



asi

es esto del abarrote

Propuesta de
valor y calidad

Enero-Febrero 2025 Año 22 No. 125

**A PRECIO
INCREÍBLE
PARA TU NEGOCIO**

**Nuevo
Antitranspirante**



**¿CÓMO
LO USO?**



**48 HORAS*
DE PROTECCIÓN**



ANAM
ASOCIACIÓN NACIONAL DE
ABARROTEROS MAYORISTAS A.C.

Presidente
David Chapa González

Vicepresidente
Hilda Daniela Novoa

Secretario
Daniel Garcés Islas

Tesorero
Miguel Ángel Alonso Pérez

Consejeros
Juan Manuel Morales
Enrique Treviño Ortiz
Jorge Sánchez Andrade
Celia Martínez
José Luis Sosa
José Clemente Guerrero de la O
Patricia García
Aarón Limón Vargas
David Rojas
Antulio Nieto

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
Mtr. Esteban M. Fuentes S.
fuentessem@yahoo.com.mx
Diseño y Formación
Antonio Cabrera Avendaño

Así es esto del Abarrote, revista bimestral enero-febrero 2025 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: Puerto Dimas No.27 Col. Jardines de Santa Clara, Ecatepec de Morelos, Estado de México. C.P. 55450. Imprenta: Fotolito-gráfica ARGON, 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

Muchos de los conceptos perfeccionados en 1776 por Adam Smith en “La riqueza de las Naciones” y que dieron origen a los fundamentos que aún rigen buena parte del orden económico mundial, parecen estar llegando a su fin.

Hace casi 230 años el intelectual escocés comenzó a abogar por la eliminación de las restricciones comerciales y contra la intervención gubernamental en la economía.

Fue de alguna manera el pensador que más influyó en el nacimiento de Estados Unidos como la gran potencia que hoy conocemos, pero también fue, indiscutiblemente, el padre de la globalización económica que floreció en el planeta desde los años ochenta del siglo pasado.

Hoy, como pocas veces se ha visto en la historia contemporánea estamos viviendo vientos aislacionistas que eran impensables hace apenas 30 años. La primera llamada de estos intentos proteccionistas se presentó con la pandemia, porque el mundo se tuvo que aislar; la segunda con la guerra de Ucrania cuando algunas naciones, ante la escasez de alimentos, decidieron encerrarse en sí mismos y dejar de comerciar productos agrícolas.

La tercera llamada, y quizá la más grave y la última, es la que protagoniza el presidente estadounidense, quien pretende imponer aranceles a los productos de decenas de países, incluyendo a México, por razones disímbricas.

De convertirse en realidad sus amenazas se estaría destruyendo el orden económico mundial emanado de la creación del Acuerdo General de Aranceles y Comercio (GATT) en 1947, momento en que, tras la segunda guerra mundial, se requerían ordenamientos comerciales para el concierto de las naciones.

Una de las preguntas que seguramente ronda en nuestras mentes es ¿en que nos afecta o nos beneficia, como abarrotereros mayoristas, este rompimiento del orden mundial?

En primer lugar, las acciones emprendidas por la que hasta hoy sigue siendo la primera potencia económica mundial generan incertidumbre, lo cual desde luego es un elemento que gravita negativamente, pero con el cual parece ser que tendremos que convivir en los próximos meses.

Otro elemento es que al resquebrajarse el orden existente seguramente podrían presentarse casos de escasez y encarecimiento de algunas materias primas con las que se producen los artículos que fabricamos o distribuimos.

Hasta el momento parece no haber afectaciones en nuestro sector, pues al cierre de diciembre registramos un avance de 2.6 mensual y un acumulado de 3.8 por ciento para todo 2024, lo que significa que crecimos más del doble que la economía en su conjunto.

Pero ¿Qué nos depara el futuro inmediato y a mediano plazo?

Desde luego estamos conscientes de que nuestro sector es uno de los pilares del consumo interno, como lo demuestran los datos del Censo Económico 2024 publicados en páginas posteriores. Ese papel en la economía es muy probable que adquiera un mayor protagonismo con algunas medidas que han adoptado las autoridades como:

1.- La puesta en marcha del llamado Plan México que tiene como uno de sus ejes prioritarios fortalecer el mercado interno.

2.- La baja en las tasas de interés decretada por el Banco de México y que las coloca, por primera vez en casi cuatro años, por debajo de los dos dígitos. Con ello se abarata el crédito para nosotros como empresarios y para nuestros consumidores.

3.- La campaña que iniciará en marzo para privilegiar el consumo de productos mexicanos.

Nosotros somos un sector 100 por ciento nacional y estamos orgullosos de que así sea.

Y, como siempre, en las buenas y en las malas, estamos listos para que nuestros productos lleguen a las mesas y las alacenas de los millones de hogares mexicanos, a pesar de la incertidumbre.



Contenido



Sinergia en capacitación,
tecnología y retención de talento

9

19 Las personas con discapacidad y
su derecho a trabajar

24 El negocio del abarrote,
imposible sin cacahuete

35 Los nuevos bancos de la esquina

38 El costo de servir

45 Occidente en la era Trump

48 Camino hacia la recesión
económica



En cinco años se abrieron 121 mil
514 tiendas de abarrotos

13

53 Emilia Pérez

64 “Harina láctea Nestlé”: origen y
comercialización temprana en
México

69 Surgidos de la tierra

Sergio Mondragón

Surgidos
de la tierra



Niagara

con pasos firmes en el mercado de mayoreo

Santiago González

Convertida desde hace una década en jugador clave en el rubro de purificación y embotellado de agua, particularmente en el mercado mayorista, Niagara Bottling México, Empresa Socialmente Responsable (ESR), se propone ampliar su cobertura en México.

“En Niagara estamos dispuestos a acompañar de forma integral a los tomadores de decisión del canal mayorista, al ofrecerles un producto de calidad, con precios accesibles y amigable con el medio ambiente. Estos factores beneficiarán a sus respectivos negocios, clientes y al consumidor final.

“Cabe mencionar que la categoría de agua crece constantemente e incluso se estima será de doble dígito en los próximos tres o cuatro años, por lo que

los abarroteros mayoristas pueden entrar también a esta dinámica de crecimiento”, dijo Jaime Costa Solana, vicepresidente de esta compañía en entrevista con **Así es esto del abarrote**.

También mencionó “que el agua es un recurso indispensable en la vida diaria de la población, por lo que nosotros hacemos accesible un producto de calidad a un bajo costo, lo cual refuerza nuestra ventaja competitiva, sobre todo, cuando la categoría tiene todo por crecer. Por lo que el mercado del agua embotellada puede ser una alternativa interesante para los mayoristas, ante otras opciones que tradicionalmente han movilizad, sólo se requiere enfoque, inversión y dedicación.

“Somos la empresa que hace la botella más ligera y ecológica del mercado. Nuestra experiencia en la industria, así como la capacidad instalada con la que contamos, nos permite ser el socio ideal para producir marcas privadas y blancas que están presentes en canales modernos y tradicionales.

El vicepresidente de la empresa, comentó que la relación de Niagara con los changarros está en desarrollo y con amplias oportunidades porque “han comenzado a notar que somos un aliado estratégico para ellos, dado a que les acercamos una alternativa de producto de calidad y seguro para el consumo humano a un precio accesible”.



La mejor agua embotellada

Desde su fundación como empresa familiar en 1963 por Andrew Peykoff, en Irvine, California, Niagara está catalogada como el agua embotellada mejor posicionada en el sur de Estados Unidos. En 2014 llegó a México, lapso durante el cual ha ejercido inversiones por 9 mil millones de pesos, con lo que ha contribuido a crear 500 empleos directos y más de mil 500 indirectos.

En México, la empresa cuenta con dos plantas automatizadas; la primera inaugurada en 2016 en Nuevo León, mientras que en 2019 su segunda factoría entró en operaciones en el Estado de México. Aunado a esta infraestructura, Niagara cuenta con la capacidad de almacenamiento y distribución para abarcar gran parte de la República Mexicana que, se refuerza a través de sus planes de expansión, a raíz del crecimiento acelerado que la compañía está teniendo.

Costa Solana resaltó que “en nuestras plantas de producción contamos con un modelo exitoso de gestión y buenas prácticas de manufactura, que se compone de talento humano calificado, tecnología de punta, eficiencia operativa y cumplimiento regulatorio”.

Sustentabilidad

El directivo explicó que la sustentabilidad es primordial para Niagara, Derivado de los estudios realizados por terceros autorizados, se confirmó que en su presentación de 500 mililitros (mL) han reducido hasta 50% el uso de plástico PET, siendo el envase más ligero del mercado mexicano. Asimismo, en las de un litro y de 1.5 mL, la disminución fue de 44% y 37%, respectivamente.

Aunado a lo anterior, el Centro Nacional de Metrología (CENAM) certificó los empaques como 100% reciclables, incluyendo tapa, botella, etiqueta y película termoencogible.

Dentro de este marco de sustentabilidad, recientemente Niagara recibió la certificación *True Zero Waste* nivel oro en sus plantas, del sistema de certificación internacional de *Green Business Certification, Inc.*, al demostrar que en las mismas se evita que más del 99% de los residuos terminen incinerados, en ➤



Jaime Costa Solana, vicepresidente de Niagara Bottling México

HAZ CRECER TU NEGOCIO

ELIGE CLORALEX®



LIMPIEZA ES SALUD PARA TU FAMILIA

Niagara con pasos firmes en el mercado de mayoreo



el país y además optimizamos el uso de energía mediante la adopción de sistemas de iluminación LED.

“Otros logros que nos enorgullecen son la optimización en el número de tarimas embarcadas por camión y la reducción del 30% de la longitud de nuestro transporte, de modo que nuestra huella de carbono tiene menor impacto”, destacó Jaime Costa.

En cuanto a la reducción de residuos, la compañía cuenta con dos molinos para reciclaje de plástico en sus respectivas plantas. El primero incorpora el plástico PET de preformas y botellas rechazadas al proceso de manufactura como materia prima para producir nuevas botellas, reciclando más de 200 toneladas de plástico PET en 2023, equivalente a 27.9 millones de botellas de 500 mL recuperadas.

Mientras que el segundo molino recicla plástico HDPE proveniente de tapas rechazadas por diversos defectos y lo incorpora como materia prima para producir nuevas tapas; esto significó más de 14 toneladas de plástico HDPE reutilizado también en 2023, equivalente a 19.4 millones de tapas recuperadas.

un vertedero o en el medio ambiente; con lo anterior reducen y reutilizan la materia prima que ingresa en sus procesos.

“Como miembros de la Asociación Ambiental ECOCE -dijo- promovemos activamente el reciclaje en

Aprovechamiento del agua

Niagara cuenta con proyectos de aprovechamiento de agua que han permitido la recuperación de ➤





más de 63 mil m³ de agua en el 2023, los cuales han sido reincorporados al proceso de producción de nuevas botellas, equivalente a 126 millones de botellas de 500 mL.

Lo anterior, para lograr que 90% del agua que se extraiga se incorpore en el producto final, a través de procesos avanzados de pretratamiento, tratamiento principal y tratamiento de agua de rechazo, maximizando el aprovechamiento del recurso hídrico.

Es importante recordar que de acuerdo con el Programa de Monitoreo Water Data de la OMS y UNICEF, México es un país donde 74% de los hogares consume agua embotellada y que el consumo promedio anual por persona ronda los 257 litros, según el reporte 2023 de la consultora alemana *Statista*.

Ante ello, Costa Solana concluyó diciendo que “Niagara está marcando la pauta con una propuesta de valor de agua embotellada a bajo costo y de calidad para abarcar el canal de mayoreo y satisfacer al consumidor final”.





Ahora con ZUKO®



1 SOBRE GRATIS

Por tiempo limitado

TOMA AGUA

Sinergia en capacitación tecnología y retención de talento

Esteban M. Fuentes S.

Las 37 empresas de productos de consumo más importantes de nuestro país consideran el canal mayorista como importante y vital para sus operaciones, debido a su alcance con las tienditas más remotas y pequeñas, y señalaron que existen grandes posibilidades de sinergia entre el sector que conforman y los asociados de la ANAM.

Agrupadas en el Consejo Mexicano de la Industria del Consumo (ConMéxico), cuya presidenta ejecutiva Claudia Jañez Sánchez habló con **Así es esto del Abarrote**, estas empresas representan 60 por ciento en el rubro de alimentos y bebidas, y las restantes en cuidado del hogar y cuidado personal, así como los de bebidas alcohólicas y hasta juguetes.

Las posibilidades de sinergia -dijo- se hallan en rubros como la capacitación y la tecnología, y su concreción permitiría profesionalizar aún más el canal mayorista y favorecer las mejores prácticas comerciales en todos sentidos, así como retener el talento existente tanto entre los abarroteros mayoristas y sus clientes como en la industria.

La presidenta ejecutiva de ConMéxico hizo notar que esta organización es la única que reúne a las empresas referidas, por lo cual bien puede decirse que prácticamente todo lo que se halla los anaqueles y es producto de consumo masivo está en este Consejo.

Por lo mismo -apuntó- “no podemos descuidar el hecho de que nuestros asociados les venden a los mayoristas y estos al canal más tradicional, y si sumamos las ventas en términos de porcentaje, la importancia para las empresas de ConMéxico es vital”.

Con larga y destacada carrera laboral, convencida de que cuando uno tiene una voz debe entregar su experiencia a varones y mujeres que la necesitan, y de que los jóvenes requieren de guía en muchos temas, sobre todo de liderazgo y otros que hacen crecer más allá de lo que ➤

Claudia Jañez Sánchez, presidenta ejecutiva del Consejo Mexicano de la Industria del Consumo (ConMéxico).



Sinergia en capacitación, tecnología y retención de talento

se estudia, Jañez Sánchez es autora de un libro titulado Autoestima Profesional.

“No es un libro de autoayuda, no es una autobiografía tampoco, ni pretendo ser psicóloga. ¿Por qué es Autoestima Profesional? Porque, sobre todo cuando fui presidenta de DuPont y tenía muchísima gente a mi cargo. Las empresas las hacemos las personas, no importa en dónde estés, si es una mini pyme de dos personas, o de una, o de miles de personas, la calidad que tú llevas a la mesa eso es lo que importa. Evidentemente, tener un producto o un servicio adecuado, pero a las empresas las hacemos las personas”.

“Lo que hice fue contar anécdotas de mi vida, en ocho pilares de la autoestima profesional. Anécdotas, no nada más de cuando ya era presidenta, o directora general, o ya después de muchos años, sino anécdotas de viajes o de cuando era adolescente. Creo que a veces, cuando uno llega a este nivel, pues es importante compartir cómo fue que llegaste ahí”.

Los líderes que no comparten -prosiguió-, que no trascienden, que no abren esta enseñanza no dejan esa huella. No pienso dedicarme a escribir libros, pero ha sido una grata, grata sorpresa, porque también me dedico a no

En estas circunstancias -abundó-, con el sector de mayoreo tenemos una gran identificación. Y, “si hay alguien que cuida estas marcas, que cuida la reputación y la calidad y el producto y el manejo del producto, pues ese es el canal y el abarrotero mayorista. Con los cuales la mayoría de las empresas de con México tienen una relación de décadas, de apoyo recíproco. Tenemos que explotar y dimensionar esta realidad, que haya una mejor relación”.

Mencionó otro ámbito en el cual la relación ANAM-ConMéxico puede ser recíprocamente provechosa: la retención de talento. “Creo que hoy todos estamos sufriendo no nada más para la retención de talento, sino lo que conlleva el tener gente a la que entrenas y quiera trabajar una jornada completa. Nosotros lo vemos con repartidores, choferes y quienes te ayudan a repartir en el anaquel”.

“Si logramos profesionalizarlo un poquito, ayudaremos desde la ANAM y desde ConMéxico, con aspectos de capacitación y tecnología, a retener estas personas. Ese es el gran reto que tenemos. Cómo estas empresas que son de clase mundial comparten las mejores prácticas en todos los sentidos”.

Jañez Sánchez abordó enseguida el tema de la



nada más estos temas técnicos y profesionales, sino que me invitan mucho a hablar de liderazgo.

Más adelante la ejecutiva señaló que ConMéxico empezó como agrupación de empresas de alimentos y bebidas y hoy está mucho más diversificada; son las empresas de productos de consumo más grandes del país en sus rubros, y 95 por ciento de ellas tienen presencia global, ya sea extranjeras en México o mexicanas en el extranjero. Representan más o menos 4 por ciento del Producto Interno Bruto y emplean de manera directa a poco más de 500.000 personas, y poco más de 2 millones y medio de manera indirecta.

ConMéxico tiene una estrategia orientada a reforzar las marcas de sus asociados. “Son marcas que tienen décadas de existir, que tienen una gran reputación, algunas de nostalgia”

“¿A qué me refiero? A que, las empresas de ConMéxico están lo mismo con una lata de chiles o un litro de leche en un municipio al que nadie llega más que las empresas de ConMéxico, a través de los socios de ANAM; y lo mismo estamos con el whisky o el tequila más caro”.

denominada economía circular, la tendencia económica que apunta a disminuir y reutilizar desperdicios, residuos, desechos y materiales, insumos y productos, con objeto de aminorar la contaminación y disociar el crecimiento económico del consumo de recursos.

“La economía circular para las empresas de ConMéxico ha sido vital. Inclusive, son punta de lanza, muchas de ellas están integradas verticalmente en toda la cadena de valor. Los aspectos de economía circular son vitales para el país”.

