

asi

es esto del abarrote

*Innovación
con calidad*

HACIENDO CHILORIO,
EL ORIGINAL,
DESDE HACE MÁS DE 60 AÑOS.



En la cocina Chata enaltecemos la tradicional
comida mexicana con nuestra sazón.
Por eso todo nos queda como hecho en casa.



COME BIEN

Abre Fácil Microondeable
45 segundos

EXCESO CALORÍAS

EXCESO GRASAS SATURADAS

EXCESO SODIO

SECRETARÍA DE SALUD

Chata

MR

Chilorio
El original

CERO
CONSERVADORES

100% carne de Cerdo

sitanos,
stand
150



Suplemento de uso

CONT. NET. 215g

NUEVO PRECIO**

¡Llegó para quedarse!

Puedes venderlo a
\$28*



TODO EN UNO



*Precio de venta sugerido al público vs precio actual de venta sugerido al público.
CUIDA EL AGUA. D.R. © Colgate-Palmolive Latin America Inc. 2023.



ANAM
ASOCIACION NACIONAL DE
ABARROTEROS MAYORISTAS A.C.

Presidente
David Chapa González

Vicepresidente
Hilda Daniela Novoa

Secretario
Daniel Garcés Islas

Tesorero
Miguel Ángel Alonso Pérez

Consejeros
Juan Morales Sansores
Enrique Treviño Ortíz
Jorge Sánchez Andrade

Celia Martínez
José Luis Sosa
José Clemente Guerrero de la O
Patricia García
Aarón Limón Vargas
David Rojas
Antulio Nieto

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

Así es esto del Abarrote, revista bimestral julio-agosto 2023 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: Fotolitográfica ARGO, S.A. de C.V. Bolívar No. 838, Col. Postal, C.P. 03410, Del. Benito Juárez, México, D.F. Distribuidor, Asociación Nacional de Abarrotereros Mayoristas, Ignacio Ramírez No.20-201 Col. Tabacalera, Del. Cuauhtémoc, C.P. 06030 México, D.F. Con un tiraje de 12,000 ejemplares distribuidos al comercio de abarrotes en la República Mexicana. Las opiniones y puntos de vista de los textos publicados en esta revista son responsabilidad de quienes lo dicen y lo escriben.

Editorial

La economía mexicana vivió en el primer semestre de este año una fortaleza que pocos se imaginaron y que está mostrando un futuro prometedor para lo que resta del año.

La mayor parte de los indicadores económicos cerraron el periodo enero-junio con avances importantes, los cuales motivaron que la estimación oportuna del Producto Interno Bruto en el primer semestre fuera de 3.6 por ciento a tasa anual, cuando los pronósticos de crecimiento de las principales casas de análisis económico eran menores a uno por ciento para todo 2023.

Además del crecimiento económico, la moneda nacional, mantuvo una apreciación constante hasta llegar en momentos a 16.60 unidades por dólar.

Paralelamente, el flujo de remesas marcó nuevos máximos históricos, al recibirse 30 mil 238 millones de dólares en los primeros seis meses del año, con un crecimiento de 9.9 por ciento con relación al mismo periodo del año anterior.

En lo que se refiere a las tasas de interés, el Banco de México puso fin a la carrera alcista y decidió mantenerlas en 11.25 por ciento. Las perspectivas apuntan que así se mantendrán en los siguientes meses e incluso podrían descender en los últimos meses del año.

El Servicio de Administración Tributaria ha mostrado una recaudación ascendente y al cierre de julio mantiene un crecimiento de 11.6 por ciento con respecto al año pasado, lo que motivó al Gobierno Federal a prorrogar algunos aspectos de la Carta Porte hasta el año venidero.

En nuestro sector, en el primer semestre, el comportamiento también fue satisfactorio, con un crecimiento anualizado al cierre de junio de 13.2 por ciento en valor, aunque el avance en volumen fue de sólo 0.2 por ciento.

De hecho, el sector terciario de la economía, al cual pertenece nuestro gremio se mantuvo firme y avanzó 4.1 por ciento, de acuerdo con las cifras del INEGI. Esto demuestra que el mercado interno se ha convertido en una parte cada vez más importante de la economía mexicana.

Incluso, en julio se presentó la Encuesta Nacional Ingreso-Gasto en los Hogares correspondiente a 2022, en la cual se indica que existe una mejor distribución del ingreso que en emisiones anteriores y que las familias mexicanas tuvieron en promedio 63 mil 695 pesos de ingresos trimestrales, lo que significó un incremento de 11 por ciento con relación a 2020.

Las cifras de este documento señalan que en materia de gasto existe una mejor distribución, pues el 10 por ciento más pobre de la población gasta solo tres veces menos que el 10 por ciento más rico, mientras que en materia de ingresos los hogares más favorecidos reciben 15 veces más que los más pobres.

El gasto promedio trimestral de los hogares en el 2022 fue de 39 mil 965 pesos, con un crecimiento de 17.2 por ciento con relación a 2020 y lo que destinaron a alimentos y bebidas concentró el 37.7 por ciento, seguido del transporte y comunicaciones con 19.3 por ciento y educación y esparcimiento, 9.8 por ciento.

Todo esto significa que México parece caminar por una senda correcta al fortalecer el mercado interno y que las familias tengan más capacidad de gasto para adquirir los productos que requieran y para que nosotros podamos satisfacer sus necesidades con el interés y la fortaleza que nos ha caracterizado.



8

ISCAM Tickets, nueva herramienta para mayoristas



Pago con vales electrónicos, oportunidad de más ventas

18

La medición de inflación a consulta



13

Contenido

24 Jitomate, ombligo de agua que legó México

32 ENIGH 2022: Ingresos injustos gasto menos desigual

38 Corredor Interoceánico, sueño de más de 100 años



47 Europa y las "Rutas de la Seda"

54 Blanquita

69 Las enseñanzas de Don Juan



Innovación y calidad claves de aceptación

Esteban M. Fuentes S

El reto de todas las empresas es la innovación, pues quien ofrece los mayores avances en este campo será siempre líder del mercado y marcará la tendencia, tal es la certeza que inspira el desarrollo de Café Punta del Cielo, afirmó en entrevista con Así es esto del Abarrote el director general y fundador de esta empresa cien por ciento mexicana, Pablo González.

Señaló que la firma procesadora y comercializadora de café mexicano de calidad, creada en 1999, apuesta fuerte en este rubro, porque cuenta con el respaldo de una importante área de innovación y desarrollo, dotada de presupuesto y equipo suficientes, y con objetivos y metas bien definidas.

Gracias a su enfoque en la innovación y la calidad, esta compañía interesada en trabajar de la mano con abarroteros mayoristas -“un producto ganador con un buen margen para ellos y a precio muy, muy competitivo para el consumidor”- ha puesto a disposición de sus clientes novedosos productos, con calidad y presentaciones propias.

Por ejemplo, cápsulas de café compostables y reciclables; café liofilizado -deshidratado con fines de conservación y transporte- y solubilizado -convertido en soluble-, así como una válvula presurizada para empaques que conserva el delicioso aroma del café recién tostado y molido.

Al inicio de la entrevista Pablo González destacó que Café Punta del Cielo es una empresa cuyo propósito consiste en promover y colocar el café de México a la altura de los mejores del mundo. “Creemos que México tiene las mejores condiciones de suelo, clima, altura para cultivar el mejor café”.

Pero no sólo eso -agregó-, sino que nuestro producto gana mercado por medio de un pilar que es la innovación.

Y abundó: “Creo que hoy en día todo mundo tiene que trabajar con calidad. No es una opción ➤

Pablo González, director general y fundador de Café Punta del Cielo



los productos que ofrece, y siempre estará de líder y marcará la tendencia”.

Pablo González señaló la mayoría de edad de la empresa que fundó hace casi un cuarto de siglo -¡24 años!-, y detalló su noción del éxito.

“No sé si tengamos éxito aún, yo creo que el éxito es siempre algo que se ve hacia el futuro. No puedes decir que eres exitoso, sino que tienes que seguir trabajando y pensar siempre en llegar al éxito”.

Hemos desarrollado nuestras cápsulas con tecnología propia para café. Son compostables y reciclables. Y está todo hecho en México por nosotros.

“Sacamos al mercado café liofilizado, solubilizado, saborizado, lo cual ha tenido mucho éxito allá afuera. De nuestras principales innovaciones, un empaque para café molido y tostado que guarda por medio de una válvula presurizada todo el aroma del café recién tostado”.

“Es una lata o un empaque en el que tú, antes de abrirlo, tienes que romper una valvulita que trae, con la que logramos envasar el café recién tostado sin que se pierda nada de aroma, Es tecnología de nosotros, una innovación que nos marcó desde el inicio y fue la que nos permitió entrar a muchos mercados”.

