

asi

es esto del abarrote

COLGATE RATIFICA ALIANZA CON MAYORISTAS



PALMOLIVE
OPTIMS

TÚ PONES EL
Optimismo
NOSOTROS LA
VITAL KERATINA

**LA CALIDAD y PRECIO QUE
A TUS CLIENTES LES ENCANTA**



*Vs. shampoo sin agentes acondicionantes. D.R. © Colgate-Palmolive Latin America Inc. 2026. SALUD ES BELLEZA.



ANAM
ASOCIACIÓN NACIONAL DE
ABARROTEROS MAYORISTAS A.C.

Presidente

José Luis Sosa Tarín

Vicepresidente

Daniel Garcés Islas

Secretario

José Clemente Guerrero de la O

Tesorero

Miguel Ángel Alonso Pérez

Consejeros

Hilda Daniela Novoa

Enrique Treviño Ortiz

Celia Martínez

Julio Ortega Bárcena

Adrián González Sánchez Jr.

Diana Valdés Medina

Ignacio Alonso Martínez

Juan Raúl López González

Director Ejecutivo de la ANAM

Iñaki Elías Caparrós

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 bimestra enero-febrero 2026 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 ARGO, S.A. de C.V. Bolívar No. 838, Col. Postal, C.P. 03410, Del. Benito Juárez, México, D.F. Distribuidor, Asociación Nacional de Abarrotereros Mayoristas, Ignacio Ramírez No.20-201 Col. Tabacalera, Del. Cuauhtémoc, C.P. 06030 México, D.F. Con un tiraje de 12,000 ejemplares distribuidos al comercio de abarrotes en la República Mexicana. Las opiniones y puntos de vista de los textos publicados en esta revista son responsabilidad de quienes lo dicen y lo escriben.

Editorial

2025 fue un año difícil para la economía mexicana, al grado de que el Producto Interno Bruto creció 0.7 por ciento. Los motivos, desde luego, para este incipiente avance fueron muchos, pero desde luego destacan los fenómenos externos que generaron una incertidumbre global pocas veces vista en la historia por las constantes amenazas e imposiciones arancelarias del mandatario estadounidense Donald Trump.

Hay aspectos que pueden considerarse positivos para el mercado interno mexicano como el hecho de que el peso se revaluara 3.35 por ciento durante el año, pero hay otros negativos y que afectaron directamente a nuestro sector como la caída de 4.5 por ciento en las remesas. De hecho, con la apreciación de la divisa mexicana llegó menos dinero y más barato, lo que perjudicó a muchas tiendas de poblaciones que tienen en los envíos del exterior, como uno de los pilares para sus ventas.

Nuestro sector cerro el mes de diciembre con un crecimiento de 3.7 por ciento en valor y de 0.3 por ciento en volumen, lo que significó que llegamos a puerto seguro a pesar de la tormenta, aunque los números no fueron los que hubiéramos deseado.

Este año que recién inicia, se prevé con muchas dificultades, pues seguramente Estados Unidos mantendrá la lupa sobre nuestro país y podría amagar con nuevas represalias, lo mismo que por los envíos de ayuda humanitaria a Cuba que por el tema del narcotráfico.

De hecho, se perfila un crecimiento económico de 1.5 por ciento para el año, que puede ser considerado como de un optimismo prudente o cauteloso, en un contexto en el cual el mercado interno tendrá una relevancia especial dentro del comportamiento de la economía en su conjunto.

Y en este sentido hay noticias que pueden asumirse como positivas, precisamente dentro de ese optimismo cauteloso, como son la inauguración del tren México-Toluca, tras más de 12 años de construcción, o la apertura de los Polos de Desarrollo del Bienestar que podrían detonar economías locales y significarían una oportunidad de negocio para nuestro sector.

Otro elemento importante para el mercado interno es el Mundial de Fútbol que se celebrará en tres sedes mexicanas: la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, en donde seguramente se incrementará el consumo interno y que podría significar un incremento adicional de hasta 0.5 por ciento del PIB, según algunos analistas.

Sin embargo, todavía prevalece uno de los graves problemas del país: la inseguridad, en este sentido las 41 casas de análisis económicos que encuestó el Banco de México a finales de enero, dan cuenta de que 20 por ciento lo considera como el principal obstáculo para el desarrollo del país.

En síntesis, parece ser que 2026 será un año difícil para la economía mexicana, pero esperemos que el mercado interno se fortalezca y nuestro sector pueda mejorar, sin caer en un optimismo desbordado ni en un catastrofismo paralizante.



Contenido

Compromiso y
Respeto por el
8 Tequila



Los abarrotes
y el Mundial
2026 34



Chile jalapeño,
siempre
presente en los
abarrotes

14

Pérdida de
autosuficiencia
en producción
de maíz

22



Petrodolar en
zona de riesgo

31

Un fantasma
para servirte

45



Trabajar con
los que amas
52



Hábitos
atómicos
66

Colgate-Palmolive

ratifica alianza con los mayoristas

Esteban M. Fuentes S.

Para Colgate-Palmolive, el mercado mexicano es uno de los más importantes a nivel global y, en ese contexto, el canal abarrotero mayorista es un socio estratégico para que la empresa consolide la penetración de sus marcas.

Riccardo Ricci, quién recientemente asumió el cargo de Vicepresidente Ejecutivo y Gerente General de la empresa en nuestro país, considera que una de las prioridades de Colgate-Palmolive es mantener el contacto con el cliente.

“Colgate-Palmolive tiene una fuerte posición en el canal indirecto, tanto en México claramente, pero también en el mundo. La marca Colgate es la marca global que tiene la mayor penetración en los hogares del planeta, esto de acuerdo con el estudio anual de Kantar, que certifica esta posición. Y no se podría alcanzar la penetración que tenemos sin el apoyo fundamental del mayoreo”, señala.

En entrevista con **Así es esto del abarrote**, Ricci destacó el esfuerzo conjunto de la empresa con los abarroteros mayoristas: “Para llegar a todas las tiendas y ciudades del país, incluso a las poblaciones más remotas que simplemente no se puede llegar con otros canales. Creo que ese es el papel, la responsabilidad y la contribución que el canal indirecto da para nuestro negocio”.

Y añadió que Colgate-Palmolive nunca se detiene, “podíamos quedarnos muy felices y cómodos en el confort, pero nunca paramos, cada año hay un reto diferente y nosotros tenemos la humildad, pero también la convicción que juntos ➤



Riccardo Ricci, Vicepresidente Ejecutivo y Gerente General de Colgate-Palmolive



vamos a hacer la diferencia". En ese sentido, indica que Colgate-Palmolive es una compañía que va a continuar invirtiendo y desarrollando el canal mayorista, pues tiene la voluntad de aprender, de continuar innovando y evolucionando junto a sus aliados.

"Yo creo que las compañías hoy en día van a hacer muchas elecciones estratégicas, cuál es el canal que está creciendo más, cuál es el más sofisticado, cuál es más disruptivo, pero más allá de estos nuevos elementos que tenemos que considerar que existe una base de relación muy fuerte que queremos mantener con el mayoreo" explicó.

En su opinión, la clave del éxito en los próximos años va a ser el análisis avanzado de datos. "Somos una compañía muy orientada a los números y creo que la transición de una relación que está basada en la relación humana a una situación en que tenemos una relación fuerte, de confianza, pero también compartiendo información, compartiendo más números y conocimiento, va a ser el secreto del éxito para el futuro".

La importancia del canal mayorista

-En el mix que tienen en canales ¿Cómo está el mayoreo con Colgate-Palmolive?

El canal mayorista es fundamental para nosotros. Si bien es el segundo en volumen después del autoservicio, es el más importante en términos de alcance, permitiéndonos llegar a más de 800,000 puntos de venta a nivel nacional.

¿Qué tan diferente está en el autoservicio?

Para lograr el éxito en México, es fundamental tener un buen desempeño en el canal de mayoreo. El año pasado,

por ejemplo, tuvimos un gran año en términos de venta, creciendo por encima del mercado. El canal de mayoreo continuará siendo relevante para el negocio en México. Por ello, necesitamos buscar mayor agilidad, velocidad y tecnologías, que nos permitan tener un impacto en el mercado, de manera similar a como lo están haciendo otros canales.

Riccardo Ricci expuso que Colgate-Palmolive es una compañía con un enfoque muy específico en el mayoreo mexicano. "Tenemos mucha innovación y nuevas herramientas que queremos compartir con nuestros aliados y contamos con que ellos tengan, como siempre, la voluntad de continuar con una mentalidad abierta a escuchar nuestras propuestas. Por nuestra parte, también seguiremos con una actitud de escuchar mucho sus opiniones y de conocer las visiones que tienen del mercado".

Al referirse a las experiencias con el mayoreo mexicano, consideró que "hay historias de éxito a través de generaciones de empresarios que nos inspiran y nosotros, siempre mantuvimos aquella humildad de escuchar, conocer y entender cuáles son las expectativas de nuestros aliados".

¿Un aliado estratégico?

Sin dudas, el mayoreo es estratégico. A pesar de todas las evoluciones que podemos mirar en el mercado, el mayoreo va a continuar siendo un pilar estratégico para nosotros y no vemos que esto vaya a cambiar en el futuro. Por ello, contamos con un equipo con la experiencia, la calidad y el talento para continuar esta historia de éxito con el canal indirecto, como lo llamamos nosotros. Continuaremos consolidando alianzas muy sólidas con los principales actores del canal.

Vogue®

CON 
CONTROL
de **OLOR**



El empresario señaló que en México, Colgate-Palmolive tiene el privilegio de pensar a largo plazo y de traer la innovación que los consumidores mexicanos necesitan. Por esta razón, aseguró que el país es de los principales mercados del mundo para la empresa.

Enfoque en cuidado bucal

La compañía está en constante innovación, y en ese sentido, se distinguen dos tipos de innovación: la del producto, que cada año busca lanzar artículos que puedan agregar nuevos beneficios para los consumidores; y la segunda es la innovación de procesos, que está más relacionada a la forma en la que ejecutan y operan las tareas, incluyendo temas como nuevas tecnologías y analítica avanzada de datos, entre otros.

Actualmente, la compañía está muy enfocada en el cuidado bucal con productos para la sensibilidad de los dientes, protección de encías y para el blanqueamiento de los dientes.

Específicamente, se menciona que las caries afectan a millones de personas en el mundo. Esta es una enfermedad que se puede prevenir a través de una higiene oral correcta, pero de la cual nadie habla. “Y como compañía, nosotros sentimos la responsabilidad de educar, de crear conciencia sobre la importancia que tiene esta categoría para los consumidores de todo el mundo”.

Además, detalló que en México existe un programa que se llama “Sonrisas Brillantes, Futuros Brillantes”, cuyo propósito es fomentar la educación en higiene bucal en las escuelas primarias del país. En este programa, la empresa, con la ayuda de voluntarios con conocimiento profesional de odontología, educa a los niños, les explica por qué es importante cuidar de los dientes y distribuye las muestras del producto.

“También, contamos con un programa que ayuda a las familias que tienen menos recursos a tener chequeos anuales con los dentistas. Por tanto, me parece una actividad importante. Y tenemos el mismo modelo para las otras categorías donde operamos. Por ejemplo, en alimento para mascotas, tenemos un negocio importante que se llama Hill's Pet Nutrition y aquí también tenemos una alianza fuerte con los veterinarios que vamos a asistir para realmente mejorar la salud de las mascotas”, indicó.

La empresa, con más de 100 años en el mercado mexicano, se ha caracterizado por lanzar de manera constante nuevos productos.

“Son productos que tienen tecnologías patentadas e innovadoras. Igualmente puedo decir que vamos a introducir novedades muy importantes en el cuidado del hogar, sobre todo detrás de nuestra marca Suavitel, que es súper importante para nosotros. Aquí tenemos una postura de liderazgo importante que significa no solo lanzar productos nuevos, sino realmente tener el propósito de cambiar las costumbres de los consumidores para el cuidado de la ropa”, explicó.

En este sentido añadió que “sentimos en nuestra piel la responsabilidad de innovar, cambiar las dinámicas del mercado, y acompañar el camino de los consumidores, que la sociedad mexicana ha evolucionado mucho en los últimos años, y queremos ser parte de esta evolución del consumidor. Las necesidades, las expectativas que tiene el consumidor hoy, son muy diferentes de lo que era hace 50 años, y sobre todo tener una visión para el futuro”.

¿Eso es parte de la política de Colgate-Palmolive en el mundo o es una cuestión muy específica para México? ➤



Colgate-Palmolive ratifica alianza con los mayoristas

R. - Bueno, tenemos dos elementos aquí. El primero, es que el consumidor está siempre en el centro de nuestra acción, y esta es una postura global que tenemos, especialmente hoy que el consumidor está cambiando a un ritmo mucho más rápido que en los 20 años anteriores. Por tanto, el ritmo del cambio es mucho más elevado en los últimos 5 años, por ejemplo, con los canales digitales, la atención que tiene el consumidor para un proceso de compra radicalmente diferente al del pasado. Por ende, esta postura es global.

Lo que es específico de México es la importancia que tiene el país en nuestra corporación. México es para Colgate-Palmolive uno de los mercados más importantes y estratégicos, ya que cuenta con uno de los portafolios de marcas y categorías más desarrollados que tenemos. Por lo tanto, sentimos la responsabilidad de ser el motor de crecimiento para nuestra compañía. Y eso se puede hacer solo si estamos bien enfocados en lo que el mercado mexicano necesita.

En lo que se refiere a la producción de su planta en Guanajuato, Riccardo Ricci comenta que la gran mayor parte es para el mercado mexicano, aunque también se exporta a los Estados Unidos y varios países de América Latina.

Al hablar de la historia de Colgate-Palmolive en México, recuerda que se celebraron los 100 años de presencia en este país, y que México ha sido uno de los primeros lugares donde Colgate, que es una empresa que tiene 200 años, se expandió.

“Por tanto, es una historia larga y la presencia es fuerte. Operamos en muchas categorías, tenemos marcas locales y marcas globales que tienen igualmente éxito interno, y a lo largo de los años hemos logrado conquistar la confianza de los consumidores mexicanos. La posición de liderazgo que tenemos hoy no es simplemente una cuestión de números, por ejemplo, tenemos 75% de participación en pastas dentales, pero para nosotros el liderazgo no es una cuestión de números, es una cuestión de responsabilidad”, dijo.

Y finaliza: “Creo que la visión del futuro está muy alineada con el propósito que tenemos como compañía: Somos una compañía de cuidado, innovación y crecimiento, reimaginando un futuro más saludable para todas las personas, sus mascotas y nuestro planeta. Es un propósito poderoso y noble que motiva a nuestro equipo y a todos nuestros colaboradores a llegar a la oficina cada día con mucha pasión y voluntad de trabajar por un futuro más saludable para todos”. 

PONLE EL CUERNO A LA MAYONESA

Y HAZLO la pura crema®



COME BIEN. Sugerencia de uso. Imagen Ilustrativa del producto.

Compromiso y Respeto por el Tequila

Santiago González

Tequila Don Nacho, una empresa productora de tequila de alta calidad con premios y reconocimientos internacionales y productora de agave azul de gran cualidad, al ser de las más reconocidas de México, planteó a los abarroteros mayoristas la conveniencia de una asociación comercial, con la finalidad de ampliar la venta de los tequilas que esta compañía produce, y en la cual los distribuidores podrían obtener mayores márgenes de utilidad de los que perciben con las marcas líderes del mercado.

En entrevista con **Así es esto del abarrote**, Jesús Hernández, director de Ventas de la compañía con sede en Los Altos de Jalisco, “la tierra del mejor agave azul gracias a su clima, ubicación geográfica y fertilidad del terreno”, resaltó que se presenta “una gran oportunidad para los mayoristas de hacer negocio para sus empresas”, entre otras razones porque

esta compañía maneja productos para los tres diferentes niveles socioeconómicos.

Y, adicionalmente -dijo-, es una firma con una estrategia clara y objetiva para el trabajo a largo plazo con sus socios comerciales, mediante mecanismos de apoyo y promoción para el desplazamiento de los productos.

Con exportaciones del 70% de su producción, a más de quince países en el mundo -como Japón, China, Estados Unidos, Francia, Rusia y Australia, entre otros- y el 30% por ciento con ventas en el mercado nacional, Tequila Don Nacho es producido en 3 diferentes categorías: Origen, Tributo y Cristal cada una en expresiones blanco, reposado y añejo. Todas las líneas en calidad premium y ultra premium. La empresa es pionera en tener certificaciones de calidad en todos los procesos. Cuenta con las certificaciones internacionales de Calidad: HACCP, KOSHER



¿Y la rentabilidad?

“Este es un punto muy importante. Realmente somos un producto de alto margen de utilidad para nuestros distribuidores. Si se compara con otras marcas líderes, la rentabilidad de ellos es muy baja, dijo.

Jesús Hernández explicó que los inicios de la empresa se remontan a 1982. En ese año su padre, don Ignacio Hernández Gutiérrez, emprendió el desarrollo de la siembra del agave, producto vendido a las más grandes destilerías en Jalisco las cuales siempre han reconocido la gran calidad de los Agaves de Don Nacho.