¿Qué es a lo que la mayor parte de las empresas de ConMéxico, si no es que todas, se enfocan?, se preguntó, y se respondió: “Primero invertir en tecnología e innovación en los empaques. La mayor parte de las empresas tienen innovación en cómo no nada más reducen el desperdicio, sino el reciclaje de esos empaques. Y si no se pueden reutilizar con innovación y tecnología, cómo hacemos para que la degradación o la reutilización de esos recursos sea mucho más rápida y mucho más eficiente.

“También cómo la materia prima con la que se hace el empaque sea sostenible en el tiempo. Y no solamente el empaque como tal, sino las pruebas de innovación que

¡El súper gigante!®

Vogue

+ Grueso
+ Rendidor
+ Resistente



CON 
CONTROL
de **OLOR**



HIGIENE ES SALUD



La Asamblea del Consejo de ConMéxico, designó a Alejandro Pintado como nuevo presidente de su Consejo Directivo.

se hacen ya que integran el producto”. Las empresas de ConMéxico, la mayor parte, están reguladas al cien por ciento desde el empaque hasta la reutilización, la producción, la materia prima, el consumo, la publicidad por COFEPRIS.

Añadió por otra parte que, “en ConMéxico estamos muy de cerca del Banco de Alimentos para tener un proyecto de economía circular. Cómo hacemos para no nada más contribuir con productos que están por vencerse en el anaquel, pero todavía vigentes, cómo retirarlos y donarlos al Banco. Son proyectos en los cuales nosotros podemos ayudar nuestros asociados a contribuir.”

En el inicio de la entrevista Jañez Sánchez se refirió a cómo fue su llegada a la organización y la importancia del perfil de la presidencia ejecutiva en la transformación de esta entidad empresarial.

Recordó que comenzó su carrera a mediados de los noventa y trabajó para la financiera de Ford, para General Electric, PepsiCo y Dupont, empresa ésta en la cual fue presidenta para América Latina por casi siete años. Se desempeñó asimismo como presidenta del Consejo de Empresas Globales, que aglutina a todas las grandes empresas de capital extranjero.

De modo paralelo, a lo largo de este tiempo ha sido consejera independiente en varios consejos de administración. “Estoy en América Móvil y en IDEAL, que es la compañía de carreteras e infraestructura. Estoy en la Bolsa Mexicana de Valores, en HSBC, por mencionar algunas, aunque obviamente la presidencia ejecutiva de ConMéxico es mi prioridad número uno”.

Comentó que en 2023 y ante exigencias de aspectos tanto de alimentos y bebidas como de economía circular y sustentabilidad, y el cambio de gobierno ConMéxico decidió cambiar el perfil de su presidencia ejecutiva. Lo

cual “no fue ni bueno ni malo, ni mejor ni peor, simplemente decidieron cambiar y traer a alguien que viniese de la iniciativa privada; alguien que ya hubiera ocupado la presidencia o dirección general de una compañía grande --como era mi caso- y que además tuviera esta experiencia en asuntos públicos y gubernamentales”.

Así se dio aquel año su llegada a la organización. “El propósito me encantó, me parece un proyecto interesantísimo, que además me permite, en paralelo, tener relación e influencia a través de los consejos de administración” de que forma parte.

Y habló de acerca de las vicisitudes de su condición de mujer en el mundo empresarial. “Empecé mi carrera a mediados de los noventa y además en el sector financiero automotriz. ¡Imagínense! No había mujeres prácticamente. Me ha tocado abrir este camino de equidad de género. Soy plena convencida de que hoy las mujeres hemos ganado terreno, pero porque nos lo hemos ganado.

“No creo en la victimización ni en los feminismos exagerados en sentido negativo. Lo que sí creo en la equidad. Y en el balance, pues me ha tocado abrir camino. Tengo 53 años de edad y 30 años de trabajo, y sí veo una gran diferencia tanto en las generaciones de hombres como de mujeres.

“Me ha tocado ser la primera en todo. La primera mujer presidenta de DuPont y la primera mexicana, eso lo digo con mucho orgullo porque siempre la presidencia para América Latina la tenían sudamericanos.

“Me tocó también ser la primera mujer presidenta del Consejo de Empresas Globales, y ahora la primera presidenta ejecutiva de ConMéxico. Y en la mayoría de los consejos de administración en que estoy soy la única o somos dos o máximo tres mujeres. En la Bolsa de Valores es donde más somos: cuatro”.





En cinco años se abrieron

121 mil 514 tiendas de abarrotes

Roberto Fuentes Vivar

En los últimos cinco años se abrieron 121 mil 514 tiendas de abarrotes, lo que significó que anualmente se incrementó en 24 mil 302 el número de unidades comerciales de este tipo. Esto quiere decir, en términos sencillos, que diariamente se abren casi 70 tienditas de la esquina o de pueblo en algún lugar de la República Mexicana.

De acuerdo con los resultados oportunos de los censos económicos levantados en 2024 por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el año pasado había un millón 125 mil 763 tiendas de comercio al por menor de abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco, mientras que cinco años antes, en 2019, el número era de un millón 004 mil 249.

Con estas cifras las tiendas de abarrotes se ubicaron en el primer lugar en número de establecimientos en el país. Nada más para dar una idea, el número total

de establecimientos de servicios de preparación de alimentos (incluyendo loncherías, taquerías y puestos fijos de la economía informal) sumó 761 mil 505 unidades económicas.

Para poder levantar los censos económicos 22 mil trabajadores del INEGI recorrieron el país, manzana por manzana en las ciudades y rancharía por rancharía, en el medio rural, y encontraron que en México existen siete millones 056 mil 400 establecimientos, 683 mil 330 más que en el censo anterior.

En total, el número de unidades económicas creció 10.72 por ciento, pero en el caso de los abarrotes el avance fue de 12.5 por ciento entre 2019 y 2024, lo que demuestra que el sector abarrotero mantiene su dinamismo como un servicio público para atender las necesidades de los barrios y las colonias en el ambiente urbano y de los pueblos en el ámbito rural.



Fuerte participación femenina

En México se cuenta con dos millones 574 mil 225 establecimientos dedicados al comercio, que significan 47.2 por ciento del total de unidades económicas censadas durante el año pasado.

En este sector trabajan ocho millones 661 mil 044 personas, de las cuales 49.1 por ciento son mujeres y 50.9 por ciento son hombres. La participación femenina en el sector comercio es una de las más altas del país.

De hecho, en la conferencia de prensa para presentar los censos económicos, la presidenta del INEGI; Graciela Márquez, dio especial importancia a que los establecimientos censados dan empleo a 36 millones 793 mil 604 personas ocupadas, de las cuales 16 millones 879 mil 816 fueron mujeres lo que representa el 45.9 por ciento y 19 millones 913 mil 788 fueron hombres, lo que representa el 54.1 por ciento. “La participación femenina es la más alta registrada en los censos económicos que se realizan cada cinco años desde 1930”, dijo.

Quizá si hubiera desglosado los datos del sector comercio, en donde es aún mayor el trabajo de las mujeres, se hubiera sentido más orgullosa.

Pero fuera de este detalle, hay que señalar que, dentro del sector comercio al por menor, 43.6, por ciento de los establecimientos se ubica en el rubro de Abarrotes y alimentos del total de comercio al por menor.

En lo que se refiere al comercio al por mayor, 32.1 por ciento de los establecimientos son de Materias primas para la industria, 14.0 por ciento se dedican a las materias

En los censos de 2024 se da cuenta de que en el sector 4661, denominado “Comercio al por menor de abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco” se registraron dos millones 272 mil 512 trabajadores, consolidándose como una de las ramas económicas que brinda más fuentes de empleo a los mexicanos.

Estas fuentes de empleo representan el 8.7 por ciento de los trabajadores registrados en el censo y solo son superadas por el número de empleados en preparación de alimentos y bebidas que significan 9.7 del total.

Aunque los resultados oportunos todavía no ofrecen los datos de los sectores en su totalidad, sí hay algunos específicos que se dieron a conocer en la presentación de los censos sobre la importancia del sector comercio en la economía del país.





Por suerte hay
SALADITAS
Gamesa[®]

COME BIEN
Sugerencia de consumo



primas agropecuarias y 13.6 por ciento a distribuir Abarrotes y alimentos

Del total de los trabajadores en el sector comercio, cinco millones 103 mil 179 laboran en establecimientos de uno a 10 empleados, un millón 444 mil 962 en los que emplean de 11 a 50 personas, un millón 289 mil 606 en establecimientos 51 a 230 personas y solo 823 mil 298 en los tienen más de 251 trabajadores.

En cuanto al número de unidades económicas del sector comercio, de un total de dos millones 574 mil 255, dos millones 489 mil 545 son pequeñas que emplean a menos de 10 trabajadores, 70 mil 984 dan empleo a un rango de 11

a 50 personas, 12 mil 421 son medianas con entre 51 y 250 trabajadores y únicamente mil 275 son grandes con más de 251 empleados.

La remuneración anual por trabajador en el sector comercio fue de 130 mil 600 pesos. En el comercio mayorista fue de 166 mil 800 y en el comercio al por menor de 115 mil 800.

De acuerdo con los resultados censales, el comercio genera 16 billones 600 mil millones de pesos anuales, con un crecimiento anual promedio de 12.2 por ciento en el comercio minorista y 4.5 por ciento en el comercio al por mayor.

Todos los anteriores datos se refieren a los abarrotes en particular y al comercio en un aspecto más amplio. Sin embargo, hay datos que vale la pena mencionar de los resultados generales que muestran cómo ha evolucionado el mercado interno.

A pesar de los cierres de negocios ocasionados por la pandemia, en los últimos cinco años se abrieron 683 mil 330 nuevas unidades económicas en México, con lo que el número total de establecimientos en el país se ubicó en siete millones 056 mil 400, lo que significó un crecimiento de 10.72 por ciento entre 2019 y 2024.

El vicepresidente del INEGI, Mauricio Márquez Corona, dijo que “el fin de la pandemia y la reactivación económica fueron factores para la apertura de más empresas”.



En cinco años se abrieron 121 mil 514 tiendas de abarrotes

Entre los hallazgos se encuentra que de seis millones 373 mil 169 negocios que había hace cinco años, el número pasó a más de siete millones, lo que significó que cada año se abrieran en promedio 136 mil 666 nuevas unidades económicas, un crecimiento continuo en números absolutos que no se había visto en la historia.

Otro de los datos sobre la inclusión es que 101 mil 184 unidades económicas emplearon a personas con algún tipo de discapacidad.

El total de las empresas censadas registraron un promedio de 40 billones 160 mil 673 millones de pesos de ingresos anuales.

Uno de los datos que muestra la influencia que han tenido las leyes aprobadas durante la cuarta transformación es que el outsourcing se desplomó, pues en 2018 el personal no dependiente de la razón social de una empresa; es decir, subcontratado, equivalía a 17.3 por ciento de los empleados en el país, esta participación cayó a 3.5 por ciento en el Censo de 2024.

Paralelamente, aumentaron los salarios de 80 mil 067 a 89 mil 325 anuales en promedio en las microempresas, de 138 mil 316 a 152 mil 934 en las pequeñas y medianas empresas y de 239 mil 791 a 248 mil 106 en las grandes.

De hecho, los micronegocios representan 95.5 por ciento del total de establecimientos y dan empleo a 41.5 por ciento de las personas ocupadas.

La Encuesta Anual del Comercio

Pocos días antes de que se presentaran los resultados de los censos económicos, el INEGI dio a conocer la Encuesta Anual del Comercio, con datos de 2023, que se mantiene en línea con muchos de los datos del censo.

La encuesta señala que, en 2023 los ingresos por el suministro de bienes y servicios del comercio al por mayor sumaron nueve billones 713 mil 574 millones de pesos y el mayor crecimiento se presentó en el subsector de intermediación de comercio al por mayor.

Por su parte, los ingresos por el suministro de bienes y servicios del comercio al por menor sumaron nueve billones 277 mil 725 millones de pesos. Los subsectores con más crecimiento fueron los de comercio al por menor exclusivamente a través de internet, catálogos impresos; televisión y similares, así como tiendas de autoservicio y departamentales.

El documento indica que los ingresos del comercio al por mayor registraron una distribución focalizada en la rama de

materias primas agropecuarias y forestales para la industria, y materiales de desecho, con una participación de 49.9 por ciento. Siguió comercio al por mayor de abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco, con 24.2 por ciento.

Dentro del comercio al por menor, la mayor contribución a los ingresos del sector en general la aportó la distribución de vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes, con 30.5 por ciento. Siguió el subsector del comercio al por menor en tiendas de autoservicio y departamentales, con una contribución de 27.9 por ciento. En tercer lugar, se encontró el subsector de abarrotes con 12.9 por ciento.



Es decir que el segmento de los abarrotes ocupa el segundo lugar en ingresos dentro del sector comercio al por mayor y el tercero en comercio minorista.

Este ejercicio anual del INEGI indica que en cuanto a la modalidad de pago bajo la que opera el personal dependiente de la razón social, 91.1 por ciento del total de trabajadores de comercio al por mayor recibió una remuneración fija y periódica por su trabajo. En el comercio al por menor, esa proporción fue de 54.4 por ciento.

En cuanto a las remuneraciones pagadas al personal dependiente de la razón social, según sexo, en el comercio al por mayor los hombres concentraron 66.7 por ciento, mientras que al por menor este valor fue de 52.2 por

En cinco años se abrieron 121 mil 514 tiendas de abarrotes

ciento. Por su parte, las mujeres recibieron 33.3 y 47.8 por ciento, respectivamente.

En el análisis de los datos estadísticos sobre la variable de los activos fijos, se observa que las empresas invirtieron, en mayor proporción, en bienes inmuebles: 26.2 por ciento correspondió al comercio al por mayor y 52.8 por ciento, al por menor. El rubro de menor inversión para ambos sectores comerciales fue el de equipo de cómputo y periféricos, con participaciones de 4.2 y 6.1 por ciento por ciento en cada caso.

Otros datos del censo 2024

Cabe señalar que dentro de las más de siete millones de unidades económicas registradas en el censo de 2024, se obtuvo información de todos los comercios, fábricas, minas, unidades pesqueras, establecimientos de servicios, establecimientos semifijos, actividad económica en vivienda, empresas constructoras, de transportes, plantas de electricidad. Es decir que se tomaron en cuenta, hasta los puestos fijos y semifijos de comida, excepto el ambulante y los negocios que no están anclados o sujetos permanentemente al suelo.

Si bien la mayoría de los datos se obtuvieron en el terreno de cara a las personas informantes, también hubo la posibilidad de que estas aportaran la información de


sus negocios por medio de internet. Del total de negocios censados, 275 mil unidades económicas utilizaron este recurso.

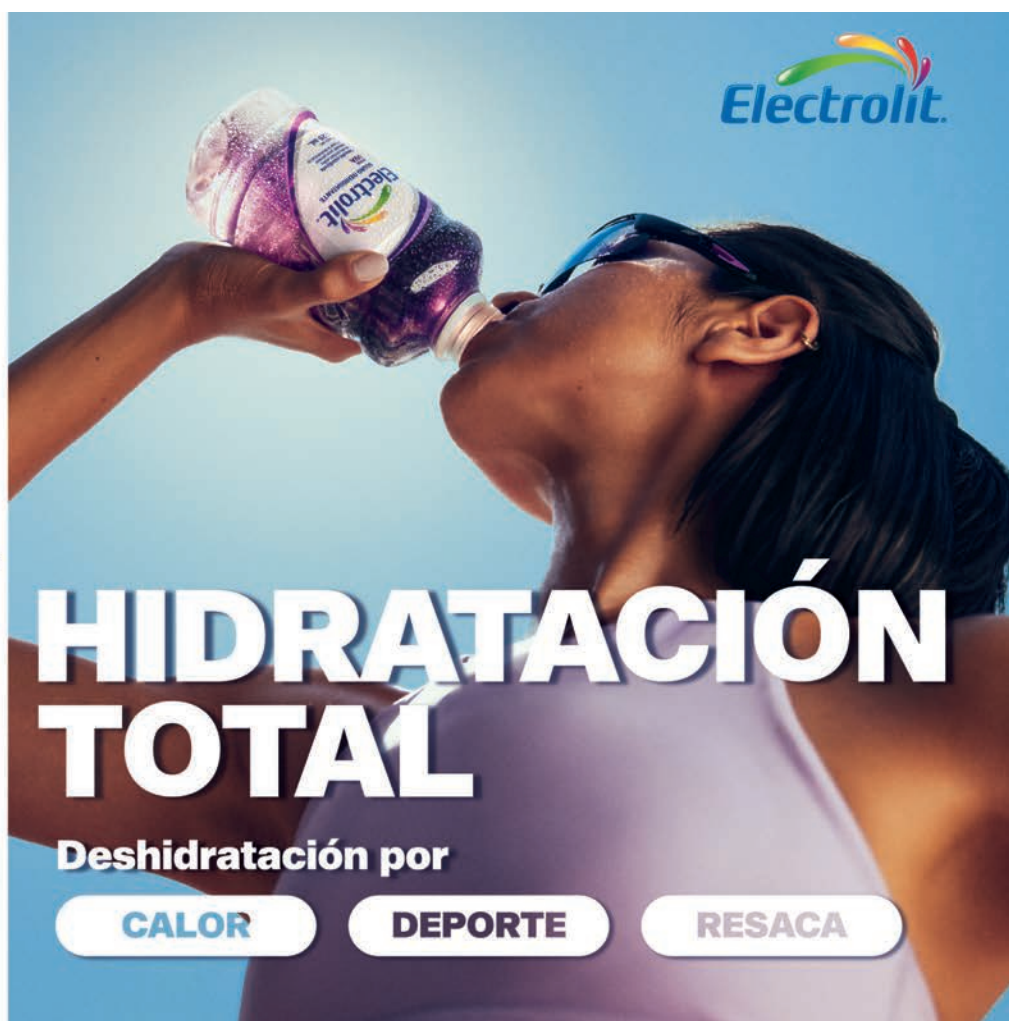
Los estados con mayor número de unidades económicas fueron el estado de México es el que tiene mayor participación con 12.7 por ciento del total de los establecimientos del país. Le sigue Veracruz con 6.9; Puebla, 6.7 y Ciudad de México, 6.4 por ciento.