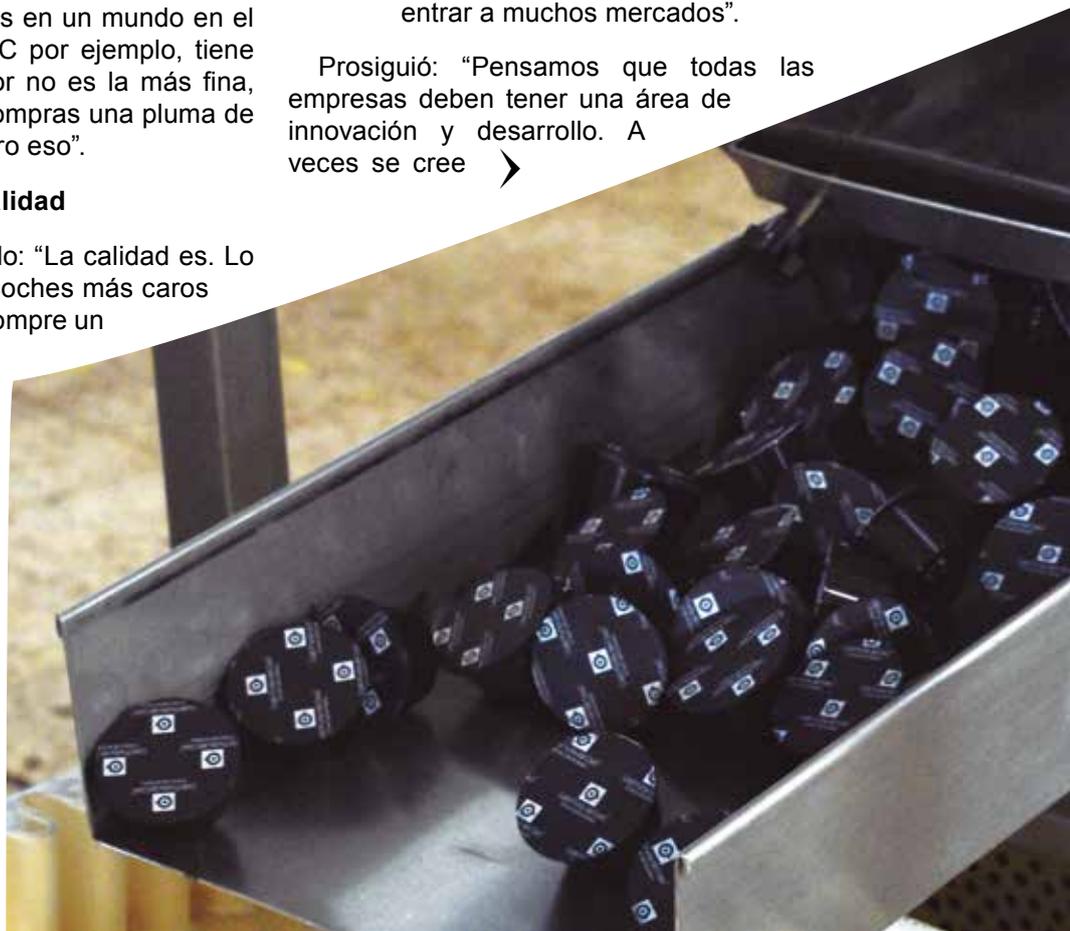
el trabajar con calidad o no; vivimos en un mundo en el cual, si tú compras una pluma, BIC por ejemplo, tiene que funcionar muy bien. A lo mejor no es la más fina, pero tiene calidad esa pluma. Tú compras una pluma de plástico y que salga mal, es muy raro eso”.

Un mundo de calidad

Ilustró su criterio con otro ejemplo: “La calidad es. Lo que sucede hoy en día, tú ves los coches más caros y más finos, y es raro que alguien compre un coche que se descomponga luego, luego. Obviamente hay que darle mantenimiento y todo eso, pero ahora estamos acostumbrados a vivir en un mundo de calidad. La calidad ya viene en un celular, un refrigerador, lo que tú quieras”.

En esta línea de reflexión el director general y fundador de Café Punta del Cielo dijo que, en la actualidad, “el reto de todas las empresas allá afuera -no sólo nuestra, sino de todas- es la innovación. Va ganando mercado el que tiene mayor innovación en

Prosiguió: “Pensamos que todas las empresas deben tener una área de innovación y desarrollo. A veces se cree ➤





¡PA' TODO MÉXICO!



NUEVOS

COME BIEN



que ello es sólo es el resultado de una nube de ideas en una junta y ¡no! Debe ser un área con presupuesto, con un equipo, con metas, objetivos etcétera. En Punta del Cielo es un área muy importante para nosotros”.

Curiosamente -dijo- la innovación y el desarrollo no salen siempre del área institucional destinada para ello, que es el brazo ejecutor de los proyectos, sino que las ideas surgen en otros muchos lugares de las corporaciones: de los clientes, del área comercial, de problemas que se presentan a veces; de los proveedores, insumos, crisis, factores como los que vivimos con el Covid. Todas estas situaciones son cunas de la innovación.

El fundador de Café Punta del Cielo aseguró que la producción de esta firma es aceptado por su calidad y ventajas que ofrece, e informó que sus productos ya se expenden en prácticamente todos los autoservicios, en toda la república, además de que cuenta con cafeterías y tiendas propias, y con franquiciatarios.

Y tiene, asimismo algo que, dijo, es muy importante, un canal institucional por medio del cual da servicios a hoteles, restaurantes, líneas aéreas, empresas, etcétera.

“A través de estas tres modalidades, el canal institucional, las cafeterías y el auto servicio, hemos logrado tener hasta ahora una presencia fuerte en el mercado”, apuntó.

-¿Cómo va Punta del Cielo, en términos de distribución, en el canal abarrotero mayorista? se consultó al director general de esta empresa.

“Es un mercado prácticamente nuevo para nosotros, lo cual nos ha traído muy gratas sorpresas. Un mercado que acabamos de incursionar, empezamos el año

pasado, principalmente con nuestros cafés solubles, que son cien por ciento de la variedad arábica. Y que tienen, precisamente, esta diferenciación: no usamos en los solubles otro tipo que no sea arábica. No usamos robusta ni otro tipo”.

“La idea es incursionar en un mercado con una diferenciación, con una calidad. Creemos que hay mercado para todos y hay gente que busca que, aunque pueda costar un poco más, tenga una diferenciación que se note, que sea un café cien por ciento arábica”.

En este punto de la entrevista Pablo González les agradeció a los mayoristas la oportunidad de ingresar a su concepto de negocio. “Estamos muy agradecidos, creemos que el nuestro es un producto con mucha diferenciación, dirigido a un mercado que busca una mayor calidad en el producto, y estamos seguros de que los resultados van a ser muy, muy buenos. Va a ser un ganar-ganar para el cliente, para los mayoristas y para nosotros, obviamente”.

-¿Hay un plan de atención específico dentro de Punta del Cielo para el mayoreo?

“Sí. Estamos terminando de entender el comportamiento del producto dentro de este canal, y a punto de diseñar y presentarles el plan a nuestros clientes. Todavía no lo tenemos muy bien armando, pero es algo que estamos tratando de entender para poder presentarlo”.

--¿Qué puede Café Punta del Cielo ofrecerles de antemano a los mayoristas?

“Les mostraríamos un producto que es ganador, con un buen margen para ellos y a un precio muy, muy competitivo para el consumidor”.

Pinol

El Original

DESDE 1953



**CELEBRAMOS 70 AÑOS OFRECIENDO
+ 1000 SOLUCIONES DE LIMPIEZA**

LIMPIEZA ES SALUD PARA TU FAMILIA

ISCAM Ticket

nueva herramienta para
mayoristas



Fabián Ghirardelly Guajardo, director del proyecto ISCAM-Ticket.

Santiago González

Dedicada desde hace más de veinte años a tomarle el pulso al canal mayorista, la empresa Información Sistematizada de Canales y Mercados (ISCAM), fundada por Francisco “Paco” Rascón, prepara el lanzamiento de una nueva unidad de negocios denominada ISCAM Tickets, consistente en la presentación de reportes periódicos sobre el estado que guarda este sector y su potencial de desarrollo, con base en el análisis de millones de boletos de venta proporcionados por los propios mayoristas.

Se trata, dijo en entrevista con **Así es esto del Abarrrote** el director del proyecto ISCAM Tickets, Fabián Ghirardelly, de un paso más de esta compañía orientado a ofrecer datos útiles para entender mejor al mayoreo y aportarle valor al canal y a la industria.

La copiosa información contenida en los tickets, debidamente sistematizada, permitirá, entre otras muchas cosas, comprender mejor los movimientos de precios y los rangos más atractivos para las marcas para potencializar sus ventas, su interacción con otras

¿Cómo lo hacemos?

Analíticos para potenciar nuestras marcas conociendo al shopper

Analizando viajes de compra (ticket) y su impacto en nuestro negocio



categorías, así como la penetración de una categoría en la masa de boletos de venta del mayoreo.

Y, a partir de estos datos, encontrar vías de crecimiento para marcas y categorías, y obviamente para los mayoristas y sus proveedores y la industria en general.

Explicó que el análisis de la información se realiza por medio de una metodología novedosa, una plataforma de inteligencia de mercado igualmente nueva, y un experimentado equipo de analistas, con el insumo principal de un volumen de tickets que ya alcanza más de 120 millones y sigue creciendo.

Ghirardelly, añadió que desde hace más de 20 años ISCAM es referencia para entender el mayoreo, canal absolutamente relevante pues pasa por él aproximadamente la mitad del volumen de ventas -la facturación- de un fabricante de productos de consumo masivo.

Recalcó que a lo largo de este tiempo ISCAM “ha venido aportando al mercado lo que técnicamente podemos llamar la auditoría del canal mayoreo”; mediante la cual “se le toma el pulso al canal” con objeto de obtener información acerca de cómo viene creciendo y desarrollándose.

Más valor

El director del proyecto señaló que la nueva unidad de negocio sumará aún más valor a la industria de lo que históricamente ha venido haciendo ISCAM en el

mercado mexicano, buscando ahora entender de mejor manera lo que pasa con las ventas del canal.

“Hasta ahora ISCAM ha estado aportando al mercado mexicano todo lo relacionado a la auditoría del canal de mayoreo, y en esto es el gran referente de la industria, y hoy damos un paso más con una plataforma de análisis que no existe en México.

¿Qué tipo de cosas podemos entender?, se preguntó al responsable del proyecto, y explicó:

“Bueno, entender mucho mejor los movimientos de precio, cuáles son las bandas de precio más atractivas para un producto; entender mejor, analizando los millones de tickets que vamos a tener, por ejemplo, qué penetración tiene una categoría en la masa de tickets”.

