó con Mercado Libre la apertura en este portal de la Tienda Oficial Jóvenes Construyendo el Futuro. Esto, con la finalidad de potenciar las ventas de productos elaborados por aprendices y tutores beneficiarios del programa. El subsecretario de Empleo, Marath Bolaños, firmó un convenio con la plataforma, que permite la promoción y divulgación del comercio electrónico de los bienes que se producen a través de esta acción de gobierno. El programa ha beneficiado a 2 millones 270 mil jóvenes vinculados a 320 mil centros de trabajo.



## Remesas inflacionarias

Seis estados registran rangos de inflación superiores a la del nivel general del país, que es de 7.99 por ciento. Son Oaxaca, Campeche, Chiapas, Morelos, Zacatecas y Durango, de acuerdo con el INEGI. En la primera quincena de junio Oaxaca fue el estado con mayor inflación, de 10.2 por ciento anual. Analistas explican que se debe al monto de las remesas que captan. Estos recursos alteran la relación entre oferta y demanda. Quienes las reciben realizan gastos y así aumentan una demanda cuya oferta no está preparada para atender, con lo que consecuentemente los precios suben.



## Sequía y crisis del agua

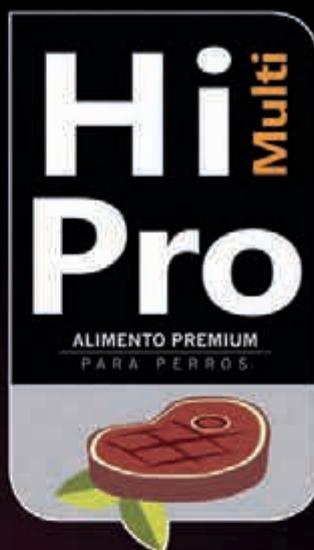
La prolongada sequía a escala global causó en nuestro país una aguda escasez de agua potable en diversas ciudades, sobre todo en Monterrey. El gobierno federal demandó el apoyo del sector industrial, que se comprometió a ayudar a reducir el déficit mediante donación del líquido. Mediante un acuerdo presidencial se dispusieron recursos económicos y acciones para resolver el problema a un plazo de diez años. El Presidente de la República exhortó a planear el uso del agua, y señaló que ante la grave escasez del líquido para consumo humano, es indispensable reducir el agua para uso industrial y para fines comerciales.

## CDMX y Querétaro, baja inflación

De acuerdo con el INEGI, Campeche fue el segundo estado con inflación más alta; registro 9.6 por ciento. Y Chiapas, el tercero, con 9.5 por ciento anual. En contraste, Querétaro y la Ciudad de México reportaron la menor inflación, ambas con 6.5 por ciento, seguidas de Baja California.



# NUTRICIÓN TOTAL PARA TU PERRO



Contacto de ventas:  
[www.albapesa.com.mx](http://www.albapesa.com.mx)  
[clientes@albapesa.com.mx](mailto:clientes@albapesa.com.mx)

Síguenos en:  
@ f Hi MultiPro

Teléfonos: 469 696 00 80 al 85  
Call center: 800 001 25 22

## Carestía modifica hábitos

Como consecuencia de la elevada inflación, los grupos sociales de menores ingresos han modificado sus hábitos de consumo. De acuerdo con organismos de defensa de los consumidores, estos se han visto orillados a comprar productos más baratos, sustituir carne por verduras, reducir gastos en bienes no indispensables y elegir lugares de consumo económicos en el comercio al detalle, en lugar de los supermercados. Esto es resultado de que, si bien el índice de inflación general nacional se ubicó en 7.99 por ciento, en determinadas regiones algunos alimentos -el aguacate, por ejemplo- subieron mucho más.



## Industria en la mira

En un estudio titulado Los millonarios del agua investigadores universitarios asentaron, con base en datos de la Conagua, que en los últimos 44 años las embotelladoras Coca-Cola, Pepsico y Danone (Bonafont) han obtenido concesiones para extraer al menos 81 mil 976 millones de litros de aguas nacionales. La cifra equivale al uso promedio de 820 millones de personas al día. El dato desató en el Congreso de la Unión comentarios sobre la conveniencia de regular el uso del líquido.