Veintiún años después, en 2003, aquel emprendimiento inició su conversión en destilería, con objeto de producir su propia marca de tequila, hasta convertirse en lo que es hoy: una de las empresas productoras de tequila con mayor reconocimiento en la producción de Tequilas Premium y Ultra Premium a precio justos para México. Somos una empresa familiar líder en la fabricación de tequila gracias al compromiso, amor y gran respeto por la tierra, el agave y el gran orgullo que sentimos por haber nacido en nuestro México, expresó el ejecutivo.

Refirió que “entre 2003 y 2004 se construyó la destilería y a finales de 2005, salió al mercado regional Tequila Don Nacho. En 2006 empezó su expansión a escala nacional y en 2007 la exportación, primero a Estados Unidos y luego a Canadá”.

Añadió que en la actualidad el 30% de la producción se destina al mercado interno, en el cual Don Nacho tiene presencia en 80 por ciento del territorio mexicano, y el 70% se destina a la exportación, sobre todo a Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia, España, Bélgica, Japón, China, Egipto, Australia, Rusia, Colombia y Costa Rica, entre otros.

-Le apuestan mucho a la venta en el exterior, ¿está muy saturado el mercado interno? se consultó al directivo.

Muchos de los clientes que tenemos en la



Don Ignacio Hernández Gutiérrez

exportación nos han buscado, porque el producto ha ido ganando su propia reputación. Pero, también, porque en la exportación hay menos impuestos. El mercado nacional, en todo lo que son bebidas alcohólicas, está muy castigado en el tema de impuestos.

Y agregó:

“El mercado ya estaba competido. Pero algo que ha caracterizado a nuestra empresa y

¡YA DISPONIBLE!

Ruffles

QUESO

Bolsa de Material 100% RECICLABLE*



10
PIEZAS

COME BIEN



LAS GALLETAS
de la *Cuaresma*

SALADITAS
Gamesa



COME BIEN

Compromiso y Respeto por el Tequila

nuestros productos es que han tenido muy buena aceptación en cuestión de calidad.

“Obviamente, no tenemos la publicidad ni el marketing que tienen las grandes empresas transnacionales, pero en calidad” podemos competir porque el consumidor cada día aprecia más la calidad de un buen Tequila. Y explicó que la empresa ahora está constituida por dos firmas, la Agavera Don Nacho -productora de agave-, y Tequila Don Nacho.

Recordó que entre 2015 y 2023 hubo grave escasez de agave, que sin embargo no les afectó, aunque ciertamente obligó a subir costos y encarecer el producto, problema ya superado al punto de que los precios hoy son muy competitivos.

“No somos el tequila más barato, la verdad es que hay muchísimos tequilas muy baratos; pero si se compara precio-calidad, nuestro producto realmente es muy competitivo. Tenemos para los tres segmentos de mercado, si los vemos socioeconómicamente.

“Tenemos productos para un mercado, medio, que es **Don Nacho Origen** (blanco y reposado), y para el mercado medio-alto Don Nacho Tributo (blanco, reposado y añejo). Todos de agave cien por ciento.

Y para el mercado Alto tenemos Don Nacho Cristal (añejo cristalino), cuyo precio ronda los 1,500 pesos, pero realmente los vale”. A este tequila de alta gama, la empresa en su publicidad lo presenta de modo tentador y ha sido galardonado recientemente con Double Gold con un Score de 98 puntos y esto le ha permitido ser nombrado el “Best of Show 2026” en el internacionalmente reconocido WSWA Spirits Competition que se ha celebrado en Las Vegas, Nevada, USA., el día 02 de Febrero de 2026.

El director de Ventas recordó que “en materia de innovación, en 2023 decidimos hacer un rediseño de imagen de los productos y a finales de 2024 los lanzamos al mercado. Fue un rediseño completo, todo adaptado a la evolución del mercado”.

“Nuestra empresa es pionera en tener certificaciones de calidad en todos los procesos. Somos de las pocas empresas tequileras que tenemos la certificación HACCP, por medio de la metodología SQF, que es el Sistema de Análisis de Peligros y Puntos



“Galardonado como
Best Cristalino Tequila 2026”



Críticos de Control (siglas en ingles de *Hazard Analysis and Critical Control Points*) para garantizar la inocuidad alimentaria.

Se trata de un sistema preventivo, no reactivo, que se aplica desde la materia prima hasta el producto final, y cuyo objetivo es identificar, evaluar y controlar los peligros potenciales (físicos, químicos o microbiológicos) en la cadena de producción de alimentos para proteger la salud del consumidor.

“Esto nos brinda una garantía para nuestros clientes, de que somos un producto elaborado de forma artesanal, pero a la vez validamos todos los procesos y todas las normas de calidad para poder entregar productos confiables a nuestros consumidores”.

Señaló que Fábrica de Tequila Don Nacho también cuenta con la

certificación **Kosher**, que garantiza que su elaboración cumple con las normas dietéticas judías, las cuales aseguran pureza y calidad bajo supervisión rabínica. “Muchos tequilas cien por ciento de agave son considerados aptos, especialmente los blancos, mientras que reposados y añejos pueden requerir sellos específicos por las barricas.

“Siempre estamos buscando la mayor cantidad de tecnología, a la vanguardia, sin descuidar nuestro proceso artesanal, para elaborar nuestros productos de la mejor forma: artesanal, pero con alta calidad”, precisó.

El Directivo de Tequila Don Nacho añadió que, obviamente, la Fábrica está debidamente certificada por la Consejo Regulador del Tequila y por la Cámara del Tequila. “Entonces, en cuestiones de regulaciones, estamos completos en todo”. 🍹



**NUEVA
IMAGEN**



CLORALEX[®]

QUITAMANCHAS

SIN CLORO

**TU MEJOR ALIADO CONTRA
LAS MANCHAS DIFÍCILES**



**Escanea
y descubre**

los múltiples usos
de este producto.

CUIDA EL AGUA



Chile jalapeño

siempre presente en los abarrotes

Roberto Fuentes Vivar

Sin lugar a dudas uno de los productos más versátiles que se encuentran en los anaqueles de los abarrotes es el chile jalapeño, que tiene una larga historia o herencia de casi nueve mil años.

Lo mismo puede encontrarse en su versión más clásica: enlatado en vinagre (ya sea en rodajas, en rajas o hasta completos), que en sus diferentes presentaciones como chile seco (chipotle) o en un polvo con el que se saborizan botanas o aderezos.

De acuerdo con un documento del Gobierno de México, “se llama ‘chile jalapeño’ debido a que su centro de producción se encontraba en Xalapa, una ciudad mexicana en el estado de Veracruz; sin embargo, también es conocido como cuaresmeño, jarocho, guachinango y otros nombres más por toda la República”.

Y añade: “Ésta es una de las muchas variedades de chile que usaban las culturas prehispánicas como parte de su alimento para darle sabor a sus comidas, al contener propiedades como Vitamina A, C, Hierro, Potasio, Calcio, lo que hace posible encontrarlo en seco, fresco, en polvo, en conserva, en infusión y más. También funciona como repelente y fungicida, al ser aliado en nuestros huertos

para combatir diferentes plagas y enfermedades, usando el jalapeño en una infusión”.

Los nueve mil años del chile

De acuerdo con diversas fuentes, es medianamente picante pues se encuentra entre dos mil 500 y 10 mil puntos en la escala Scoville, que es la utilizada a nivel global para medir el picor de un alimento. Aunque la intensidad del picor depende en gran medida de las características del terreno y de la variedad de la semilla. Buena parte de la capsaicina, el alcaloide que provoca el picor, se concentra en las venas y semillas en el interior del fruto; retirarlas antes de su empleo atenúa el efecto picante.

No sabe con exactitud el nacimiento específico del chile jalapeño, lo único cierto es que ya se cultivaba desde el México prehispánico y que pertenece a la herencia general de los chiles nacionales que data de hace casi nueve mil años.

El vestigio más antiguo del chile en México se encontró en la cueva de Coxcatlán en la región de Tehuacán Puebla, donde arqueólogos encontraron restos de alguna especie de chile originaria de la zona con una edad aproximada entre 6,900 a 5,000 A.C.





**VUELVE EL
MÁS POR MENOS**



abril a junio

el Verano Abarrotero, con
¡grandes oportunidades para ti!

www.anam.org.mx

SABORES QUE CREAN MUNDOS

NUEVOS

¿Estás listo?



Panditas

PALETA
PAYASO

Edición limitada
¡PRUÉBALOS!

COME BIEN. CONTENIDO EXCLUSIVO PARA MAYORES DE 13 AÑOS.

De hecho, existen muchas referencias del uso y consumo del chile en la época prehispánica, incluso que fue utilizado como arma durante las guerras, pues se ventilaba el humo de chiles sobre los enemigos, ocasionándoles un efecto como el que se ensayó en Vietnam, por parte de Estados Unidos con el humo del napalm y del agente naranja.

Dentro de los escritos sobre el chile, Alejandro Humboldt en su obra "Ensayo político sobre el reino de la Nueva España" narraba que "las diferentes especies de pimientos que los mexicanos llaman Chili son un fruto indispensablemente necesario para los indígenas, como la sal a los blancos".

Incluso se sabe que Cristóbal Colón los llamó "pimientos de Indias", supuestamente porque su sabor tan fuerte y su picor eran similares a los de la pimienta. El nombre ha quedado hasta nuestros días, en donde muchos chiles en Europa (incluso aquí en México) se llaman pimientos.

De acuerdo con las memorias de Colón, él los habría llevado a España, en donde los domesticaron y eliminaron la capsaicina para convertirlos precisamente en los pimientos, el pimentón o la páprika, tan común en todo el continente europeo.

Existen muchas otras evidencias del uso del chile en el México prehispánico. Por ejemplo, en los códices Mendocino y Florentino, aparecen gráficas que ilustran como empleaban el chile, cómo lo molían, lo secaban y hasta lo usaban como medicina para aliviar dolores musculares y óseos.

Uno de los relatos mexicanos descrito por Enrique Vela en la revista "Arqueología" menciona que de acuerdo con Janet Long existía una "Diosa prehispánica del chile, llamada Tlatlahuqui cihuatl ichilzintle o respetable señora del chilito rojo, que era hermana de Tláloc, dios del agua, y de Chicomecóatl, deidad de los mantenimientos, como mencionaba Fray Bernardino de Sahagún.

Las variedades y el jalapeño "pirata"

El jalapeño es una de las 64 variedades de chiles domesticados y las más de 200 especies o subespecies que



reconoce el gobierno mexicano. Pero por su importancia este chile también tiene sus propias variedades:

Gordo: Reducido de largo y más ancho.

Jarocho: Únicamente obtenible en Veracruz, es más chico que el jalapeño común.

Papaloapan: Nombrado así por producirse en terrenos próximos al río Papaloapan.

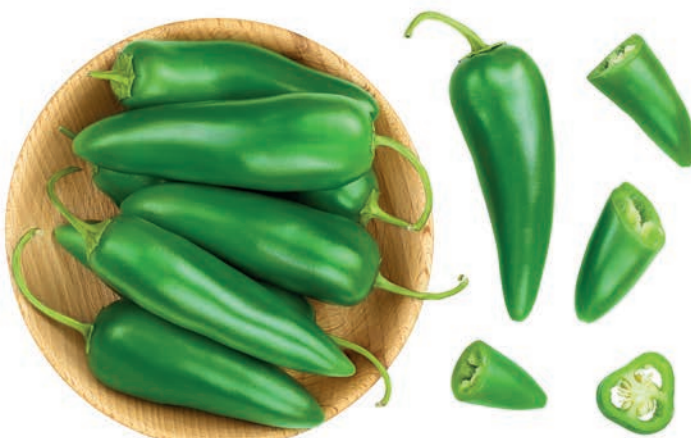
Rayado y acorchado: dos variedades que exhiben rayas en la piel.

Alegría: Conocido principalmente entre personas de edad avanzada por su alto picor. Esta variedad solo aparece en Wikipedia, pero no existen más referencias.

Huachinango: Jalapeño de 12centímetros de largo y tres de ancho, conocido así en Oaxaca y lugares de Puebla.

A estas variedades se suman las del jalapeño seco, que como ya se menciona al principio es conocido como chipotle y su nombre proviene del náhuatl chilpochtli, que significa "chile ahumado". Pero también el conocido como chile morita que, tiene su propia personalidad en la familia de los chiles secos es producido a base un jalapeño pequeño y gordo. También el chile meco es un jalapeño verde seco.

Lamentablemente en el mundo existe una especie de chile jalapeño pirata, que es comercializado como ➤





UN **GRAN** ROLLO

AHORA

+ GRANDE

CON EMPAQUE
INDIVIDUAL





jalapeño, aunque se produce en Turquía y en algunos países asiáticos. De hecho, en Europa ha creado una fuerte confusión, porque se le considera mexicana.

De acuerdo con despacho de la agencia AFP. “en Europa está entrando mucho chile turco y asiático, que realmente tiene menor calidad que el nuestro y que además se están colgando de la importancia que tiene la comida mexicana, dijo Jonás Murillo, titular de la Cámara de la Industria de Conservas Alimenticias (Canainca), que agrupa a grandes empresas del sector como Grupo Herdez y La Costeña”.

El empresario explicó a la agencia francesa que al chile que proviene de Turquía no se le pone en la etiqueta su país de origen. “Ponen que es jalapeño y un sombrero mexicano. No están diciendo que sea de aquí pero sí se están colgando de un prestigio que tiene México”.

Por eso urgió a las autoridades a que se reconozca la indicación geográfica, para que únicamente los chiles de México puedan llamarse la Secretaría de Innovación y Desarrollo Económico del gobierno de Chihuahua inició en 2025 las gestiones ante el Instituto Mexicano de la

Propiedad Industrial (IMPI), para la obtención del Distintivo Indicación Geográfica del chile chipotle, que se cultiva en la región centro-sur del estado.

La propuesta se presentó formalmente para la certificación del producto, que se produce en los municipios de Camargo, Jiménez, San Francisco de Conchos y La Cruz.

Los principales productores

A pesar de que el nombre deriva de la capital veracruzana, ese estado no es el principal productor de chile jalapeño, como sí lo son Chihuahua el principal, con alrededor de 300 mil toneladas, seguido de Sinaloa con casi 200 mil toneladas y Michoacán con poco menos de 100 mil. Veracruz, por su parte, produce menos de cinco mil toneladas.

A diferencia del chile en general (en donde China ya nos lleva la delantera planetaria) México sí es el principal productor de chile jalapeño y de chile chipotle. Lamentablemente las estadísticas específicas sobre su producción son inestables y más aún después de que en 2024 y 2025 se registró un fuerte descenso de 20 por ciento como consecuencia de los fenómenos meteorológicos.

Chile jalapeño, siempre presente en los abarrotes

Sin embargo, sí puede estimarse que la producción total de chiles es de aproximadamente 2.3 millones de toneladas anuales, de las cuales el chile jalapeño representa aproximadamente el 30 por ciento.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), China produce más de 12 millones de toneladas y México se ubica en segundo sitio, arriba de Turquía que produce un millón 900 mil toneladas y Estados Unidos con casi un millón.

De acuerdo con un estudio de la Secretaría de Agricultura y desarrollo Rural, en 2024, se produjeron 767 mil 667 toneladas de chile jalapeño en 26 mil 465 hectáreas y tuvo un valor de más de seis mil 418 millones de pesos.

La agroindustria del chile nacional, según el Gobierno de México, genera aproximadamente 1.5 millones de empleos, incluyendo trabajos directos e indirectos relacionados con el cultivo, procesamiento y comercialización.

Uso industrial acelerado

El jalapeño es un alimento tan versátil que bien puede comerse crudo o cocinado (en rajas, en chiles rellenos, bistecs en chile chipotle, entre otros muchos platillos). Incluso hay un portal (<https://cookpad.com/mx/buscar/jalape%C3%B1os>) en internet que ofrece dos mil 808 recetas caseras elaboradas con chiles jalapeños.

Pero buena parte de su consumo actual e incluso de su internacionalización se debe a su transformación, ya que no solo se vende enlatado, sino que en años recientes se ha adoptado la moda (a nivel global) de ofrecer por ejemplo papas fritas con sabor a chile jalapeño.

Dentro de la industrialización su mayor uso es en conserva, enlatado. Y de esta manera se ha convertido en un alimento casi cotidiano. ¿Ha pensado usted en comprar una torta elaborada en algún puesto fijo o semifijo que no ofrezca chile jalapeño o chile chipotle para aderezarla? Se trata, desde luego de chiles curtidos envasados.

En ese sentido, ni la inteligencia artificial (Google, Grock, Whatsapp, ChatGPT), ni el propio Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI pueden dar un número exacto de la cantidad de empresas que se dedican a enlatar chiles jalapeños.

"No hay un número oficial exacto de "todas" las empresas (incluyendo pequeñas o regionales), pero las principales y más reconocidas son alrededor de 8 a 12 compañías grandes o medianas que dominan el mercado nacional y exportan", respondió Grock.