“Llegar a más tickets de compra, todos los días, es una vía clave de crecimiento. Con el análisis de esos millones de tickets seremos capaces de encontrar vías de desarrollo, de crecimiento de las categorías, marcas y del canal mayoreo en general”.

Ghirardelly empleó una metáfora para recalcar la idea del proyecto:

“Es como un iceberg: entendemos una parte y vamos a entender -bajo el agua, digamos-, a través de estos análisis, qué pasa en el canal mayoreo. Ese es el aporte que vienen a hacer ISCAM Tickets”.



Con La Fina siempre ganas



La sal que conviene

COMER SANO TE CONVIENE

[f](#) [@](#) [p](#) [t](#) [v](#) SalLaFina

Luego explicó de modo somero el procedimiento de análisis. “Tenemos una plataforma tecnológica donde vaciamos la información, los detalles de los tickets que nos envían los mayoristas. Hoy día en la plataforma tenemos más de 120 millones de tickets y se siguen sumando mayoristas y sumando millones de tickets.

“Cada mayorista aporta millones de tickets. Luego, tenemos un equipo de especialistas en el análisis de esos tickets, todos con formación en estadística avanzada, con los que desarrollamos toda una serie de datos analíticos que nos permiten entender mejor el mercado”.

Prosiguió: Así, “yo puedo saber, por ejemplo, por los tickets de una categoría, qué proporción de esos tickets va con otra categoría, en cuántos tickets encontré galleta con refresco, duplas, cuántas hay; si quiero desarrollar una categoría puedo encontrar con qué categoría me puedo desarrollar, con cual me puedo apalancar”.

“Podemos identificar cuáles son los días y horarios clave de venta para una categoría, para una marca específica, para una zona del país específica y con ello estructurar mejor cualquier actividad promocional o el canal puede entender mejor los horarios donde necesita proveer el servicio perfecto por la cantidad de flujo de compradores en sus tiendas”.

“¡Imagínate, al ver el ticket, toda la información que tú tienes! Nosotros tenemos millones de tickets, que los sumamos a esa plataforma tecnológica y podemos contar con la información que nos permita entender cómo es la conducta de compra del cliente al que queremos llegar. El ticket me refleja un hábito de compra y, analizando ese ticket, desciframos ese hábito, desciframos esa compra”.

El director del proyecto ISCAM Tickets indicó que por ahora la información susceptible de ser obtenida es de carácter nacional, pero se espera para finales del presente año tenerla por regiones, en las seis grandes regiones del país que reporta ISCAM.

Explicó que ya se tiene una muestra lo suficientemente robusta para entender el mercado y esperamos se sumen más mayoristas al proyecto.



Somos únicos en México, haciendo análisis con esta cantidad y calidad de datos y con el desarrollo analítico que hemos creado”.

--¿Quién hace ese levantamiento de tickets, como los obtienen?

--El mayorista envía su información, como lo hace con sus ventas usuales. Viene su información de ventas detallada por tickets. Nosotros consolidamos cada uno de los tickets que reflejan esas ventas, todo ese universo de información de los diferentes mayoristas y conformamos la información a nivel total mayorista.

Complejidad del proceso

Indicó que si bien hay información que el mismo mayorista podría sacar, tardaría muchísimo porque no tienen la plataforma tecnológica para hacerlo de manera ágil, como lo podemos hacer nosotros. “Nosotros nos dedicamos a esto, a analizar la información, el mayorista se dedica a crecer su negocio”.

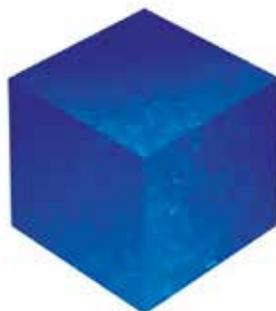
ISCAM Tickets, nueva herramienta para mayoristas

Adicionalmente, “hacemos análisis que ninguno de ellos hace, con una plataforma que venimos desarrollando hace más de 10 años con nuestro socio en Argentina. ¡Imagínate el alcance que tiene! No solo podemos hacerlo de manera más rápida y ágil que ellos, sino también hacemos cosas que ellos nunca se imaginaron poderlo hacer”.

“Y ahora, con esta mirada de tickets van a tener acceso no sólo a su propia información sino también a un comportamiento del total del mayoreo. Eso aporta muchísimo valor. Todo esto hemos venido a aportar a la industria y al canal. Un entendimiento del mayoreo que ayuda al fabricante y al mayorista a atenderlo mejor”.

Más adelante hizo notar que “a través de esta apuesta que estamos haciendo vamos a aportar un entendimiento del canal, una inversión en tecnología hacia el canal, que hoy en día no se había hecho, a pesar de que representa más de la mitad de las ventas de muchos fabricantes. Aquí hay una oportunidad de aportar más valor. Vamos a ayudar al mayoreo en su totalidad”.

“En lo que queremos ayudar, y de hecho lo estamos haciendo desde hace seis meses, trabajando con el canal, es a definir estrategias en términos de cómo pueden seguir creciendo en su mercado, cómo seguir potenciando ciertas categorías, además de ayudarles en la gestión de sus diferentes tiendas, puesto que no todas trabajan de la misma manera, hay mucha diferencia entre ellas”.



ISCAM[®]
Tickets
powered by **scenia** | knowing how

Enfoque en las tiendas

Ghirardelly citó un ejemplo de tales diferencias.

“Uno de los mayoristas que está participando del proyecto, quería impulsar refresco carbonatado. Vimos que esta categoría pesaba el cinco por ciento de las ventas del mayorista; pero, cuando lo analizamos por tienda, en muchas era el 10 por ciento del volumen o la facturación, y en otras tiendas solo representaba el 1 por ciento de sus ventas. Las tiendas mostraban enormes diferencias por lo que las acciones a realizar en cada tienda, para impulsar esta categoría, eran muy diferentes también”.

“Entonces, estamos poniendo el foco en entender las tiendas en lo específico para ver qué es lo que termina pasando en cada una y qué es lo que hacen bien las que están vendiendo bien y qué tenemos que cambiar en las tiendas con mayores oportunidades. Estamos haciendo un aporte súper significativo”.

“Hablamos -continuó- de un producto sistematizado. Todos los meses los mayoristas nos están entregando la información de tickets de compra y nosotros estaremos generando un reporte mensual de cómo va su negocio desde el punto de vista de los tickets. En definitiva, vamos a ser unos asesores, desde un punto de vista más estratégico, para cada uno de nuestros socios que está participando en nuestra plataforma y tenemos un equipo que trabaja para ello. Lo que queremos es apoyar a cada uno de nuestros socios, para que puedan capitalizar las oportunidades de negocio detectadas.

Por último, el director del proyecto ISCAM Tickets expresó su confianza en que esta nueva unidad de negocios tendrá buena aceptación en la industria. “No tengo ninguna duda de que ISCAM Tickets será un gran aporte al mercado y a la industria y estamos seguros que tendrá muy buena recepción, tanto por los mayoristas como por los fabricantes de consumo masivo”.



Pago con vales electrónicos oportunidad de más ventas

Santiago González

Líder mundial en soluciones de pago, como los vales de despensa y otros servicios que contribuyen a la motivación y mejora de la calidad de vida de los trabajadores en las empresas, Edenred manifestó su interés de explorar oportunidades de negocio con los abarroteros mayoristas.

Así lo señaló, la Gerente Nacional de Merchant Services México, Rocío Huerta en entrevista con **Así es esto del abarrote**. “Nosotros ayudamos a las empresas a dar este tipo de soluciones o de beneficios a sus empleados”.

Destacó su propósito de expandir la red de comercios afiliados que reciben pagos con tarjetas Edenred, con el objetivo de darles opciones de uso a los beneficiarios de estas prestaciones.

“Estamos muy interesados en contar con comercios locales y cercanos a nuestros usuarios”, expuso, y añadió que trabajan con el objetivo de alcanzar la meta de integrar los pequeños comercios a la inclusión financiera y la inducción de tecnología, por medio de la aceptación de pagos electrónicos como las tarjetas de vales de despensa.

Hizo notar que Edenred cuenta con cuatro millones de usuarios a nivel nacional; es decir, personas que tienen la prestación de vales de despensa y por ende usan su tarjeta en diversos comercios, desde los grandes supermercados, hasta minoristas.

Indicó que el sector de soluciones de pago experimenta cambios, y, por lo mismo, el presente es el último año que Edenred emitió vales de papel, pues “prácticamente ya todo está en una tarjeta”. ➤

Rocío Huerta, gerente de Edenred



Y hay una razón para ello -mencionó Rocío Huerta-: las empresas reciben un beneficio fiscal al dar prestaciones de esta forma (tarjeta). Una ley de la miscelánea fiscal dispone que todas las empresas que lo dan a través de un monedero electrónico tienen un beneficio de deducibilidad; mientras que en papel no.

Sumar a tienditas

En la entrevista la ejecutiva detalló qué sobre todo, busca Edenred acercarse a los socios de la ANAM, para explicarles cuáles son las oportunidades de negocio que estos podrían aprovechar al integrarse y aceptar las formas de pago de esta empresa.

Explicó: “Uno de los requisitos más importantes para que puedan aceptar Edenred o tener una relación comercial con nosotros, es tener un medio para recibir pagos mediante tarjetas; deben contar con una terminal bancaria o una forma en que pueda aceptar pago con tarjetas”.

Sin embargo -prosiguió- Edenred también dispone de alternativas, si los mayoristas en sus negocios o sus clientes detallistas todavía no cuentan con algún medio para recibir una tarjeta. Punto Clave, nuestra empresa hermana ofrece la posibilidad de colocar un lector para que puedan recibirlas.

Están estas dos opciones: quien tenga una terminal bancaria para recibir tarjetas puede hacer un acuerdo con nosotros; y quien no, ofrecemos una alternativa para que también pueda ser nuestro socio comercial, dijo.