## LGBT+, inmenso mercado

La comunidad LGBT+ está conformada por unos 5 millones de personas, según la Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género, levantada por el INEGI. Se trata de un enorme volumen de población todavía marginada en muchos aspectos sociales. Por ejemplo, la atención de necesidades específicas en cuanto a la disponibilidad de bienes secundarios y aun de primera necesidad. La titular del INEGI, Graciela Márquez, dijo que encuesta reflejó que, del total, 900 mil personas dijeron tener una identidad de género distinta a la asignada al nacer. Y existe una brecha de género en lo tocante al acceso a puestos de liderazgo, pues solo 4.7 por ciento de las y los entrevistados dijo ser funcionario, director o jefe en su trabajo.



## Unilever, nueva directora

El primer día de julio Lourdes Castañeda inició sus funciones como primera directora general de Unilever en México y de la categoría Nutrición para Latinoamérica. Tendrá a su cargo el desarrollo de marcas tales como Hellmann's, Knorr, Maizena, Natura y Fruco. Se trata de marcas que, en conjunto, producen 550 mil toneladas anuales de alimentos en ocho plantas de la región latinoamericana y generan más de 3 mil empleos.



LA EMPRESA  
LIDER MUNDIAL EN LÁCTEOS  
LE DA LA BIENVENIDA  
A LOS PARMESANOS



YA  
SON PARTE  
DE NUESTRA  
GRAN FAMILIA



Jhonatan Ruíz  
Director Comercial

# Palabras y expresiones del *del comercio en desuso*

*Orden de vender el aceite y el vinagre por medida, no en botijas ni a ojo, so pena de perder el aceite o vinagre la primera vez, la segunda vez pérdida de lo mismo y además 20 pesos, y la tercera vez 100 azotes públicos.*

*Acta de Cabildo de la ciudad de México.  
27 de febrero de 1526.*



Salvador Ávila

simplemente curiosos. A lo largo de los años me he encontrado con muchos de estos conceptos, y yo mismo, poco a poco, me he entregado a la tarea de desentrañarlos. El Diccionario de Autoridades, publicado entre 1726 y 1739, fue el primer diccionario de la lengua castellana editado por la Real Academia. La consulta de su edición facsimilar correspondiente al año 2014, ha significado para mí una gran experiencia. Lo mismo puedo decir del Diccionario breve de mexicanismos de Guido Gómez de Silva. Debido al límite de espacio, de toda esa nomenclatura sólo me ocupo aquí de algunos cuantos ejemplos.

**Alcabala:** En Nueva España, era un impuesto real que se cobraba por toda transacción mercantil. Principalmente se pagaba por todos los bienes raíces, muebles y semovientes; también por ventas, trueques y traspasos de propiedad inmueble tanto rural como urbana.

**Arreide:** Unidad de medida equivalente a diez libras o a veces a menos, de acuerdo a las regiones; utilizada principalmente para el peso de la carne y también para el sebo, y por tanto para establecer los precios.

**Arroba:** Unidad de capacidad de valor variable según las regiones y los líquidos a los que se aplica. En Nueva España, peso de 36 libras, equivalente a 12 kilogramos. Si se trata de arrobas de aceite de comer, la equivalencia es de 13,93 litros.

**Azumbre:** Medida de capacidad para líquidos, compuesta de cuatro cuartillos y equivalente a dos litros y 16 mililitros.

**Botija:** Vasija de barro mediana, redonda y de cuello corto y angosto que se usa para contener líquidos. ➤

**E**n las actas de cabildo, ordenanzas, bandos, reales cédulas y otros documentos emitidos por las autoridades durante el virreinato, es común encontrar, cuando éstas se refieren al comercio, un sinnúmero de palabras, expresiones o nombres de instituciones, que sólo parecen entender los historiadores. Con el conjunto de todos esos términos, ya descifrados, podría elaborarse sin duda un manual (un diccionario o una antología), útil como herramienta de trabajo para especialistas, diletantes o



• MÁS DE •  
**65 AÑOS**

FABRICANDO ALIMENTOS  
BALANCEADOS

EXPERTOS EN  
NUTRICIÓN ANIMAL



## NUTRICIÓN SUPERIOR

FLAGASA  
orgullosamente  
mexicana, enfocada  
en la salud de tus  
mascotas

Alimento formulado  
por nutriólogos  
expertos en perros  
y gatos

Contamos con  
infraestructura y  
procesos de clase  
mundial

Contáctanos,  
estamos listos para  
atender tu negocio

Nuestros productos  
ofrecen mayor  
digestibilidad y mejor  
performance de tus  
mascotas





**Dedo:** En las medidas antiguas, era una de las cuarenta y ocho partes en que se dividía la vara castellana. Se usaba también para definir alguna porción pequeña, como un dedo de pan, un dedo de cebada o un dedo de agua. En relación con esta última, por lo común se otorgaba como una gracia de los ayuntamientos o los virreyes a las familias más pobres de manera gratuita y con derecho de usar de esa pequeña cantidad para siempre, denominándose por ese hecho “dedo perene”.