A su vez la IA de Google respondió: "No existe una cifra pública exacta y actualizada sobre el número total de empacadoras de chile jalapeño en México, ya que la industria incluye desde grandes plantas industriales hasta pequeñas empacadoras locales y regionales".

Eso sí todas las respuestas de la IA, señalan que las empresas que dominan el mercado mexicano de chiles jalapeños enlatados son: La Costeña, La Morena, Herdez, Clemente Jacques y San Marcos. De hecho, se calcula que de los poco más de siete mil millones de pesos que se venden anualmente de chiles en conserva, la mayor parte obedece al chile jalapeño y chipotle.

También la IA indica que en materia de exportación "existen numerosas empresas dedicadas al empaque del jalapeño fresco para exportación, principalmente hacia Estados Unidos, que recibe cerca del 98 por ciento de las exportaciones de La Costeña y grandes volúmenes de otros empacadores".

En cuanto a las ventas al exterior, los datos del Banco de México y el INEGI indican que el total de exportaciones suma poco más de mil 500 millones de dólares anuales, de los cuales alrededor del 40 por ciento sobre de chile jalapeño incluyendo el chile chipotle.

De los poco más de siete mil millones de pesos (unos 375 millones de dólares) que se venden anualmente de chiles en conserva en el mercado nacional, la mayor parte corresponde al chile jalapeño y chipotle.

En síntesis, el chile jalapeño es un invitado que nunca falta en la mesa... ni en los abarrotes. 🌶️

ZUKO



¡Tu Selección!



COME BIEN



Pérdida de autosuficiencia en producción de maíz

Santiago González

El maíz se originó en el territorio que hoy es México a partir de la domesticación de su variedad silvestre, el Teocintle, hace unos diez mil años, y ha sido desde entonces alimento básico e identitario de nuestra nación. Su importancia en la actualidad puede ser ilustrada con la tortilla, de la cual es el principal insumo, indispensable para más de 100 millones de mexicanos. Para cubrir la descomunal demanda de maíz, en particular la variedad del blanco, nuestro país fue siempre autosuficiente. Ya no.

La producción nacional anual de tortilla es de 12 millones de toneladas, o sea 40 mil toneladas diarias, y el consumo per cápita de siete unidades cada día, 77 kilos al año, representan un gasto de unos 900 pesos trimestrales por hogar.

La producción nacional de maíz en general (en sus diversas variedades: blanco, amarillo, morado, rojo, "pinto", etc.) se estancó en la última década y en cambio se dispararon las importaciones, sobre todo del amarillo, y casi en su totalidad procedente de Estados Unidos, más un volumen residual de Brasil y Sudáfrica.

En el año comercial de octubre de 2024 a septiembre de 2025, México produjo 25 millones de toneladas de maíz de todo tipo y asimismo importó 25 millones de toneladas.

De acuerdo con estas cifras, por tercer año consecutivo las importaciones igualaron a la producción nacional. Y, comparado este escenario con el de una década atrás (2015-2016), la producción bajó 3.7 por ciento mientras que las importaciones crecieron 78.4 por ciento.

Las variedades de maíz morado, rojo y "pinto", aprovechados al igual que el amarillo mayoritariamente para ingesta animal y sólo marginalmente también para consumo humano, tienen importancia escasamente significativa en el mercado nacional, en el que priman el blanco y el amarillo. Las compras del exterior son de manera dominante de este último.

Descenso desde hace diez años

La Secretaría de Agricultura sostiene que México todavía es autosuficiente en blanco, el utilizado de manera directa en la nutrición humana, en la forma de numerosos otros ➤

minino[®] PLUS



MARCA

#1

EN
CROQUETAS
PARA GATOS

TU MININO LO VALE TODO[®]

f @mininoplus d @minino.plus www.minino.com

*Fuente: Nielsen + Iscam Diciembre 25 RY Alimento Seco para Gatos (Valor). *Marcas Registradas, Malta Texo de México S.A. de C.V.
Números de Autorización: A-0544-1370, A-0544-787.

ADM



preparados, como los atoles, moles, espesados, y gran variedad de bebidas refrescantes: tejate, pozol, chilate y tasca-late. Cifras de la propia SADER, sin embargo, muestran una realidad diferente.

Si bien el gobierno federal ratifica la soberanía alimenta-ria; es decir, la autosuficiencia en la generalidad de alimentos para la población, en lo que atañe específicamente al maíz y aun en el caso del maíz blanco, nuestro país ya es deficitario.

El descenso en la producción, en los últimos diez años, ha sido constante. Resultado de diversos factores, en el centro de los cuales está el histórico abandono del campo por los sucesivos gobiernos de por lo menos las últimas cuatro décadas.

Abandono que ha afectado lo mismo al depauperado sur que al rico norte del territorio nacional, en especial Sinaloa -“la tierra de los once ríos”-, considerado el granero de México.

Las cifras relativas al grano básico en general, presentan variaciones constantes en un mismo año, en función de la producción de los diversos ciclos agrícolas (primavera-verano, otoño-invierno, e incluso los entreverados en uno y otro); pero datos consolidados de la SADER indican lo siguiente:

Entre octubre de 2024 y julio de 2025 las compras del exterior aumentaron 8 por ciento respecto al ciclo inmediato anterior, hasta llegar a 21 millones de toneladas, 97 por ciento de maíz amarillo y 3 por ciento de blanco.

Es decir, se compró al exterior, así haya sido una porción mínima, de maíz blanco, el empleado de manera directa en el consumo humano.

En el mismo lapso y por lo que atañe únicamente al maíz blanco estadounidense -sin considerar los de otros orígenes-, las compras de México aumentaron 211 por ciento, hasta llegar en cifras absolutas a 630 mil toneladas, con-

secuencia de la baja producción nacional y la falta de existencias. Las compras totales de blanco a EU y otros países llegó a 822 mil toneladas.

Fuerte subsidio en EU

El maíz amarillo de Estados Unidos domina el mercado mexicano de granos forrajeros gracias a su disponibilidad permanente a lo largo de todo el año, la calidad alta y constante y su competitividad en precios.

¿Cuál es la razón de este exitoso desempeño? El respaldo gubernamental mediante subsidios contantes a productores, algo que en México no existe pues los agricultores están “abandonados a su suerte”, a decir del presidente de la Comisión de Agricultura de la Coparmex Culiacán, Enrique Riveros.

Este abandono, según Riveros, es lo que detonó las movilizaciones del sector campesino registradas en diversos estados como Baja California, Sonora y Sinaloa, a finales de 2025.

La sobreabundancia en la potencia vecina ya agudizó de modo peligroso la producción de maíz en nuestro país.

El pasado 12 de enero, el Departamento de Agricultura estadounidense (USDA) publicó reportes sobre el sector agrícola de esa potencia en 2025, uno de los cuales señaló que la cosecha de maíz fue mayor a la esperada, lo que causó el desplome inmediato de los precios internacionales del producto.

Este desplome puso en estado de angustia a los productores sinaloenses, que avizoran una caída de los precios internos y la consecuente incosteabilidad del cultivo. “El colapso”, anticipa Riveros.

El reporte de USDA precisó que el inventario es de 6.5 millones de toneladas más de lo previsto, lo que generó una sobreoferta que presionó a la baja los precios, situación ésta

negativa para el campo mexicano en las cosechas del presente año, toda vez que a los precios internacionales deprimidos se debe agregar la apreciación del peso frente al dólar.

Cosechas en puerta

El Grupo Consultor de Mercados Agrícolas (GCMA) explicó que el impacto de esta situación será severo, pues en varias regiones aún se tiene maíz sin comercializar de cosechas anteriores. En Sinaloa hay almacenadas alrededor de 120 mil toneladas de maíz blanco del ciclo otoño-invierno 2024, y en el Bajío entre 600 y 700 mil toneladas del ciclo primavera-verano del mismo año.

En opinión del directivo de Coparmex, la situación se torna ya insostenible, pues esta difícil tesitura se suma a problemas estructurales del campo, tales como altos costos de producción, falta de liquidez y ausencia de mecanismos efectivos de protección al ingreso del productor.



La caída de los precios internacionales se presenta cuando faltan sólo dos meses y medio para la recolección de 297 mil hectáreas de maíz en Sinaloa.

Los agricultores mexicanos compiten con los estadounidenses que están respaldados por la ley agrícola “Farm Bill”, que en realidad es un conjunto de disposiciones legales orientadas a dar apoyos de diversa índole -subsídios en investigación, créditos, seguros, compensaciones por caídas de precios- a sus agricultores.

Bajo este paraguas legal, Donald Trump aprobó apenas en diciembre pasado, 12 mil millones de dólares en apoyos adicionales para agricultores afectados por aranceles y la guerra comercial con China.

Roberto Bazúa, presidente de la Asociación de Agricultores del Río Culiacán, dijo que “el gobierno tiene que poner un apoyo, una compensación, para llegar a un precio de rentabilidad para el maíz”, y subrayó:

“Veo difícil que el precio internacional se recupere, porque hay demasiado maíz en Estados Unidos. En México la única solución es un apoyo del gobierno”.

Pérdida de autosuficiencia en producción de maíz

Presas abajo del promedio histórico

De acuerdo con datos de la Comisión Nacional del Agua (Conagua) la temporada de lluvias de 2025, en general buena, se reflejó de manera diferenciada en el nivel de las presas con relación a la importancia agrícola -en particular maicera- de las distintas regiones de nuestro país.

A guisa de ejemplo, el Sistema Cutzamala -que abastece de agua a la capital de la República- arrancó el presente año con un represamiento sólido, arriba del 90% de su capacidad; más en febrero, a medida que ascendía la temperatura ambiente, el embalse inició un descenso acelerado.



A mediados de enero, en cambio, las once presas de Sinaloa -entidad de importancia capital en la producción de maíz y en la agricultura de exportación- presentaban un almacenamiento total de la tercera parte, 33%.

Más específicamente, el 2 de febrero la Conagua detalló que existían en el territorio nacional 23 presas con almacenamiento de cien por ciento, 101 con entre 100 y 75 por ciento, 42 con entre 75 y 50 por ciento, y 44 presas con menos del 50 por ciento de su capacidad.

El nivel de llenado del total de presas, en esa fecha, se hallaba al 67 por ciento, levemente por abajo del nivel histórico promedio, rango inquietante para los productores de maíz, a decir de dirigentes agrícolas sinaloenses.

Kellogg's®

**LLEVA 15% MÁS
EN UNA SOLA JUGADA**



¡EN EQUIPO DAMOS **MÁS!**



El estado de las presas, de acuerdo con la Conagua, no evita la gravedad de la sequía en el territorio nacional, pues 78.2 por ciento presenta sequía, desde moderada hasta excepcional.

Entre los estados más afectados se hallan Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Sinaloa, Durango, Zacatecas, Guerrero y Michoacán, entidades que en conjunto aportan parte considerable de la producción agrícola.

La situación podría reflejarse en disminución de la superficie cultivada, lo que, en ningún caso, sin embargo, repercutirá en escasez o encarecimiento de la masa o la tortilla -hay sobreabundancia de maíz en el mercado mundial- pero sí en la soberanía alimentaria.

En el complejo escenario agrícola y en particular maicero, asoma el pronóstico de la Conagua, según el cual las lluvias en el primer trimestre del presente año estarán por debajo del promedio nacional en el mismo periodo anual.

La insuficiencia de agua y el “cansancio” de la tierra, más otras deficiencias y problemas estructurales, han hecho que México ocupe la octava posición entre los países productores y el noveno en rendimiento de 3.8 toneladas por hectárea (2.6 en temporal y 8.4 en riego), mientras que en EU el rendimiento llega a 11.4 t/ha.

Tortilleros cautivos

Entre los productores sinaloenses priva la convicción de que el tema de los transgénicos está agotado. “Sin maíz no hay país”, reza el eslogan gubernamental, y por lo mismo un cambio drástico a favor de este avance tecnológico es punto menos que imposible.

De cara a esta realidad, la disyuntiva para México es simple: Se atiende con urgencia el problema general del campo y en especial la producción de grano identitario de nuestra nación, o nos atenemos a las negociaciones del

T-MEC para tratar de obtener el mayor beneficio en las importaciones del grano originado hace diez mil años -según testimonios arqueológicos- en nuestro suelo.

Frente a la vasta problemática del mercado del principal producto agrícola, base de la alimentación nacional, el gobierno federal ha tenido que atender otras muchas aristas del rubro, tales como la relación entre los fabricantes de tortilla y los productores de harina de maíz.

El 23 de enero pasado el gobierno federal informó que el Grupo Maseca -principal productor de harina de maíz nixtamalizado y de tortillas a nivel mundial- ante una inminente derrota en juicio por prácticas monopólicas, renunció a imponer contratos de exclusividad o consumo mínimo a las tortillerías, en una medida que acordó con la Comisión Nacional Antimonopolio (CNA).

El pleno de esta Comisión, que había propuesto la desincorporación de 18 plantas de Gruma con el fin de acotar su tamaño a las exigencias de ley, aceptó el planteamiento de modificar los contratos mediante los cuales dotaba a sus clientes de máquinas y batidoras, con la condición de que el Maseca fuese proveedor exclusivo de harina o la obligación de adquirir volúmenes determinados del producto.

Con la modificación Gruma “cederá, sin costo alguno, todas las máquinas (tortilladoras y batidoras) asociadas a estos contratos”. En tal circunstancia, los cien mil tortilleros del país “dejarán de estar atados a Gruma, tendrán mayor libertad para elegir al proveedor de harina de maíz de su preferencia y reducirán dramáticamente los costos que enfrentan”, dispuso la CNA.

Si bien el precio de la tortilla depende de múltiples factores, entre otros los costos operativos, energía e insumos, las medidas impuestas a Maseca “abren condiciones de competencia que, en el mediano y largo plazo, beneficiarán a la población mexicana”, señaló la Comisión Nacional Antimonopolio.





México

¿en la mesa o en el menú?

Eduardo Torreblanca Jacques

Nuestro país vive en la angustia de un presente sin la visión de a donde iremos después del “ÓRDEN ROTO” en lo internacional. Antes las naciones pobres participaban de las migajas del orden establecido. Pero el mandón ha dado instrucciones para que las migajas se las pongan “para llevar”.

Lo expresó claramente el Premier de Canada, el Sr. Carney en Davos :

“Es imposible “vivir en la mentira” de un beneficio mutuo gracias a la integración cuando esta se convierte en la fuente de tu subordinación. Sabíamos que la historia del orden internacional basado en normas era en parte falsa. Que los más poderosos se saltarían las normas cuando les conviniera. Que las normas que regulan el comercio se aplicaban de forma asimétrica. Y que el derecho internacional se aplicaba con mayor o menor rigor según la identidad del acusado o la víctima.”

El mundo gobernado por la cantidad de Kakistócratas que hoy mandan nos ha impedido observar lo que está pasando y el retroceso que las grandes potencias han aplicado en el ORDEN ECONÓMICO Internacional hasta ahora vigente sin objeción alguna.

Llegó Trump y decidió tomar las naciones y relaciones como “sus cosas” y modificar las “reglas del juego” como tomaba sus juguetes cuando era un niño: a su absoluta voluntad y antojo.

Y ese “orden mundial” comenzó mostrar sus profundas fracturas porque ningún organismo de intermediación y defensa de lo inadecuado pudo o quiso y pudo poner orden sobre la mesa.

Quienes vivimos los años setenta y tenemos memoria recordamos al G77 (Grupo de 77 países, y la OPEP) que apoyados por las Naciones Unidas plantearon la necesidad de un NUEVO ORDEN ECONÓMICO INTERNACIONAL que produjera relaciones de equidad entre el comercio realizado entre dispares (naciones ricas y poderosas y países en vías de desarrollo o pobres). Quedamos en platicarlo y ese momento nunca llegó.

No se hizo porque ante la caída del muro de Berlín y el derrumbre del orden bipolar se abrió la puerta para que algunas naciones de alcance económico medio pudieran subirse a la mesa con los platillos que dejaron las naciones poderosas que sí fueron capaces de organizar el “nuevo” orden económico mundial como parte de sus acuerdos y no como parte de un consenso ➤

YO USO *Splenda*® BEBIDAS EN POLVO ¿Y tú?



**¡Más sabor para
tu negocio!**

**Esta temporada,
llévate 8 + 1 GRATIS**



más amplio en el que participaran el concierto de las naciones medias y pobres.

Con esas sobras sobre la mesa nadie dijo nada hasta que Trump llegó para retirarlas y violentar los propios acuerdos que su país articuló gustoso y con ventajas. Pero uno es el mundo con migajas y otro sin ellas.

Carney, Premier de Canadá, que ha ganado un liderazgo internacional sin siquiera procurarlo, ahora apunta la visión de los países no poderosos pueden en la honestidad, articular un orden relacionado más con la equidad y principios básicos del derecho de los hombres. Esto apenas comienza y en el “entretanto” vale recordar un asunto básico para México.