A manera de ejemplo sobre cómo funcionan las soluciones que ofrece la compañía, comentó:

“Tenemos como clientes empresas reconocidas a nivel nacional, quienes dan a todos sus empleados una tarjeta de despensa y les asignan un saldo mensual. Esos usuarios tienen la opción de comprar en todos los negocios que tenemos afiliados. ➤



L'ORÉAL PARIS

NUEVO

Caída Resist
CON [AMINEXIL]

1.5%
[AMINEXIL][®]

SÉRUM CREADO
VALIDADO CON
DERMATÓLOGOS
POR L'ORÉAL PARIS

**CUERO CABELLUDO MENOS
VISIBLE EN 6 SEMANAS***



*ESTUDIO CLÍNICO EN 50 PERSONAS. USO DIARIO DURANTE 6 SEMANAS. **CAÍDA DEL CABELLO DEBIDA AL QUIEBRE Y DEBILIDAD DE LA RAÍZ. ***RESULTADOS OBTENIDOS DESPUÉS DE USAR EL SÉRUM ELVIVE FALL RESIST EN CONDICIONES NORMALES DESPUÉS DE 6 SEMANAS DE USO. LOS RESULTADOS PUEDEN VARIAR DE UN INDIVIDUO A OTRO. Salud es Belleza 123300EL950582



Lo que buscamos ahora es integrar a más comercios, principalmente a pequeños comercios, tienditas de la esquina que puedan recibir estas tarjetas, y darles a nuestros usuarios más alternativas de compra cercanas a su casa”.

La Gerente Nacional de Merchant Services en Edenred México resaltó el interés de llegar a los comercios afiliados a la ANAM y sus clientes, de modo que ellos vean cómo, a través de la aceptación de los medios de pago de Edenred, pueden incrementar sus ventas.

Pago único

También explicó que existe una comisión por la integración a la red de Edenred. Les cuesta a los comercios porque -dijo-, al final, es un medio de pago, con una red seleccionada de comercios que les va a generar ventas.

“Todos nuestros afiliados tienen una tasa de participación, a todos se les cobra un porcentaje sobre la venta, que oscila entre el cuatro y seis por ciento”.

¿Es alto? No, ya que va de acuerdo al potencial de venta que tenemos con nuestros medios de pago. Somos el líder a nivel nacional en emisión de soluciones de despensa, que es nuestra solución estrella”.

En este sentido informó que se han explorado formas de apoyo a los socios de la ANAM, haciendo un pago único, como una especie de anualidad de

mil ochocientos pesos, el cual eximiría de la comisión sobre las ventas. “Se hace solo ese pago, se activa el poder recibir nuestras tarjetas y ¡ya! Nos vemos hasta dentro de un año”.

- Además del requisito del lector de tarjeta y el pago de mil ochocientos pesos, ¿qué otras cosas se requieren para obtener el servicio?

“Hoy todos los comercios que tienen una terminal bancaria están regularizados y dados de alta en La Secretaría de Hacienda. Les pediremos la carátula de un comprobante del estado de cuenta, la identificación del representante legal y en el caso que sea persona moral, el acta constitutiva o el poder de representante legal, esos son los documentos que normalmente les piden en el banco”.

Reiteró que quienes aún no cuentan con un dispositivo para cobrar mediante tarjetas “podemos referenciarlos con Punto Clave”.

Contrato y requisitos

Para formalizar el acuerdo, indicó, “hacemos un contrato mercantil de afiliación muy sencillo y les pedimos los requisitos ya mencionados. Incluyendo que “El banco les da un número de siete dígitos al adquirir su terminal bancaria, ese número lo mandamos a nuestro sistema para darlo de alta a la lista de afiliados y así, en automático nuestras tarjetas comienzan a ser recibidas en ese comercio.”.

Señaló que el costo de la anualidad -únicamente para socios de la ANAM- incluye un seguro de asistencia, ambulancia y asesoría jurídica para los comercios. Todo con el objetivo de apoyar a los negocios locales y contribuir a elevar las ventas de los abarroteros.

Rocío Huerta, comentó que, si los socios de la ANAM estuvieran interesados en adquirir la solución para sus trabajadores, es posible hacerlo y puede incluir la ventaja de uso exclusivo de la tarjeta en sus propios negocios.

“En Edenred ayudamos a las empresas a dar prestaciones que motiven a sus empleados, mejorando su calidad de vida y la de su familia”, finalizó.



En estas Fiestas Patrias
refréscate con

ZUKO®



TOMA AGUA

con
ZUKO
SIEMPRE
GANAS MÁS.

La medición de inflación a consulta



Roberto Fuentes Vivar

Cada vez que un ama de casa acude a un supermercado, tienda de autoservicio o mercado tradicional, la primera expresión es que el dinero alcanza para menos compras y que la forma de medir la inflación no refleja la realidad de sus bolsillos.

Esta percepción incluso fue detectada por la agencia de encuestas Mitofsky, que en octubre del año pasado realizó una investigación en la que más del 50 por ciento, no creía en los datos que se daban a conocer en el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) que mide quincenalmente los niveles de inflación en el país. Incluso el 86 por ciento consideraba que el aumento de precios era superior a lo que decían las autoridades y se debía a las condiciones internacionales y al mal manejo económico del gobierno federal y sólo nueve por ciento lo atribuía a la ambición de los empresarios

En una investigación de la agencia Bloomberg, los analistas Janneth Quiroz y Víctor Ceja explican dos razones por las cuales la sociedad no confía en la medición del INCP y tiene la percepción de que la inflación es mayor de lo que indica porque así lo dice la cartera:

La primera es que persiste la idea de que cuando se habla de una desaceleración de la inflación, la gente piensa que van a bajar los precios, lo cual no es exacto, pues una desaceleración significa que los precios siguen aumentando, aunque a un nivel menor que en el periodo anterior.

La otra es que es muy raro que definitivamente los precios bajen de un periodo a otro. Además, que en muchas ocasiones la gente recibe información de diversas mediciones que suelen confundirse. Por ejemplo, en la mayoría de la población no existe claridad entre lo que es la inflación mensual (que mide el índice con relación al mes anterior), la inflación anual (la que refleja el comportamiento con relación al mismo periodo del año anterior) y la inflación subyacente (los precios que no están sujetos a decisiones de carácter administrativo, estacionalidad o alta volatilidad. Por ejemplo, las servilletas de papel o la mostaza y la mayonesa).

Una tercera razón, explicada por otros economistas, es que persiste una confusión entre lo que significa inflación y lo que es el poder adquisitivo, que se miden de forma distinta. Por ejemplo, aunque haya una baja inflación, si disminuye



el poder adquisitivo se tiene la percepción de que los precios son más altos.

Jonathan Heath, subgobernador del Banco de México es más específico, al hablar sobre los precios en la pandemia: “El Banco de México documentó descensos relevantes en el número de variedades disponibles de productos en algunos supermercados. Esto proveyó evidencia de que durante los meses de fuerte confinamiento la disrupción en las cadenas globales de valor, la reducción de producción nacional y la demanda particular sobre ciertos productos provocaron escasez y, hasta cierto punto, incapacidad temporal de actualizar los precios bajo el nuevo contexto pandémico.

“Al mismo tiempo, las mismas políticas sanitarias ocasionaron que muchas personas vieran aminorado su ingreso por la pérdida de su empleo o la suspensión de actividades sin goce de sueldo. Ante ello, los consumidores modificaron sus patrones de compra incrementando la demanda por ciertos bienes (y disminuyendo la de otros).

“El resultado fue que muchos precios cambiaron con relación a otros, lo que provocó un cambio en los precios relativos, más que un fenómeno inflacionario. Mientras que los servicios turísticos, de esparcimiento, de alimentación y hospedaje se reducían, el costo de las mercancías alimenticias o las bebidas alcohólicas se incrementaban. La magnitud y el efecto neto de todos esos cambios de precios relativos era difícil de estimar debido a cambios en la canasta de consumo, así como a

ciertas dudas sobre la confiabilidad de la información de precios que se recopilaba”.

Heath agrega: “Los cambios en los patrones de compra y la disponibilidad de productos añaden sesgos en la representatividad de la canasta de consumo sobre la que calcula el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC). Dicha canasta es fija y representa las fracciones del gasto promedio dedicadas a cada uno de los productos. El problema radica en que tanto el conjunto de bienes y servicios, como sus contribuciones a la canasta no suelen actualizarse durante periodos cortos. Esto pone un sesgo importante a la medición de la inflación frente a un cambio estructural en los patrones de consumo”.

¿Qué significan estas palabras de un economista reconocido? En síntesis, que existen muchos motivos que pueden influir en la medición de la inflación y en la percepción que tiene la sociedad acerca de lo que significa el Índice Nacional de Precios al Consumidor.

Hacia una nueva medición

Desde 1976, cuando comenzó a medirse la inflación a través del Índice Nacional de Precios al Consumidor, ➤

DISFRUTA DIFERENTES OPCIONES PARA TU DÍA



Kellogg's®

aKa estamos en tu tiendita más cercana

COME BIEN.

Más peso de internet

ha habido siete cambios en la metodología. Uno de ellos fue hace 10 años, cuando el Banco de México pasó la responsabilidad al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) pues era incongruente que el organismo bancario central midiera y al mismo tiempo tuviera como prioridad la lucha contra del aumento de precios.

La última modificación se realizó en 2018 y ahora el INEGI ha lanzado una convocatoria pública para cambiar algunos de los elementos que influyen en la medición, luego de la experiencia ocurrida a nivel mundial y nacional, en la cual la que los precios se dispararon en meses recientes por diversos fenómenos ocurridos durante la pandemia y por la guerra en Ucrania.

El objetivo, de acuerdo con el INEGI es “mantener actualizado el índice, a través de la renovación de la canasta, sus ponderadores y la introducción de índices encadenados bianuales”. La consulta pública se desarrolló entre mayo y junio y sus resultados serán dados a conocer en agosto para que, en principio, se apliquen en septiembre.