**Escote:** Parte o cuota que corresponde a cada uno por el gasto hecho en común por varias personas. En el Acta de Cabildo del 3 de diciembre de 1540, se mandó pregonar “que nadie puede vender el cacao por cargas ni por escotes”.

**Fanega:** Medida de capacidad para el grano, las legumbres y otros frutos, de valor variable según las regiones. De acuerdo con el Diccionario de autoridades: “Medida de capacidad para áridos que según el marco de Castilla, tiene 12 celemines y equivale a 55 litros y medio; pero esta cabida es muy variable según las diversas regiones de España”.

**Lonja:** Era el edificio público donde se reunían mercaderes y comerciantes para llevar a cabo tratos y acuerdos relativos a esta actividad. También se denominaba así (en México en algunos lugares todavía lo hacen) a las tiendas o almacenes donde se vendía azúcar, cacao, aceite y otros géneros. La Lonja de la ciudad de México estaba en los bajos de la Diputación, y en ella se reunían diariamente los comerciantes para sus negocios mercantiles. Había socios fundadores y socios suscriptores. De acuerdo con el cronista Marcos Arróniz, “en el edificio, donde hay buenas mesas de billar, cada tres meses se da un baile al que sólo pueden concurrir los

propietarios y suscriptores con sus familias, y las personas convidadas por la junta nombrada”. Para ser admitido como suscriptor se necesitaba la aprobación, por lo menos, de los dos tercios de los propietarios.

**Parián:** En agosto de 1695 dieron inicio las obras de edificación del mercado el Parián, mismas que terminaron en 1703. El Parián tenía ocho puertas, innumerables cajones techados con tejamanil y una plaza central llamada “El baratillo grande”. Esta inmensa romería fue bautizada con este nombre porque así se llamaba a ese tipo de mercados en las Filipinas. El parián de la ciudad de México ocupaba prácticamente toda la extensión que hoy ocupa el Zócalo, y era el punto neurálgico del comercio establecido de la capital del virreinato, “el emporio del comercio novohispano”, como se decía en la época. El Parián sobrevivió a incendios, saqueos y motines, antes de ser demolido por orden de Antonio López de Santa Anna, entre 1843 y 1844.

**Pulpero/pulpería:** En sus Noticias historiales, Fray Pedro de Simón afirma que “pulpero es el que vende en público efectos de la tierra de Castilla, fuera de ropa, particularmente cosas de comer no guisadas”. Y de acuerdo con el *Diccionario de Autoridades*, en esas “tiendas en las Indias” se vendían “diferentes géneros para el abasto”, como vino, aguardiente y otros licores, “géneros pertenecientes a la droguería, buhonería, mercería y otros, pero no paños, lienzos ni otros tejidos”. Ya que en estas tiendas se vendían tanto productos “de la tierra” (es decir de América) como de Castilla, también eran conocidas como “tiendas mestizas” o simplemente “mestizas”. Las pulperías o mestizas son el antecedente de las misceláneas o de las tiendas de abarrotes de nuestros días, el comercio donde se vendía toda clase de productos que servían al mantenimiento de la población.

## Palabras y expresiones del comercio en desuso

**Real Tribunal del Consulado:** Esta corporación fue establecida en Nueva España en 1581. Conocida también bajo el nombre de Colegio de Mercaderes. Aglutinaba a los comerciantes más ricos o prominentes, mismos que se caracterizaban por su gran liquidez y por las considerables sumas invertidas en sus negocios, las cuales podían alcanzar los 100 mil o 200 mil pesos. El almacenero Domingo Mateos, quien vivía en la primera calle del Relox (hoy República de Argentina, una de las calles más aristocráticas de la capital), fue varias veces cónsul del Real Tribunal del Consulado.