Nuestro país sostiene 14 Acuerdos de Libre Comercio con 50 países, 32 Acuerdos para la Protección Recíproca y 9 Acuerdos de Alcance Limitado. Negociamos a las prisas algún acuerdo con India y Corea y Japón. Se forman en la fila en el conocimiento de que nuestro gobierno tiene margen muy limitado para no hacer lo que Estados Unidos quiere que hagamos. Somos los campeones del Mundo en materia de acuerdos y puertas y ventanas abiertas pero el 83% de nuestro comercio va a un solo mercado que está cruzando una frontera. Algo estamos haciendo mal.

La correa la tenemos corta, hay que reconocerlo. Y tenemos que definir si vamos a estar en la mesa o formaremos parte del MENÚ. 

CHIDAS
BOTANONAS

¡NUEVAS!
TOSTADITAS

Visita página o nuestras redes sociales
chidas.com.mx
  
para conocer más información sobre el producto

ALIMÉNTATE SANAMENTE
PUBLICIDAD DIRIGIDA A MAYORES DE EDAD

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

Petrodolar

en zona de riesgo



Romeo Valentín Maldonado

No hay duda de que el triunfo más importante de los Estados Unidos al finalizar la Segunda Guerra Mundial, fue el uso del dólar como moneda de reserva en todo el orbe. Con el Acuerdo de Bretton Woods de 1944, surgió el nuevo orden monetario y financiero global que sustituyó al "patrón oro" con el que la economía mundial funcionaba hasta antes de la guerra. El Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial se crearon entonces para promover la estabilidad y el comercio con base en

el dólar, lo que fortaleció a la economía estadounidense y contribuyó a hacer de ese país la potencia hegemónica de occidente.

Ese sistema perduró hasta 1973, cuando Estados Unidos propició un nuevo mecanismo de cotización de su moneda con respaldo en el petróleo, para hacer frente a su crisis inflacionaria. Así se creó el Petrodólar, pues desde entonces los hidrocarburos se cotizan principalmente en dólares en el mercado internacional, gracias a un ➤

Lenteja

FUENTE NATURAL DE
FIBRA *y*
proteína



ENCUENTRA
LA **RECETA**



acuerdo del gobierno de Richard Nixon con países de la OPEP, poseedores de las mayores reservas de hidrocarburos en esos años, empezando por Arabia Saudita.

Obliga a los países a mantener reservas en dólares para adquirir energía, en tanto que las naciones exportadoras tienen excedentes que invierten en bonos del tesoro, acciones, bancos, servicios, entre otros, lo que sostiene la alta demanda del dólar y ha permitido a EEUU financiar su déficit con control de la inflación. De esta manera ha fortalecido su economía y su predominio mundial, económico y militar.

Esa situación ha empezado a cambiar. Los desafíos para el dólar han venido escalando en la medida del crecimiento de China como superpotencia de contrapeso y se hicieron visibles en fechas recientes con la abierta intervención ordenada por Donald Trump en Venezuela y la detención de Nicolás Maduro.

El propio Trump hizo evidente que el verdadero motivo de esa incursión fue apropiarse de los hidrocarburos de Venezuela y no la supuesta participación del mandatario venezolano en el tráfico de drogas. Ese país posee las reservas probadas más grandes del mundo, con 303,000 millones de barriles. Más que el conjunto de reservas de Arabia Saudita, Rusia, Canadá e Irak. Pero lo más importante es que el 76% de la producción petrolera venezolana actualmente está siendo comprada por China, no por EEUU, en yuanes y no en dólares. Beijing no solo está comprando el petróleo venezolano sino financiando toda la infraestructura para extraerlo, con inversiones en yuanes equivalentes a más de 67,000 millones de dólares desde 2007.

Otro ángulo del asunto es que el uso de los hidrocarburos dista mucho de estar en declive, como se había creído. Datos del Reporte Anual 2025 de la Agencia Internacional de Energía, hacen ver el incremento del 30 por ciento de la demanda al 2050, lo que indica claramente que la *transición energética* hacia el uso de energías renovables está lejos de materializarse: Los hidrocarburos mantienen su valor estratégico en el balance geopolítico mundial. Por eso Venezuela aparece como primer paso en la disputa por la energía en el nuevo orden multipolar en bloques liderados por Estados Unidos y China.

Es una batalla que tiene expresión en los mercados financieros globales. Con sigilo y paciencia oriental, los chinos han desarrollado un sistema de pagos paralelo al de Estados Unidos denominado Sistema de Pagos Inter-

bancario Transfronterizo (CIPS), que funciona en 180 países en el mundo y está creciendo. Para Venezuela fue la alternativa para reactivar su economía y esquivar las sanciones de Estados Unidos, lo que significaba que las mayores reservas de petróleo del Mundo no se negociarían en dólares. De ahí el manotazo de Trump.

La presencia económica de China en América del Sur es evidente: Construye puertos en Perú, financia carreteras en Ecuador, planea líneas ferroviarias en Brasil, lo que requiere suministro seguro de energía. El mundo multipolar que se intuía, ahora se ve venir con más claridad. Los países BRICS, cohesionados en torno a China, representan más del 40% de la población mundial y más del 35% del PIB global. Se espera que pronto Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos e Irán se integren de lleno al sistema financiero que se conoce como BRICS plus. Analistas occidentales se preguntan ¿qué pasará cuando se integre esa plataforma?



Los abarrotes y el Mundial 2026



CANADA
USA
MEXICO

Roberto Fuentes Vivar

El Mundial de Fútbol 2026, que se jugará en México, Estados Unidos y Canadá, prácticamente está a la vuelta de la esquina y una de las preguntas que surgen en este momento es, si este evento deportivo ayudará a el crecimiento del mercado interno, o más concretamente ¿este gran evento que se desarrollará del jueves 11 de junio al domingo 19 de julio de 2026 tendrá repercusión en las tiendas de abarrotes?

Aunque no existen referencias de cómo han influido los dos mundiales anteriores que se celebraron en México, en 1970 y el de 1986, en las ventas internas y específicamente en las tiendas de abarrotes, la respuesta es que sí podrán tener una repercusión en el aumento de ingresos en las tiendas de la esquina por varias razones.

El argumento principal para esta respuesta positiva es que muchos de los productos que se venden en las tiendas de abarrotes son patrocinadores de la FIFA, del Mundial, de la Federación Mexicana de Fútbol, De la Concacaf, de la Selección Nacional o de algunos jugadores tanto nacionales como extranjeros y realizan promociones que podrían influir en el aumento de ventas.

De hecho, algunas promociones ya han comenzado y existe, aunque de manera silenciosa para los analistas y observadores del mercado, una competencia para ver cuáles de las campañas funciona mejor para incrementar las ventas.

Históricamente la empresa que ha sido patrocinadora del futbol durante más tiempo es Coca-Cola, y en esta ocasión enfrenta la competencia de PepsiCo que a través de Sabritas es socia de la selección mexicana.

En ambos casos realizan promociones que pueden influir directamente en las ventas en las tiendas de abarrotes.

Específicamente Coca-Cola realiza una campaña para que los consumidores puedan juntar los 10 pines conmemorativos de las tres ocasiones en que México ha sido patrocinador del Mundial de Fútbol.

Para ello incluso han elaborado paquetes en los que se ofrecen sus productos más algunos pines coleccionables, que pueden ser conseguidos, precisamente en las tiendas de abarrotes.

Hay que recordar que Coca-Cola ha tenido tal éxito en sus promociones mundialistas que hay muchas que se

recuerdan desde hace décadas. Por ejemplo, entre los coleccionistas, un ejemplar de la promoción especial de Juanito en 1970 puede valer muchos miles de pesos. Una colección posterior, la de los cabezones -que tuvo su auge en 2006- vale más de dos mil pesos, por los jugadores que fueron immortalizados en esa ocasión.

Hoy, PepsiCo, a través de Sabritas, realiza también varias promociones que pueden impulsar sus ventas en las tiendas de abarrotes y que incluyen desde experiencias inmersivas con la selección mexicana, hasta minibalones del mundial.

Pero la competencia no se queda en las dos empresas de refrescos, sino que va más allá. Por ejemplo, las empresas cerveceras también ofrecen ediciones especiales y hasta Diageo (una de las más grandes distribuidoras de vinos y licores, que se venden en los abarrotes) también han entrado a la fiebre del Mundial.

Desde luego no se trata de algo nuevo. Por ejemplo, en 1970, se lanzó un álbum y además una colección de 18 corcholatas. En 1986, las promociones de Coca-Cola para el Mundial México 1986 incluyeron principalmente artículos coleccionables con la imagen de la mascota "Pique", como botellas de vidrio conmemorativas, placas de plástico, llaveros y otros productos promocionales. Además, se lanzó el juego "Gol y Gol" y comerciales con figuras como Hugo Sánchez.

Si se toman en cuenta la historia y las promociones mencionadas, más otras muchas que pueden realizar los más de 300 patrocinadores de la FIFA, la Selección Nacional, la Federación Mexicana de Fútbol y de algunos jugadores en particular, sí puede afirmarse que en Mundial tendrá una influencia directa en el aumento de ventas en los abarrotes.

Nada más para dar una idea de quienes podrían patrocinar campañas durante el mundial, Jump SMS (que se autodenomina como grupo de expertos en inversión publicitaria en deporte) el fútbol nacional suma en total 194 marcas y 320 patrocinios entre los 18 equipos que conforman la Liga MX, más la Selección Mexicana de Fútbol. Eso sin contar los de FIFA y las organizaciones regionales del balompié como la Confederación de Norteamérica, Centroamérica y el Caribe de Fútbol (Concacaf) a la que pertenece México.

Mundial: 0.5% del PIB

Si se extrapola la experiencia de los abarrotes a nivel nacional, resulta que, de acuerdo con la mayoría de los analistas, el Mundial de Fútbol podría influir positivamente en un crecimiento adicional de



0.5 por ciento del Producto Interno Bruto, aunque algunos calculan que podría ser mayor.

Estos cálculos tienen que ver con las expectativas que se han generado por la llegada de turistas, pues se calcula que acudirán a México, (a las tres sedes del evento deportivo: Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey) más de cinco millones de visitantes adicionales, de acuerdo con la Secretaría de Turismo.





A TU ANTOJO



**GANA EN ESTA
CUERESMA CON**



COME BIEN. Publicidad dirigida a mayores de 13 años.



Incluso, la Federación Mexicana de Fútbol (Femexfut) aseguró que el aumento de la actividad económica por el Mundial 2026 dejará ingresos por tres mil millones de dólares en México, por los 13 partidos que se disputarán en las tres ciudades sedes.

Desde luego, todas las proyecciones que se han realizado sobre la derrama económica por este magno evento deportivo se basan sobre todo en el turismo y en las obras que se realizan alrededor del Mundial, pero no incluyen, por la dificultad para medirse, la repercusión del torneo en el consumo y el mercado interno.

En este sentido hay, algunos puntos que vale la pena mencionar. En esta ocasión, el Mundial de Fútbol traerá aparejados una serie de eventos especiales y obras que podrán trascender la temporada y quedar como obras permanentes y que puedan apoyar las ventas en las tiendas de abarrotes.

Una de ellas es que, de acuerdo con la reunión que sostuvieron los dos gobernadores de estados sede (Samuel García de Nuevo León y Pablo Lemus de Jalisco) y la jefa de Gobierno de la Ciudad de México, Clara Brugada, se enlistaron una serie de acciones que quedarán como patrimonio después del mundial:

- En la ciudad de México se construirán o remodelarán 500 canchas de fútbol, 300 por parte del Gobierno de la Ciudad y 200 por las Alcaldías.

- En Jalisco se construirán o renovarán 270 canchas de fútbol

- En Nuevo León habrá 500 nuevas canchas.

Estas canchas, remodeladas o nuevas, requerirán de tiendas de abarrotes cercanas que satisfagan las necesidades de los jugadores, sus familiares y hasta de los aficionados.

Paralelamente, durante el Mundial habrá una serie de eventos en donde las tiendas de abarrotes estarán presentes para atender las necesidades de los asistentes, como son:

- La instalación de pantallas gigantes en plazas y lugares públicos no solo en las ciudades sedes, sino en otras en donde los alcaldes o los gobernadores decidan apoyar a los aficionados para reunir a la población en torno al fútbol.

- El intento de romper el récord Guinness "Del toque de balón más largo entre el Estadio Jalisco y el Guadalajara" al que deberán acudir miles de futbolistas de Jalisco y quizá de otras partes del país.



-Nuevo León también va por un récord Guinness, relacionado con la asistencia a eventos masivos en el Parque Fundidora.

- En la ciudad de México habrá 30 festivales futboleros gratuitos en toda la Ciudad y uno inmenso en el Zócalo, con pantallas gigantes para la transmisión de los partidos, actividades para las infancias, conciertos, cines, deporte y convivencia general.

-También en la capital del país se realizará “La clase de fútbol más grande del mundo” en la que se busca romper el récord Guinness.

-Paralelamente, en cada uno de los Pueblos Mágicos, así como en lugares públicos de los principales centros turísticos del país se realizarán diversos eventos como torneos de fútbol, clases y clínicas de balompié y otras actividades.

Como puede observarse, uno de los propósitos del Gobierno Federal y de los estados sede, es que el Mundial rebase los estadios y salga a las calles, propiciando con ello un impulso al consumo interno, lo cual podría beneficiar a las pequeñas tiendas de la esquina de los pueblos mágicos o a las tiendas de abarrotes cercanas a lugares de reunión de las grandes ciudades.

¿Representará el Mundial más deuda?

Además de cómo pueden beneficiarse los pequeños negocios con el megaevento deportivo, otra de las preguntas que suele rondar la cabeza de los economistas es si el Mundial podría ocasionar una deuda impagable para el Gobierno Federal.

En este sentido hay que recordar que algunos países han hipotecado su futuro por un evento deportivo, como sucedió con Grecia, en los

Juegos Olímpicos de 2004, en donde poco después las Olimpiadas, tuvo que declararse en bancarrota y entró en una crisis de deuda que llevó al país a graves problemas sociales.

En el Mundial de 2026 esta situación es totalmente desechada en México, pues no habrá que construir grandes estadios, pero habrá una inversión de entre mil 500 y dos mil millones de pesos por parte del Gobierno Federal y prácticamente toda se destinará a la creación de infraestructura y movilidad, como son las obras para ampliación del metro en las tres ciudades sede.

Esta cantidad es mínima si se toman en cuenta los tres mil millones de dólares que se estiman como derrama

FIFA | **Sabritas**

PATROCINADOR OFICIAL
DE LA
COPA MUNDIAL DE LA FIFA 2026™

Sabritas
Original

COME BIEN.

económica por el evento, más una fuerte cantidad -aún no pronosticada- en el mercado interno, en el consumo barrial o local por otros ingresos, como los que se dejarán en bares o restaurantes en los grandes partidos o los gastos de los consumidores en los millones de mexicanas que asistirán a eventos relacionados con el encuentro deportivo.

De hecho, la situación económica que vive nuestro país en el contexto del Mundial de 2026, es muy diferente a la que se registraba cuando fue anfitrión en las dos ocasiones anteriores.

Hoy, no sólo México sino el Mundo en general, se vive una incertidumbre por el comercio mundial y el crecimiento del Producto Interno Bruto es incipiente como resultado de esa falta de certeza sobre el futuro global. Por eso, las autoridades federales han comenzado a privilegiar el mercado interno como una forma de enfrentar las debilidades internacionales.

La situación es muy diferente al Mundial de 1970, cuando la mascota Juanito, tuvo que enfrentarse a un entorno en el cual comenzó a mencionarse en México la palabra inflación. Con Gustavo Díaz Ordaz como presidente (Luis Echeverría fue electo dos semanas después del evento deportivo), El Mundial fue un respiro ante el milagro mexicano que comenzaba decaer. De acuerdo a datos del Banco de México (Banxico) y el Fondo Monetario Internacional (FMI), en 1970 el Producto Interno Bruto (PIB) del país tuvo un crecimiento del 6.5 por ciento, pero la inflación también creció 4.69 por ciento ese año, aunque se medía de forma diferente a como se hace actualmente.

En el Mundial 1986, México acababa de sufrir la tragedia por el terremoto de septiembre de 1985 y comenzaba a gestarse un cambio del modelo económico. Se registró una caída de 3.9 por ciento en el Producto Interno Bruto (a pesar de la derrama que generó el evento deportivo) y una inflación de 105.75 por ciento, de acuerdo con datos oficiales del Banco de México.

Hoy, la realidad mexicana es diferente la inflación no supera el cuatro por ciento, y se estima para este año un crecimiento económico de 1.5 por ciento, de acuerdo con la mayoría de los pronósticos.

En síntesis, la fiesta del Mundial está a la vuelta de la esquina y es casi seguro que, por las promociones de los patrocinadores, las ventas de las tiendas de abarrotes se incrementen por los afortunados goles que puede meter la publicidad ante los consumidores. 

¡Nueva línea!