Otro de los datos interesantes es que entre 2019 y 2024, el porcentaje de los establecimientos que vendía por internet pasó de 3.0 a 5.5 por ciento. Incluso, un millón 430 mil 630 unidades emplearon internet para sus actividades y de estas, un millón 255 mil 625 hicieron uso de herramientas de tecnología digital. Los usos más frecuentes fueron buscadores y repositorios, con 83.8 y 57.7 por ciento, respectivamente.

Dentro de las empresas que contrataron a personal con alguna discapacidad, el comercio obtuvo el primer lugar con 51 mil 567 unidades económicas que así así lo reportaron.

Otro dato interesante es que tan solo en 2024 se abrieron 229 mil nuevos establecimientos.

Pero quizá lo más importante es que el censo levantado el año pasado demuestra que el sector abarrotero está vivo y en constante crecimiento. 



HIDRATACIÓN TOTAL

Deshidratación por

CALOR

DEPORTE

RESACA

Las personas con discapacidad y su derecho a trabajar

Sergio Cárdenas Rivera

Las empresas que incorporan personas con discapacidad a su plantilla de ejecutivos o de menores niveles, amplían sus perspectivas de solución a diversos problemas y situaciones. Esas personas tienen una capacidad de resolución y propuestas distintas, que ayudan a que la empresa a la que sirven se vuelva más eficiente en la solución de sus problemas.

Así lo comentó Sergio García Kabande, especialista en temas relacionados con los diferentes tipos de discapacidad, y un ejemplo vivo de tenacidad y perseverancia, que lo llevaron a superar el peor diagnóstico luego de un accidente automovilístico que lo mantuvo en estado de coma durante tres meses, cuando era estudiante.

Ingeniero agrónomo por el Tec de Monterrey, con maestría en formación de Recursos Humanos, García Kabande cuenta con una trayectoria de casi 20 años a cargo de estrategias de inclusión laboral de personas con discapacidad. Ha impartido más de 2 mil conferencias a todo tipo de públicos, y ha tenido la oportunidad de exponer sus propuestas a dos presidentes mexicanos, así como a los jefes de estado de Brasil y Panamá, quienes los invitaron a dar conferencias a empresarios, legisladores y sociedad civil de esos países.

“Cualquier empresa, sin importar su tamaño, puede incluir en su plantilla laboral a personas con algún tipo de discapacidad. Cuando esto sucede, la empresa amplía las perspectivas. Una persona con discapacidad enfrenta en su día a día dificultades y problemas que las demás personas no sufren. Tienen una capacidad de resolución y propuestas distintas, y si la empresa aprovecha estas opciones, podrá ser más eficiente en la resolución de problemas”.

Agregó que la clave está en colocar el talento en donde es más útil. “Por ejemplo, no voy a colocar a un invidente en un puesto de vigilante. Hay que colocar los talentos en donde puedan servir mejor. Las personas con disca-



Sergio García Kabande, especialista en temas relacionados con los diferentes tipos de discapacidad.

pacidad somos igual que todos. Hay personas buenas, y hay personas muy malas. También tenemos distintos talentos y esos talentos no dependen de la discapacidad”.

Un factor que en muchos casos impide que las empresas se animen a contratar a personas con algún tipo de discapacidad, es la representación gráfica de esta condición. ➤



“Desgraciadamente el ícono mundial de la discapacidad es una silla de ruedas y eso no nos define. Únicamente entre el 3 y el 5 por ciento de las personas con discapacidad requieren una silla de ruedas para su desplazamiento. El 95 ó el 97 por ciento no la requerimos, porque tenemos otro factor de discapacidad. Esto lo menciono porque he estado con muchos empresarios que, al proponerles incluir gente con discapacidad en su plantilla, me han dicho que no lo pueden hacer porque no tienen rampas en sus instalaciones, lo cual es un error”, comenta el especialista.

Su lucha

Siendo estudiante en el Tec de Monterrey, Sergio García Kabande sufrió un accidente automovilístico cuando viajaba como pasajero con unas compañeras con quienes había estado estudiando hasta altas horas de la noche. Al salir proyectado del vehículo, sufrió serias lesiones cerebrales. El diagnóstico médico fue que nunca iba a poder volver a articular palabras ni a caminar.

Luego de tres meses en coma, recuperó el conocimiento e inició la ardua lucha personal por mejorar su estado, aún en contra de los pronósticos médicos, pero con el apoyo de su familia.

Volvió a la escuela, en donde grababa en audio sus clases porque no podía escribir apuntes con la rapidez requerida, y con la ayuda de sus compañeros, que literalmente a cuestas lo llevaban de un salón a otro, terminó su carrera.

Con su flamante título de Ingeniero Agrónomo bajo el brazo, Sergio García Kabande se topó, de frente, con la no inclusión laboral de personas con discapacidad y hasta el rechazo abierto a personas que, como él, no hablan con fluidez ni caminan perfectamente erguidas.

La necesidad de generar ingresos, pero sobre todo, sus ganas de vivir lo llevaron a enmarcar su título, colgarlo en la pared y salir a la calle a dar la pelea. Entre otras muchas labores, hizo cosas como lavar coches y vender nueces en los cruceros de Monterrey. Fue ahí, en un cruce, en donde lo conoció un alto ejecutivo, quien lo animó para que participara en un concurso para ingresar a la mayor empresa cementera mexicana, que iniciaba sus acciones de inclusión de personas con algún tipo de discapacidad.

Como cualquier otro candidato a una posición laboral, se sometió a los exámenes de rigor y obtuvo mejores calificaciones que los otros cuatro aspirantes “normales”, e inició su carrera en la empresa, en la que, durante 18 años condujo el programa de inclusión laboral de profesionistas con alguna discapacidad.

Estas acciones se enmarcaron en lo que con el tiempo se definió como Movimiento Congruencia, una asociación civil que reúne a empresas de distintos giros, que trabajan unidas con la intención de incluir personas con discapacidad en sus plantillas laborales. Algunas lo hacen a nivel obreros, a todos los niveles o a profesionistas con discapacidad, explicó. Estas empresas tratan de que la inclusión sea un proceso natural en su operación. Están comprometidas a generar políticas empresariales, con el fin de que la inclusión se lleve a la práctica.

- ¿Hay alguna diferencia en las dificultades que enfrenta una persona con discapacidad con preparación académica profesional frente a una persona sin estudios, también discapacitada?

-Mucha gente cree que las personas con discapacidad no pensamos bien, como ellas. Si una persona con estudios profesionales, pero con una disca- ➤

Esta temporada
incrementa
tus ganancias
con el
D'licioso
sabor de
D'Gari



Más
recetas



 /DGariOficial
www.dgari.com

COME BIEN

¡INICIA LA
TEMPORADA
DEL POLVO PARA
HORNEAR!
CON REXAL®



El del
botecito
azul

Descubre
nuevas recetas



COME SALUDABLE

 /RexalOficial www.rexal.com

Pídelos a tu mayorista preferido.

pacidad, trabaja junto a otra con la misma preparación académica, en la misma función, la consideran que es menos capaz que la que está bien. “Había que darle la oportunidad”.

Manifestó que muchos ejecutivos subestiman a las personas discapacitadas y no las consideran merecedoras de un pago igual al que se asigna a un trabajador “normal” que hace las mismas funciones. “Te voy a dar la oportunidad de que entres a la empresa. No te voy a pagar el sueldo completo, porque tienes discapacidad, pero confórmate porque yo te estoy dando la oportunidad que en otro lugar no te darían. No me hagas quedar mal”.

Agregó que en el contexto laboral de una persona con discapacidad, con frecuencia se requiere algún ajuste a las instalaciones. Se llaman ‘adecuaciones razonables’, que son todas aquellas que se pueden implementar, con una inversión mínima, para favorecer la igualdad de oportunidades para todos los empleados, como instalar un barandal, por ejemplo.

Ver el “cómo no” es muy fácil; ver el “cómo sí” es de gente inteligente. Además, se genera un sentido de humanidad, más cálido y fraterno entre los colaboradores de una empresa. Se genera una sensación de ayuda y aunque la persona con discapacidad no lo pida, la gente está dispuesta a ayudarla, y esto cohesiona el equipo de la empresa, explicó.



Respecto a la responsabilidad de las instituciones de gobierno para promover la inclusión laboral, Sergio García Kabande estableció que debería ser una obligación. Es básico que el gobierno se adhiera a estas iniciativas. Añadió que además de incluir en su personal a personas con discapacidad, como una política de inclusión, sería muy bueno que se realizara un censo de alumnos con discapacidad en los distintos niveles educativos, así como que el programa de materias incluya la enseñanza de lenguaje de señas.

-Hay muchas más formas de inclusión laboral que las que imaginamos. ¿Hay algún lugar en donde podamos aprender a ser inclusivos?

-Claro. En organizaciones como Movimiento Congruencia (congruencia.org.mx) o Unidos Somos Iguales (unidos.com.mx) se imparten diversos cursos, y en las redes sociales hay diversos tutoriales que pueden ayudar.

Además, por otra parte, déjame invitar a quienes lean esta entrevista a que nos sigan en nuestro podcast “La bola cuadrada” en donde, junto con especialistas invitados, hablamos de temas de inclusión laboral de las personas que tenemos alguna discapacidad, y de otros temas relacionados con este sector de la población. La dirección es <https://www.youtube.com/@BolaCuadradaPodcast>. Está muy interesante. 🎧





El eslabón de las marcas de libre venta que
AUMENTARÁN
tus ganancias



KAM Nacional - Melvis Domínguez Camacho
Tel - 771 266 9479 Email - melvisdominguez@farmalive.com.mx



El negocio del abarrotes, imposible sin cacahuates

Roberto Fuentes Vivar

El cacahuete tiene una historia singular: no es un producto totalmente nacional, ya que nació en algún lugar de Sudamérica, pero sí fue domesticado por los mexicanos en la época prehispánica y de la Nueva España partió para conquistar al mundo.

Actualmente su presencia es cotidiana en todo el planeta y aquí es infaltable en las tiendas de abarrotes ya sea en sus más de tres docenas de presentaciones como botana, en moles, salsas o en crema de cacahuete que se consume como postre.

De acuerdo con una monografía realizada por el Gobierno de México "el cacahuete es una oleaginosa

originaria de América del Sur que llegó a México durante la época prehispánica; fue descubierto por los españoles en un mercado en la gran Tenochtitlán, estos lo llevaron a Europa y África; lo que permitió que su cultivo y su consumo se expandiera por todo el mundo".

El nombre cacahuete proviene del náhuatl tlacáhuatl, que significa cacao de la tierra y así se le conoce en países como Alemania o con ligeras variantes como en España, donde le llaman cacahuete, aunque en algunos países de Sudamérica le nombran maní.

Su origen es incierto, pues su nacimiento es atribuido a Brasil, Argentina y Bolivia. De hecho, un estudio genético publicado en 2016 indica que es un híbrido de

dos especies silvestres. Se originó por el cruce del óvulo de *A. duranensis* (distribuida en el sur de Bolivia y norte de Argentina) con el polen de *A. ipaensis* (conespecífico actualmente con *A. magna*, que crece y se distribuye en la selva de Brasil). Esta hibridación ocurrió de la mano de la recolección y migración humana, así como con la polinización natural de insectos, hace unos nueve mil cuatrocientos años, en la actual región subandina del sur de Bolivia.

Su nombre científico es *Arachis hypogaea* (quizá por eso algunos países europeos lo llaman arachide) y los restos más antiguos de esta semilla datan del año 6,494 AC, hallados por el arqueólogo estadounidense Tom Dillehay en Paiján y en el valle de Ñanchoc (actual Cajamarca, Perú) en la parte alta del río Zaña, valle que resultó ser el lugar de cultivo más antiguo de América.

El inchik (nombre de la semilla en quechua) fue consumido y representado desde las culturas y ciudades más antiguas de América. Se utilizaban en la gastronomía: la lagua o leche de inchik, y el inchicapi, que eran la chicha fresca y la sopa respectivamente. El inchik fue cincelado en algunas estatuas de deidades en los templos de la civilización chavín (aproximadamente, 1200 años AC), en el centro-oeste de Perú.

Su historia mexicana

Se introdujo a Mesoamérica desde al menos el siglo I AC, según el registro de Tehuacán, Puebla y comenzó a convertirse en un ingrediente necesario para el mole. De hecho, en nuestro país se han encontrado evidencias de su existencia desde la época prehispánica, en las cuevas arqueológicas de Coxcatlán, donde se localizaron restos de cáscaras.



Fray Bartolomé de las Casas escribió lo siguiente: “Tenían otro fruto que sembraban y crecía debajo de la tierra, que no eran raíces, sino que se parecían a la carne de la avellana de Castilla, eran de una manera similar a como se encuentran los frijoles en las vainas”.

Aunque la primera noticia escrita parece ser la de Gonzalo Fernández de Oviedo y Valdés, quien llegó a Santo Domingo en 1513 como superintendente de fundición de oro. En su libro “Historia general y Natural de las Indias” lo define de la siguiente manera: “Otra fruta que los indios tienen en La Española se llama maní. Lo siembran y lo cosechan; es muy común en sus jardines y campos. Lo consideran un alimento saludable. Su consumo entre los indígenas es muy común. Es abundante en esta y otras islas”.

Por su parte, Ulrich Schmidt, un alemán que participó en varias de las expediciones españolas al nuevo continente entre 1534 a 1554 narra el encuentro que tuvieron con las comunidades indígenas Surucuisi -en lo que hoy es Paraguay- en donde señala que encontró cultivos como: “el maíz y la mandioca y también otras raíces, como el maní que se asemejaba a la avellana”.

Jean de Léry, un misionero calvinista, miembro de una colonia francesa fundada en 1555, en una pequeña isla de Brasil, escribió: “los indios también tienen frutos llamados manobi [maní o cacahuate]. Crecen en el suelo como trufas conectadas entre sí por finos





filamentos. La vaina tiene una semilla del tamaño de una avellana y un sabor similar; es pardo grisáceo y la cáscara tiene la dureza del guisante. Aunque he comido esta fruta muchas veces, no puedo decir si la planta tiene hojas o semillas”.

Pero ya Fray Bernardino de Sahagún menciona al cacahuete y sus usos en la medicina popular, a través de la elaboración de cataplasmas para encías inflamadas o dolor de muelas. Se calcula que el cacahuete salió de la Nueva España a principios del siglo XVI.

Ya en tiempos posteriores, el científico George Washington Carver (1864-1943) propuso al cacahuete para la industria agrícola en la primera mitad del siglo XX como parte de su concepto de extensión agraria y cultivos alternativos para la autosuficiencia a nivel mundial. Creó o difundió más de cien productos de maní que eran útiles para la casa y la granja, incluyendo cosméticos, tintes, pinturas, plásticos, gasolina y nitroglicerina.

Incluso el cacahuete (peanut en inglés) tuvo una referencia política interesante porque el expresidente estadounidense, James Carter, recientemente fallecido a los 100 años de edad, era productor de cacahuete antes de entrar en la política.

Pero, como señala el gobierno de México, “el cacahuete sin duda, forma parte de nuestra cultura gastronómica no sólo como botana, sino como importante ingrediente de múltiples platillos; además de que México es considerado como el segundo centro de diversificación del cacahuete”.

¿Fuente de la eterna Juventud?

Gracias a las cantidades de magnesio, ácido fólico, fibra, cobre, vitamina E y arginina, el consumo de cacahuete ayuda al sistema nervioso central, a prevenir las enfermedades del corazón, a la pérdida de peso y a mejorar la

salud de la piel; por todas estas propiedades, su consumo es recomendable para las mujeres embarazadas.

De acuerdo con Journal of Food Science and Technology, esta legumbre tiene dentro de sus compuestos el resveratrol, el cual está asociado a la prevención del envejecimiento prematuro y a promover la longevidad. Quizá por su consumo James Carter logró vivir 100 años y con su consciencia tranquila.

De acuerdo con el organismo El Poder del Consumidor contiene:

- **Proteínas de Alta Calidad:** El cacahuete es rico en proteínas de alta calidad, lo que lo convierte en un excelente aperitivo para satisfacer el hambre y una opción valiosa para vegetarianos y veganos.

- **Grasas Saludables:** A pesar de ser conocido como una fuente de grasas, el 80% de las grasas en el cacahuete son grasas insaturadas, que son beneficiosas para la salud cardiovascular.

- **Vitaminas y Minerales:** Los cacahuates son una buena fuente de vitamina E, ácido fólico, niacina y minerales como el magnesio, el fósforo y el zinc.

Dentro de sus usos, es principalmente ocupado para elaboración de alimentos como galletas, panes, dulces, cereales y ensaladas; por otro lado, en la industria se ocupa para fabricar mantequilla, aceites, harinas, tintas, cremas humectantes y labiales.

En estas épocas decembrinas, el cacahuete es muy utilizado para rellenar las piñatas y para la elaboración de los aguinaldos que se entregan a los niños durante las posadas; también es utilizado en la preparación de platillos para las cenas de Navidad y Año Nuevo como la ensalada de Nochebuena. ➤



MEJORES GANANCIAS

ALIMENTO HÚMEDO

PREMIUM



Fórmula **100%** completa elaborada con carne



Sin colorantes ni conservadores artificiales



Adicionado con **vitamina E**



El negocio del abarrote, imposible sin cacahuete

Precisamente es uno de los principales personajes de las posadas mexicanas con el cántico “No quiero oro, ni quiero plata, yo lo que quiero es romper la piñata” que continúan con el estribillo: “la piñata tiene caca, tiene caca, cacahuates de a montón”.