**Regatón:** Especulador o intermediario. En una ordenanza de finales del siglo XVIII, podemos leer: "Que ningún mercader regatón pueda comprar cosas que tienen una postura establecida y que los mercaderes que trajeren de Castilla o de cualquier otra parte vinos y negros, los registren y manifiesten ante los diputados".

**Tomín:** El tomín o real era una moneda de plata que se usaba en Castilla y en la América hispana. Equivalía a la octava parte de un peso.

**Tlacos y pilones:** Durante el virreinato, la falta de moneda fraccionaria fue tan grande que originó la fabricación particular de piezas conocidas como tlacos y pilones, de formas y materiales diversos, y con valores siempre inferiores a un cuarto de real. El tlaco valía,



teóricamente, un octavo de real y el pilón un dieciseisavo. El valor del pilón era tan insignificante que muchas veces se daba como regalo.

**Vista de ojos.** Se llamaba de esta manera "a la diligencia judicial o extrajudicial de ver personalmente alguna cosa con la finalidad de informar con seguridad de ello y tener los elementos para juzgar con acierto". Se practicaban vistas de ojos en los mercados públicos, en los rastros o bien en los comercios para verificar la legalidad en el uso de pesas y medidas. 



**Carlos C. Cosío**

Bienvenidas sean todos los miembros de ANAM, Abarroteros, Proveedores y amigos de la Asociación, los invitamos a registrarse a través del Código QR, para que reciban las invitaciones a los CDC Webinars, sobre temas empresariales y familiares.

**¡ANAM invita!**



**Webinars sin costo**

Gestión, Dirección, Sucesión,  
Finanzas, Gobierno y más.

# The Watchmen

Esteban M. Fuentes A. (Dr. Drosk)

**E**l mundo de los cómics es sumamente amplio. Con el pasar de las décadas, ha tenido una evolución literaria y visual. Su público no sólo es enfocado a niños y jóvenes sino también a lectores experimentados. Hasta la fecha, ninguna novela gráfica ha sido galardonada con el premio Nobel de literatura, lo cual es una lástima, ya que existen obras importantes que merecen tener dicho reconocimiento.

Entre ellas se encuentra *The Watchmen* (1986-1987), escrita por Alan Moore, dibujada por Dave Gibbons y coloreada por John Higgins. Es considerada una de las mejores novelas gráficas de la historia debido a su complejo contenido literario. Mezcla filosofía, fantasía y ciencia. Suscita teorías de Albert Einstein, planteamientos de William Burroughs y análisis freudianos.

Expone a los protagonistas de manera neutral, sin encasillarlos en buenos ni malos, simplemente son personas que intentan sobrevivir en una sociedad decadente. La obra está dividida en 12 capítulos. Recibió el premio de ciencia ficción Hugo. Está en la lista de las mejores novelas de la historia según la revista *Time*, posicionándose en el número 89.

La obra se desarrolla en Nueva York, durante el año 1985, en medio de la Guerra Fría. Inicia con el asesinato de Eddie Blake, quien era The Comedian, un superhéroe que usaba antifaz. La policía no logra hallar al culpable. El antihéroe Rorschach decide investigar el caso por su cuenta, ya que el ociso fue su antiguo compañero en la organización *The Watchmen*, conformada por seis justicieros enmascarados, los cuales fueron suspendidos en 1977, cuando se promulgó la ley antihéroes.

Mientras realiza su investigación, se entera que sus excompañeros están teniendo ataques; Ozymandias sufrió un atentado del cual afortunadamente se pudo librar; el Dr. Man-

ALAN MOORE  
DAVE GIBBONS



hattan es acusado de haberle ocasionado cáncer a las personas que lo rodean, sospechan que genera radiación, debido a que es un ser creado por una explosión nuclear.

No obstante, Rorschach asegura que son falsas las acusaciones; cree que ciertas personas sólo buscan >