**Truly
green**®



PAPEL NATURAL
100% FIBRA RECICLADA
Sé verde
cuidemos
el medio
ambiente
90% POST CONSUMO

Trully green
Servilletas
325
Servilletas

Trully green
Toalla de Cocina
250
Toallas de Cocina

Trully green
Papel higiénico
450
Papel Higiénico

Trully green
Papel higiénico
600
Papel Higiénico

Toalla de cocina
250 hd multicorte

Servilletas con
325 piezas

Papel higiénico
4 rollos con 450 hd

Papel higiénico
4 rollos con 600 hd

Ganas tú
gana el consumidor
gana el planeta.

Inventario Nacional



Roberto Fuentes Vivar

El superpeso y los abarrotes

Durante 2025, el peso mexicano (que muchos han llamado superpeso) pasó de 20.36 a 18.00 unidades de por dólar, lo que significó una apreciación de más de 13 ciento o de dos pesos con 36 centavos. Esto significó el mejor resultado anual para la divisa mexicana en la historia o por lo menos desde 1994, cuando se inauguró el sistema de libre cambio monetario. A esto se suma que en enero de 2026 el peso cerró en 17.42 unidades por dólar, lo que significó una ganancia de 58 centavos con relación al inicio de 2026. El comportamiento de la divisa mexicana ha ocasionado se convierta en una moneda relativamente fuerte, sobre todo ante los vaivenes del dólar en los mercados internacionales. Pero también ha ocasionado un debate sobre que tanto afecta o beneficia al país. Definitivamente sí perjudica a los exportadores que reciben menos dinero por sus ventas. Pero que sucede concretamente en la relación del peso con los abarrotes y con el sector abarrotero mayorista. La mayoría de los economistas coinciden en que empresas que atienden el mercado local, como son los abarrotes, se benefician, pues al bajar los costos de importación, se pueden abaratar los productos finales, lo que puede estimular la demanda interna. Por el lado negativo muchas tienditas de pueblo pueden verse afectadas porque el dinero que recibe la población por concepto de remesas es menor, lo que significa que tienen menos dinero para hacer sus compras. Ojalá la buena noticia sea mejor que la mala.

El comercio, base del empleo en México

2025 fue un año positivo en materia de empleo para el subsector comercio general. De acuerdo con las estadísticas nacionales de Ocupación y Empleo del INEGI, al cierre de 2025 el comercio se mantuvo como el primer generador de empleos en el país, con 12 millones 398 mil 689 trabajadores, lo que significó un incremento de 852 mil 074 empleados con relación al cierre de 2024, cuando había 11 millones 546 mil 615 puestos de trabajo en ese sector. El informe de diciembre de 2025 indica que, por sector de actividad económica, la población ocupada se distribuyó de la siguiente manera: el comercio, 12.4 millones (20.5 por ciento del total); la industria manufacturera, 9.5 millones (15.7 por ciento); la agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca, 6.4 millones (10.6 por ciento) y la construcción, 4.7 millones (7.8 por ciento), principalmente. Para los abarroteros mayoristas, es positivo que la población ocupada alcanzó un máximo histórico de 60.4 millones de personas, que tienen mayor poder de compra para adquirir productos de primera necesidad.

EL IEPS a refrescos pegó a la inflación

El incremento de 87.8 por ciento o de 1.64 a 3.08 pesos por litro a los refrescos y otras bebidas azucaradas aplicado a partir del primer día de este año, afectó definitivamente a la inflación en la llamada cesta de enero. De acuerdo con el INEGI, en los primeros ➤

**NUEVA
FÓRMULA**



**QUE INCREMENTA
TU GANANCIA**

Premium

**ahora con
+2_{kg.} más GRATIS**



Busca tu bonus pack por tiempo limitado hasta agotar existencias.

CONOCE MÁS:



Planta: Lotes 3B y 4 Manzana 3 del Fraccionamiento Industrial PLATAH,
Municipio Villa de Tezontepec, Hidalgo. C.P. 43894
Teléfonos de contacto: 55 5010 8700 - 553988 4388 - 7712 2060 21

15 días de este mes, la inflación aumentó 0.31 por ciento, con relación a la quincena anterior y 3.77 por ciento en términos anuales, cifras superiores a las del mismo periodo del año pasado, cuando el aumento de precios fue de 0.20 por ciento quincenal y 3.69 anual. Los mayores aumentos se registraron en cigarrillos con 12.22 y refrescos envasados con 3.97 por ciento.

PIB creció 0.7 por ciento el año pasado

El Producto Interno Bruto creció 0.8 por ciento en el cuarto trimestre del año con respecto al trimestre anterior y 1.6 por ciento con relación al mismo periodo del año anterior, lo que dio como resultado un incremento de 0.7 por ciento para todo 2025. De acuerdo con la estimación oportuna del INEGI, en el periodo octubre-diciembre de 2025, el PIB de las actividades terciarias y secundarias, que se refieren respectivamente a los servicios y la industria creció 0.9 por ciento, mientras que, en las primarias, referentes a la agricultura descendió 2.7 por ciento, a tasa trimestral. A tasa anual, las actividades primarias crecieron 6.0 por ciento; las terciarias, que significan dos terceras partes de la economía mexicana se incrementaron 2.0 por ciento y las secundarias descendieron 0.3 por ciento. Los datos sorprendieron a los economistas que calculaban un crecimiento de 0.4 por ciento durante 2025 y hace un año auguraban que iba a haber recesión.

Avanza el consumo privado

En su información preliminar, el INEGI estimó que el Indicador Oportuno del Consumo Privado registró un crecimiento de 3.6 por ciento en noviembre y de 4.9 para diciembre, con respecto a los mismos meses del año pasado. Esto significa que el consumo privado, que mide el gasto de los hogares mexicanos en bienes y servicios habría crecido en los dos últimos meses del año pasado. De hecho, si se analizan las gráficas, los hogares ahora gastan 40 por ciento más que en 2021 y 50 por ciento más que en 2018.



Comercio, de los sectores más activos

2025 fue un año difícil, pero hay sectores que mostraron fuerte crecimiento. Si se cruzan datos del INEGI el Banco de México, hasta noviembre los sectores con mayor avance fueron: 1.- Fabricación de productos derivados del petróleo y del carbón (incluye petroquímica) con 46.2 por ciento. 2.- Servicios de apoyo a los negocios con 11.5 por ciento. 3.- Servicios de esparcimiento, culturales y deportivos, y otros servicios recreativos (con el turismo) con 7.4 por ciento. 4.- Fabricación de equipo de computación, comunicación, medición y de otros equipos, componentes y accesorios electrónicos con 7.2 por ciento. 5.- Comercio al por menor con 6.0 por ciento. En este último se ubican los abarrotes.

Nuevas monedas de 10 y 20 pesos

El Banco de México anunció que se acuñarán nuevas monedas de 10 y 20 pesos, las cuales circularán de manera simultánea a las que se encuentran actualmente en el mercado. La de 10 pesos será redonda y tendrá en la parte frontal el escudo nacional con la leyenda Estados Unidos Mexicanos, y al reverso, la imagen de Tonatiuh, tomada de la Piedra del Sol. La de 20 pesos



en el cual indica que se registró un récord en patentes otorgadas a mexicanos. De acuerdo con el informe, en 2025, fueron otorgadas 972 patentes a personas mexicanas, cifra histórica, frente a las 700 patentes concedidas en 2024, además de que otras 150 se encuentran pendientes de pago, para un total de mil 112 patentes en el año. El Instituto recibió 21 mil 265 solicitudes de invenciones, entre las que se encuentran patentes para modelos de utilidad y diseños industriales, entre otras figuras, lo que representó un avance contra las 20, mil 976 recibidas en 2024.

El T-MEC se mantendrá

A pesar de que el presidente estadounidense afirmó que el Tratado México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC) es irrelevante para su país, a principios de enero en Washington, el representante comercial de ese país, Jamieson Greer, y el secretario de Economía de México, Marcelo Ebrard, iniciaron pláticas para la renegociación de ese acuerdo, al que según el funcionario estadounidense se le harán reformas estructurales de fondo para proteger a los empresarios del vecino país del norte. La inclusión de Canadá, es casi segura, de acuerdo con Ebrard.

En 2025, récord de ingresos públicos

El año pasado México alcanzó una cifra récord de ingresos del Gobierno Federal y por primera vez en la historia superó los seis billones de pesos. De acuerdo con información de la Secretaría de Hacienda y del Servicio de Administración Tributaria, los ingresos del Gobierno Federal fueron de seis billones 45 mil 795 millones de pesos, monto superior en términos reales de 4.8 por ciento, respecto a 2024. Para este año el SAT presentó su Plan Maestro 2026 que incluye un fortalecimiento de las auditorías para evitar la evasión y una mayor fiscalización a las empresas factureras.



será dodecagonal y tendrá en la parte frontal también al escudo nacional y en la trasera el Templo de Kukulkán en Chichén Itzá.

Bajaron 10% los homicidios en 2025

El INEGI informó que en el primer semestre de 2025 se presentó un fuerte descenso en el número de homicidios en nuestro país. De acuerdo con los indicadores de defunciones por homicidio, entre enero junio de 2025, se registraron 14 mil 488 presuntos homicidios en México, lo que significó una tasa de 11.1 casos por cada 100 mil habitantes. Esta cifra fue menor a la tasa de 12.6 por ciento registrada para el mismo periodo de 2024. En términos generales la tasa de homicidios descendió 10 por ciento en un año y se ubica en nivel similar al de 2020. De acuerdo con las estadísticas, el principal medio señalado que se usó para provocar la muerte fue el disparo con arma de fuego (71.9 por ciento). Las armas punzocortantes se ubicaron en la segunda posición (8.8 por ciento).

Los superricos, más ricos

En el entorno del Foro Económico Mundial de Davos Suiza, una de las informaciones más interesantes fue el reporte de la ONG global Oxfam, que dice que la fortuna de los tres mil multimillonarios del Mundo creció 20 por ciento en un año para llegar a casi 18 billones de dólares, cantidad que supera el PIB de prácticamente todos los países excepto de Estados Unidos y China.

Récord de patentes en México

El director general del Instituto Nacional de Protección Industrial, Santiago Nieto Castillo presentó su informe sobre 2025,



¿Hacia una nueva década perdida?

El Banco Mundial previó que la actual será una década perdida como lo fue la de los ochentas del siglo pasado, pues el crecimiento se encuentra prácticamente estancado a nivel mundial, además de que existen síntomas de agotamiento del actual modelo global. Por su parte la directora general de la Organización Mundial de Comercio (OMC), Ngozi Okonjo-Iweala, consideró que el sistema de comercio mundial “ha sufrido el mayor impacto en 80 años” y “el mundo no volverá a ser como era antes de las tensiones comerciales desatadas con la introducción de aranceles globales por el presidente de Estados Unidos, Donald Trump”.

Cada día más ciberestafas

En una economía que avanza con rapidez en la digitalización de las transacciones financieras, las ciberestafas también aumentan. En México, al menos ocho de cada 10 consumidores fueron víctimas de un intento de fraude en el último año, de acuerdo con un estudio realizado por Mastercard. El documento Mastercard Global Cybersecurity Research señala que 80 por ciento de los mexicanos se sienten capaces de protegerse en línea, lo que refleja una mayor madurez digital. Sin embargo, 36 por ciento identifican los fraudes como su principal frustración al realizar transacciones digitales, lo que refleja una tensión persistente entre la confianza y la cautela.



Crece negocio de las mascotas

Datos del INEGI señalan que siete de cada 10 hogares en el país cuentan con algún animal doméstico, por lo que el negocio de las mascotas habría crecido de cinco mil 400 millones a ocho mil 270 millones de pesos nada más entre 2024 y 2025, de acuerdo con International Market Analysis Research and Consulting Group. La variedad de negocios en este sector es tan grande que ya hasta cuenta con servicios tanalógicos especializados, como el que ofrece Bye Friend, que promete acompañar a los animales de compañía en la experiencia del último viaje. 



HOY TOCA SER CAMPEONES

JUNTOS CAMBIAMOS LA VIDA DE NUESTROS NIÑOS

ÚNETE Y AYUDA AQUÍ:



McCormick Té de Limón 20 sobres 24g

McCormick Té de Manzanilla 20 sobres 24g

McCormick Té de Hierbabuena 20 sobres 28g



Esteban M. Fuentes A. (Dr. Drosk)

A lo largo de mi vida he tenido la oportunidad de mirar un considerable número de películas. Al ser una persona versátil no sólo he consumido filmes comerciales sino también bastante cine de arte, donde el objetivo no sólo es entretener sino también dejar reflexionando al espectador. Los guiones y fotografías de este género son alternativos y se salen del *statu quo*. Para algunas personas estas cintas son consideradas raras y controversiales. Dentro de este género he mirado filmes muy bizarros como *El Topo* (1970), *Bad Boy Bubby* (1993) y *Conspiraciones del placer* (1996).

No obstante, una de las obras más extrañas que he visto, hasta la fecha, es la película tailandesa *Un fantasma para servirte* (2025), dirigida y escrita por Ratchapoom Boonbunchachoke y producida por Tulip Pictures. La cinta se caracteriza por tener cambios constantes en el guion, la fotografía y la música. Esto genera cierta incertidumbre y ocasiona que el espectador esté atento a cada momento, pues la trama puede cambiar en un instante. Aunado a esto combina el cine de arte con diferentes géneros como la comedia negra, el terror, el drama, la ciencia ficción y también realiza críticas sociales. Esto le proporciona un virtuosismo a la obra.





La película ha sido una revelación internacionalmente. El año pasado ganó el Gran Premio de la Semana de la Crítica en el Festival de Cannes. Formó parte de la programación de eventos destacados como el Festival Internacional de Cine de Morelia (FICM) y la Muestra Internacional de Cine de la Cineteca Nacional. En este año se estrenó en México y se puede mirar en diversas salas de Cinemex, así como también en la Cineteca Nacional.

La cinta se desarrolla en una realidad alterna, donde existe una contaminación atmosférica severa. Por ello, el ambiente tiene un toque post apocalíptico. Además, es muy común que los fantasmas posean objetos domésticos. Por ende, los vivos están acostumbrados a convivir con los entes de manera rutinaria. Muestra un escenario donde no hay celulares, pero existen supercomputadoras gigantes

capaces de resolver grandes problemáticas, y tienen avanzados aparatos neuronales capaces de borrar ciertos recuerdos de las personas.

La trama inicia cuando Tok (Wisarut Homhuan), un obrero de una fabrica de electrodomésticos fallece en horario laboral, al parecer por una enfermedad respiratoria adquirida por las malas medidas de seguridad de la empresa. Esto impacta a los trabajadores, quienes temen que también puedan estar afectados. No obstante, Suman (Apasiri Nitibhon), la dueña de la empresa les asegura a sus empleados que todo está en orden y no deben preocuparse por su salud.

Días después del trágico suceso, el fantasma de Tok posee varias aspiradoras de la fabrica con el fin de ➤





HAZ CRECER TU NEGOCIO CON
Nuestros Productos



**Por su consistencia y sabor
a tres leches lo puedes usar,
personalizar o diluir, dándole
el sabor y rendimiento que
tanto buscas.**

¡PRUÉBALO!



DELICIOSO SABOR* *pensado para creadores*

Un fantasma para servirte

boicotear a la empresa. Por ende, Suman lleva a un monje budista para que desaloje al espíritu de la fábrica. No obstante, el monje le expresa que no existe ningún ritual para expulsar de manera definitiva al ente, ya que la única manera de lograrlo es que ya nadie recuerde al occiso. Para infortunio de Suman, el inspector nacional de fábricas llega de sorpresa a la empresa; se percata del desorden que causa el fantasma y cierra temporalmente el lugar hasta que solucionen el problema.

Aparte de las posesiones de Tok, otra aspiradora también es habitada por otro fantasma, que resulta ser Nat (Davika Hoorne), la esposa fallecida de March (Wisarut Himmarat), uno de los hijos de Suman. Al parecer la fábrica está teniendo una pandemia de fantasmas. En cuanto March reconoce que la aspiradora es su esposa, la lleva a vivir a su casa. Se encuentra sumamente feliz, pues puede charlar y convivir de nuevo con ella. Mantienen una vida estable y una casa impecablemente limpia, ya que Nat, al ser una aspiradora, no permite que haya polvo en el hogar.

Con el pasar de las semanas, Nat se percata que tiene ciertas facultades sobrenaturales, como el poder entrar a los sueños de las personas, donde descubre que muchos fantasmas andan merodeando con el fin de alegrar o atormentar a la gente. Al percatarse de la habilidad de su nuera, Suman le pide que entre dentro de los sueños de los trabajadores de la fábrica para descubrir quién recuerda a Tok, ya que éste no tiene familia.

Por ello, sólo puede ser recordado por algún compañero del trabajo, quien a través de su memoria lo mantiene presente como fantasma.

Nat se mete a los sueños de los obreros y descubre que uno de ellos mantenía una relación sentimental con Tok, y que aún tiene contacto con él, a través del mundo onírico. Al descubrir esto, Suman decide someter al empleado a una terapia neuronal con el fin de que le borren los recuerdos que tiene con su amante fallecido, y así este último desaparezca y puedan reanudar las labores de la fábrica. El tratamiento tiene éxito y por fin Tok deja de poseer a las aspiradoras.