Se espera que, con la actualización, la canasta llegue a 307 productos y crezca el número de ciudades medidas. El director general de Estadísticas Económicas del INEGI, Arturo Blancas, explicó que el objetivo es que cada dos años se actualice la canasta de bienes y productos, así como su ponderación.

También se actualizará la lista de gastos utilizada para medir la inflación en México, dado el rápido cambio en el uso de la tecnología, el mayor peso en el gasto que tiene la convivencia de las personas con sus mascotas, así como los nuevos patrones de consumo tras la pandemia.

Dentro de los cambios previstos se encuentra la adopción de una metodología de índices encadenados cada dos años, en línea con mejores prácticas internacionales que ya se aplican en diversos países.

Otros de los cambios son, por ejemplo, para la gente que escucha música, interactúa con el Internet o el gasto que los consumidores mexicanos destinan al cuidado de sus mascotas. “Ahora la música ya no se adquiere a través de CDS, bueno, ya no es tan común; ahora se hace mediante plataformas electrónicas; el entretenimiento en casa ha cambiado; toda vez que ahora se ve cada vez más personas conviviendo con sus mascotas y su patrón de gasto en este rubro ha cambiado. Los cambios para medir la inflación son tan palpables como salir de casa y observar los cambios”, señala el INEGI.

Así, la nueva canasta podría incluir servicios para mascotas (veterinaria, cortes de pelo, paseos, alimentación), de mensajería y paquetería (por compras por Internet), entre los principales cambios que se prevén entren a la canasta de bienes y servicios.

También dentro de los cambios se prevé que el INEGI tome en cuenta los resultados de la Encuesta Nacional de Ingreso y Gasto de los Hogares anual edición 2022, cuyos resultados se dieron a conocer a finales de julio.

Otro de los cambios es que se modificarán las ponderaciones y se actualizarán cada dos años, en aras de ser competitivos a nivel mundial y estar a la par de países como Estados Unidos y Canadá que actualizan la información clave con la que pueden medir la inflación.

Actualmente, se cotizan alrededor de 348 mil precios mensuales, que corresponden a una muestra aproximada de 127 mil productos y servicios específicos, y que se levantan en cerca de 26 mil unidades económicas.

La ponderación, de acuerdo con el sistema actual, por objeto de gasto es la siguiente, por grupos de productos: 1. Alimentos, bebidas y tabaco (30.29 por ciento) 2. Ropa, calzado y accesorios (5.04), 3. Vivienda (22.09 por



La medición de inflación a consulta

ciento) 4. Muebles, aparatos y accesorios domésticos (4.72) 5. Salud y cuidado personal (6.74 por ciento) 6. Transporte (13.98) 7. Educación y esparcimiento (9.18) y 8. Otros servicios (7.96 por ciento).

Los cambios anteriores

El cambio anterior se aplicó en la quincena de agosto de 1918, y la nueva lista de gastos incluyó ya servicios para mascotas (veterinaria, cortes de pelo, paseos), de mensajería y paquetería (por compras por internet), leche de soya, té, herramientas, servicios para el mantenimiento del hogar, lámparas, alfombras y transporte escolar.

También en los cambios anteriores se dio mayor peso a los gastos en frutas y verduras, los productos de origen animal y los energéticos (gasolina, diésel, gas natural, gas LP). Incluso se le dio más peso a la gasolina Magna.

Ahora, además de los precios existe la posibilidad de que se incorporen al Índice Nacional de Precios al Consumidor nuevas ciudades, además de las que se incorporaron en 2018 (Pachuca de Soto, Cancún, Coatzacoalcos, Esperanza, Izúcar de Matamoros, Atlacomulco, Saltillo, Tuxtla Gutiérrez y Zacatecas).

¿Para qué sirve la medición de la inflación?

Una de las cuestiones importantes es que el INPC no sólo sirve para medir los precios, sino para otros usos como:

- Factor de actualización de los créditos fiscales.
- Determinante del valor de la Unidad De Inversión (UDI).
- Factor para actualizar la Unidad de Medida y Actualización (UMA).
- Referente en negociaciones contractuales.
- Factor de actualización de valores nominales y como deflactor del Sistema de Cuentas Nacionales de México.
- Auxiliar en la determinación de los incrementos salariales, los montos de las jubilaciones y las prestaciones de seguridad social.

• Auxiliar en el cálculo de pagos de intereses, montos de alquiler, contratos privados y precios de los bonos que suelen estar indexados al INPC.

• Auxiliar para las autoridades financieras y hacendarias del país en el diseño y evaluación de las políticas monetarias y fiscales, orientadas a procurar la estabilidad del poder adquisitivo de la moneda nacional y unas finanzas públicas sanas.

• Herramienta estadística para empresas e investigadores.

Ojalá las modificaciones que se hagan, en las que seguramente desaparecerán productos y servicios ya obsoletos y se incorporarán otros, sirvan para que la sociedad tenga mayor confianza en el Índice y pueda sentir que lo que dice la inflación se refleje en el bolsillo.



También cambió el peso que tienen algunos productos en su medición como el precio de los energéticos y productos agropecuarios.

La lista pasó de 283 ponderadores a 299, de los cuales 265 permanecieron sin cambio, dos desaparecieron, nueve se desagregaron en 19, siete se fusionaron en cinco, y se incorporan 10 más. El anterior cambio había sido en 2013 y la idea siempre ha sido adaptar las listas de precios al mercado. Entre los precios que desaparecieron hace cuatro años se encontraban, por ejemplo los servicios de la larga distancia nacional y hasta algunas tarifas de viajes ya inexistentes como los pasajes de ferrocarril.



LAS FIESTAS PATRIAS
SON MÁS DULCES

con **Splenda**[®]
ENDULZANTE



#FelizHoySaludableMañana

splenda.la |    

Jitomate

ombbligo de agua que legó México



Roberto Fuentes Vivar

Hay una tonadilla que ha sobrevivido a muchas generaciones:

*“Estaban los tomatitos muy contentitos/
Cuando llegó el verdugo a hacerlos jugo/
No me importa la muerte, dicen a coro/
Si muero con decoro en los productos Del Fuerte”*

El jingle (como le dicen en inglés a las canciones publicitarias) es atribuido al gran escritor Fernando del Paso (autor de las Noticias del Imperio y Palinuro de México), cuando en una época se dedicó a redactar textos para agencias de publicidad.

La tonada es tan pegajosa que se queda grabada por horas en la mente. Pero quizá lo principal es que ha caracterizado por años una industria muy mexicana que está presente en todo el mundo y, desde luego, en las tiendas de abarrotes: la del jitomate.

¿Qué nos encontramos en una tienda de abarrotes?. Nada menos que jugo de tomate, puré de tomate, latas de tomate molido, salsas cátsup hechas de tomate, otros jugos con tomate (como el clamato), sardinas en salsa de tomate, salsas picosas con tomate, latas de verduras, frascos de bebidas alcohólicas mezcladas con tomate y más recientemente hasta tomates deshidratados.

¿Podemos imaginar la cocina mexicana sin el jitomate? Definitivamente no. Pero tampoco la comida española, ni la italiana, ni la francesa, ni la mediterránea en general, ni la oriental tan de moda en este principio del siglo XXI.



El jitomate es onnipresente en los guisos de todo el mundo: desde el famoso gulash de Europa Central hasta la sopa de miso japonesa, pasando por las mediterráneas tapas con tomate y aceite de olivo.

De su origen existen dos versiones: una que es nativo de Sudamérica, pero domesticado en México antes de la llegada de los españoles. La otra es que se trata de un fruto totalmente originario de las culturas mesoamericanas.

El nombre de jitomate proviene de la lengua náhuatl, específicamente del vocablo xictomatl, que está compuesto de tres palabras, xictli u ombligo; tomohuac o fruto y atl que quiere decir agua, por lo que su traducción sería “ombligo de fruta de agua”.

El jitomate (ya sea en sus variedades Saladet, Sinaloa, Bola y Cherry, principalmente) es la hortaliza de mayor consumo en el mundo y el tercer producto hortícola más popular. Su nombre culto es *Solanum lycopersicum* y se cultiva prácticamente en todo el mundo. Pertenece al género *Solanum* y está emparentado con la berenjena.

De México para España e Italia

Sí se puede asegurar que fue domesticado por los pueblos mesoamericanos hace 2,600 años. Existen evidencias arqueológicas de que se usaba en la cocina prehispánica. De hecho, Bernal Díaz del Castillo narra que, durante el viaje de Veracruz a Tenochtitlán, los indígenas de Cholula “tenían ollas listas con pimientos, tomates y sal”.

Para la segunda mitad del siglo XVI, Francisco Hernández, médico del rey Felipe II, fue comisionado para hacer un catálogo de las plantas usadas en la Nueva España, describiendo el jitomate del siguiente modo: “los más grandes de ellos se llaman xictomatl, es decir, tomatl con forma de calabaza y rugosos”. Incluso mencionaba que se

usaba medicinalmente para aliviar irritaciones de garganta, dolores de cabeza, aparato digestivo, oído y paperas.

Algunos historiadores atribuyen a Hernán Cortés ser el primer exportador de jitomate a Europa. Veinte años más tarde el jitomate fue mencionado por primera vez en un texto italiano, cuando Pietro Andrea Mattioli señaló la aparición de un tipo de berenjena en Italia, a partir de entonces el tomate rojo se extendió por Europa y Asia.

En las aduanas el registro de la entrada de plantas era de poca importancia, por lo que no hay documentos de la llegada del tomate a través del puerto de Sevilla. Inicialmente se plantó en los jardines botánicos del sur de España, desde ahí viajó rápidamente al resto del Mediterráneo. Gracias a la calidez del suelo mediterráneo, el cultivo de tomate prosperó.