Cacahuates japoneses muy mexicanos

Cuando uno entra en una tienda de abarrotes se encuentra no solo con los cacahuates convertidos en botana, sino con su presencia en otros productos, como la mantequilla de cacahuete (patentada en 1895 por John Harvey Kellogg), los mazapanes, los moles, aceite de cacahuete y hasta en jabones y champús.

Pero, nada más como botana hay una infinidad de variedades: con cáscara, ahumados, tostados, asados, garapiñados o algunos con supuesta nacionalidad como españoles, holandeses o japoneses, aunque no hayan nacido en España, ni en Holanda, ni en Japón.

Precisamente los cacahuates japoneses tienen una historia interesante, fueron inventados por Yoshigei Nakatami, un inmigrante japonés que llegó a México en 1932 y trabajó en una empresa de un paisano suyo que fue investigado por espionaje en medio de la Segunda Guerra Mundial.

La empresa cerró y Yoshigei buscó formas de sostener a su creciente familia, por lo que incursionó como comerciante en el Mercado de la Merced, en donde tomó cierta fama como expendedor de muéganos y creó una nueva receta de frituras a con el nombre de Oranda, en honor al pez naranja japonés.

Entonces creó su propia versión de mamekashi, una botana japonesa en la que se capean semillas o frutos secos, pero no la patentó y siguió vendiéndolos en su tienda, que sobrevivió como establecimiento independiente hasta 2017 cuando fue adquirida por el consorcio Totis.

Hoy los cacahuates japoneses -y también las otras variedades como los holandeses y los españoles- son producidos por más de 100 empresas formales, muchas de las cuales tienen solo presencia regional, estatal o hasta municipal.



Existen además otras 200 empresas que se dedican a la distribución de cacahuates a granel y desde luego hay también un enorme mercado informal que da pie a que, por lo menos en la ciudad de México, se encuentre uno bicicletas o camiones que venden botanas directamente al consumidor, especialmente cacahuates.

México, de los principales importadores

En México, de acuerdo con la Secretaría de Agricultura y el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, la producción nacional de cacahuete es de alrededor de 90 mil toneladas y se cultiva en 26 de las 32 entidades de la República, aunque los estados con mayor participación son Chihuahua, Sinaloa, Puebla, Chiapas, Oaxaca y Guerrero.

La producción nacional genera un valor económico de alrededor de mil 400 millones de pesos, pero ya como parte de las ventas al consumidor con el producto terminado como botana, significa por lo menos 10 veces más.

Lamentablemente, México no figura ni entre los principales productores ni exportadores de cacahuete, pero sí mantiene un déficit comercial en el cual por cada cacahuete que se exporta, se importan 90. Entre las principales variedades cultivadas en nuestro país están la *arachis hypogaea*, *hirsuta*, *fastigiata* y *vulgaris*.

De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, la producción mundial de cacahuete es de 53 millones 638 mil 932 toneladas, obtenidas en una superficie cosechada de 31 millones 568 mil 626 hectáreas, por lo que el rendimiento promedio quedó en 1.7 toneladas por hectárea.

Las estadísticas indican que China es el principal productor de cacahuete en el mundo con casi 20 millones de toneladas (33.5%), seguido por India con 10 millones de toneladas (18.6%) y Nigeria con cinco millones de toneladas (8.4%), por lo que estas 3 naciones representaron el 60.5 por ciento de la producción mundial.

Datos de la Secretaría de Economía señalan que, en 2023, el intercambio comercial total de Cacahuates fue de 255 millones de dólares, de los cuales las importaciones fueron superiores a 250 millones de dólares.

El cacahuete no es fruto, pero se disfruta.



Solural[®]
electrolitos orales

Solufit
ZERO

Todo
CHIDO



#LaHidrataciónDeHoy



Inventario Nacional

Roberto Fuentes Vivar

El Plan México y los abarrotes

Uno de los proyectos presentados por el Gobierno de México en este principio de año que ha despertado mayor interés en la iniciativa privada, es el Plan México, que busca atraer 227 mil millones de dólares de inversión extranjera y colocar a nuestro país dentro de las 10 principales economías del planeta. Si bien puede señalarse que la mayor parte de sus acciones se centran en el sector industrial, como la sustitución de importaciones, hay también algunos aspectos relacionados con el comercio y el sector abarrotero. Uno de ellos es que se planea fortalecer a las Tiendas del Bienestar, incluso con marcas propias de café, cacao y miel. Pero también hay otros aspectos que permiten a los abarroteros mayoristas planear a futuro. En este sentido hay tres puntos concretos: 1.- la concreción de polos de desarrollo. 2.- la promoción de la relocalización. 3.- acciones de largo plazo para el desarrollo regional. En estos aspectos, se requerirá una infraestructura que acompañe los proyectos específicos y dentro de esta infraestructura se requerirán, desde luego más tiendas de abarrotes que permitan satisfacer las necesidades de la población y de los trabajadores de las empresas que se instalen. Otros de los aspectos que tienen que ver indirectamente con este sector es el de incrementar la proveeduría local, que el 50 por ciento de las compras públicas sean de contenido nacional y de preferencia local y que al menos 30 por ciento de las micro, pequeñas y medianas empresas tengan acceso al financiamiento. Habrá que esperar a conocer más detalles para ver cómo se insertan en este plan los abarrotes y la distribución de productos de primera necesidad en el futuro comercial del país.

Hay crecimiento económico en 25 estados

Si bien los datos oportunos del crecimiento del PIB indican que en el último trimestre de 2024 indican que hubo una contracción de 0.6 por ciento, el comercio y los servicios no participan de esta caída, pues la economía terciaria mostró un incremento de 2.2 por ciento. Y en este sentido es interesante que el Indicador Trimestral de la Actividad Económica Estatal al cierre del tercer trimestre del año pasado, muestra 25 de las 32 entidades registraron crecimiento económico y solo en siete se presentó un retroceso. Las entidades federativas que registraron los mayores incrementos en su actividad económica, a tasa trimestral, fueron Hidalgo, con un aumento de 5.9 por ciento; Nuevo León, con 4.0; Guanajuato, con 2.7; San Luis Potosí, con 2.6 por ciento y Ciudad de México y Sinaloa, con 1.8 por ciento. Cabe señalar que en todos los casos en que hubo crecimiento económico, el comercio fue parte de este incremento.

CFE competirá contra Telmex

La Comisión Federal de Electricidad (CFE), se convertirá, luego de todas las aprobaciones correspondientes, en propietaria de la operadora de telecomunicaciones Altán Redes, con lo que podrá operar una red de telecomunicaciones capaz de enfrentar a América Móvil de Carlos Slim y estaría por encima de la española Telefónica que incluso interpuso un amparo contra Altán. Esta red –creada como una asociación pública-privada en el Gobierno de Enrique

Peña Nieto- actualmente presta servicio a alrededor de 17 millones de usuarios bajo la concesión de operar una “red compartida” y tenía como propietarios al Organismo Público Promotor de Inversiones en Telecomunicaciones (Promtel) y a Telecomunicaciones de México (Telecomm). Su fracaso la llevó a declararse en suspensión de pagos y recurrir a Concurso Mercantil. Ahora con la CFE como propietaria tendrá una infraestructura capaz de ofrecer servicios de telecomunicaciones en la mayor parte del territorio nacional.

Cierra 2024 con el menor desempleo de la historia

México cerró 2024 con una tasa de desempleo de 2.4 por ciento, la cifra más baja desde que se tiene registro, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo que presentó el INEGI este miércoles. Esta tasa de desocupación se redujo en dos décimas de punto con respecto a diciembre de 2023 cuando fue de 2.6 por ciento. La reducción mensual también fue de 0.2 por ciento. La baja en la población desocupada, en números absolutos fue de 108 mil 575 personas al pasar de un millón 597 mil 437 en diciembre de 2023 a un millón 478 mil 862 en el mismo mes del año pasado. Un caso curioso es que la desocupación entre mujeres fue de sólo 2.2 por ciento, mientras que en hombres llegó a 2.6 por ciento. De los desocupados, 12.9 por ciento no contaba con estudios completos de secundaria. En diciembre de 2024, la población ocupada en la informalidad laboral fue de 31.8 millones de personas y la tasa de informalidad laboral 1 (TIL1) se estableció en 53.7 por ciento de la población ocupada, porcentaje similar al del último mes de 2023.

ANTAD aumentó ventas y anunció inversiones

La Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), informó que en 2024 sus ventas totales se incrementaron 7.1 por ciento, con lo que llegaron a un total de un billón 613 mil millones de pesos. Nada más en diciembre, el crecimiento de las ventas

totales fue de cuatro por ciento. Diego Cosío, presidente del organismo, informó que este año las empresas afiliadas durante este año invertirán tres mil millones de dólares o el equivalente a unos 60 mil millones de pesos, lo que significa la mayor cantidad por parte de estas empresas en los últimos cinco años.

Plusvalías históricas en Afores

Guillermo Zamarripa, director general de la Asociación Mexicana de Administradoras de Fondos para el Retiro (Amafores) dijo que México cerró 2024 con plusvalías para los trabajadores por 556 mil millones de pesos, el rendimiento anual más alto en la historia del sistema. Dijo que estas plusvalías se deben al desempeño que tuvieron las Afore en sus inversiones en el mercado de deuda o renta fija. Según el representante de las 10 administradoras de Fondos para el Retiro, en los más de 27 años de existencia del Sistema de Ahorro para el Retiro, las Afore han conseguido rendimientos por alrededor de tres billones 620 mil millones de pesos.

Las exportaciones siguen creciendo

Durante 2024 las exportaciones mexicanas crecieron 4.1 por ciento para alcanzar un total de 617 mil 099 millones de dólares, lo que representa la mayor cantidad anual en la historia del país. Estos datos se comparan positivamente con los 593 mil 011 millones de 2023, cuando se registró un crecimiento de 2.6 en las ventas totales externas de mercancías. El saldo de la balanza comercial en 2024, de acuerdo con el INEGI; mostró un déficit de ocho mil 212 millones de dólares, superior al de cinco mil 470 millones de dólares observado en 2023. Este desequilibrio se debió principalmente a la caída de 14.8 por ciento en las ventas de crudo, de acuerdo con la política iniciada en el sexenio pasado de reducir las exportaciones petroleras para dar un mayor peso a la producción de productos refinados. ➤



Saba®

protectores diarios

NO OLVIDES TENERLOS EN TU
NEGOCIO, TUS CLIENTAS
TE LO VAN A PEDIR



Saba®

Saba® Libertad de sentirte cómoda

HIGIENE ES SALUD | Responsable de la publicidad Essity Higiene y Salud México S.A. de C.V. Con materiales respirables que permiten el paso del aire.



un crecimiento de 11 por ciento en 2024, cifra que se compara positivamente con la caída de nueve por ciento que mostró la región latinoamericana. En Europa, se registró un retroceso de 45 por ciento en la inversión extranjera directa, mientras que en Asia el descenso fue de siete por ciento.

Subieron recaudación y contribuyentes

La recaudación tributaria alcanzó en 2024 una marca histórica de cuatro billones 954 mil 682 millones de pesos, que representa 436 mil 952 millones de pesos más que 2023, informó este miércoles el Servicio de Administración Tributaria (SAT). Esta cifra significó un crecimiento real de 4.7 por ciento en términos anuales y con ella se superó la meta programada en la Ley de Ingresos de la Federación 2024, al alcanzar una recaudación de 100.3 por ciento de lo previsto. Uno de los éxitos silenciosos de la recaudación tributaria ha sido la ampliación de la base de contribuyentes, pues en los últimos seis años se inscribieron en el padrón 15 millones 592 mil 160 nuevos registros ante SAT, con lo que al cierre de 2024 sumaban casi 90 millones.

Crean Comité de abasto ante emergencias

La Secretaría de Economía y las organizaciones empresariales integraron un Comité de Abasto Privado en Situaciones de Emergencia que busca reestablecer las condiciones de distribución de productos básicos en el menor tiempo posible en zonas afectadas por situaciones de desastre ocasionadas por fenómenos naturales. A este comité se sumaron dirigentes y representantes de cámaras empresariales, asociaciones, dependencias federales y de la Ciudad de México. Entre los firmantes se encuentran distribuidores de frutas y legumbres, de medicamentos, de centrales de abasto y de productos lácteos, entre otros.

Las reservas rebasaron los 230 mil mdd

Las reservas internacionales rebasaron la barrera de 230 mil millones de dólares para ubicarse en 230 mil 254 millones de dólares. De acuerdo con el estado de cuenta semanal del Banco de México en la primera semana de Donald Trump como presidente estadounidense, se registró un incremento de 749 millones de dólares en las reservas mexicanas, lo que desmiente la posibilidad de que se haya registrado fuga de capitales en ese periodo. El incremento en las reservas, se debió a un incremento de 601 millones de dólares como efecto del cambio en la valuación de los activos internacionales del banco central. Otros 149 mil millones de dólares se atribuyeron a la venta de 148 millones de dólares al Banco de México, por parte del Fondo Mexicano del Petróleo para la Estabilización y el Desarrollo. En lo que va del año las reservas internacionales se han incrementado en mil 264 millones de dólares. Desde el uno de octubre que asumió la ➤

Estímulos por 30 mil mdp para el Plan México

La presidenta Claudia Sheinbaum Pardo publicó un decreto en el Diario Oficial de la Federación mediante el cual se otorgarán estímulos fiscales hasta por 30 mil millones de pesos a empresas que se instalen o aumenten sus inversiones en la zona fronteriza de México con Estados Unidos. El decreto busca incentivar a empresas, principalmente manufactureras, para apoyar la estrategia nacional denominada Plan México y fomentar nuevas inversiones, que incentiven programas de capacitación dual e impulsen la innovación. El monto total de los estímulos fiscales que se autoricen a los contribuyentes a que se refiere con base al decreto se distribuirá a partir de enero de 2025 y hasta el 30 de septiembre de 2030. El comité determinará el monto máximo al que podrán tener derecho los contribuyentes para cada ejercicio fiscal, así como el monto máximo al que podrán aplicar por cada uno de los estímulos de acuerdo con los lineamientos específicos presentados.

México, campeón de la IED

La Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), presentó este martes su informe sobre la inversión extranjera directa, en el cual señala que México fue uno de los países con mayor crecimiento en el flujo de capitales foráneos. De acuerdo con el organismo multilateral, la inversión externa directa en México tuvo



Inventario Nacional

presidencia de México Claudia Sheinbaum, las reservas se han incrementado en tres mil 408 millones de dólares.

Acuerdo IP Gobierno para fortalecer academia

El Consejo Coordinador Empresarial firmó un Acuerdo Nacional para fortalecer la formación profesional, el conocimiento tecnológico y la innovación en el país, entre el Gobierno Federal y la iniciativa privada. El acuerdo tiene el objetivo de hacer frente a la coyuntura mundial, el acelerado cambio tecnológico y la oportunidad histórica del nearshoring para atraer inversiones de alta tecnología, la coordinación entre el sector público, sector privado y las instituciones académicas contribuirá a mejorar la capacitación de calidad y a vincular la oferta de empleo para que los jóvenes alcancen su potencial y se integren a la planta productiva nacional. El acuerdo fue firmado por el Secretario de Educación (SEP), Mario Delgado Carrillo, el presidente del Consejo Coordinador Empresarial (CCE), Francisco Cervantes y el Secretario General Ejecutivo de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), Luis Armando González Placencia.

Bajarán tasas de interés

Contrario a lo sucedido en Estados Unidos, en donde la Reserva Federal en su reunión de enero decidió mantener

sus tasas de interés en 4.25 y 4.50 por ciento anual, la Junta de Gobierno del Banco de México decidió a finales de diciembre disminuir en 25 puntos base el objetivo para la Tasa de Interés Interbancaria y la situó en 10.0 por ciento anual. Ahora, en febrero, la mayoría de los analistas prevén una nueva reducción con lo que las tasas de interés podrían situarse en menos de dos dígitos, lo que no ocurría prácticamente desde la pandemia cuando comenzó una carrera alcista en todo el mundo.

Abren la bolsa a más empresas

Las autoridades presentaron nuevas disposiciones para democratizar el mercado bursátil y crear mejores condiciones para que más empresas acudan a la Bolsa Mexicana de Valores como fuente de financiamiento, luego de que en años anteriores por lo menos 15 grandes empresas se retiraron del mercado accionario. La Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) publicó en el Diario Oficial de la Federación las Disposiciones de Carácter General Aplicables a las Emisoras Simplificadas y los Valores Objeto de Inscripción Simplificada, mediante las cuales se intenta fomentar y crear las condiciones regulatorias para contar con un mercado bursátil más competitivo, que incentive a los inversionistas a mantenerse en el mercado nacional y lograr reducción de costos para que empresas de menor tamaño se financien por la vía del mercado bursátil.