Al enterarse de las habilidades de Nat, el ministro de Tailandia decide contactarla, con el fin de que se meta en los sueños de los familiares y amigos de los obreros que él

mando asesinar en una revuelta en el año 2010. Expresa que los fantasmas de los trabajadores lo atormentan a diario a través de sus electrodomésticos y sus sueños. Esto le ha ocasionado serios problemas de salud. La protagonista acepta trabajar con el ministro y le entrega una lista de las personas que recuerdan a los obreros, quienes son sometidas a tratamientos para que olviden a sus familiares y amigos y así los fantasmas desaparezcan.

A partir de este momento, Nat se convierte en una celebridad y se vuelve el ente más popular de Tailandia.

Al estar presente en la memoria de tantas personas, sucede algo inesperado y deja de tener la apariencia de una aspiradora y comienza a verse nuevamente como una humana. A pesar de que la protagonista se encuentra sumamente feliz, su esposo March está en desacuerdo con ella, ya que desaprueba que su pareja ayude a las acciones arbitrarias del ministro. Por ende, se dispone a leer libros que abordan la masacre del 2010, con el fin de recordar a los occisos y que vuelvan a regresar como entes para atormentar al ministro. En este momento los esposos se convierten en rivales porque tienen diferentes posturas ideológicas, ¿quien de los dos vencerá?

Un punto destacable es la fotografía realizada por Pasit Tандаechanurat, la cual muestra novedosas tomas abiertas, que parecen pinturas expresionistas, pues exponen escenas de una realidad post apocalíptica. En este caso no son ocasionadas por una guerra, sino por una

severa contaminación atmosférica que afecta a la sociedad. Muestra una paleta de tonalidades oscuras de colores como azul, rojo, amarillo y gris, con los cuales expresa un ambiente melancólico y desesperanzador.

Otro punto destacable es el guion escrito por el mismo director Ratchapoom Boonbunchachoke, que cuenta una historia innovadora y atrevida. Primero se presenta como un relato de terror, posteriormente se convierte en un drama y termina siendo un filme con mensaje social. Durante estos cambios de género, el filme siempre mantiene un excelente sentido del humor, que hace que se aligere la trama y logra que el espectador se pase un rato agradable como si estuviera viendo una película comercial.

La música compuesta por Chaibovon Seelukwa hace excelente mancuerna con el guion y la fotografía, ya que las



melodías van cambiando y evolucionando conforme se dan los cambios de la obra. En un principio se escucha un arpa para presentar el cómo funciona la realidad de la película, ayuda para causarle más incertidumbre al espectador al no conocer las reglas del entorno que se presenta. Posteriormente se escucha un piano acompañado con violines que generan tensión en las escenas de drama, donde todos los enigmas comienzan a resolverse. En la última sección se escucha música jazz que le proporciona mucha frescura a la obra.

Un punto de reflexión que deja la cinta es que debemos superar la muerte de nuestros seres queridos, tenemos que dejarlos descansar en paz y honrarlos al recordar las anécdotas que vivimos con ellos y aplicando sus consejos. El filme es una alegoría de como al no superar una pérdida, ésta puede atormentarnos y convertirse en algo negativo; a tal grado que se puede distorsionar la imagen de nuestro ser querido fallecido, como sucede con el fantasma de Nat y su esposo March, que al final terminan enemistados.

Un fantasma para servirte es un filme innovador, reflexivo y divertido. Nos sumerge en una historia con constantes cambios, lo que ocasiona que sea sumamente entretenida. Le exige al espectador estar atento en cada escena para que no pierda el hilo narrativo. Debido a su versatilidad y creatividad es un filme que se queda grabado en la memoria. Muy recomendable para las personas que les gusta el cine alternativo. Agradezco a la Cineteca Nacional y Tulip Píctures por invitarme a la función de prensa.

Sígueme en mis redes sociales: @dr.dskaro



POR UN MÉXICO MÁS LIMPIO



clarasol.com



/ClarasoIMX

Revista Bimestral · Desempeño Abarrotes

De acuerdo con **ISCAM**¹, en el acumulado a Dic'25, el **Canal Mayoreo Abarrotero** presenta un desempeño positivo creciendo +3.7% 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 2025						
(%) Participación	41.2%	10.4%	12.4%	6.4%	6.2%	3.6%
(%) Crecimiento	3.4%	5.0%	5.2%	1.8%	1.7%	-0.5%
Participación Diciembre 2025						
(%) Participación	42.6%	9.8%	11.8%	6.3%	6.1%	3.5%
(%) Crecimiento	5.2%	7.8%	16.3%	1.0%	0.3%	5.0%

- En 2025, el Canal Mayoreo Abarrotero representó el 1.5% del PIB² Nacional y 5.8% del PIB Sector Comercio.
- El Canal pesa cerca del 47.7% del total de ventas de estos mismos productos a nivel Nacional dentro del Mercado Abarrotero.

Otros Canastos	Enero-Diciembre 2025		Diciembre 2025	
	Mix%	Var%	Mix%	Var%
Cremería/Salchichonería	5.5%	+12.3%	6.1%	+11.4%
Cuidado Personal	3.1%	+4.2%	3.0%	+9.2%
Pañales	2.1%	-5.5%	1.9%	-3.1%
Capilares	2.0%	+8.5%	1.9%	+17.9%
Granos/Cereales	1.5%	-5.7%	1.3%	-8.6%
Perecederos	2.2%	+4.7%	1.8%	-7.6%
Botanas/Frituras	1.6%	+6.1%	1.9%	+6.0%
Protección Femenina	0.9%	+4.2%	0.9%	+11.3%
OTC	0.6%	-5.7%	0.7%	+4.2%
Cremas	0.3%	+5.3%	0.3%	-3.6%
Institucional	0.0%	-0.9%	0.0%	-13.0%

Las 10 CATEGORÍAS más relevantes

Cifras en % sobre la medición en Valor/Pesos Mexicanos

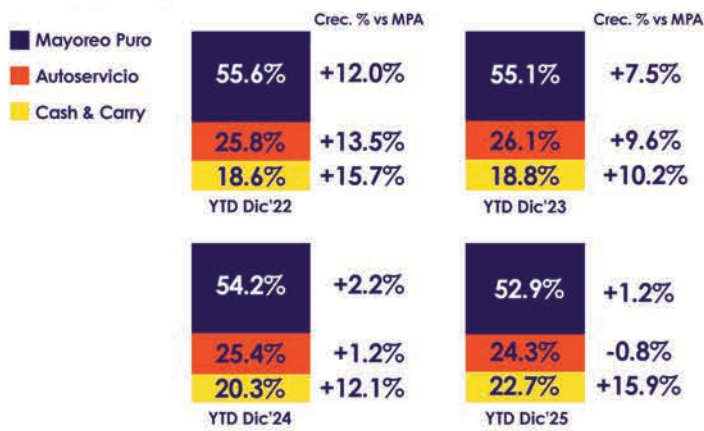
Categoría		Canasto	Enero - Diciembre 2025		Diciembre 2025	
			(%) Participación	(%)Crecimiento	(%) Participación	(%) Crecimiento
Galletas	Alimento		6.0%	+0.8%	5.8%	-6.4%
Papel Higiénico	Hogar Papel		5.3%	+1.2%	5.1%	-0.6%
Café	Alimento		3.3%	+22.7%	3.8%	+25.3%
Detergentes Ropa	Limpieza		3.6%	+3.1%	3.5%	+9.1%
Leche Blanca Líquida	Bebidas		3.2%	+13.1%	3.2%	+14.6%
Aceites Comestibles	Alimento		2.6%	-3.8%	2.8%	+12.4%
Carbonatadas	Bebidas		2.5%	+7.1%	2.8%	+18.5%
Mayonesas	Alimento		2.5%	+8.1%	2.6%	+8.9%
Sopas instantáneas	Alimento		2.4%	+4.8%	2.4%	+4.2%
Salchichonería	Cremería		2.1%	+12.5%	2.2%	+8.2%

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

² PIB: Producto Interno Bruto, INEGI, a precios corrientes (del 4º trimestre 2024 al 3º trimestre 2025).

ABARROTES: Desempeño por subcanal

Valor y participación %



Desempeño Acumulado a Dic'25

Otras divisiones

Vinos y Licores (Sin Cerveza) **+0.7% en valor:**

- Tequilas (+2.2%)
- Whisky (-7.5%)
- Vinos de Mesa (+0.9%)
- Ron (-0.5%)

Dulces (Sin Botanas) **+3.6% en valor:**

- Chocolate (+6.8%)
- Dulce (+2.6%)
- Paleta (-8.0%)
- Pulpa (-2.0%)

Indicadores Macroeconómicos 2025

INDICADOR	Meta Gobierno 2024	2024	Meta Gobierno 2025	2025	Tendencia
PIB (var % vs MPA)	3.0%	1.2%	0.6%	0.7%	▼
Inflación (%)	3.4%	4.2%	3.0%	3.8%	▼
Tipo de Cambio (Peso/Dólar)	\$18.5	\$18.3	\$18.5	\$18.3	▲
IED (var % vs MPA)	n/d	2.3%	n/d	5.2%	▲
Remesas (var % vs MPA)	n/d	2.3%	n/d	-5.1%	▼
Tasa de Desempleo (%)	3.2%	2.4%	3.3%	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'25 por subcanales del Mayoreo, Autoservicios Propios del Mayoreo cae -1.4% en valor y en volumen -5.8%; explicado por caída de ocasiones de compra **(-2.5%)** que supera el efecto del crecimiento del Ticket Promedio **(+6.4%)** y del número **(Drop)** de unidades/ticket **(+0.8%)**. Mayoreo Puro y Cash & Carry en conjunto crecen en valor +8.9% y +3.9% en volumen; ambos resultados se explican por el aumento de ocasiones de compra **(+9.4%)**, del Ticket Promedio **(+7.1%)** y del número **(Drop)** de unidades/ticket **(+3.5%)**.

Dic'25					
Subcanal	ISCAM		ISCAM Tickets		
	Valor	Volumen	Cantidad de tickets	Ticket promedio	Drop
MP+C&C	+8.9%	+3.9%	+9.4%	+7.1%	+3.5%
ASP	-1.4%	-5.8%	-2.5%	+6.4%	+0.8%

En YTD Dic'25 por subcanales, Autoservicios Propios del Mayoreo con desempeños en valor de -0.8% y en volumen de -4.1%, justificado por las ocasiones de compra que caen -3.9%, superando los efectos del crecimiento del Ticket Promedio **(+6.0%)** y del aumento del número **(Drop)** de unidades/ticket **(+3.2%)**. Mayoreo Puro y C&C crecen en conjunto en valor +5.2% y en volumen +1.8%; ambos resultados se explican por aumentos del Ticket Promedio **(+6.5%)**, de las ocasiones de compra **(+4.8%)** y del número **(Drop)** de unidades/ticket **(+6.0%)**.

YTD Dic'25					
Subcanal	ISCAM		ISCAM Tickets		
	Valor	Volumen	Cantidad de tickets	Ticket promedio	Drop
MP+C&C	+5.2%	+1.8%	+4.8%	+6.5%	+6.0%
ASP	-0.8%	-4.1%	-3.9%	+6.0%	+3.2%

MP: Mayoreo Puro, C&C: Cash & Carry, ASP: 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.



Trabajar con los que amas

“En cualquier organización es importante conjuntar las voluntades de sus dirigentes para crear sinergia. En la empresa familiar esto es cuestión de supervivencia; si en ella no se comparte una visión común, su permanencia se ve amenazada”.

Carlos Cosío de la Vega*

En la empresa familiar no sabemos negociar. Pretendemos que todo se resuelva por aceptación, por solidaridad, por pertenencia. La natural conciliación de intereses y criterios discordantes, que en cualquier organización exige un serio trabajo de consenso a fin de lograr acuerdos satisfactorios para todas las partes, en la empresa familiar se topa con la dificultad de procesos de comunicación distorsionados e inefectivos. Peor aún, creemos ilusamente que por ser una familia no hay necesidad de tanta negociación, y que la confluencia de voluntades se dará de manera natural.

El corazón de la empresa familiar no puede estar dividido. Los beneficios que un equipo humano obtiene al compartir un mismo sueño son múltiples: nos percatamos y aceptamos nuestras diferencias de ideas y expectativas, abrimos espacios para el diálogo, participamos en el proceso visionario y desarrollamos una visión común de negocio, anticipamos conflictos y aprendemos a manejarlos con madurez. Todo esto, y más, puede y debe lograrse en el foro de la empresa familiar.

El descuido de explicitar una querencia compartida genera en la empresa familiar dos grandes lastres.

Primero, propicia la incidencia de frecuentes conflictos entre familiares y no familiares, provocando fricciones que consumen energía y deterioran la relación. Cuando existen en la compañía diferentes proyectos de futuro no complementados y sinergizados, los criterios, enfoques y directrices que le transmitimos a la organización suelen ser divergentes o contradictorios.

Segundo, las querencias dispersas de los familiares producen esfuerzos aislados que se contraponen. Estos esfuerzos, por no ser sinérgicos, desaprovechan el enorme potencial del apoyo mutuo, que propulsa la productividad de cada elemento de la organización. El gran costo de la falta de concurrencia de objetivos y de la ausencia de compromisos unificados es, sin lugar a dudas, el costo de oportunidad. Son las omisiones y las jugadas desaprovechadas lo que más pierde la empresa cuando no hay coincidencia de propósito.

Es muy conveniente convertir la poderosa fuerza unificadora de la querencia familiar en un instrumento empresarial de liderazgo e integración humana. Desaprovechar este potencial debilita a la empresa familiar, cuando debería fortalecerla. Pero ingenuamente suponemos que, de entrada, tan sólo por haber recibido la misma educación y tener la misma sangre, pensamos

de la misma manera en cuanto a lo que queremos lograr en la empresa. Más bien es algo que hay que cultivar, pues las diferencias personales existen también entre hermanos, como lo hemos podido comprobar siempre que hemos trabajado con empresas familiares.

No es bueno dejar este asunto suelto; es peligroso y puede traer graves consecuencias. Aseguremos la *convergencia de intenciones y anhelos* de forma racional y madura. Trabajemos en alcanzar la coincidencia a través de un esfuerzo de diálogo ordenado y dirigido, de conciliación y negociación.

El proceso para llegar a acuerdos en estos terrenos ha de partir de la libertad de cada quien para exponer sus propias querencias personales. En el transcurso de escuchar lo que quiere lograr cada persona, se produce un conocimiento mutuo, una aceptación y respeto de las diferencias de visiones y un reconocimiento de las coincidencias.

Recientemente trabajamos con un grupo manejado por varios hermanos, y a la hora de compartir las querencias personales para construir una querencia familiar común, sus posturas giraban alrededor de sus necesidades y el modo en que éstas serían cubiertas por la empresa. Sus obligaciones pesaban menos que sus derechos, al margen del esfuerzo requerido para satisfacerlos.

Son muchas las áreas que ha de cubrir la definición de la querencia personal, familiar y empresarial. Por ejemplo, en cuanto a las cuestiones económicas, los propietarios tienen que acordar cómo quieren manejar los sueldos y prestaciones de los socios, el

reparto de dividendos, la autorización de gastos y préstamos personales, las decisiones de inversión y endeudamiento, venta y asociaciones; los planes de crecimiento, presupuestos, sucesión, desincorporación de socios y situaciones fortuitas.

También conviene incluir los asuntos relacionados con la participación de los miembros de la familia en la empresa, sus incorporación y condiciones de trabajo, la contratación de familiares políticos, la definición de los roles a desempeñar, su evaluación y los lineamientos para el manejo del poder.

Que esta definición comprenda también lo referente al manejo de relaciones interpersonales entre los socios, con los directivos, con los demás colaboradores y con los órganos de gobierno de la sociedad y el gobierno familiar. Es fundamental abarcar las políticas sobre la toma de decisiones y el manejo de la información.

La clave para poder construir una organización poderosa en la empresa de familia es que la querencia de cada miembro parta de asumir su responsabilidad por el bien de los demás. Si el interés individual sigue dominando sobre el interés colectivo, no hay familia. De ser así, no hay empresa familiar; y entonces la única vía es institucionalizar cabalmente la organización, la dirección y la propiedad, institucionalizándose, así como empresa familiar. Hay otros caminos como la separación, segregación, reparto o incluso la venta.

Atrevámonos a asumir el rol que tenemos como hermanos y trabajemos en la querencia común, en aquello que nos une, respetando en libertad aquello que es propia de cada uno. 