XXV  
EXPOANAM  
2022



Búscanos en el Stand 512

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

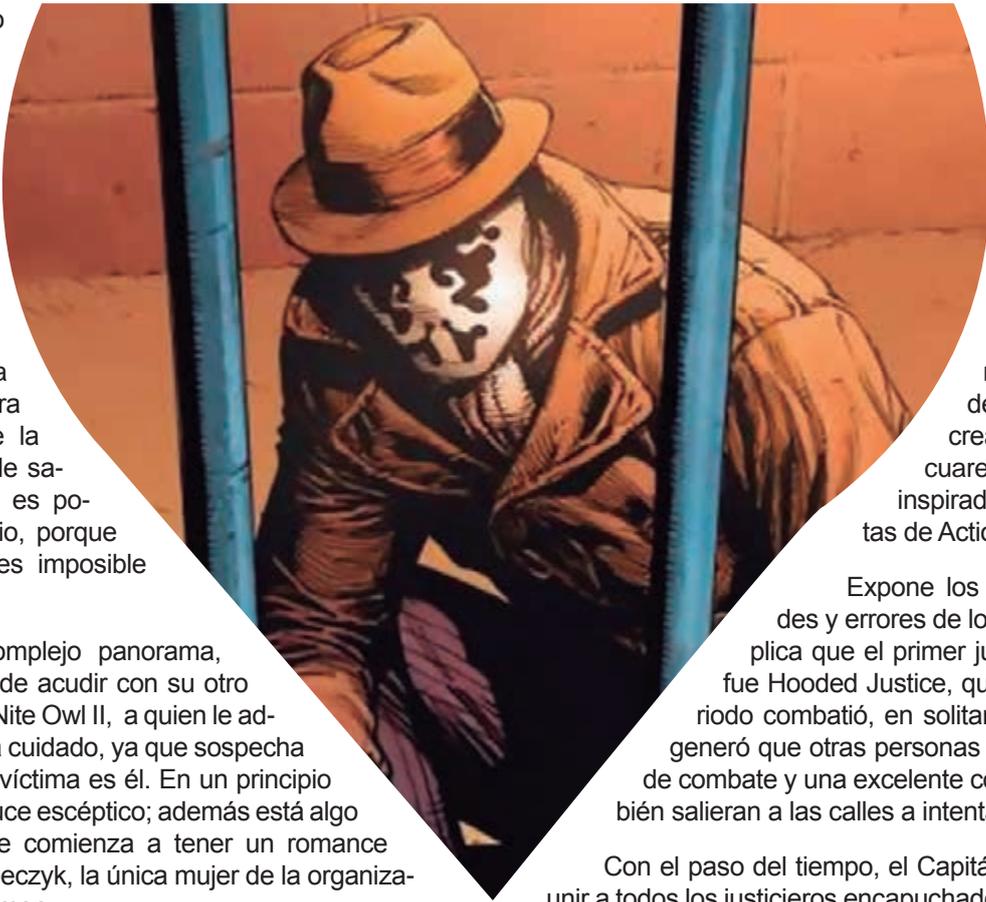


## The Watchmen

deshabilitarlo porque el Dr. Manhattan es considerado un arma de Estados Unidos. Con su salida de la milicia, el país se vuelve más susceptible ante Rusia en plena Guerra Fría. Y es que la única manera de sacarlo del juego es ponerlo en el exilio, porque prácticamente es imposible matarlo.

Al ver el complejo panorama, Rorschach decide acudir con su otro ex-compañero Nite Owl II, a quien le advierte que tenga cuidado, ya que sospecha que la próxima víctima es él. En un principio su interlocutor luce escéptico; además está algo distraído porque comienza a tener un romance con Laurie Juspezyk, la única mujer de la organización The Watchmen.

Con el paso de los días, Nite y Laurie descubren que son perseguidos, lo cual confirma la teoría del ataque a los antiguos superhéroes. Por ello, deciden reunirse con Rorschach, con el fin de descubrir quién desea eliminarlos y con qué fin, ¿lograrán llegar al meollo del asunto?



Paralelamente a la trama principal, Hollis T. Mason cuenta su historia como el primer Nite Owl a través de un libro autobiográfico; expresa que pertenecía a The Minutemen, la primera organización de superhéroes, creada en los años cuarenta, que estaban inspirados por las historias de Action Comics.

Expone los misterios, cualidades y errores de los superhéroes. Explica que el primer justiciero disfrazado fue Hooded Justice, quien durante un periodo combatió, en solitario, al crimen. Esto generó que otras personas con entrenamiento de combate y una excelente condición física también salieran a las calles a intentar evitar delitos.

Con el paso del tiempo, el Capitán Metrópolis quiso unir a todos los justicieros encapuchados para crear la primera organización de superhéroes (The Minutemen). En un principio trabajaron de buena manera; sin embargo en poco tiempo todo cambió.