Cuétara^{MR}
Felicidad en cada galleta®

Feliz día del Niño

Palmeras
Galletas
Cont. Net. 165 g
Galleta sabor Cacao

Chavalín
Galletas
Cont. Net. 180 g
Galleta sabor Chocolate con Malvavisco y Cacao

Mexicanas
Galletas
Cont. Net. 135 g
Galleta sabor Vanilla

Saladas
Galletas
Cont. Net. 110 g
Galleta Salada

Saladas
Galletas
Cont. Net. 330 g
Salada

EMSPANIZAR
Galleta Salada molido para EMPANIZAR
Cont. Net. 5 kg
Galleta Salada molido para EMPANIZAR

DELÉITATE EN CUARESMA

www.gcuetara.com.mx

@gcuetaramx @GCuetaraMX @GCuetaraMX




Los nuevos bancos de la esquina

Manuela Zabalza Aldama, secretaria de Desarrollo Económico de la Ciudad de México, exhortó a los más de 37 mil propietarios de tiendas de abarrotes de la capital a atrapar oportunidades para sus negocios, como emprendedores que son, en esta nueva época de la tecnología.

Al imaginarse que los tenderos en algún momento han fiado, afirmó “que creen que hacen los bancos fian. Ustedes van a ser los nuevos bancos dentro de pocos años, gracias a la tecnología, las tiendas de abarrotes van a ser los bancos de la esquina en todo el país; para eso tenemos que trabajar de la mano con ustedes, para que tengan un sistema de administración digital confiable con conectividad a internet”.

Durante la inauguración de Expo Tendero, la funcionaria agregó que “tenemos que trabajar para que puedan acceder a mejores productos, para que sean parte de esta cadena de valor internacional, tecnológica, moderna porque -dijo- ustedes son el centro de los barrios, de las comunidades, de las colonias y no podemos dejar que ese pulmón de vida se quede atrás y no tengan todas las oportunidades”.

En el evento estuvieron presentes Vicente Gutiérrez Camposeco, presidente de la Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México (Canaco), Salvador Villalobos, presidente Ejecutivo del Consejo de la Comunicación, Aurelio Gómez Villaseñor, presidente del Centro para el Desarrollo Empresarial del Pequeño Comercio en Abarrotes (CEDEPEC) y Pedro Fernández, socio director de Expo-Tendero. 



En esta
Cuaresma,
disfruta cada
bocado con

RITZ

a tu
antojo



DESCUBRE TU NUEVO FAVORITO DE CUARESMA

¡Hazlo tu favorito y llévalo contigo hoy!

COME BIEN. Publicidad dirigida a mayores de 13 años.



El costo de servir

Recientemente asistí a la Junta de Consejo de una empresa distribuidor mayorista en la Ciudad de México; uno de los temas que se trató fue “el Costo de Servir”, que sacó a colación uno de nuestros consejeros independientes, por cierto, colombiano. Él nos cuestionó si atendíamos lo que representa este concepto.

Carlos Cosío de la Vega*

En el mundo de la empresa, frecuentemente estamos enfocados a vender a toda costa. Deseamos lograr el pedido, cerrar la venta y cobrarla. “Vendo, luego existo” parafraseando al filósofo Rene Descartes, es una realidad que no podemos negar, sin embargo, la venta debe ser rentable y sostenible para consolidar nuestro crecimiento.

El Costo de Servir redefine las estrategias comerciales direccionadas a maximizar la participación de los clientes rentables frente a aquellos que no lo son. Redefine la integración y los esfuerzos de las áreas operativas y financieras con las áreas de ventas en objetivos comunes, de cara a alcanzar los retos de rentabilidad. Actualmente, las áreas comerciales definen esquemas de servicio estandarizados para los canales, no para segmentos o clientes individuales, lo que permitiría diferenciar los análisis y las estrategias hacia el aprovechamiento de las distintas relaciones comerciales y hacia el logro de la rentabilidad esperada por cliente.

El Costo de Servir es una metodología que permite visualizar los costos en los que incurre una empresa de una manera más granular y detallada, a nivel de canal, cliente o producto. Busca entender la rentabilidad que se

genera en la atención de las necesidades particulares, para realizar una gestión de clientes que maximice el valor para la compañía.

Las áreas comerciales tienen entre sus responsabilidades definir las estrategias Go To Market, al impulsar el uso de sus capacidades para asegurar que las políticas de servicio de la organización, a los distintos canales de clientes, se cumplan. Es así como el costo de servir se emplea como una herramienta, entre otras, que apalanca el logro de estas estrategias. Su importancia reside en que se pueden identificar los costos diferenciales al prestar el servicio a cada cliente o canal. Por ejemplo, un canal como el de grandes superficies solicita los pedidos vía EDI (Electronic Data Interchange), entregas *cross docking* predistribuido por punto de venta (*picking* por caja, subempaques o unidades sueltas) y promotores de producto en cada punto de venta, el canal de distribuidores mayoristas hace sus pedidos vía correo electrónico o a través de un preventista y los pedidos se despachan por volumen (*picking* por caja o estiba completa). Mientras el primero tiene una mayor dedicación de recursos y de tiempo, el segundo lo hace a una menor escala, por ende, la empresa incurre en costos superiores para atender grandes superficies frente a distribuidores.





RESISTE HASTA 5 LAVADAS*

LISO 72h*
EFECTO KERATINA

L'ORÉAL
PARIS
ELVIVE
Dream Liso

NUEVO



SALUD ES BELLEZA. N° 123300EL.950582

*UNA MEZCLA DE AMINOÁCIDOS SIMILARES A LOS NATURALMENTE PRESENTES EN EL CABELLO.

**TEST INSTRUMENTAL USANDO SHAMPOO + ACONDICIONADOR + CREMA PARA PEINAR VS SHAMPOO CLÁSICO.

INNOVACIÓN PARA TU NEGOCIO

El costo de servir

La pregunta es: ¿Cuánto dedicó a cada cliente para atender sus necesidades? El costo de servir evidencia, para entender el comportamiento del negocio, aquellos costos indirectos imputables a un cliente, los cuales se tienen que asignar a varios objetos de costo. El reto está en la velocidad para entender los cambios del mercado, diseñar estrategias y dar una respuesta adecuada para cumplir los objetivos de rentabilidad.

En la contabilidad tradicional, los costos se diluyen en unas bolsas generales de costos que agregan la información y ocultan las ineficiencias en la ejecución del día a día. Las empresas revisan sus estados financieros consolidados para monitorear periódicamente cual es el comportamiento de la organización y, al final del periodo contable, el éxito o fracaso de los esfuerzos realizados para el cumplimiento de los objetivos. Sin embargo, se vuelve muy complejo desagregar los costos a nivel de procesos, clientes o actividades, con el fin de obtener información que sustente la rentabilidad a otro nivel.

Metodologías como el Costeo ABC soportan este tipo de análisis, pero sustraer la información requiere definir supuestos para la desagregación de los costos y una dedicación de recursos para tal fin.

Con esta metodología, las áreas comerciales podrían definir estrategias de servicio diferenciadas y a la medida para cuidar la rentabilidad por cliente, canal, segmento. De este modo, podrán focalizar los esfuerzos en aquello que genera mayor valor a la empresa, al ofrecer un servicio diferenciado.

Hemos comprobado que entre el 20 y el 30% de los clientes genera entre el 80 y el 90% de la rentabilidad acumulada de una organización. Algunos clientes destruyen el valor. Con la evidencia de los análisis de costo de servir, es posible identificar un margen negativo que impacta en el ejercicio financiero de la empresa, y resta la posibilidad de tener un margen de contribución superior. La percepción del valor de cada cliente es distinta, para aquel que no genera rentabilidad es posible que se esté ofreciendo un servicio por encima de sus expectativas, se le podría brindar un servicio a un costo más adecuado, sin deteriorar la relación comercial.

Las distintas áreas funcionales adquieren la necesidad de alinear la oferta de valor con las capacidades

operacionales. Es necesario romper paradigmas y barreras de comunicación entre las áreas para alinear los esfuerzos con los objetivos comunes. Al complementar las proyecciones y estimaciones de recursos de corto y mediano plazo, tanto de infraestructura, equipos, finanzas o procesos a lo largo de la organización, por ejemplo: Financieros con el apalancamiento crediticio por los plazos de pago, depreciaciones, gestión de cobro de facturas; comerciales al establecer modelos de servicio como capturar el pedido, valores agregados, atención al canal, visitas en el punto de venta; logísticos en la forma como se hace el alistamiento de productos, cómo se transporta, el manejo de devoluciones.

Todos son esfuerzos que, a nivel estratégico – táctico – operacional, deben integrarse para definir una correcta oferta de valor a los distintos segmentos de clientes, pero que sean viables en el tiempo para asegurar su cumplimiento. Modelos de segmentación, a partir del Costo de Servir, permiten tener elementos ganadores a la hora de abordar a los clientes.

El Costo de Servir brinda una manera distinta de ver la contabilidad como fuente de información para la toma de decisiones estratégicas; detalla y justifica los esfuerzos a la luz de los números financieros, de tal forma que se pueda establecer qué tan redituable es un cliente, para identificar y desarrollar políticas o esquemas de atención diferenciadas.

En el Costo de Servir intervienen entre otros; margen directo, margen indirecto, planes de crecimiento, costo directo, costo de almacenaje, costo de mantener inventario, espacio, cantidad, obsolescencia, robo, pérdidas, fletes, maniobras, capital de trabajo, recuperación de cartera, etc.

En resumen: ¿Conoce la rentabilidad que genera cada uno de sus clientes en su negocio? ¿Tiene identificados los costos en los que incurre para atender sus necesidades?



*El autor, es facilitador de procesos

de Gobierno Corporativo y Familiar.

www.cdc.mx

ccosio2012@gmail.com



POR UN MÉXICO MÁS LIMPIO

GRUPO **CLARASOL**[®]



Revista Bimestral · Desempeño Abarrotes

De acuerdo con **ISCAM**¹, en el acumulado a Dic'24, el **Canal Mayoreo Abarrotero** presenta un desempeño positivo creciendo +3.8% 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 YTD Diciembre 2024						
(%) Participación	41.3%	10.2%	12.2%	6.5%	6.3%	3.7%
(%) Crecimiento	2.4%	1.5%	14.0%	-1.2%	0.4%	-1.4%
Participación Diciembre 2024						
(%) Participación	43.0%	9.6%	10.7%	6.6%	6.5%	3.5%
(%) Crecimiento	0.5%	1.2%	18.8%	-4.1%	3.9%	-7.7%

- En 2024, el Canal Mayoreo Abarrotero representó el 1.5% del PIB² Nacional y 5.8% 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.

Otros Canastos	Enero-Diciembre 2024		Diciembre 2024	
	Mix%	Var%	Mix%	Var%
Cremería/Salchichonería	5.0%	+11.7%	5.8%	+14.2%
Cuidado Personal	3.1%	+5.5%	2.9%	+5.2%
Pañales	2.3%	-9.8%	2.1%	-14.4%
Capilares	2.0%	+5.2%	1.7%	+3.6%
Granos/Cereales	1.6%	+6.3%	1.6%	-3.1%
Perecederos	2.2%	+9.3%	2.1%	+4.2%
Botanas/Frituras	1.6%	+16.1%	1.9%	+13.2%
Protección Femenina	0.9%	+4.5%	0.8%	-1.0%
OTC	0.7%	+6.4%	0.7%	-2.8%
Cremas	0.3%	+12.6%	0.3%	+26.8%
Institucional	0.0%	-3.6%	0.0%	-1.4%

Las 10 CATEGORÍAS más relevantes

Cifras en % sobre la medición en Valor/Pesos Mexicanos

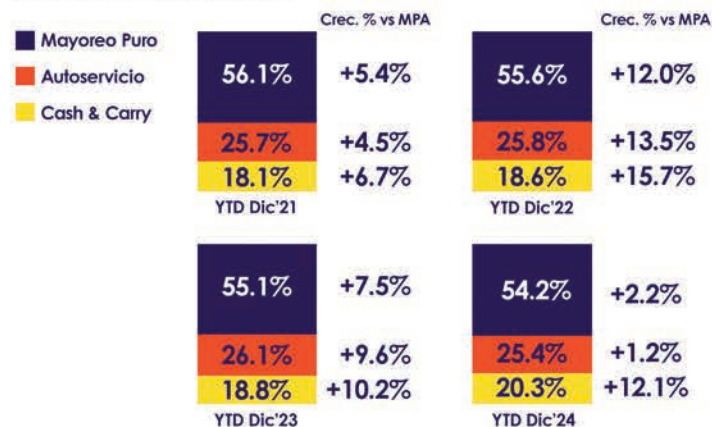
Categoría	Canasto	Enero - Diciembre 2024		Diciembre 2024	
		(%) Participación	(%) Crecimiento	(%) Participación	(%) Crecimiento
Galletas	Alimento	6.2%	-0.4%	6.5%	-0.2%
Papel Higiénico	Hogar Papel	5.5%	-2.1%	5.4%	-4.9%
Detergentes Ropa	Limpieza	3.7%	-0.2%	3.4%	-3.1%
Café	Alimento	2.8%	+6.5%	3.2%	+9.4%
Leche Blanca Líquida	Bebidas	2.9%	+8.4%	3.0%	+19.9%
Aceites Comestibles	Alimento	2.8%	-14.3%	2.6%	-17.3%
Mayonesas	Alimento	2.4%	+2.0%	2.5%	+5.2%
Carbonatadas	Bebidas	2.4%	+19.4%	2.5%	+19.0%
Sopas instantáneas	Alimento	2.4%	+13.9%	2.4%	+10.4%
Perros	Mascotas	2.5%	-5.8%	2.3%	-13.2%

¹ ISCAM (Información Sistematizada de Canales y Mercados - de Consejeros Comerciales) es Socio estratégico de ANAM y fuente oficial de información del Canal de Mayoreo.

² PIB: Producto Interno Bruto, INEGI, a precios corrientes (4º trimestre 2023 y 1º, 2º y 3º trimestre 2024).

ABARROTES: Desempeño por subcanal

Valor y participación %



Desempeño Acumulado a Dic'24

Otras divisiones

Vinos y Licores (Sin Cerveza) +1.5% en valor:

- Tequilas (- 2.0%)
- Whisky (+ 0.1%)
- Vinos de Mesa (+ 0.1%)
- Ron (+ 6.7%)

Dulces (Sin Botanas) +7.2% en valor:

- Chocolate (+ 6.9%)
- Dulce (+ 7.8%)
- Paleta (+ 3.0%)
- Pulpa (+ 2.4%)

Indicadores Macroeconómicos 2024

INDICADOR	Meta Gobierno 2023	2023	Meta Gobierno 2024	2024	Tendencia
PIB (var % vs MPA)	3.0%	3.1%	3.0%	1.3%	▲
Inflación (%)	3.3%	4.7%	3.4%	4.2%	▼
Tipo de Cambio (Peso/Dólar)	\$20.4	\$17.2	\$18.5	\$18.3	▲
IED (var % vs MPA)	n/d	27.0%	n/d	7.0%	▲
Remesas (var % vs MPA)	n/d	7.6%	n/d	2.3%	▼
Tasa de Desempleo (%)	3.8%	2.6%	3.2%	2.4%	▼



ISCAM TICKETS: Nueva herramienta ISCAM que busca aportar un mejor entendimiento de los hábitos del shopper a través de indicadores novedosos y analíticos poderosos, con hallazgos accionables a través de un grupo de expertos.

Canal Mayoreo Abarrotero

En Dic'24 AP cae -0.5% en valor y en volumen -3.2%; explicado por descensos en ocasiones de compra (-8.3%), en número (**Drop**) de unidades/ticket (-4.0%) y por un resultado modesto del Ticket Promedio (+0.8%). Mayoreo Puro y Cash & Carry en conjunto crecen en valor +3.9% y +3.6% en volumen, lo que se debe al aumento en ocasiones de compra (+2.7%), cuyo efecto es mayor a los débiles desempeños del número (**Drop**) de unidades/ticket (-0.1%) y del Ticket Promedio (-0.4%).

Diciembre 24					
Subcanal	ISCAM		ISCAM Tickets		
	Valor	Volumen	Cantidad de tickets	Ticket promedio	Drop
MP+C&C	+3.9%	+3.6%	+2.7%	-0.4%	-0.1%
AP	-0.5%	-3.2%	-8.3%	+0.8%	-4.0%

En YTD Dic'24 AP con desempeños modestos en valor de +1.2% y en volumen de -1.0%, lo que se explica por un resultado moderado en Ticket Promedio (+1.6%) y caídas en ocasiones de compra (-4.0%) y del número (**Drop**) de unidades/ticket (-0.8%). Mayoreo Puro y Cash & Carry crecen en conjunto en valor +4.7% y +5.0% en volumen, explicado por aumentos en número (**Drop**) de unidades/ticket (+2.0%) y del Ticket Promedio (+0.4%), que compensan caída de ocasiones de compra (-1.4%).

YTD Diciembre 24					
Subcanal	ISCAM		ISCAM Tickets		
	Valor	Volumen	Cantidad de tickets	Ticket promedio	Drop
MP+C&C	+4.7%	+5.0%	-1.4%	+0.4%	+2.0%
AP	+1.2%	-1.0%	-4.0%	+1.6%	-0.8%

MP: Mayoreo Puro, C&C: Cash & Carry, AP: Autoservicios Propios del Mayoreo

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

Consulta la página iscam.com

ISCAM es Socio estratégico de ANAM y fuente oficial de información del Canal Mayoreo.
Información generada por Consejeros Comerciales S.A. de C.V.

EN ESTA
Cuaresma
¿QUÉ TAL UNA
SOPITA DE
LENTEJA?



Occidente en la era Trump



Romeo Valentín Maldonado

El tiempo que Donald Trump ocupe la presidencia de Estados Unidos puede ser relativamente breve -si no cambia el marco legal vigente- pero su paso por la primera magistratura de Estados Unidos presagia cambios de muy larga duración en la convivencia mundial, no exentos de peligros de guerra. La cuestión es si Trump es causa o efecto de un proceso de profundidad histórica, si marca un cambio de época o si sólo es un político singular, un magnate con personalidad excéntrica que llegó por accidente a la primera magistratura de su país, respaldado por una indiscutible mayoría. Su actitud disruptiva, autoritaria e impredecible, marcadamente mediática, de *reality show*, tan del gusto de la cultura estadounidense, no pasaría de la anécdota si no fuera el gobernante de la potencia económica y militar con la mayor capacidad destructiva sobre la tierra. Una nación poderosísima,

un imperio que, sin embargo, encarna en el magnate la necesidad de volver a ser grande otra vez.