El jitomate se plantaba en macetas familiares y recibió en italiano el nombre de poma-amoris o “manzana del amor”. Como consecuencia, a este fruto se le atribuyeron propiedades afrodisiacas, especialmente entre los franceses.

Por su parte, Galindini de Padua se refirió al jitomate como “el tumatle de Themistitan”. Esto porque existían dos cartas de Hernán Cortés firmadas en Temixtitán, nombre que en realidad hacía referencia a México–Tenochtitlán.

Poco a poco el jitomate o tomate se introdujo en la cocina mediterránea. A diferencia de los chiles, el jitomate tenía sabor dulce y no picaba, por lo cual logró la

Jitomate, ombligo de agua que legó México

asimilación de los europeos y africanos. Con el tiempo el jitomate continuó su domesticación en Italia, donde nacieron las variedades que hoy son populares. La primera receta napolitana publicada que se conoce para preparar “salsa de tomate al estilo español” data de 1692.

Principal exportador pero no productor

La académica del Instituto de Investigaciones Históricas de la UNAM Janet Long, en su libro “De tomates y jitomates en el siglo XVI”, describe que el jitomate contiene vitaminas A, B1, B2, y C; aporta minerales como calcio, fósforo, potasio y sodio; medicinalmente es antiséptico, alcalinizante, depurativo, diurético, digestivo, laxante, desinflamatorio y remineralizante; sirve en caso de enfermedades hepáticas, quemaduras, obesidad, raquitismo; también ayuda a combatir diversas formas de cáncer; su jugo es un excelente auxiliar para la resaca o la cruda; desintoxica la piel y los órganos, y es fuente natural de ácido fólico, por lo cual se recomienda su consumo durante el embarazo.

México está considerado como el principal exportador de jitomate en el mundo, pero se ubica, según la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), como el noveno productor del orbe, luego de China, India, Estados Unidos, Turquía y Egipto, que controlan 62.1 por ciento del mercado global del fruto, también considerado hortaliza o verdura.



Nuestro país produce un promedio de 3.5 millones de toneladas anuales y en el ciclo 2022/23 se espera que mantenga el mismo nivel de productividad de tomate que en los últimos años, con un nivel de 3.7 millones de toneladas, siempre y cuando las condiciones de cultivo sean las normales y la fuerte demanda del mercado estadounidense continúe.

La producción de tomate se extiende durante todo el año, teniendo los mayores volúmenes durante los meses de octubre y noviembre y los menores volúmenes en marzo, julio y agosto. Por eso, sus precios pueden variar y en diciembre alcanza estacionalmente una de sus cotizaciones más altas en el mercado interno.

Sinaloa es el estado que lidera la producción de tomate, teniendo una participación de poco más del 20 por ciento, le siguen San Luis Potosí, Michoacán y Jalisco. En este sentido, si las condiciones de cultivo son normales, para la temporada 2022/23 se espera que la producción de tomate mexicano aumente, basándose en el aumento de los rendimientos a medida que el uso de invernaderos y otras tecnologías de producción continúe expandiéndose en el sector.

En cuanto a exportaciones, la temporada alta va desde enero hasta junio, teniendo los mayores volúmenes en marzo, aportación que complementa la producción en Estados Unidos, que se realiza mayoritariamente en California y Florida durante los meses de junio a octubre.





México es el principal proveedor de tomate fresco de Estados Unidos, pues más del 90 por ciento de las importaciones de tomate hechas por este mercado provienen de tierras mexicanas, un volumen que representa el mayor flujo comercial de tomate fresco en el mundo.

La exportación de tomate de México es de aproximadamente 1.8 millones de toneladas, por lo que el año pasado alcanzó un valor de dos mil 676 millones de dólares, en sus dos versiones fresco y congelado. Curiosamente solo se importan 26 millones de dólares de jitomate, por lo que la balanza comercial es más que superavitaria.

Entre los destinos del jitomate mexicano, además de Estados Unidos, se encuentran países como Canadá, Costa Rica, Cuba, Japón, Emiratos Árabes Unidos o Francia.

La defensa de las tierras

Para lograr convertirse en un referente en el mercado mundial del jitomate, su cultivo es uno de los que cuenta con mayor tecnificación y es uno de los más rentables, ya que un tercio de la superficie sembrada se ubica en agricultura protegida, de donde se obtiene el 67 por ciento del volumen de producción, según el secretario de Agricultura, Víctor Villalobos Arámbula.

Villalobos, en una conferencia titulada “Nuestra Riqueza: El Jitomate”, indicó que el fruto ha registrado un crecimiento promedio de 9.5 por ciento en los últimos 10 años. Y explicó que existe una superficie cultivada de más de 45 mil hectáreas y un consumo per cápita de 13.4 kilogramos.

Sobre su origen el titular de agricultura considera que el jitomate es una especie nativa que México comparte con los pueblos andinos de América y es considerado centro de diversificación al contar con una amplia variabilidad genética, en tamaño, colores y sabores, pertenecientes a diversas accesiones de tomate silvestre, nativo y cultivado.

De hecho, cada año en octubre unos 50 mil productores del país celebran el Día del Tomate, una iniciativa lanzada precisamente por la empresa Del Fuerte y que lleva ya varios años de conmemorarse.

Se calcula que su cultivo, cosecha y comercialización generan 72 mil empleos directos, sin contar otros miles que laboran en las empresas enlatadoras, jugueras y refresqueras. Además, hay por lo menos 10 mil fuentes de trabajo ligadas a su cultivo y distribución.

De acuerdo con el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera México produce 39.5 toneladas de jitomates por cada hectárea. La producción nacional para abastecer el consumo se ubica en dos millones 700 mil toneladas, suficiente para repartir 25 kilos a cada habitante del país.

Una anécdota de la historia reciente es que, antes del boom exportador del jitomate, la Confederación de Asociaciones Agrícolas del Estado de Sinaloa (CAADES) se enfrentó directamente al presidente Luis Echeverría a mediados de los años setentas para defender sus tierras ante posibles invasiones.

Hoy esta confederación -que fue un pilar para la creación del Consejo Nacional Agropecuario- es una organización de interés público, autónoma, con personalidad jurídica propia, conformada por 11 Asociaciones Agrícolas, que representan a más de 30 mil agricultores. También integra a 120 grandes empresas que producen y exportan la mayor parte del tomate sinaloense.

Otro asunto curioso es que, durante el gobierno de Carlos Salinas, el empresario Carlos Cabal Peniche, compró la estadounidense Del Monte Fresh, una de las principales productoras de salsa Catsup a nivel global. El empresario vendió la marca a empresarios chilenos luego del escándalo en que se vio involucrado por un fraude de casi 15 mil millones de pesos.

Ya sea Del Fuerte, De Monte, Embasa, la Costeña o Clemente Jacques, las tiendas de abarrotes venden salsas cátsup y purés de tomate, además de más de 200 productos diferentes que tienen que ver con esta maravilla mexicana que nuestros antecesores llamaban el ombligo de agua. 



¿Disfranzas los malos olores en el baño?

NUEVA
TECNOLOGÍA

Ayuda a **ELIMINAR**
malos olores

**ODOR
CONTROL**



Mejor usa Regio



**Trabajamos de la
mano contigo para que
tu evento sea un
¡ÉXITO!**

**¡Conoce más
de nosotros!**



Escanea el código QR

- f** A&V Soluciones S.A. de C.V
- ✉** araceli.cortes@ayvsoluciones.com
- ✉** eduardoventas@ayvsoluciones.com
- ☎** 55 5082 6812





XXVI EXPOANAM 2023

29,30 y 31 agosto
Centro Expositor Puebla
México

Por un Mayoreo Exitoso

- **El mayor centro de negocios**
 - **Negociaciones por \$60,000 MDP**
Abarroteros Mayoristas y más
 - **Exhibición de nuevos productos**
 - **+ 250 expositores**
 - **25,000 m² de exposición**
 - **7,500 participantes**
 - **Cena show - premios y reconocimientos**



Inventario Nacional



16 millones laboran más de 48 horas

Uno de los fenómenos ocasionados por la inflación es que los altos precios de los productos y servicios han modificado los hábitos de trabajo, pues millones de mexicanos tienen que laborar más para poder satisfacer las necesidades financieras de sus familias. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), al cierre del primer semestre, se habían sumado 949 mil 654 trabajadores al grupo que labora más de 48 horas a la semana, con respecto a junio de 2022. De hecho, la encuesta del INEGI indica que hay casi 16 millones de trabajadores (15.8 millones) que se encuentran en esa situación y que representan 27.8 por ciento del total del personal ocupado en el país. Otro grupo importante es el de quienes laboran de 35 a 48 horas y que suma 27.77 millones de trabajadores, 47.33 por ciento de la población ocupada, tanto formal como informal. A este grupo se sumaron 840 mil 745 empleados. Si se juntan los dos grupos resulta que en un año se incorporaron al mercado laboral casi un millón 800 mil trabajadores que se emplean más de 36 horas. En total 58.7 millones de personas (97.3 por ciento del total) estuvieron ocupadas en el sexto mes del año, 1.3 millones más que en el mismo mes de un año antes.

Se disparan las tarjetas de crédito

El número de tarjetas de crédito en el país se ha disparado en lo que va de 2023, como lo indica la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), que reportó al cierre de mayo 32 millones 428 mil 796, mientras que en igual mes del año pasado la cantidad era de 28 millones 802 mil 903. De hecho, hay un máximo histórico en tarjetas de crédito, con tres millones 625 más que el año pasado y un crecimiento de 12.5 por ciento en el año. De acuerdo con la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef) la circulación de nuevas tarjetas de crédito aumentó 16 veces entre 2022 y 2023. Incluso, por este incremento se calcula que para septiembre el saldo de la cartera de créditos al consumo alcance un billón 500 mil millones de pesos. Cuidado, porque el Costo Anual Total en los plásticos es de alrededor de 80 por ciento.