Panorama Mayoristas

El canal **mayorista** con oportunidad de crecimiento frente a otros canales; **Autoservicios** dinamiza el mercado

Desempeño por canales
%Var. Valor (RY diciembre 2025)



% de variación por formato del mayoreo
(RY a diciembre 2025)

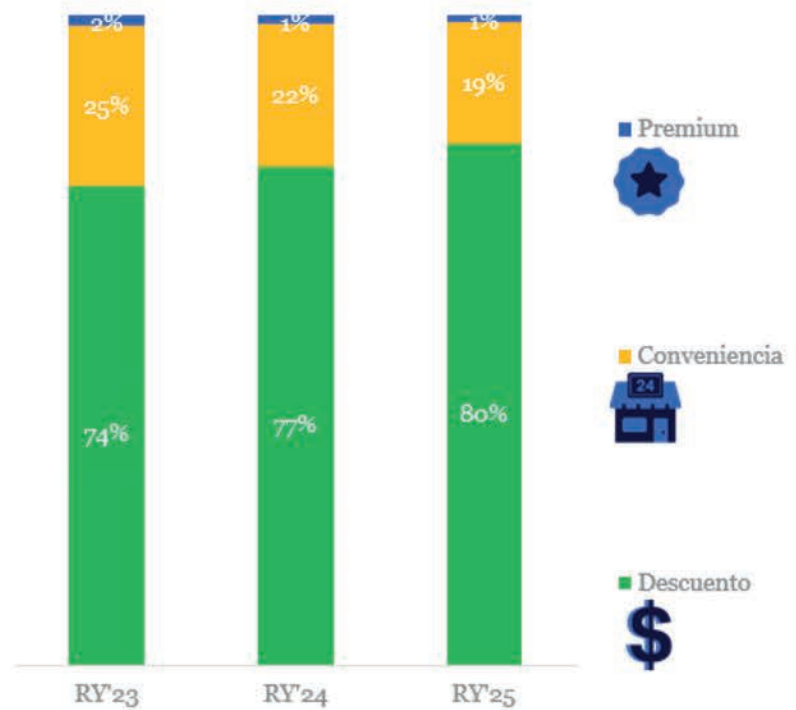


Peso y Var vs aant en Peso por formato
(RY a diciembre 2025)



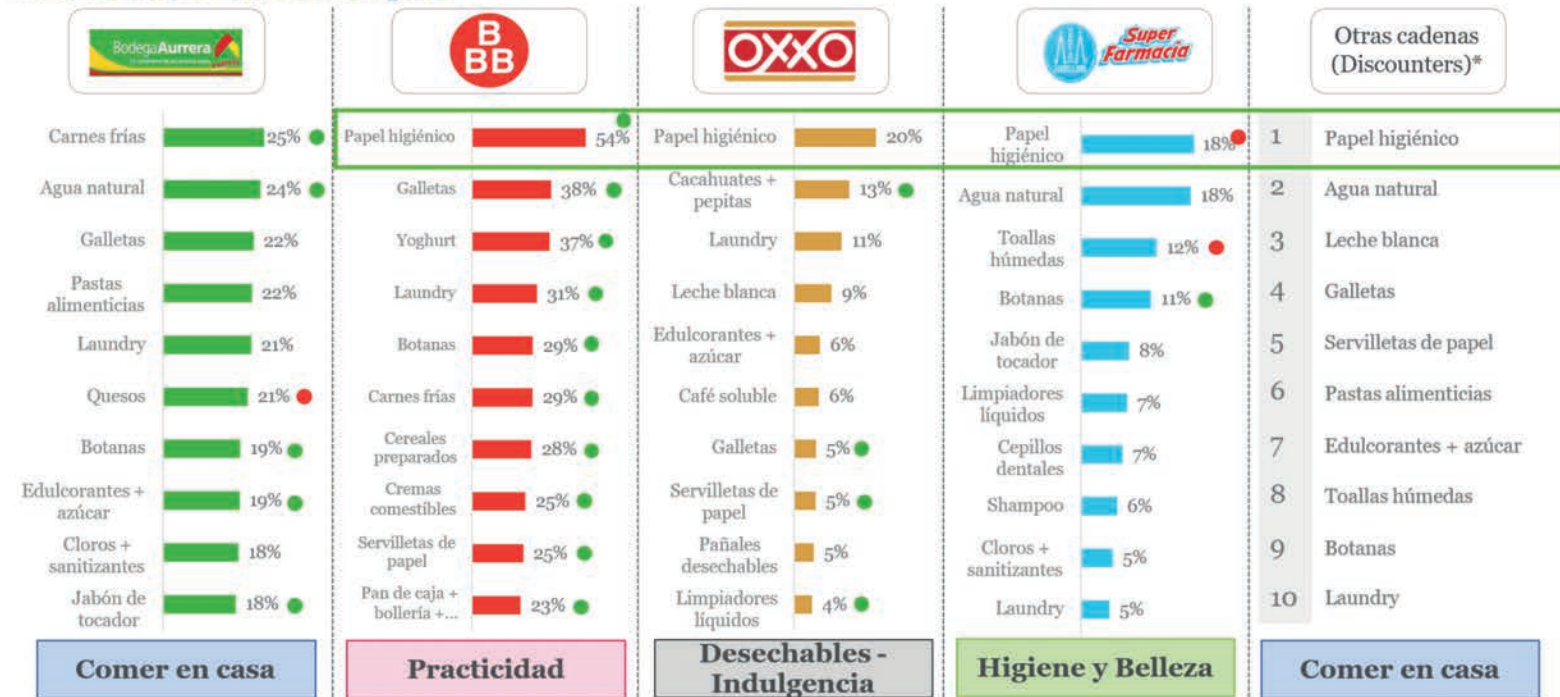
Marcas Propias - Vistazo al canales de Proximidad

Mix de gasto por segmento – Marcas propias



Cada competidor con una misión clave para Marca Propia

Tasa de cierre - Marcas Propias



*Acumulado de cadenas Discounter que no son 3B

● Ganando / perdiendo hogares vs RY'24

Para conocer el material completo ¡acércate con tu ejecutivo!

NielsenIQ

eduardo.trejo@nielseniq.com
laura.calderon@nielseniq.com

Miscelánea

Santiago González



Histórico plan de inversión

El gobierno federal presentó el 3 de enero un histórico plan de inversión pública y mixta en infraestructura por hasta 5.9 billones de pesos rumbo al 2030, orientado a reforzar el Plan México. El secretario de Hacienda, Edgar Amador, dijo que los recursos serán aplicados en ocho sectores estratégicos. Entre otros, 54.15% se destinará al sector energético, seguido de trenes (16.63%), carreteras (13.93%), salud (6.48%), puertos (6.23%), agua (2.83%) y educación (0.34%). La presidenta Sheinbaum indicó que, a diferencia de esquemas del pasado, las inversiones público privadas garantizan que las concesiones permanezcan en manos del Estado, con tasas de financiamiento controladas y sin contratos leoninos, para ello será creado un Consejo de Planeación Estratégica de la Inversión.

Crece 34% inversión de Pemex

El director de Pemex, Víctor Rodríguez Padilla, anunció el plan de inversión pública y mixta de esta empresa para 2026. Ascende a 425 mil millones de pesos, 34% más que en 2025. Esta se orientará a proyectos estratégicos para incrementar la producción de petróleo y gas natural. Esta inversión se enmarca en el Plan de Infraestructura 2026-2030 y el Plan de Fortalecimiento de Pemex 2025-2035, cuyo objetivo central consiste en garantizar la seguridad energética del país y fortalecer la viabilidad financiera de la empresa. Dijo que, producto de una significativa reducción a la deuda de Pemex, México está cerca de alcanzar la meta de autosuficiencia petrolera, particularmente en producción de fertilizantes.

Caen remesas

Durante 2025 los mexicanos que viven en Estados Unidos enviaron a México cerca de 61.8 mil millones de dólares, cifra 4.6 por ciento menor en comparación con 2024. El Banco de México precisó que fue la primera caída a tasa anual de las remesas desde 2013, luego de que tras la pandemia los envíos alcanzaron niveles récord. La analista financiera Gabriela Siller señaló que esta caída en 2025 se debió al deterioro del mercado laboral de EU y al "miedo de los migrantes a salir a trabajar por la posibilidad de ser deportados". Dijo además que el envío de remesas desde EU representó 3.4% del PIB, su menor proporción desde 2009.



KleenBebé® Suavelastic®

POMPIS SECAS SON POMPIS SANAS



NUEVA IMAGEN

Sube inflación

En la primera quincena de enero, la inflación fue más alta que en el mismo periodo de 2025, a tasa anual, llegó a 3.77%, por encima del 3.69% de los primeros quince días de 2024. El 3.77% es compatible con el objetivo del Banco de México, fijado en 3% y variabilidad de +/- 1 punto; o sea, un techo de 4%. Entre los municipios con más alta inflación este arranque de año están Chetumal, con aumento de 5.68%, el mayor del país. Le siguió Oaxaca, con incremento anual de 4.94%. En tercer lugar, Tepatlán, Jalisco, con aumento de 4.87%. Y Tulancingo, 4.70%; Matamoros, 4.50%, y empatados Cancún y Atlacomulco con 4.49%.



Regresa plataforma Jüsto

La empresa de marketing y ventas Omni anunció la reanudación de operaciones en México de la plataforma de comercio electrónico Jüsto para realizar el supermercado en línea y recibirlo a las puertas del hogar. A mediados de enero, había anunciado la que adquirió Jüsto USA, en una transacción que implicó la inyección de 100 millones de dólares para restablecer el servicio del súper en línea. Y tras esta adquisición, informó, se lograron los acuerdos con colaboradores y proveedores para regresar a la empresa su capacidad operativa, misma que está en 80 por ciento, con un plan de reactivación que la pondrá al cien por ciento de la capacidad que tenía antes del anuncio de cierre a finales de 2025.



Exportaciones récord

En noviembre pasado las exportaciones de mercancías a Estados Unidos marcaron un nuevo máximo histórico. Consolidaron a México como el principal socio comercial de la potencia vecina, la mayor economía del mundo. Cifras de la Oficina del Censo de EU indican que en ese mes los envíos de mercancías desde México ascendieron a 44.5 mil millones de dólares, la cifra más alta registrada para un mes similar desde que se tiene registro. Y un crecimiento anual de 5.3 por ciento. Nuestro país cubrió 17% del total de las importaciones de EU, participación que lo colocó por encima de Canadá y China, que registraron 10.8 y 8 por ciento, respectivamente.

T-MEC, en manos de Trump

El secretario de Economía, Marcelo Ebrard, dijo que en los siguientes meses habrá más información sobre si seguirá o no el T-MEC. Indicó que Donald Trump tendrá como fecha límite el 1 de julio para decidir el futuro del acuerdo comercial. "El 1 de julio se tiene que decir si quiere o no renovar el Tratado, eso es lo que está establecido en la Ley y lo vamos a saber muy pronto". Entretanto, señaló continuarán las reuniones en EU para fijar los objetivos del T-MEC, cuyo avance es de aproximadamente 90 por ciento. "Ya terminamos una etapa, que fue sobre los principales temas que le preocupan a Estados Unidos".



HAZ CRECER TU NEGOCIO CON *Nuestros Productos*



Tres Riches™



**El sabor tradicional de Tres Leches
listo para usar.**

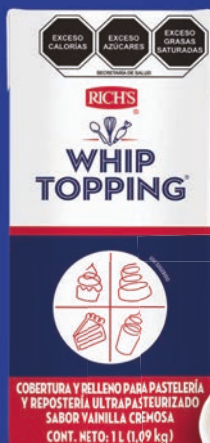


Tres Riches™ BAILEYS



**EL SABOR ORIGINAL CREMA IRLANDESA
BAILEYS™ Y TRES LECHE.**

La palabra Baileys y el logo BB son marcas registradas por R&A Baileys & Co. usadas bajo licencia.
*Las imágenes son sugerencia de uso.



WHIP TOPPING®



**La solución en repostería que se
adapta a tu operación.**



Versatié LÁCTEA



**BASE CREMOSA CULINARIA.
SABOR LÁCTEO QUE ENAMORA,
RESISTENCIA QUE CONVINCE.**

**PRODUCTOS CON TECNOLOGÍA UHT
ALMACENAMIENTO A TEMPERATURA AMBIENTE NO MAYOR A 25° C
FÁCIL MANEJO DE INVENTARIO
PRACTICIDAD TOTAL.**

Escríbenos para conocer más



**IMÁGENES DE REFERENCIA
*USO SUGERIDO
COME BIEN



Benito Juárez a la mesa

Salvador Ávila

Los archivos históricos de nuestro país resguardan documentos que, por su naturaleza, más bien parecen páginas literarias y casi pueden leerse como eso. Yo he tenido la fortuna de toparme con algunos de ellos, por ejemplo, en el ramo Inquisición del Archivo General de la Nación, existe un documento que reza: “En noviembre de 1606, en Pátzcuaro, Michoacán, Fray Diego Muñoz envió una oración a sus superiores jesuitas, útil para evitar, entre otros males, morir en pecado mortal. Antes que en los humanos, la plegaria fue usada en perros para comprobar su eficacia”. (AGN. Grupo Documental Inquisición. Vol. 606, Exp. 2, Foja 146). En el mismo Archivo General de la Nación se encuentra un cuadernillo de 55 fojas, escrito a mano y con lápiz, y cuyo título pudo haber sido imaginado por un escritor perspicaz --no sé por qué me viene a la cabeza Fernando del Paso, autor de la novela histórica *Noticias del Imperio*--. El cuadernillo lleva como encabezado el siguiente epígrafe: «Gastos y apuntes de cocina y mesa. Diario del gasto de la casa del Presidente Constitucional de la República, Licenciado Don Benito Juárez. Mayo-junio de 1860». En este peculiar documento --tan sugestivo y extraordinario que valdría la pena reproducirlo sin sacrificar palabra alguna--, se encuentra el registro pormenorizado de los alimentos que eran consumidos día por día en la casa del Benemérito de las Américas, si bien no sabemos quién se encargó de anotar tales datos: ¿acaso el propio presidente?, ¿su esposa?, ¿la cocinera?, ¿alguna ama de llaves? El cuadernillo, que no debe confundirse con un recetario de cocina, comienza el día primero de mayo y termina el 18 de junio del mismo año, es decir, 1860. Aunque en el Archivo General de la Nación pueden consultarse documentos como el anterior para los años 1870-1872, no son tan extensos ni tan gráficos como el texto de 1860, que en seguida se comenta.

Con un poco de imaginación, pero también a partir de una lectura crítica y más allá de la literalidad del texto, es posible encontrar indicios de todo tipo de aspectos. A primera vista este testimonio revela la vida simple, íntima y familiar del padre de las Leyes de Reforma. Benito Pablo Juárez García y Margarita Eustaquia Maza Parada se casaron el 31 de julio de 1843, y procrearon catorce hijos, aunque, como sabemos, algunos de ellos no llegaron a la mayoría de edad. ¿Qué comía de manera habitual el presidente Benito Juárez y su familia? La primera relación de los gastos y apuntes de cocina y mesa corresponde al día martes 18 de mayo de 1860, e incluía, entre otros, los siguientes alimentos: carne de res, pecho, pulpa, filete, riñones, tasajo; carne de puerco, pescado, gallina, frijol, lentejas y papas; cebollas, col, nabo, perejil, lechuga, queso fresco, leche, “regañadas”, pan, chocolate, agua de aljibe, café en grano, pasas y, esto es de llamar la atención, pulque. Además, “un libro para los apuntes diarios” y jabón para la cocinera. Todos estos insumos arrojaron la suma de 13 pesos con 4 centavos en total. Lo cual rebasaba el presupuesto asignado para los gastos de ese día, que era de 10 pesos cerrados. El gasto para el día siguiente, miércoles dos de mayo, fue de catorce pesos, y contemplaba artículos como carne de res, calabazas, chiles verdes, mameyes, ciruelas, platanitos y piloncillo; también “una reata” y “gratificación a los que limpiaron el gas”. ¿Quizá lámparas o faroles de gas?

El jueves tres de mayo el gasto de cocina y mesa fue de doce pesos, destinado a comprar carne de puerco, un conejo, pescado, una gallina, huevos, manteca, jamón, garbanzo, frijol, almidón, aceitunas, chile ancho, fresas, ➤

Solural[®]
electrolitos orales

**LA HIDRATACIÓN
HOY
SABOR
JAMAICA**



solural_oficial



Solural Oficial



AMSA[®]
Laboratorios

No. Reg 74351 SSA VI. SI PERSISTEN LA MOLESTIAS, CONSULTE A SU MÉDICO



plátanos, chayotes, calabazas, perejil, chicharos, cebollas, pimienta, pan blanco y pan de huevo, entre otros productos. El viernes cuatro de mayo se compró: tasajo, carne de venado, carne de puerco, pescado, manteca, jamón, chile ancho, papas, frijol, ajonjolí, chicharos, berenjenas, manteca, lechugas, “regañadas”, cuatro helados y “media cuartilla de nuez virgen”, además de jergas, almidón, jabón y velas. Este gasto fue superior, pues alcanzó la suma de 15 pesos. Los alimentos que se compraron el sábado cinco de mayo eran semejantes a los de las listas anteriores (y posteriores): carne de res, pecho, pulpa, tasajo, venado, conejo, una gallina, huevos, pescado, manteca, jamón, azúcar blanca, frijol, almidón, plátanos, camotes, elotes, limones, chiles verdes, tomates, cebollas, perejil, acelgas, platanitos, queso fresco, requesón, papas, vinagre, canela, aguacates y, otra vez, “regañadas”. En los estados de Puebla y Oaxaca se llaman así unas galletitas elaboradas con masa de harina de trigo, huevo, azúcar, manteca de cerdo, mantequilla y sal; se revuelcan en azúcar con canela antes de hornearlas y pueden medir unos seis o siete centímetros de diámetro. La lista incluía también jabón, “agua de la fuente para la ropa” y dos cubos para cargar agua. Suma: 12 pesos 7 centavos y medio.