Comenzó haber fricciones entre los miembros, debido a una lucha de egos; el más rebelde era The Comedian, quien en una ocasión golpeó e intentó violar a su compañera Sally Jupiter. Afortunadamente Hooded Justice llegó a tiempo para evitarlo. Después de esta acción, la organización se disolvió. Cabe destacar que The Comedian era el integrante más joven de The Minutemen y también perteneció a The Watchmen.

Aparte de tener una historia principal y un relato paralelo, la obra cuenta también con un cómic dentro del cómic. Durante el desarrollo de la trama, se encuentra un vocero que platica con un adolescente afroamericano sobre la situación decadente de la sociedad.

Mientras el joven escucha a su interlocutor, lee con esmero el cómic *Relatos del Navío Negro*, una historia de piratas que narra las odiseas que vive un náufrago, quien desea volver





## The Watchmen

desesperadamente a su casa para salvar a su familia del Navío Negro. El relato es crudo y sanguinario; el hombre inclusive crea una balsa con los cadáveres de sus compañeros muertos. En 2009, se estrenó en DVD una película animada basada en esta trama.

La estructura que utiliza la obra es alternativa. Alan Moore nos entrega una historia no lineal, donde no se tiene un personaje principal sino varios. Durante el desarrollo de la trama, cada personaje muestra un protagonismo por cierto periodo hasta que se lo pasa a otro y así sucesivamente. Por ello, existe una extensa gama de superhéroes con los que podemos tener empatía o apatía. Cada uno de ellos tienen historias sumamente interesantes; se podría realizar un cómic con cada una de sus vidas.

Además, Moore superó el reto de mezclar tres historias en una sola novela; los saltos narrativos son muy eficaces y dinámicos. Me recuerda a la prosa de Julio Cortázar en *Rayuela* (1963), donde en ciertas partes del texto indicaban ir a algunas páginas finales, donde había reflexiones filosóficas del escritor ficticio Morelli, quien intentaba explicar, a través de sus pensamientos, el comportamiento de los personajes.

En el caso de la novela gráfica se presentan fragmentos de la autobiografía de Hollis, que ayudan a entender el origen de *The Watchmen*. Por otro lado, cuando los personajes de la historia principal tenían las mayores dificultades, aparecía el relato del Navío Negro, el autor quería mostrar los clímax de ambas historias de manera simultánea. De esta manera, Moore logró una sinergia perfecta de tres relatos sincrónicos en una misma obra.

Otro punto importante son los dibujos creados por Dave Gibbons. Muestran las características específicas de los personajes principales. Por ejemplo: el modelo atómico de Bohr en la frente del Dr. Manhattan; el traje de Búho con cierto parecido a Batman de Nite Owl; y la emblemática máscara con manchas móviles de Rorschach que representa el test psicológico



del mismo nombre. Además retrata con desesperanza las caras de la gente neoyorquina, quienes viven en un ambiente lleno de suciedad, delincuencia y desesperanza.

Los dibujos se mezclan perfectamente con el trabajo del colorista John Higgins. Ocupa escenografías oscuras para dar una sensación de un ambiente distópico. Constantemente podemos ver el color rojo en todas partes, que representa el sangrado que vive la ciudad de Nueva York, ocasionado por su decadencia. También destaca la tez azul del Dr. Manhattan, quien es la imagen principal de *The Watchmen*.

Desde su aparición, la novela gráfica se convirtió en un *best-seller*. Se encuentra fácilmente en cualquier librería. Es considerada no sólo un clásico de los cómics sino también de la literatura. Además se ha ganado un lugar en la cultura pop. En 2009, se llevó a la pantalla grande bajo la dirección de Zack Snyder. En 2019, la plataforma Amazon Prime realizó una serie basada en el cómic.

*The Watchmen* es una obra adelantada a su época. Muestra una distopía ocasionada por décadas de indiferencia por parte de la sociedad; aún así deja una esperanza, porque los humanos somos un milagro y podemos cambiar las cosas cuando nos lo proponemos. El texto contiene mucha información, es aconsejable releerlo varias veces, ya que siempre se descubre algo nuevo. Muy recomendable para la gente que gusta de la ciencia y filosofía.



# HOY TOCA

*Amar nuestras tradiciones*

DESCARGA LA APP ESCANEANDO EL CÓDIGO QR.



**Dolores** <sup>atún</sup>®



**A tu lado**  
poniéndole sabor  
a tus días.



Siempre  
**atulado**

Aliméntate con proteína.