Evocación de un tiempo pasado de supremacía estadounidense que Trump ofrece recuperar al costo que sea y sin reparar en los medios, aunque las circunstancias sean muy distintas al periodo de la posguerra y de la guerra fría. La hegemonía indiscutible que ejerció Estados Unidos como líder de occidente desde entonces, se ha modificado a partir de la desintegración de la Unión Soviética y del derrumbe del Muro de Berlín. Ahora el balance geopolítico ha ido cambiado ante la emergencia de la némesis del poderío estadounidense: China.

Vale la pena recordar lo que expresara al respecto Henry Kissinger, poco antes de su muerte después de una vida centenaria. Tenía claro que su país >

Con La Fina siempre ganas



La sal que conviene

COMER SANO TE CONVIENE

[f](#) [i](#) [p](#) [t](#) [x](#) [v](#) SalLaFina

había perdido la hegemonía en el concierto planetario y que la clave de la gobernabilidad mundial no era otra que el entendimiento entre China y Estados Unidos, por ser las naciones con la capacidad de destruir a la humanidad. Arquitecto de la incorporación de China al mercado global, entendía que la rivalidad entre ambas potencias no es ideológica, sino económica y que en esos términos una guerra comercial -cómo la que ha emprendido Trump- puede conducir a la guerra total.


En su enfoque, la OTAN debía ser el instrumento para garantizar a Rusia seguridad, en el entendido de que las grandes definiciones globales debían situarse en un nuevo marco de entendimiento con Oriente Medio y Asia. Esto es, reconocer la influencia de China en una nueva distribución regional de poder.

Es curioso que, desde el otro extremo del espectro ideológico, analistas en Rusia, China y Europa coinciden con la visión de Kissinger. Uno de ellos, el francés Emmanuel Todd, estima que la obsesión de Estados Unidos por separar a Alemania de Rusia, como ocurre actualmente, es ir contra la tendencia natural de colaboración entre ambas naciones, por sus especializaciones económicas complementarias. Al igual que Kissinger, Todd anticipa la derrota en Ucrania y va más allá al concluir que la OTAN será vencida inevitablemente por Rusia. La confrontación europea con lo que fue la URSS, espoleada por los estadounidenses, lleva a la UE a un "suicidio asistido", según el experto francés.

Trump ha ofrecido que conseguirá la paz en Ucrania, pero los desconcertantes propósitos que ha anunciado (comprar Groenlandia, anexionar Canadá a Estados Unidos, cambiar el nombre del Golfo de México por Golfo de América, imponer aranceles indiscriminadamente, comprar la franja de Gaza y expulsar al pueblo palestino, etc.) distan mucho de comprender el orden mundial en su contexto amplio. Busca imponer el estilo rudo para hacer negocios e imponer condiciones, al campo de las negociaciones diplomáticas.



En su informe de Riesgos para 2025 la firma consultora Eurasia Group, asesora de grandes empresas, coloca en primer término la ausencia de una potencia o grupo de potencias capaz de gobernar el mundo globalizado, precisamente el rol que ya no está jugando Estados Unidos y que no conseguirá recuperar al margen de China.

Lo real es que existe un alto riesgo de una catástrofe de dimensiones planetarias, si la guerra comercial iniciada por Trump deriva en la extensión de las conflagraciones armadas que ya existen. Por ello, amigos y rivales de Trump se esfuerzan en desentrañar las intenciones que subyacen tras sus provocadoras declaraciones y si será capaz de construir un acuerdo global que no sea excluyente. Único camino posible para asegurar la paz. 



Camino hacia la *recesión económica*



Eduardo Torreblanca Jacques

Es muy probable que en este inicio de año se sume un segundo trimestre consecutivo con decrecimiento económico. En términos concretos debemos decir que en 2025 México va a ingresar a una **RECESIÓN** lo que no necesariamente implica que el país ingrese a una crisis. Una recesión **NO ES, OBLIGADAMENTE** una crisis.

Una recesión es parte del ciclo económico de un país, digamos que no es un estadio económico que pueda catalogarse como una crisis. Claro que hay de recesiones a recesiones. A la vista está en muy alta probabilidad una recesión poco profunda y de corta duración. Si las cosas se complican en las siguientes semanas o meses la recesión pudiera ser más profunda y con una extensión en el tiempo más larga.

Se sorprenderá el lector al saber que de 1980 al año 2020 México ha atravesado por 6 recesiones y cinco ciclos de expansión. ¿Quién carajos decide la existencia o no de una recesión? ¿Es el gobierno?

No. Es un comité de especialistas que están agrupados en un equipo que se llama Comité de Fechos de Ciclos de la Economía de México que no depende del gobierno, es una iniciativa privada independiente y de reconocidos economistas.

Lo malo que tiene este trabajo, como cualquier otro, es que la determinación de los ciclos se realiza una vez que estos ciclos han acabado, es decir, es un Comité que define los ciclos una vez que han concluido. Representaría un simil el hacer referencia a una persona que define la calidad de una carretera solo con la vista puesta en un retrovisor.

Pero ese no es el caso. Lo cierto es que la Presidenta Claudia Sheinbaum sabe y ha evitado hacer referencia a un hecho contundente: recibió un contexto económico muy adverso que la coloca en una posición y margen de maniobra muy estrecha. Datos del INEGI, preliminares llegan a la determinación de un PIB en 2024 de 1.3% pero un trimestre, el cuarto de ese año, de signo negativo: -0.6%


La recesión que se gesta si se agregara un segundo trimestre con signo menos respecto al trimestre previo, deriva de un muy mal manejo de las finanzas públicas de su antecesor. No se puede culpar a la Presidenta de esta recesión que viene pero sí de la manera en que deba de atenderla y eso está por saberse.

Mientras tanto los indicadores a la mano hablan innegablemente en una **DESACELERACIÓN PRONUNCIADA** de la **ECONOMÍA DE MÉXICO** cuya atención va a ser muy compleja porque el factor **TRUMP** será un elemento que en mucho determine la efectividad de las acciones de gobierno que decidan aplicarse para enfrentar la situación económica nacional.

Quizá uno de los factores más importantes a revisar es la raquítica generación de empleo que presenta una debilidad muy acusada. En diciembre anterior se perdieron 405 mil 259 empleos. Se “explican” como derivados de la terminación de las obras públicas desarrolladas por el gobierno federal.

En enero del 2025 se crearon 73 mil 167 empleos, lo que representa una “recuperación” de 18% de lo que se perdió el mes previo. Estamos ante la cifra de creación de empleos más baja en 9 años. El número de empleadores bajó 2 por ciento en 2024 para establecerse en un millón 49 mil empresas.

El asunto de la debilidad en la creación de empleos no es nueva. Durante la administración de AMLO se crearon 2 millones 22 mil empleos a un ritmo de creación de trabajos de 28 mil 898 mensuales durante los 70 meses en que gobernó. El país demanda al mes al menos 120 mil empleos para cubrir las nuevas demandas de trabajo.

Hay más indicadores que parecen dejar en claro el que muy probable la economía en 2025 ingrese a una recesión. 

MÁS RENDIMIENTO MÁS GANANCIAS

PAPEL HIGIÉNICO CON
600 HOJAS DOBLES
CON 4 Y 6 ROLLOS Y CONTROL DE OLORES

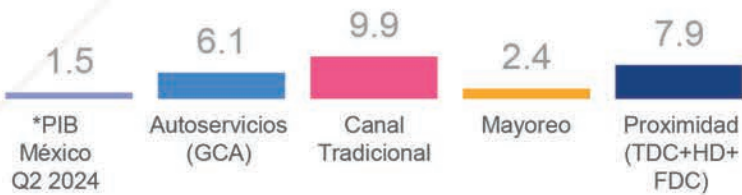


Big
Facial
Quality

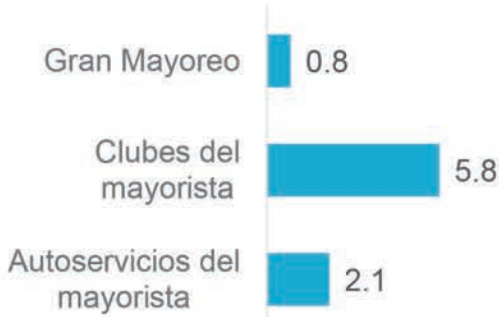
Panorama Mayoristas

El canal **mayorista** cierra el año con **oportunidad de crecimiento** frente a otros canales

Desempeño por canales
%Var. Valor
(FY 2024)



% de variación por formato del mayorero
(FY a diciembre 2024)

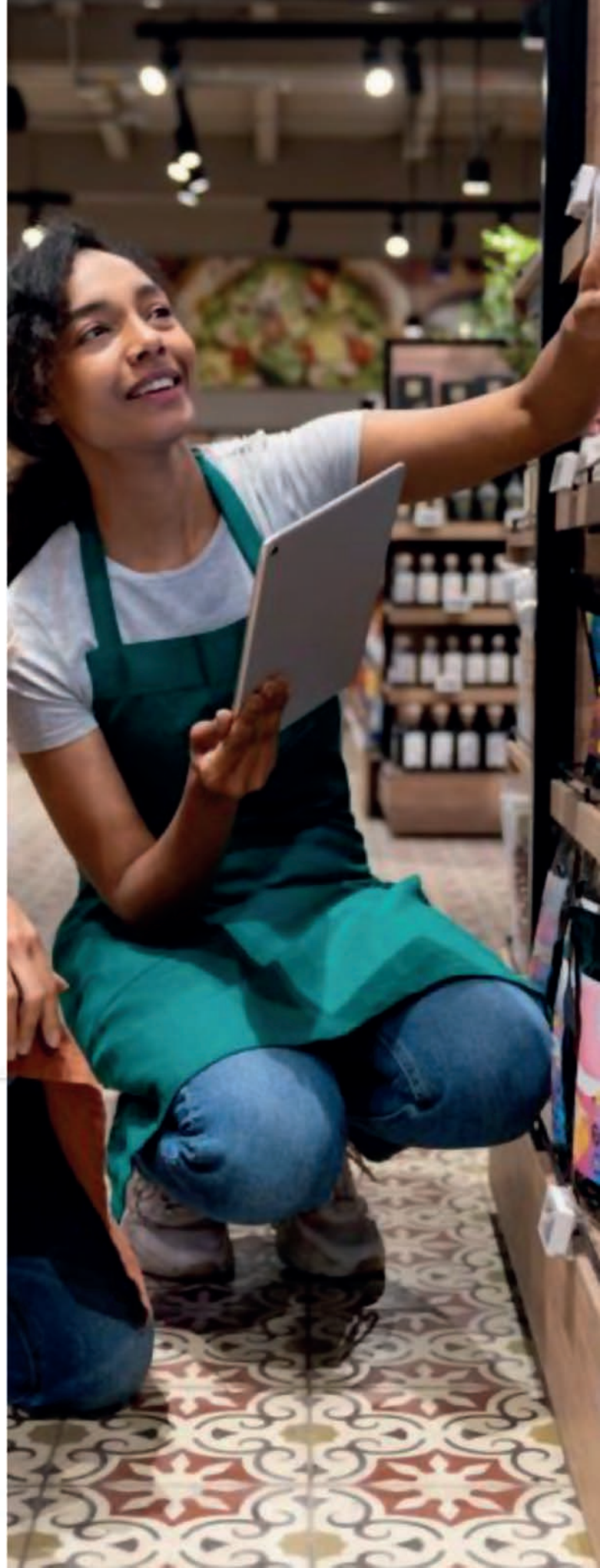


Importancia en ventas por formato
(FY a diciembre 2024)



NielsenIQ

Fuente: NielsenIQ | ST Autoservicios y Mayoristas FY a diciembre 2024 | Tradicional y proximidad Retail Index a diciembre 2024 | Ventas valor | Proximidad = Tiendas de conveniencia + Hard Discounters + Framacias de cadena



Perfil del consumidor por canal

(Sobre índice vs total canales)



Tradicional

99.6% penetración

Consumo Democratizado en todos los tipos de hogares

265.7 viajes al año
\$69.9 desembolso por ocasión



Clubes de precios

37.8% penetración

Hogares de NSE Alto, Amas de casa mayores de 49 años y sin presencia de menores

11.1 viajes al año
\$661.7 desembolso por ocasión



Conveniencia

69.2% penetración

NSE Medio y alto, Familias de +5 miembros, amas de casa entre los 35 y 49 años, con presencia indistinta de menores

25 viajes al año
\$77.9 desembolso por ocasión



Hard Discounters

57.5% penetración

Hogares de NSE Bajo, Amas de casa entre los 35 y 49 y con presencia de menores

35.8 viajes al año
\$82.5 desembolso por ocasión



Autoservicios

98.5% penetración

Consumo Democratizado en todos los tipos de hogares

64.6 viajes al año
\$259.1 desembolso por ocasión



Home Delivery

75.3% penetración

Hogares de NSE Bajo, Familias de +5 miembros. Amas de casa mayores de 49 años y sin presencia de menores

42.3 viajes al año
\$55.1 desembolso por ocasión



Mayoristas

51.1% penetración

NSE Medio, Familias de +5 miembros, amas de casa entre los 35 y 49 años, con presencia indistinta de menores

26.1 viajes al año
\$164.9 desembolso por ocasión



Farmacias

78.3% penetración

Polarización en NSE Alto y Bajo, Familias de +5 miembros, amas de casa mayores de 49 años y con presencia de menores

15.9 viajes al año
\$117 desembolso por ocasión



Mercados

51.9% penetración

NSE Bajo, Familias de más de 5 miembros, amas de casa mayores de 49 años, con presencia de menores

12.7 viajes al año
\$102.8 desembolso por ocasión

Si deseas conocer más de los canales ¡acércate con tu ejecutivo!

Fuente: NielsenIQ Homescan FY diciembre 24 vs a.a. | Channel QV | Penetración: % de los hogares que compraron en el canal al menos 1 vez durante el año | Viajes al año: # de visitas | Ocasión de compra: visita

NielsenIQ



Kimberly.rodriguez@nielseniq.com
Laura.calderon@nielseniq.com

NUEVA CAJA MIX

MÁS VARIEDAD
PARA TU NEGOCIO

28
PIEZAS



6
PIEZAS



5
PIEZAS

12
PIEZAS



5
PIEZAS

NUEVOS



GRAN SABOR con avena

¡Consiente a tu familia!

COME BIEN.

Agrandado para mostrar textura. Sugerencia de consumo. Porción sugerida de 30 g.



ZOE
SALDAÑA

KARLA SOFÍA
GASCÓN

SELENA
GOMEZ

EMILIA PÉREZ

Esteban M. Fuentes A. (Dr. Drosk)

Durante las primeras semanas del año, se generó una gran polémica en el Séptimo Arte, ya que se estrenó la controversial cinta *Emilia Pérez*, la cual cuenta la historia de un capo mexicano de la droga, quien cambia drásticamente su vida. A través de algunas cirugías se transforma en una mujer trans.

Con su nueva identidad se convierte en una persona filantrópica, quien simboliza drásticamente lo contrario a lo que representaba en su pasado. En un principio, se

puede pensar que el filme ha sido controversial por la temática que aborda. Sin embargo, este no es el motivo del descontento, sino la crítica se enfoca en cómo se desarrolla la historia.

El rechazo proviene principalmente de México, ya que la película expone una visión distorsionada e incorrecta del país. Algunos críticos sustentan que esto se debe a tres principales aspectos: el filme no involucra actores locales; la cinta no fue rodada en México sino en un estudio cinematográfico; y finalmente la obra fue ➤



dirigida y escrita por un cineasta francés, quien tiene un escaso conocimiento de la cultura mexicana y no domina la lengua española, lo cual se ve reflejado en el filme. Por otro lado, la cinta ha sido homenajeada en Europa y Estados Unidos, donde exponen que es una nueva propuesta cinematográfica.

En esta reseña analizaré los principales puntos de la obra de manera objetiva. Expondré el porqué es una cinta tan polémica y destacaré sus pros y contras. La cinta es multifacética y arriesgada, ya que une varios géneros como el drama, la comedia y además es un musical. Esto le proporciona un toque muy peculiar, pues da la sensación de estar en un mundo onírico.

La cinta fue encabezada y escrita por el director francés Jacques Audiard. Ganó el Premio del Jurado en el Festival de Cannes de 2024. Obtuvo el premio de Cine Europeo a mejor película, dirección y actriz. Además, en este año cuenta con múltiples nominaciones en los premios Bafta, Globos de Oro y Oscar. Cabe aclarar que en esta última premiación está nominada a 13 estatuillas.

El filme cuenta la historia del narcotraficante mexicano apodado “El Manitas” (Karla Sofía Gascón), quien encabeza uno de los principales carteles de la droga. A pesar de tener poder y dinero se siente vacío, debido a que siempre ha deseado ser mujer. Por ello, decide dar un cambio drástico en su vida. Planea fingir su muerte y someterse a diversos procesos hormonales

y quirúrgicos para convertirse en una mujer trans y comenzar una nueva vida.

Para lograr su objetivo, contacta a la abogada Rita (Zoe Saldaña), para que le ayude a conseguir sus planes. Le pide que consiga a un prestigioso médico que le asista en su transición de hombre a mujer; que le arregle los papeles para su nueva identidad; y que adquiera una casa nueva en Suiza para que vivan su esposa Jessi (Selena Gómez) y sus dos hijos.