La canasta del domingo seis de mayo no era especial en forma alguna, aunque incluía uno de los postres favoritos del presidente: “pan de capricho”, un pan de yema típico del Estado de Oaxaca. Lo degustaba acompañado de

café, “entre una y dos de la tarde”. Y por la noche, “a las nueve, una copa de rompope, copa chica”. Casi todos esos insumos eran de producción nacional, y algunos típicos del Estado de Oaxaca, lo que demuestra la identidad culinaria del presidente Benito Juárez con la cocina de su tierra natal: “Somos lo que comemos”, reza el viejo refrán. Al parecer, pues, la dieta del presidente no era para nada frugal, y no se cuidaba de prescindir de cierto tipo de alimentos: la carne siempre estaba presente, ya fuera de res (con frecuencia en forma de tasajo), cerdo, ternera, venado o conejo. Sus consumos contemplaban también pescado y una extensa variedad de legumbres, así como diferentes especies de pan: marquesote, pan de yema, de manteca, pan de huevo, “regañadas”, “pan de capricho”, pan blanco, “bizcochuelos para la torta”.

En el conjunto heterogéneo y vasto de todos estos productos —mismos que podían consumirse crudos o cocidos, fritos o asados, y eran también dulces o salados—, no podían faltar dos alimentos propios de la dieta ancestral de los mexicanos: las tortillas y los nopales. En la *Gazeta de México*, la célebre, la editada por Manuel Antonio Valdés y Murguía, una nota del 30 de agosto de 1784, dedicada a este alimento, explica que había varias especies de nopales, aunque destacaban tres: una llamada *culebra*, “cuyas hojas o Nopalillos están torcidos e inclinadas hacia el suelo”, planta “muy verde y jugosa y no muy alta”. La segunda especie de nopal era conocida como



Tu
poëtt[®]
favorito ahora en
TAMAÑO AHORRADOR*



CUIDA EL AGUA

NUEVO 500ML

*Comparado con el precio unitario del formato de 900 ml.

Benito Juárez a la mesa

“redondo”, por su “hoja circular”, era liso, “de color ceniciento”, y cada hoja tenía “una tercia de diámetro”. La tercera especie “es el que vulgarmente llaman *común*, su hoja es menor que el antecedente, pues solo es de una cuarta, aunque la planta es mucho más alta, muy copada, verde y jugosa”. El mismo número de la *Gazeta de México* incluye un artículo sobre la historia del árbol conocido como ahuehuete, realmente interesante. El cuadernillo «Gastos y apuntes de cocina y mesa» es una clara expresión del régimen alimentario —si es que podemos referirnos a un régimen estrictamente hablando— del presidente Benito Juárez y su familia, así como de sus gustos y caprichos gastronómicos, casi todos modestos.

En la penúltima hoja del cuadernillo sobre gastos y apuntes de cocina y mesa, a la lista de productos y sus costos, se añade una relación de «Gastos extraordinarios», entre ellos: “un jamón de a tres reales”, “dos latas de galletitas”, “dos latitas de sardinas”, varias botellas de jarabe, un queso, dos gallinas y cuatro pollos. La última hoja, la del lunes 18 de junio, contiene el “Presupuesto de los sueldos que vencen los criados de la casa del E.S. Presidente Constitucional Lic. Don Benito Juárez correspondiente al presente mes”. De este modo, “por veinte días de sueldo a la ayudante de cocina, 8 pesos”; “por diez días de sueldo a la trasteadora Soledad Martínez, 10 pesos”, “por el sueldo de 20 días a Juana Ávila, 12 pesos”, “por el sueldo de veinte días a Domingo Arce, 16 pesos”; “por 17 días de agua para la cocina, carga y media diaria, 12 pesos”, “por doce días de agua para el baño, dos cargas diarias, 4 pesos”. El mozo José de Jesús Valdez recibió tres pesos “por cuenta de sueldo”. A Juana Ávila le descontaron ocho pesos de su sueldo, por lo que recibió únicamente cuatro pesos.

En el año 2010, en el contexto de las celebraciones por el bicentenario de la Independencia de México y del centenario de la Revolución mexicana, se llevó a cabo un ciclo de conferencias en el Archivo General de la Nación, donde tuve la oportunidad de participar. Recuerdo que un joven historiador norteamericano comenzó su ponencia preguntando a los asistentes cuál era la estatura de algunos personajes de nuestra historia patria, como José María Morelos y Pavón y Benito Juárez. Después de escuchar la opinión de la concurrencia, el investigador pasó a explicar con detalle y buenos argumentos, cuál era la estatura promedio de los mexicanos en la primera mitad del siglo XIX, así como la esperanza de vida, enfermedades predominantes, hábitos alimenticios y otro tipo de cuestiones, más bien

Junio, Sábado 9.		
Gasto del día		
Carni de Res, piccho, pulpa, costillas, vinagre, tasajo	8 1	1 1/2
Carnero, ternera, cordero, venado	1	4 "
Tongániz, bellano, pescado	"	5 1/2
Huevo, manteca, ganso, lengua	2	" "
Arroz, garbanzo, frijol, lentejas	"	3 "
Azúcar molida, aceitunas, aceite	"	2 "
Papa, frijol blanco, pimienta	"	2 "
Pilónillo, plátano, canote, Maíz	3	" "
Chalote, calabaza, cal, coque	"	2 "
Frijoles, cebolla, chiles verdes	"	2 1/2
Lechuga, perejil, limones, vinagre	"	5 "
Plátanos, tortillas, nopales	"	2 1/2
Pa de Huevo, leche, miel	2	4 "
Velas, agua de algibe, pan blanco	"	6 "
Nuevo cargo de carbon a real	"	" "
Medio y cuatro a un real	3 1/2	4 1/2
Una botija de aceite	2	3 "
Nuevo día de sueldo a Juan	3	2 1/2
Recibo para el gasto \$10		
Suma \$19 50		
Pagado		

de carácter biológico. Considero, en fin, que el cuadernillo «Gastos y apuntes de cocina y mesa. Diario del gasto de la casa del Presidente Constitucional de la República, Lic. Don Benito Juárez. Mayo-junio de 1860», es un extraordinario punto de partida para reflexionar acerca de los temas que el joven historiador de la Universidad de Texas, puso en aquella ocasión sobre la mesa.

Pequeña nota al margen.

A finales del siglo XIX, dos de las hijas del Benemérito de las Américas, Manuela Juárez de Santacilia y Soledad Juárez de Luchichí, donaron al Museo Nacional los siguientes objetos personales del presidente Benito Juárez: un sillón, un traje negro completo, bata de casa, capa, un par de botas, relojera con las letras B. J. bordadas, cuadros, lavabo de porcelana y la cama en la cual falleció el presidente el 18 de julio de 1872.

AHORA
CON EL
DOBLE
DE MICROCÁPSULAS**

24h
de aroma*



CUIDA EL AGUA

*Con microcápsulas de aroma, al usarse directamente, probado en condiciones estándar.

**Doble concentración de microcápsulas vs fórmula anterior.



Hábitos atómicos

Esteban M. Fuentes A. (Dr. Drosk)

La frustración es un sentimiento que todos los seres humanos hemos sentido, el cual nos genera la sensación de estar estancados y no poder avanzar. Nos sentimos atrapados en un bucle que nos impide cumplir nuestros sueños y metas. Si este sentimiento perdura y crece puede convertirnos en unas personas amargadas y envidiosas. Las frustraciones casi siempre las justificamos exponiendo que no tenemos buena suerte, contamos con un mal físico o crecimos en una mala posición social y económica. Si bien estos factores son importantes para el éxito de una persona, son circunstancias que en un principio no podemos controlar.

No obstante, hay algo que sí podemos realizar para mejorar física, mental, espiritual y económicamente, que son los hábitos que realizamos a diario. A través de la disciplina y una adecuada rutina podemos llegar a realizar cosas extraordinarias. Un libro que puede servirnos como guía en este camino es *Hábitos Atómicos* (2018) del estadounidense James Clear, donde el autor asegura que con tan sólo mejorar el 1% por ciento cada día, en un año podemos ver cambios increíbles. La obra ha sido un éxito rotundo. Ha vendido más de 25 millones de ejemplares alrededor del mundo y ha sido traducida a 65 idiomas.

La introducción del libro aborda parte de la biografía del autor, donde nos explica el por qué empezó a realizar los hábitos atómicos. Cuenta que cuando era adolescente, su mayor anhelo era convertirse en un beisbolista profesional. Tenía mucha posibilidad de debutar en las grandes ligas, ya que practicaba el deporte desde que era niño y constaba con un buen físico, ya que era corpulento y media más de 1.90 metros de estatura.

Todos sus planes iban saliendo de maravilla. No obstante, en un entrenamiento a uno de sus compañeros se le soltó por accidente el bate de las manos, el cual terminó impactando a su cara, que le causó un daño severo en su nariz y cerebro. Esto le ocasionó cierta pérdida de memoria y una severa lesión en su sistema motriz. La recuperación fue larga y tediosa, aun así, decidió no dejarse vencer e intentar seguir con sus sueños.

Al percatarse que tenía una gran desventaja por su accidente, sabía que tenía que ser el doble de disciplinado que sus compañeros para poder volver a destacar en lo académico y deportivo. Se volvió sumamente ordenado. Se percató que las pequeñas acciones como tender la cama y mantener limpio y acomodado su cuarto le proporcionaban cierta estabilidad a su mente.

Además, se esforzó para poder retomar sus clases con naturalidad y volver a jugar béisbol. Si bien en un principio no logró obtener las mejores notas académicas, ni volver a ser titular del equipo de béisbol, a través de una excelente disciplina y esfuerzo logró graduarse de la preparatoria y volvió a ser uno de los mejores jugadores del colegio.

Debido a su gran desempeño académico y deportivo pudo ingresar becado a una prestigiosa universidad, donde incrementó su orden y disciplina. Expone que mientras sus compañeros se desvelaban yendo a fiestas y jugando videojuegos, él se acostaba temprano, llevaba una buena alimentación, iba al gimnasio y había establecido horarios para estudiar. Si bien por azares del destino no logró convertirse en un beisbolista profesional, sí culminó la carrera con honores y pudo conseguir un buen empleo.

Al ver lo lejos que lo había llevado el tener buenos hábitos, el autor decidió crear el sitio web *jamesclear.com* (el cual sigue en función), donde empezó a crear un método para generar buenos hábitos. En poco tiempo la página se volvió viral. Al percatarse de este éxito, decidió hacer una recopilación de sus mejores textos y publicó su obra prima *Hábitos Atómicos*, donde expone cómo crear un hábito desde cero a través de cuatro leyes de cambio, las cuales expongo a continuación:

1.- Hacerlo obvio. Este punto aborda en que se deben dejar señales estratégicas para empezar a crear un hábito. Por ejemplo, si deseamos empezar a correr diariamente, debemos dejar la ropa deportiva y los tenis a la vista para que nos recuerde que debemos hacer esta actividad. Otro ejemplo sería que, si deseamos comenzar a meditar, debemos dejar preparado nuestro zafu o silla en un lugar donde no se escuche ruido y no haya distractores como un celular o una *tablet*. Con estas condiciones podemos controlar nuestra respiración y liberar la mente de una manera más cómoda.

2.- Hacerlo atractivo. Esta parte expone que debemos combinar algo que tenemos que hacer con algo que queremos hacer. Por ejemplo, si nos gusta ver series en Netflix, podemos hacer ejercicio en una bicicleta estática mientras miramos una serie o película. De esta manera metemos un hábito productivo mientras nos entretenemos. Otro ejemplo sería escuchar un *podcast* sobre un tema que deseamos aprender y, al mismo tiempo, hacer el aseo o lavar los trastes. En este caso aumentamos nuestro conocimiento y a la vez mantenemos limpio y ordenado el hogar.

3.- Hacerlo sencillo. Esta sección expresa que la clave para obtener una nueva rutina es reducir la fricción, pues asegura que la formación de hábitos depende de la repetición no de la perfección. Explica que con tan sólo realizar una actividad por dos minutos se puede crear un hábito. Por ejemplo, muchas personas cuando inician su entrenamiento en el gimnasio, desean ejercitarse el mayor tiempo posible y realizan un sobreesfuerzo. Esta acción puede ser contraproducente, ya que les generará un cansancio extremo que podría impedirles ejercitarse los siguientes días.

Por ello, es mejor entrenar por poco tiempo, aunque sea dos minutos. Se puede iniciar con tan sólo una serie de lagartijas, ya que el objetivo principal es empezar a realizar el hábito de ejercitarse; con el paso de los días se puede aumentar paulatinamente el tiempo de entrenamiento.

4.- Hacerlo satisfactorio. Esta sección explica que el cerebro humano busca la recompensa inmediata. Esto

se debe a que en la antigüedad el hombre tenía que salir a cazar para alimentarse, así que cuando realizaba con éxito la cacería tenían una recompensa inmediata que era el goce de comer. Estamos diseñados para buscar el placer inmediato. Por esta razón, los malos hábitos los adquirimos de manera sencilla, pues el fumar, tomar alcohol o ingerir comida chatarra nos genera una satisfacción inmediata.

No obstante, en los tiempos actuales, los hábitos correctos son con los que vemos resultados a largo plazo. Por ello, debemos engañar a nuestro cerebro y darle



James Clear

una satisfacción inmediata después de realizar la rutina adquirida. Por ejemplo, podemos usar un calendario y marcar con una x cada día que cumplamos con los hábitos conseguidos. La satisfacción visual de mirar una cadena ininterrumpida de días es una recompensa inmediata poderosa.

Si bien el principal objetivo del libro es transmitir el cómo crear rutinas positivas, también expone algunos ejemplos de cómo eliminar los malos hábitos, aquellos que nos impiden alcanzar nuestras metas. Por ejemplo, explica que la tecnología mal empleada nos puede jugar en contra. Para muchas personas usar tanto el tiempo el *smartphone* los distrae de realizar actividades provechosas. Esto se debe a que en un mismo aparato se pueden ejecutar diversas funciones como navegar por internet, escribir, jugar video juegos, interactuar en re-

Hábitos atómicos

des sociales, chatear, escribir, entre muchas otras. Esto ocasiona que estemos muchas horas frente al mismo objeto.

Para evitarlo podemos dividir funciones a diversos aparatos. Por ejemplo, podemos usar una *laptop* exclusivamente para escribir, una *tablet* para interactuar en redes sociales y revisar y enviar correos, y un *smartphone* para llamar y chatear. Esto nos ayudará a tener una mejor organización y funcionalidad.

La prosa del libro es muy clara y fluida. Cada punto que aborda lo fundamenta con referencias a científicos, médicos y filósofos. Por ello, contiene una amplia bibliografía y todas las citas están marcadas correctamente. El texto está cuidadosamente planeado y documentado para lograr mejorar la vida del ser humano. Cabe destacar que a lo largo del texto se repiten muchas ideas, lo cual no es un fallo, el autor lo hace a propósito, con el fin de reafirmar los conceptos.

En lo personal, uno de mis objetivos en la vida siempre ha sido sacar la mejor versión de mí mismo, tanto física, mental y espiritualmente. Deseo inclusive poder mejorar mi genética para poder realizar todos mis objetivos. Por ello, he investigado mucho para intentar conseguirlo y creo honestamente que *Hábitos Atómicos* es un

libro que realmente sirve para mejorar, ya que no es un simple texto de auto ayuda, sino un manual que te ofrece el cómo se pueden incrementar nuestras habilidades cada día con pequeños cambios del comportamiento. También me gusta que el autor hace énfasis que durante el proceso habrá subidas y bajadas, pero la clave está en retomar los hábitos y no desmotivarse.

Hábitos Atómicos es un libro que llega como un salvador en una época llena de distracciones y malos hábitos. Nos recuerda que siempre es buen momento para realizar cambios en nuestra vida y así podremos alcanzar nuestras metas y obtener una mente sana. Nos enseña que con pequeñas acciones podemos obtener grandes triunfos. Cabe destacar que la obra consta con un excelente *marketing* por la plataforma *Tik Tok*, donde presenta videos animados, los cuales expone algunos puntos destacables de la obra; estos *clips* se han vuelto virales y han convencido a muchas personas de comprar el libro. Muy recomendable para la gente que quiera realizar grandes cambios en su vida. 

Sígueme en mis redes sociales: @dr.dskaro



www.gcuetara.com.mx





**POR SABOR, FRESCURA,
CALIDAD Y VARIEDAD.**

SE NOTA QUE
Lo tuyo es **Tunny**



ALIMÉNTATE SANAMENTE



Esta cuaresma



LA FAVORITA
DE MÉXICO



ALIMÉNTATE CON PROTEÍNA