Prórroga en la carta porte

El Servicio de Administración Tributaria informó que se extenderá hasta el 31 de diciembre el plazo para sancionar a quienes no emitan, o lo hagan de forma incorrecta, el Comprobante Fiscal Digital por Internet de

ingreso y traslado con complemento Carta Porte. La prórroga fue bien recibida por muchas empresas como las de los transportistas.

Jorge Pickett, Socio del área fiscal de ASA Defensa y Estrategia Fiscal, S.C., explicó que un porcentaje alto de contribuyentes obligados a generar el complemento Carta Porte, habían solicitado una extensión. El especialista aseguró que las empresas y autotransportistas no serán sujetos de multas por errores o incumplir con la totalidad de los requisitos en el llenado del complemento de la Carta Porte. Dijo que las empresas deben tener extremo cuidado y asesorarse con profesionales para proteger sus bases de datos. La razón principal por la que el transporte de mercancías pone en riesgo a los transportistas, es que cualquier persona con un teléfono inteligente puede tener acceso a esta información. Estos problemas no han sido resueltos por la autoridad fiscal, dijo Pickett.

Problemas por el superpeso

La apreciación del peso, que al cierre de julio se encontraba debajo de 17 unidades por dólar (16.7) ha traído beneficios para la población como el hecho de que la inflación se haya frenado y se encuentre en menos de cinco por ciento al año. Pero también ha tenido sus efectos negativos. De acuerdo con el subsecretario de Hacienda Gabriel Yorio, la apreciación ha sido superior a la esperada, pues al cierre del primer semestre se pronosticaba una cotización un peso mayor (17.7 por dólar). De hecho, los ingresos públicos acumulan un rezago de 189 mil 557.5 millones de pesos respecto al programa previsto, porque los ingresos públicos cayeron 1.6 por ciento a tasa anual, debido al desplome de 23.9 por ciento en las entradas de recursos por la venta de petróleo -afectados por la apreciación del peso frente al dólar- y a la recaudación menor por exportaciones.

Nuevas certificaciones para empresas

Cada día que pasa las grandes empresas mexicanas tienen que cumplir con más certificaciones. Lo mismo existen las que se otorgan por ser compañías socialmente responsables, que las que cumplen con objetivos ecológicos o de género. Ahora ya algunos conglomerados presumen la certificación Age Friendly Employer que otorga el Programa de Age Friendly Institute. Se trata de una evaluación estructurada de las políticas de recursos humanos y de las mejores prácticas en relación con las organizaciones reconocidas por su compromiso con la retención y contratación de personas mayores de 50 años.



Adultos mayores, víctimas

Hablando de adultos mayores, Erik Moreno, director de ciberseguridad para Minsait en México, dijo que las personas de la tercera edad son más susceptibles de ser víctimas de los ciberdelincuentes, quienes aprovechan su desconocimiento en el manejo seguro de dispositivos móviles. De acuerdo con un informe de la Comisión Federal de Comercio de los Estados Unidos, los fraudes en línea tienen un mayor impacto económico en los adultos mayores con relación a los millennials, pues a los primeros logran robarles en promedio mil 092 dólares y a los más jóvenes cerca de 400. En México, la Unidad de Policía Cibernética de la Secretaría de Seguridad Ciudadana (SSC) revela que los incidentes más comunes que afectan a personas mayores de 60 años fueron el fraude (52 por ciento), el acoso cibernético (19), extorsión (19) y suplantación de identidad (10 por ciento).

Más robots que humanos

Para nadie es un secreto que cada día hay más robots en el mundo que hacen el trabajo de los seres humanos. Antonio Rivero, director general de Napse, señaló que 66 por ciento de los consumidores confía más en una empresa que está activa en inteligencia artificial, sobre todo para aplicaciones de mensajería. El especialista pronostica que para este 2023 el número global de interacciones exitosas de chatbots en el sector del retail minorista alcanzará los 22 mil millones y calcula que a nivel global el total de chatbots funcionando en aplicaciones de mensajería aumentará de tres mil 500 millones en 2022 a nueve mil 500 millones en 2026. Es decir que estamos a punto de que haya más chatbots que humanos.

En México, menos homicidios

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) presentó este martes el documento “Defunciones por homicidio enero a diciembre de 2022”, en el cual se indica que, tanto en números absolutos, como en la tasa de asesinatos por cada 100 mil habitantes, el año pasado hubo un descenso. A diferencia del aumento que percibe la oposición, el número de homicidios en México se ha reducido en el presente sexenio y estamos muy por debajo del nivel históricamente más alto registrado en 2018, último año del expresidente Enrique Peña Nieto. Concretamente se contabilizaron 32 mil 223 homicidios en todo el país, como una tasa de 25 por cada 100 mil habitantes, mientras que en 2018 fueron 36 mil 685 asesinatos con una tasa de 28 por cada 100 mil habitantes. Las cifras recabadas por el INEGI se derivan de las Estadísticas de 378 Oficialías del Registro Civil, 106 Servicios Médicos Forenses y 227 Agencias del Ministerio Público que tuvieron, al menos, un registro de homicidio.

EU se aleja de la recesión

El PIB de Estados Unidos creció 2.4 por ciento a tasa trimestral anualizada en el periodo abril-junio de 2023. Esta cifra fue mayor a la esperada por el consenso del mercado que calculaba 1.7 por ciento. El sector de servicios se reafirmó como el principal motor de la economía estadounidense, con una contribución de 0.95 puntos porcentuales al crecimiento trimestral anualizado del PIB. Se trata de una buena noticia para México, pero lamentablemente, por otra parte, ante el encarecimiento del crédito en el vecino país del norte por los elevados niveles de tasas de interés, el consumo en mercancías se frenó significativamente al crecer sólo 0.7 por ciento. Ya se alejó la recesión, pero el consumo no crece, lo cual es una amenaza para las exportaciones mexicanas.

Más crecimiento en México

La posibilidad de que el crecimiento económico en México sea mayor a tres por ciento este año es cada vez más cercana a la realidad, pues casi a diario se reciben noticias de que aumentan las expectativas por parte de organismos internacionales y privados. De hecho, el subsecretario de Hacienda y Crédito Público, Gabriel Yorio, aumentó a más de tres por ciento la previsión de crecimiento del Producto Interno Bruto en México

para este año, debido a que ya comenzaron a llegar inversiones extranjeras por el proceso de relocalización de empresas. La dependencia señaló que ya se están viendo los efectos del nearshoring, sobre todo en el norte del país, donde se observa una presión en los precios de la tierra y renta de naves industriales.

Mejora balanza comercial

El INEGI informó que en junio la información oportuna de comercio exterior indica un superávit comercial de 38 millones de dólares, saldo que se compara con el déficit de tres 971 millones de dólares obtenido en el mismo mes de 2022. En los primeros seis meses de



2023, la balanza comercial presentó un déficit de seis 344 millones de dólares. El valor de las importaciones de mercancías fue de 51 mil 762 millones de dólares, monto que implicó un retroceso anual de 6.2 por ciento. Dicha cifra resultó de la combinación de una caída de 56.3 por ciento en las importaciones petroleras y de un crecimiento de 3.3 por ciento en las no petroleras. Esto significa que México está dejando de comprar gasolinas al exterior, lo que fortalece el equilibrio,

Lala se asocia a Disney

Grupo Lala, anunció una alianza con Disney para conmemorar el 100 aniversario de la marca de entretenimiento. Esta colaboración especial permitirá difundir la magia de los personajes icónicos de Disney en los empaques de sus productos Lala Yomi. A partir de ahora, los consumidores podrán disfrutar de la presencia de personajes queridos de Star Wars, Princesas, Buzz Lightyear, Marvel, entre otros. Esta asociación busca despertar la emoción y la imaginación de los niños y las familias mientras disfrutaban de sus productos lácteos favoritos.

Mejora crédito automotriz

El crédito para vehículos automotrices se ha comenzado a reactivar, con un avance de casi dos dígitos. Cifras de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) indican que a mayo el saldo de la cartera vigente de crédito automotor se situó en 171 mil 661 millones de pesos, un incremento de 15.2 por ciento en términos nominales. El saldo del impago de este tipo de financiamiento es el menor dentro del segmento de préstamos al consumo, e incluso más bajo que el de los financiamientos destinados a la vivienda, por debajo de dos por ciento. Se trata de una buena noticia, pues muchas empresas han comenzado a reactivar sus flotillas, aprovechando que, a pesar del aumento en las tasas de interés, el monto de los créditos es accesible.

Avanza la construcción

Debido a la relocalización de empresas, la industria de la construcción aceleró su desempeño y recuperó en mayo el nivel observado antes de la pandemia de Covid-19, pues el valor de las compañías aumentó 7.8 por ciento frente a abril. De acuerdo con las estadísticas oficiales, en el periodo de referencia, el valor de

producción del sector -que impacta a 185 de 262 ramas económicas- registró un crecimiento de 18.2 por ciento frente a igual mes del año pasado. 



PSYCHO CLOWN

QUE LA **DESHIDRATACIÓN**
NO TE PONGA CONTRA
LAS CUERDAS
BOOM!



LUCHANDO CONTRA LA DESHIDRATACIÓN

Consulte a su médico.
UVA | DURAZNO | FRESA-KIWI | COCO | MANZANA | MORA AZUL
FRESA | NARANJA- MANDARINA | LIMA- LIMÓN | 500 ML. Reg. 74351 SSA VI

Solural Oficial | solural_oficial
@amsa.laboratorios | @amsa_lab | amsa.laboratorios



Psycho Clown es un personaje y marca protegidos por PROMOCIONES ANTONIO BENA, S.A. de C.V. prohibida su reproducción, copia o explotación no autorizada.