Cabe aclarar que Rita es una mujer idealista que desea imponer la justicia. Sin embargo, la corrupción del país no se lo permite, así que se ha sometido al sistema y trabaja para gente con poca ética. En un principio luce escéptica de aceptar la propuesta de “El Manitas”. Sin embargo, es persuadida por el capo mexicano, quien le expresa que con la gran cantidad de dinero que recibirá

podrá volverse millonaria y establecer un bufete de abogados, con el cual podrá impartir justicia y ayudar a la gente necesitada.

A partir de aquí, los protagonistas realizan todos los movimientos de manera exitosa. “El Manitas” logra realizar su transformación a mujer y se convierte en Emilia Pérez (Karla Sofía Gascón). Por otro lado, Rita se convierte en una acaudala y prestigiosa abogada que ayuda a los desprotegidos.

Transcurren cinco años, “El Manitas”, ahora convertido en Emilia Pérez, vuelve a contactar a la abogada, con el fin de que le ayude a recuperar a su familia. Para ello, la protagonista finge ser prima de “El Manitas”, quien desea estar cerca de su prima política y sus sobrinos. Por ende, Jessi y sus hijos son persuadidos para dejar Suiza e irse a vivir con Emilia a la Ciudad de México.

Por otro lado, Rita y Emilia fundan una institución que ayuda a localizar a todos los desaparecidos que existen en el país, los cuales en su mayoría fueron ejecutados por el narcotráfico; los cadáveres por lo regular son hallados en lugares recónditos. De esta manera, Emilia Pérez desea enmendar sus errores del pasado.

Al parecer, todo marcha viento en popa. No obstante, Jessi comienza una relación sentimental con Gustavo (Edgar Ramírez), quien era su amante, aun cuando estaba casada con “El Manitas”. Ahora hacen ➤



EL FLAGACAN CENTINELA®

Para perros adultos de todas las razas.

MARCA REGISTRADA POR FLAGASA

La marca con franco crecimiento y distribución.



SABOR
CALIDAD
Y PRECIO

GANANCIAS
PARA TU
NEGOCIO

PROBIÓTICOS
Y PREBIÓTICOS
NATURALES

QUE MEJORAN
LA FLORA
INTESTINAL.

EXTRACTO
DE YUCA

QUE MEJORA
LA DIGESTIÓN

Buscamos distribuidores
exclusivos

¿Te interesa?

Visítanos en:



www.flagasamascotas.com



NUEVA ERA

kotex®



PARA TI



Deja que fluya



PROTECCIÓN SUPERIOR*

*Vs. versión anterior en ajuste, cobertura y cuidado de la piel.

buena sintaxis. Por lo mismo algunas partes llegan a ser confusas. Es muy notable que Jaques no conoce la lengua española y mucho menos los modismos mexicanos.

Este problema se pronuncia aun más debido a que la mayoría del elenco no dominan el español. Por lo mismo, pronuncian las palabras de manera incorrecta. Esta problemática es tan evidente que las salas mexicanas pusieron subtítulos en la cinta para que el espectador pueda entender los diálogos. A pesar de estas problemáticas, la película se puede comprender, debido a que la historia es muy lineal.

A parte de ser una comedia y un drama, hay que recordar que la película también es un musical. Por ello, es crucial analizar los temas realizados por la compositora francesa Camille, quien realizó canciones experimentales, las cuales combinan música de rock industrial con voces que mezclan el rap con la declamación. Son temas que impactan en ➤

pública su relación sentimental, pues ya no existe razón para ocultarla. Emilia acepta esta situación e inclusive luce contenta que su exesposa rehaga su vida.

Sin embargo, un día Jessi decide irse a vivir, junto a sus dos hijos, a casa de Gustavo. Esta decisión enfurece a Emilia y le bloquea todas sus tarjetas bancarias. Jessi queda en bancarota y decide secuestrar a la protagonista hasta que le devuelva su dinero. Esta acción la realiza con la ayuda de su novio y sus matones. Para realizar la transacción contactan a Rita, quien acude al lugar acompañada de varios sicarios. En medio del rescate comienza una ráfaga de disparos, ¿podrán rescatar a Emilia Pérez?

Un punto crucial que se debe analizar es el guion, que fue escrito por el mismo Jaques Audiard (director de la obra), el cual tiene dos puntos muy polarizados. Por un lado, cuenta una historia novedosa con buen sentido del humor y un ritmo estable. Por otro, los diálogos están redactados incorrectamente; están mal conjugados los verbos y no cuenta con una



Para esta cuesta,

¡Elige la calidad de
Atún Tuny®!



**SIN
SOYA**

tuny.mx     

ALIMÉNTATE SANAMENTE

Lo tuyo es 



el momento, pero se olvidan rápidamente. Son todo lo contrario a la música comercial.

Si bien la compositora quiso explorar un nuevo género, los temas están muy alejados de la cultura mexicana. Hubiera funcionado mejor que compusiera canciones basadas en la música regional. Cabe destacar que las letras de las canciones tienen el mismo problema que el guion, ya que están mal redactadas y por lo mismo son poco entendibles. Además, los actores y actrices suenan desafinados en los temas. Es muy notorio que nos son cantantes.


Un punto positivo a destacar es que los temas musicales son acompañados por novedosas y dinámicas coreografías, que ocupan movimientos realizados principalmente con los brazos, los cuales logran transmitir parte de la trama a través del lenguaje corporal. Estas peculiares tablas son acompañadas por la excelente fotografía de Virginie Montel, la cuales muestran a detalles los peculiares movimientos de la coreografía. Este dinamismo entre la cámara y el baile se complementa con la impecable edición de Juliette Welfling que organizó satisfactoriamente las tomas bruscas y atrevidas. La parte técnica es impecable.

Cabe destacar que Karla Sofía Gascón aparte de protagonizar a Emilia Pérez también interpretó a “El Manitas”. Aunque en teoría son la misma persona, cuentan con personalidades totalmente diferentes. Debido a esta actuación está nominada como la primera actriz trans en los premios Oscar. Un dato curioso es

que actualmente está siendo funada en redes sociales, debido a que se filtraron varios tweets de la red social X, donde años atrás posteo mensajes racistas y elitistas. Este escándalo ha vuelto más polémica la cinta.

Emilia Pérez es una película alternativa, realiza una fluida sinergia entre un musical, una comedia y un drama. Logra mezclar diferentes géneros con dinamismo. Por ende, las personas extranjeras la pueden catalogar como una película novedosa, merecedora de los premios y nominaciones que ha tenido. Esta opinión se debe principalmente a que desconocen el cómo se vive y se habla en México. Por otro lado, para nosotros los mexicanos la cinta no ha sido bien aceptada, debido a que no representa de manera correcta nuestra idiosincrasia.

La imagen que muestran del país es muy caricaturizada, la cual está muy alejada de la realidad. Por ende, muchas personas están funando la película en redes sociales, debido a que la consideran una falta de respeto a la nación. A pesar de estas fallas y polémicas, recomiendo al lector que mire la película para que pueda emitir su propio juicio. Recomendable para las personas que gustan mirar películas controversiales.

Queridos lectores y lectoras, en el número pasado les compartí mi cuenta de Tik Tok, con el fin de que me siguieran y pudieran ver mi trabajo como creador de contenido. Les informo que también estoy subiendo contenido en Facebook, Instagram y You Tube. En todas las redes me encuentran como: dr.dskaro. Saludos. 

NO OLVIDES LLEVAR A TU NEGOCIO
TUS PRODUCTOS DE

Nucita®



¡ AHORA CON NUEVA IMAGEN !

Miscelánea

Santiago González

Gripe aviar

Grave escasez de huevo y por consiguiente aumento del precio hasta 700 por ciento en los últimos dos años afecta a los Estados Unidos, como consecuencia de la gripe aviar. Anaqueles vacíos pueden verse en todo el territorio de la Unión Americana, pues desde el brote de la enfermedad, en 2022, han sido sacrificadas unos 104 millones de gallinas, 29 millones de estas de octubre pasado a la fecha. En el Medio Oeste una docena cuesta en promedio 7.08 dólares, siete veces el precio que tenía hace dos años, según el Departamento de Agricultura norteamericano.



El huevo en México

La aguda escasez de huevo en el vecino país del norte ya impacta el precio de este producto en México. A pesar de que la mortandad de aves por gripe ha sido de “sólo” 11 millones de gallinas desde el inicio del problema, a mediados de febrero el precio había experimentado un aumento de 19 por ciento. Esto, de acuerdo con datos del Grupo Consultor de Mercados Agrícolas. El consumo per cápita en México se calcula en 23.05 kilogramos anuales. Estados Unidos es el principal exportador de huevo a nuestro país; abastece 53 por ciento del mercado, seguido de Brasil, con 37.5 por ciento.



Inflación, consistente baja

La inflación mostró una sólida disminución en enero, al ubicarse en 3.59 por ciento anual, desde el 4.21 por ciento en que se hallaba en diciembre, según datos del INEGI. Con ello, ligó tres meses a la baja. El nivel de enero es el más bajo en cuatro años; en el inicio de 2021 la inflación fue de 3.54 por ciento anual. El Banco de México tiene el objetivo de lograr una inflación anual de 3 por ciento. Este es un buen informe sobre inflación, que respalda la postura moderada de Banxico, señalaron analistas económicos.



Precios y cambio climático

El cambio climático no es un fenómeno nuevo, pero en los últimos años su efecto se ha vuelto más presente en la inflación. Este año, en México, las diversas inundaciones o sequías afectaron los precios principalmente en el rubro agropecuario, frutas y verduras, así como productos pecuarios. “México no es el único país que sufre por este problema global, pero nosotros lo hemos hecho peor, en aspectos como la deforestación excesiva: cuando no hay árboles, no hay agua”, indicó Víctor Manuel Herrera Espinosa, del Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas.



Ampliación de Coppel

Grupo Coppel, uno de los principales actores del retail y los servicios financieros, anunció una inversión de \$14,200 millones de pesos para 2025. Busca consolidar su presencia en el mercado, impulsar su transformación digital y reforzar su compromiso con la sostenibilidad. Más de \$8,600 millones de pesos se destinarán a la apertura de cien nuevas tiendas, con las cuales sumarán en total 1980, y la remodelación otras más. Esta expansión abarca no solo las tradicionales tiendas físicas, sino también nuevos formatos, como las Agencias Coppel Motos y sucursales BanCoppel. Asimismo, abrirá seis nuevos Centros de Distribución y ampliará ocho más.

Maíz criollo

El gobierno federal reafirmó su compromiso con la protección del maíz criollo. Envió al Congreso una iniciativa de ley para prohibir la siembra de maíz transgénico y fomentar las técnicas agroecológicas. Este grano, dijo, tiene relevancia para la biodiversidad, la salud y la cultura de nuestro país. Esto, luego de que mediante un decreto presidencial se dejó sin efecto la prohibición de importar maíz transgénico. El levantamiento de esta prohibición derivó de que México perdió una disputa comercial con Estados Unidos, en el marco del T-MEC. México es segundo comprador mundial de maíz, 95% del cual procede de Estados Unidos, cuya producción es 93% transgénica.



Aranceles, ¿sí o no?

El próximo 4 de marzo vencerá el plazo fijado por el gobierno de Estados Unidos para determinar si aplica aranceles de 25 por ciento a productos que importa de México. El plazo fue impuesto por el presidente Donald Trump después de meses de amago, so pretexto de nula colaboración para detener la migración y combatir el narcotráfico. Tras la firma de la orden ejecutiva correspondiente -que incluía a Canadá y China- la presidenta Claudia Sheinbaum conversó luego con su homólogo el presidente Trump, con el que logró postergar la medida.



BOTANONAS

CHIDAS®

PAPAS CASERAS.

EXCESO CALORÍAS
EXCESO GRASAS SATURADAS
EXCESO SODIO
SECRETARÍA DE SALUD

PAPAS SABOR LIMÓN

CHIDAS®

PAPAS FRITAS SABOR LIMÓN

EXCESO CALORÍAS
EXCESO GRASAS SATURADAS
EXCESO SODIO
SECRETARÍA DE SALUD

PAPAS SUPER PICOSITAS

CHIDAS®

PAPAS FRITAS SABOR CHILE Y LIMÓN

EXCESO CALORÍAS
EXCESO GRASAS SATURADAS
EXCESO SODIO
SECRETARÍA DE SALUD

PAPAS CON SAL

CHIDAS®

PAPAS FRITAS CON SAL

- ✓ CALIDAD
- ✓ SABOR
- ✓ MEJOR PRECIO
- ✓ + GANANCIAS

ALIMÉNTATE SANAMENTE

*PAPAS ESTILO CASERO. IMÁGENES DE CARÁCTER ILUSTRATIVO.

Atención a clientes:
80 06 39 80 40
ventas@gonac.com.mx



“Harina láctea Nestlé”: origen y comercialización temprana en México

El éxito de que goza nuestra HARINA NESTLÉ es tan grande, que no es de extrañar surjan ininidad de imitaciones de nuestro producto, es nuestro deber señalar las funestas consecuencias que pueden acarrear estos ensayos imprudentes.

La Actualidad, México, 14 de julio de 1915.

Salvador Ávila

La página oficial de Nestlé que uno puede consultar en Internet, explica que la historia de esta compañía comenzó en 1866, “cuando Henri Nestlé crea un revolucionario alimento infantil”. Sin mencionar de qué alimento se trata -quizá porque se supone que ya lo sabemos-, la narración se traslada hasta 1905, año en que la empresa que había fundado este boticario y químico suizo, se fusiona con la Anglo-Swiss Condensed Milk Company, para integrar lo que hoy en día se conoce como Grupo Nestlé. Quiero pensar que la firma Nestlé cuenta con una historia escrita mayor y prolija, y que su página únicamente nos presenta las referencias elementales de una trayectoria asombrosa. Este ensayo no tiene como objetivo hacer la síntesis de la historia de la compañía, sino abordar tan sólo uno de sus aspectos, mismo que nos remite a sus orígenes y a la temprana presencia de Nestlé en nuestro país.

El Eco de las *Ciencias Médicas*, un importante semanario científico de Madrid, España, publicó, el 2 de enero de 1870, una crónica sobre algo que en ese momento fue considerado un avance de la ciencia, quizá hasta de la civilización misma. La crónica lleva por título “Harina láctea”, y

habla de la génesis de un alimento “destinado a proporcionar grandes servicios, empleándolo para la nutrición de los niños y de los enfermos a quienes les conviene la leche”. De acuerdo con la noticia, Henri Nestlé (1814-1890), químico de Vevey, Suiza, se propuso fabricar para los niños de corta edad un alimento fácil de digerir y que tuviera además las “mismas bases químicas que la leche de mujer”, y lo consiguió, “confeccionando un polvo que ha designado con el nombre de *Harina láctea*”. Este polvo se componía “de leche perfectamente pura concentrada en el vacío a una baja temperatura, de pan sometido a un calor muy fuerte y de azúcar en proporciones científicamente establecidas: el todo se reduce a un polvo de granos gruesos, de color blanco amarillento”.

La *farina lacté* era de uso general en Vevey para la alimentación de los niños, y comenzaba a emplearse en el resto de Suiza y de Alemania, aumentando rápidamente el consumo de este alimento en Inglaterra; si bien en España se conocía apenas. El doctor G. Monod escribió en *La Francia Médica*, revista de gran autoridad científica, que había usado el compuesto de Nestlé con buenos resultados y que había pocos niños que no la tomaran con placer, y que no le

digieran fácilmente, por lo cual prefiero la harina láctea á la leche de vaca, cuando es menester suplir la leche de mujer. La papilla hecha con esta harina es preferible á las demás papillas de galleta, sémola, etc., que se dan generalmente á los niños. La harina láctea se vende en París al precio de 2 francos paquete, el cual contiene una cantidad de polvo que representa el valor nutritivo de cuatro litros de leche.

El doctor Monod era de la opinión de que Henri Nestlé debía vender la harina lacteada a un precio inferior que el de la leche, o mejor aún, que debía publicar la fórmula y la manera de prepararla, para que fuese verdaderamente útil su descubrimiento.

En la década de 1870, la harina láctea de Nestlé, se consumía en diferentes lugares del mundo. Un artículo del periódico *La raza latina*, de Madrid, España, del 30 de abril de 1874, explicaba que la fórmula de Henri Nestlé era aceptada lo mismo en establecimientos de maternidad y de misericordia de Berlín y de Viena, que en los de San Petersburgo y Copenhague; y en Nueva York como en Melbourne. Además, abunda la nota:

Pesando á los niños alimentados con tal harina cada cierto número de días, se ha advertido la diferencia de su peso muy proporcionado al obtenido por la alimentación femenil; y aunque algún profesor como M. Devilliers rechaza como nocivas toda clase de sustancias alimenticias que no sea la leche de mujer, los defensores de la alimentación artificial añaden que teniendo cuidado en asimilar los compuestos en todo lo posible al alimento natural se obtienen eficacísimos resultados y hasta se libra á la niñez de enfermedades adquiridas en el pecho ya sea maternal, ya adoptivo.

Las primeras personas que comenzaron a comercializar la harina láctea de Nestlé en México, fueron José Delpozzo, dueño de la Botica Francesa, de la calle del Coliseo, frente al Teatro Principal, y el empresario de origen alemán August Friedrich Gutheil o Agustín Gutheil (1814-1885), cuya droguería se encontraba en la calle de la Palma número 12. Los anuncios que colocaban en los diarios estaban todavía desprovistos de alguna imagen. En el periódico *El Monitor Republicano*, del sábado 4 de enero de 1872, el doctor Delpozzo “participa a sus clientes y al público, que acaba de recibir: Fosfato de cal gelatinoso de Leroy, Solución de bifosfato de cal de Odet, Harina láctea Nestlé para los niños, Harina de Gluten para los diabéticos, Jarabe del doctor Pagliano y Extracto de carne de la compañía de Australia”. Además, informa que en la misma casa se podían encontrar en todo momento las medicinas de patente de más uso. No debemos pasar por alto que Joseph Delpozzo, farmacéutico originario de Italia, desempeñó su oficio de boticario en la ciudad de México, por más de tres décadas desde 1854.

Agustín Gutheil se cuenta aparte. No es excesivo decir que este empresario fue el primer gran promotor en México de la leche en polvo inventada por Henri Nestlé en 1866. Basta con revisar los anuncios que colocaba periódicamente en los diarios de la capital del país para darnos cuenta. Como el que apareció en *El Siglo Diez y Nueve*, el viernes 11 de abril de 1873: “Aviso interesante para las familias. HARINA DE LECHE NESTLÉ. Alimento perfecto para los niños de pecho, preparada con la leche afamada de las vacas de Suiza. Se vende en la Droguería de Agustín Gutheil y Cía., calle de la Palma número 12”. A lo largo del mes de mayo de 1874, Agustín Gutheil publicó un anuncio que ocupaba la mitad de una página del periódico *El Siglo Diez y Nueve*. (Véase por ejemplo el ejemplar del 27 de mayo). El texto sería el equivalente a una cuartilla impresa de nuestros días. Estaba escrito en una combinación tipográfica que alternaba letras estilizadas y enormes con otras de diferentes tamaños. Ese anuncio, casi un tratado que no podía pasar desapercibido para nadie, explicaba sin omitir detalles los atributos de un producto único en su género. Esta es la parte más interesante.

Harina láctea. Supliendo a la leche materna. Hecha con la mejor leche de Suiza por Enrique Nestlé, químico en Vevey. Este alimento sinigual, propio para criar los niños, es completamente asimilable desde los primeros días de su nacimiento; es el complemento por excelencia de la alimentación maternal y el mejor alimento artificial para remplazar la leche de la madre, cuando ésta no ofrece todas las condiciones



#LosAliadosDeLaLimpieza®



Limpia tu hogar y cuida el planeta

¡Llévanos Contigo!



CUIDA EL AGUA

de una buena nodriza. La harina láctea facilita el destete; con ella puede siempre dispensarse de las amas de leche. Todos los niños criados con este precioso alimento se distinguen por su fuerza física y su natural alegría. Puede emplearse también ventajosamente en todas las afecciones de la digestión en adultos. Modo de servirse de ella. Se hace cocer por algunos minutos y revolviendo constantemente. Una cucharada de harina con diez de agua, y se consigue una leche de fácil bebida con un porrón; una cucharada de harina con cinco de agua, y se consigue una papilla.-No se les de demasiado caliente o fría; más siempre de reciente preparación.- JAMÁS SE DEBE EMPLEAR LA LECHE COMO DILUYENTE.

Podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que José Delpozzo y Agustín Gutheil, no sólo fueron los primeros en promocionar y vender la harina lacteada de Nestlé en México, sino los primeros en introducir a esa compañía en nuestro país. Hacia 1879, otros comerciantes habían incorporado a sus negocios, generalmente droguerías o boticas, la venta de harina láctea o lacteada de Nestlé. Como la Droguería Universal de Edmundo van den Wyngaert, en la calle del Espíritu Santo número 1 (actual Isabel La Católica), cuyos botes de lata tenían impresos en la tapa el nombre “México”, es decir, el nombre del país al cual se exportaba el producto desde Europa, probablemente desde Vevey, Suiza.

Al comenzar la década de 1880, no sólo la harina láctea, sino también la leche condensada de Nestlé, recomendada esta última “a las familias, a los enfermos y a los viajeros”, se podían encontrar en casi todas las farmacias y droguerías de la ciudad de México. El depósito central de la harina láctea se localizaba en la Droguería Universal de Edmundo van den Wyngaert, en el Puente del Espíritu Santo núm. 1. Ahí se podía comprar una docena de botes de leche –al parecer de 454 gramos–, por ocho pesos y cincuenta centavos, o bien, uno por seis reales. Curiosamente, la leche en polvo Nido, ya con la imagen que todos conocemos, se llamaba en ese entonces Nido de Pájaros. En el Boletín del Ministerio de Hacienda de 1886, en el Anexo a la Ordenanza General de Aduanas, ya figuraba la harina lacteada o alimenticia de Nestlé. A partir de entonces su difusión a lo largo del país fue paulatina. Un anuncio del periódico *El Contemporáneo* de San Luis Potosí, del 29 de octubre de 1897, informaba que “la harina láctea Nestlé, alimento completo para los niños”, se vendía en todas las farmacias, droguerías y ultramarinos, al por mayor o al por menor. En 1912, La Gaceta de Guadalajara informó que la Compañía Nestlé de la ciudad de México, regalaría durante quince días, 50 mil ejemplares del libro *La alimentación y cuidado de los niños*, obra con más de cien páginas de textos, ilustrada “con una multitud de grabados”.



A principios del siglo XX, había lugares en la capital del país que comercializaban, además de la harina láctea Nestlé, las marcas de leche en polvo Kufeke y Mellín. Por su parte, Maximiliano de Lasse González, que no era médico sino ingeniero y empresario, vendía “leche maternizada”, otro tipo de leche artificial, en los bajos del Hotel Comonfort, calle del 5 de Mayo número 40. En la publicidad del producto el empresario de origen catalán aclaraba: “Leche maternizada, quiere decir leche de vaca convertida en leche materna. No confunda con leche esterilizada. Se reciben pedidos en la calle del 5 de Mayo 40. Pidan ahí mismo folletos. Tel. 23-92”. (*El Universal*, martes 21 de noviembre de 1916). Otro inserto de Lasse González, decía de manera un tanto triunfalista: “Gran éxito de la leche maternizada, comprobado por médicos que ya la prescriben y los padres que la usan para sus hijos. Único alimento que iguala leche humana”. (*El Pueblo*, 30 de noviembre de 1917). Virginia Salinas Balmaceda, esposa del presidente Venustiano Carranza, distribuyó durante el “año del hambre” –así llaman los historiadores al año 1915, por la hambruna que padecieron los habitantes de la ciudad de México–, leche maternizada para niños pobres en estado de lactancia.

A veces, al lado de los anuncios del señor Maximiliano de Lasse González, se encontraban los de la harina lacteada Nestlé, como el que se aprecia en una de las páginas del periódico *El Imparcial*, del 19 de febrero de 1911, que simplemente rezaba: “De los Alpes de Suiza, mejor que la leche fresca”.



Dale sabor a tu cuaresma
y aumenta tus ventas con

alpura,
**la pura
crema**



*Cazuela
de mariscos*



LA LECHE ES FUENTE DE PROTEÍNA

Sergio Mondragón

Surgidos de la tierra



Esteban M. Fuentes A. (Dr. Drosk)

Durante el año 2018, mientras escribía mi tesis de licenciatura, estaba interesado en investigar acerca del movimiento de la generación *beat*, que exponía que la literatura se debía de escribir libre como un solo de música jazz. Por ello, bajo el efecto de algún estupefaciente, los literatos escribían de manera emancipada, redactando lo primero que se les venía a la mente sin ningún tipo de filtro; en ese momento no se preocupaban por la puntuación y la sintaxis.

Una vez que hubieran concluido el texto, lo corregían con ayuda de las editoriales. Además, abordaban temas específicos y controversiales como la sexualidad, el consumo de alcohol y drogas, analizaban la música jazz, narraban sus viajes al estilo mochilero e involucraban filosofías budistas e hinduistas.

La mayoría de estos peculiares escritores eran estadounidenses, quienes tenía gran fascinación por México. Por ende, muchos de ellos vivieron o visitaron el país. Esto ocasionó que influyeran a diversos escritores nacionales, el más sobresaliente fue el poeta Sergio Mondragón. Por varios años preguntaba en las librerías de viejo por las obras del poeta mexicano perteneciente a la generación *beat*, lamentablemente siempre me decían que tenían años de no tener ejemplares del autor.

Un día, mientras navegaba en Facebook, me encontré un video donde aparecía una charla reciente con el poeta Sergio Mondragón. Miré la publicación y comprobé que era el mismo poeta *beatnik*, del cual años atrás estaba intentando conseguir alguno de sus libros. Me percaté que promocionaba su más reciente obra, titulada *Surgidos de la tierra* (2023), publicada por ediciones EÓN. Por fin había encontrado algún texto creativo de Sergio Mondragón, así que lo leí y realicé esta reseña para analizarlo.

Debido a que el texto es un poemario se debe analizar desde el conjunto de ideas del autor, y describir la belleza de sus palabras con la que transmite sus ideas y mensajes. Cabe aclarar que como se trata de poemas,

no existe una postura única sobre el significado de los versos, ya que está abierta a múltiples interpretaciones. Por ende, los análisis y comentarios que haga son basados en lo que yo inferí y comprendí.

El título del libro (*Surgidos de la tierra*) expone una correcta idea general de lo que aborda el libro, ya que cada uno de los textos es surgido desde lo terrenal, desde la parte más humana. Analiza las cosas y situaciones que muchas veces no se les presta atención, pero que tienen una crucial importancia en la vida como profundizar sobre la importan-

Surgidos de la tierra

cia de un día nublado y la contemplación de los pájaros y la lluvia. Estas circunstancias las expresa el autor de manera clara en su primer poema, el cual presento a continuación:

POÉTICA 1

NO EL ALBATROS DE BAUDELAIRE

escarnio de los marineros
príncipe de las alturas, sino el pelícano previsor
que vuela al ras del agua
con el pico lleno
con la cara sonriente
crac crac.
No el puño
incredulado al cielo
de Lautreamont
sino a las manos alzadas
agradeciendo a lo alto
la magnificencia de la creación
alguien así
quiero ser.

En este poema, el autor expresa que le agrada su pertenencia como ser humano y no desea ser un Dios. Por el contrario, le gusta disfrutar al máximo lo terrenal. Goza ser sostenido por la tierra donde descansan las raíces de las plantas y árboles, que es la misma tierra que sostiene las casas y edificios. A través de este primer poema, nos da una muestra hacia qué dirección se encamina el libro y sirve como complemento del título.

A lo largo de la obra, podemos encontrar poemas con dos tipos de extensión; la primera es estándar, que abarca entre una y dos cuartillas, que pueden dar una pequeña introducción, desarrollar una idea y rematarla. Se puede desplegar una narrativa alrededor de las metáforas, alegorías e hipérbolos. Un ejemplo, es el poema que presento a continuación y que, por cierto, es uno de mis favoritos:

LIBROS

ES UN PRIVILEGIO
para una biblioteca
sobrevivir
al fallecimiento de su dueño.
Su dueño
que juntó libro por libro
a lo largo de su vida
como se junta palabra por palabra
para formar un verso
como se junta
verso por verso
para escribir un poema
como se junta
poema por poema
para formar un libro.
Un libro que va a una biblioteca
que es un homenaje a la sabiduría.
es un privilegio

para una persona
lograr que su biblioteca permanezca
para beneficio colectivo
luego de su fallecimiento
Es el resultado
de méritos acumulados
a lo largo de su vida
que se suman día con día
a lo largo de toda su existencia
como las cuentas de un rosario.
Una nueva biblioteca puede lucir
en su casa nueva
y los libros de antes
ser los libros de ahora
ser los libros de siempre.
Es un privilegio que una biblioteca
pueda sobrevivir
luego del fallecimiento de su dueño
gracias también a los esfuerzos
de muchas otras personas
y a los esfuerzos de la familia
de su dueño.

La segunda extensión que ocupa el libro está basada en los *Haikus*, tipo de poemas japoneses, que tienen máximo cinco versos y normalmente hablan de temas relacionados con la naturaleza o la vida cotidiana que pasa en un lugar y un momento muy concreto. A continuación, muestro dos ejemplos expuestos en la obra:

TIEMPO

PASAN LAS AVES

pasan las estaciones
pasa mi vida

EL MUNDO

¡QUÉ CASA MÁS HERMOSA NOS HAN DADO ¡
y a pesar de que existe mucho sufrimiento en ella
¡Qué casa más hermosa nos han dado ¡

Mientras vivía la experiencia de estar leyendo el poemario, pude percibir que el autor siempre marcaba el transcurrir del tiempo, al cual asume como algo positivo y fascinante, pues a pesar de ser avasallador genera pasión, porque es parte del juego de la vida. Además, expresa que la escritura siempre lo ha acompañado y le ha proporcionado mucha paz y sabiduría, pues al observar y analizar su entorno, recibe cátedras de diversos seres vivos como los insectos y los árboles. Debido a ello, está feliz que su sendero en la vida haya sido dominar el arte de escribir, pues asegura que estaba destinado a convertirse en literato.

Contrario a los estándares de la sociedad, vanagloria los días malos y la soledad, porque expresa que cada parte de la vida puede ser fascinante, pues se deben aceptar lo negativo como parte de nuestra realidad. A lo largo de la obra, se puede inferir que ➤

KleenBebé Suavelastic®

El pañal más ganador



4 PUNTOS DE
AGARRE para que
no se cuelgue ni se
deforme



Canales que
distribuyen mejor
y más rápido los
líquidos



¡Seco por mucho
más tiempo! Por
su BLOCKGEL 4D



ENRIQUECIDO CON
ÓXIDO DE ZINC

Surgidos de la tierra

el autor está satisfecho y conforme con cada momento de su vida.

En la contraportada de la antología, se encuentra un texto escrito por Aurelia Cortés Peyrón, donde comienza resaltando que el autor escribió el libro con lápiz. Esto es muy evidente, en cuanto leí los primeros poemas me percaté de ello, ya que se percibía que el autor realiza su vida diaria junto a un lápiz y un papel para aprovechar las diversas musas que se le presentan cada día; es por ello la versatilidad de cada uno de sus versos.


Después de varios años, finalmente, pude leer una obra creativa de Sergio Mondragón. *En surgidos de la tierra* pude percatarme que el autor no es un poeta *beatnik* en su totalidad. Si bien involucra algunos aspectos de este movimiento como la libertad en cada palabra, la influencia de culturas occidentales como el budismo y los textos *haikus*, y la peculiar manera de fluir, no aborda temas como las drogas, la música jazz, los problemas existenciales, las fiestas entre otras. No obstante, quedé muy contento que no fuera un poeta *beatnik* purista, ya que no se estancó en un movimiento. Se nota que evolucionó y creó su propio estilo, algo que todo escritor siempre anhela tener; logró transmitir su propia magia en las palabras.

Sergio Mondragón es oriundo de Cuernavaca, Morelos. Estudió periodismo en la Escuela de Periodismo Carlos Sep-

tién García (EPCSG). Trabajó en los periódicos “El Universal”, “El Excelsior” y la revista “Siempre”. Fue editor de diversas revistas culturales como “El corno emplumado”, “Japónica” y “Memoranda”; actualmente es colaborador de la “Revista de Literatura Mexicana Contemporánea”. En 2010, obtuvo el Premio Internacional de Poesía Zacatecas; en 2011, recibió el premio Xavier Villaurrutia; y en 2020 le fue otorgada la medalla Bellas Artes de Literatura.

Surgidos de la tierra es un poemario muy humano. Nos expone los pequeños detalles de la vida, a través de un lenguaje fluido, rítmico y claro. Se puede leer de una sentada debido a que envuelve al lector en una amena atmósfera. Y lo más importante, nos recuerda que somos provenientes de la tierra; destaca que es una gran regalo el poder existir y debemos darnos el tiempo de disfrutar cada detalle que nos rodea. Muy recomendable para las personas que les gusta observar y analizar.

Queridos lectores y lectoras, en el número pasado les compartí mi cuenta de Tik Tok, con el fin de que me siguieran y pudieran ver mi trabajo como creador de contenido. Les informo que también estoy subiendo contenido en Facebook, Instagram y You Tube. En todas las redes me encuentran como: dr.dskaro. Saludos.

El libro se puede conseguir en: <https://edicioneon.com.mx/> 

Bienvenid@s sean todos los miembros de **ANAM**, Abarroteros, Proveedores y amigos de la Asociación, los invitamos a registrarse a través del Código QR, para participar en los próximos **CDC Webinars y Desayunos/Conferencia** (cupos limitados, se reserva por orden de registro) **sin costo**, donde el **Ing. Carlos C. Cosío** comparte generosamente su legado sobre temas empresariales y familiares.



Desayuno 13 de febrero 2025

No le dejes problemas a tu familia... Planea la sucesión en tu empresa

Ponente: Carlos C. Cosío



Desayuno 20 de febrero 2025

¿Cómo saber si el (a) hijo (a) mayor, es el indicado para seguir el liderazgo en tu empresa?

Ponente: Carlos C. Cosío



Webinar 19 de febrero 2025

¿Cómo saber si el (a) hijo (a) mayor, es el indicado para seguir el liderazgo en tu empresa?

Ponente: Fernando Cantú



Webinar 26 de febrero 2025

No le dejes problemas a tu familia... Planea la sucesión en tu empresa

Ponente: Carlos C. Cosío



HOY TOCA

Recetas

Siente la frescura del **SABOR**



**BIENVENIDOS A
NUESTRO CHAT BOT**

ESCANEA EL QR

**Y DESCUBRE LO
QUE TENEMOS PARA TI**



Esta cuaresma,

Dolores *atún*®

A tu lado
haciendo crecer
tu negocio



Siempre
atulado

ALIMÉNTATE CON PROTEÍNA