ENIGH 2022: Ingresos injustos gasto menos desigual

Roberto Fuentes Vivar

La Encuesta Nacional Ingreso-Gasto en los Hogares (ENIGH 2022) vino a demostrar que, aunque hubo una mejoría en la distribución de la riqueza con respecto a sexenios anteriores, México sigue siendo un país con una enorme desigualdad en materia de ingresos.

Sin embargo, en lo que se refiere al gasto, la diferencia entre los más ricos y los más pobres es menos desigual, sobre todo en lo que respecta a las erogaciones que hacen las familias mexicanas para satisfacer sus necesidades en productos relacionados con el sector abarrotero.

En términos generales, los ingresos de cada una de las familias mexicanas fueron de 67 mil 311 pesos trimestrales, de los cuales 63 mil 695 fueron ingresos corrientes, es decir sin tomar en cuenta algunas transacciones y operaciones financieras. El crecimiento relación a 2020 fue de 9.7 y 11.0 por ciento.

Mientras que los gastos totales fueron de 60 mil 253 pesos y los corrientes fueron de 50 mil 896 pesos, con un

crecimiento de 11.5 y 13.2 por ciento. Es decir que hubo mayor incremento en los gastos que en los ingresos.

A raíz de que finales de julio el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) presentó la encuesta se ha comenzado a debatir si la política del gobierno actual de “primero los pobres” ha funcionado o no.

Por un lado, la oposición intenta demostrar un supuesto fracaso en la política instrumentada por la IV Transformación, argumentando que las ayudas sociales no llegan a los más desprotegidos y que no se ha registrado una mejoría en los ingresos de las familias que viven en la pobreza extrema.

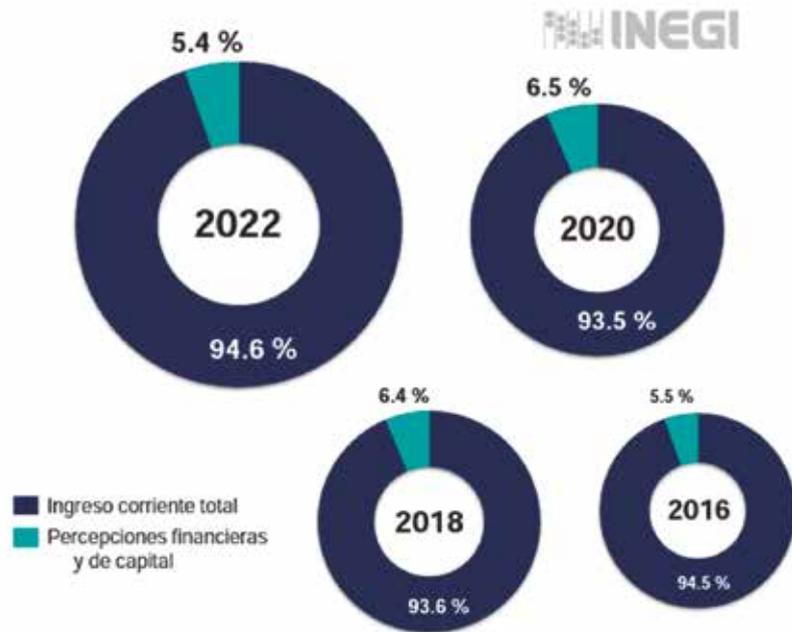
Por otro se encuentra la posición del presidente Andrés Manuel López Obrador, quien asegura que la encuesta ratifica que su política social sí está funcionando y su argumento principal es que en lo que va de su gobierno el 10 por ciento más rico de la población tenía ingresos 21 veces más altos que el decil (valores que dividen la serie de datos de diez partes iguales) más bajo y la brecha se redujo a solo 15 veces.

Ingreso total

En los hogares de México, el promedio del ingreso total trimestral fue de **67 311 pesos**.

Se compone por:

- Ingreso corriente total* (**63 695 pesos**).
- Percepciones financieras y de capital** (**3 616 pesos**).



La polémica va a continuar, incluso en los próximos días cuando se den a conocer la información del Consejo Nacional de Evaluación de la Política Social (Coneval) sobre la evolución de la pobreza con base en la ENIGH 2022, en la cual seguramente se reportará una disminución en el número de mexicanos en pobreza y en pobreza extrema, quizá con el menor número de pobres desde que se tenga registro, concretamente desde que en 1992 se realiza la EIGNH como se conoce hoy en día.

Fuera de esta polémica, poco se ha analizado lo referente a los gastos de las familias mexicanas y hasta la importancia que tienen algunos sectores para que los productos que necesitan las clases más desprotegidas lleguen a quienes más lo necesitan.

Primero que nada, hay que señalar que la ENIGH es un ejercicio que se realiza cada dos años y que es, después de los censos (de población y económicos), el documento que tiene mayor injerencia la planificación de políticas públicas y privadas, pues para su levantamiento los representantes del INEGI conviven durante varias semanas con familias de todos los estratos sociales para conocer los pormenores de sus ingresos y sus gastos.

La encuesta, para su análisis e interpretación, divide a la población mexicana en deciles y cada uno representa un 10 por ciento del total y también diferencia entre los mexicanos urbanos y rurales, los últimos viven en poblaciones de menos de dos mil 500 habitantes, es decir aquellos que tienen como única fuente de abastecimiento a la tiendita del pueblo.

Gastos: tres a uno

Como lo dijo el presidente, la proporción de ingresos entre las familias más pobres y las más ricas es de 15 veces, pues el 10 por ciento más pobre recibió en 2022 un promedio de 11 mil 333 pesos trimestrales, mientras que el decil más rico percibió 186 mil 198 pesos, en el mismo periodo.

La diferencia de ingresos entre la población más rica y más pobre de un país es uno de los temas que más se estudia a nivel mundial, al grado de que existe una medición llamada el coeficiente de Gini que es una puntuación en la cual el número más cercano a 0 significa menor la iniquidad en la distribución.

Bajo ese concepto en México este coeficiente de Gini fue de 0.402 el año pasado y, en 2020 era de 0.46, lo que significa una mejoría superior a 12 por ciento en dos años. Prácticamente en todo lo que va de este milenio este coeficiente se mantuvo entre 0.456 (en 2000) y 0.426 (en 2018) y en este sexenio comenzó a acercarse al valor 0.4. En los países desarrollados se encuentra en 0.3 en promedio y en los africanos en 0.5.

Pero lo que poco se ha estudiado es la concentración del gasto y en este sentido México es un país menos desigual, pues en términos generales el 10 por ciento de la población más rica eroga tres veces más que la población pobre, sobre todo teniendo en cuenta el gasto corriente monetario y en productos relacionados con los abarrotes.

El ejemplo más claro es el del gasto en alimentos, bebidas y tabaco, un concepto en el cual los mexicanos gastamos en total 565 mil 631 millones 153 pesos, lo que significa que cada familia destinó 15 mil 059 a ese fin y cada mexicano cuatro mil 388, de los cuales tres mil 506 pesos fueron consumidos dentro del hogar. Todas las cifras expresadas en moneda nacional al trimestre.

Si se extrapolan los datos de este sector y se utilizan los dos extremos, se puede observar que el 10 por ciento de la población más pobre del país gastó en ese concepto, relacionado de manera directa con los productos del mercado abarrotero, 28 mil 256 millones 153 pesos, mientras que el 10 por ciento más rico erogó 108 mil 778 millones 102 mil pesos.

Es decir, una proporción de menos de cuatro a uno, muy diferente a la concentración del ingreso en donde es de 15 a uno. En estos datos se refiere únicamente a los alimentos, bebidas y tabaco consumidos dentro del hogar.

En el caso de los alimentos consumidos fuera del hogar sí existe una concentración del gasto, pues solo 869 mil 738 hogares del decil más pobre de los mexicanos realizaron gastos en ese rubro por dos mil 310 millones 904 mil pesos, mientras que en el 10 por ciento de la población más rica dos millones 573 mil 293 familias destinaron 38 mil 653 millones 014 mil pesos. Pero se trata de un caso extremo.

Hay otros que resultan interesantes. Por ejemplo, en el rubro de azúcar y mieles, un millón 217 mil hogares del 10 por ciento de la población más pobre, gasto 505 millones de pesos, mientras que, en el 10 por ciento de la población más rica, solo 634 mil familias destinaron a ese rubro 413 millones de pesos. Es decir que para endulzar el hogar gastan más los pobres que los ricos.

Hay otros casos interesantes, como el de las tortillas de maíz, pues dos millones 607 mil hogares de los hogares más pobres gastaron dos mil 494 millones de pesos, mientras que entre los más ricos dos millones 901 mil hogares gastaron dos mil 893 millones de pesos en tortillas. Esto quiere decir que hay más hogares de ricos que de pobres que compran tortillas, seguramente porque muchas de las familias rurales en pobreza elaboran sus propias tortillas.

298 pesos en bebidas

La ENIGH toma en cuenta para la elaboración de sus resultados un total de 37.6 millones de hogares, en los que habitan 128.8 millones de mexicanos. El promedio de integrantes por hogar fue de 3.4 personas. Del total, 24.6 por ciento residía en comunidades rurales y 75.4 por ciento, en localidades urbanas.

Prácticamente en cada uno de estos hogares, se consumieron bebidas alcohólicas y no alcohólicas por un total de 38 mil 392 millones de pesos, lo que significó un promedio de mil 022 pesos por familia y de 298 pesos trimestrales por persona.



Es decir que cada mexicano gasta 10 pesos diarios en bebidas, principalmente no alcohólicas que representan más de 29 mil 132 millones de pesos trimestrales. En el caso de las alcohólicas, hay un fenómeno interesante que quizá se deba a un error estadístico.

Resulta que la ENIGH 2022 reporta que sólo un millón 022 mil hogares gastaron en bebidas alcohólicas (menos del cinco por ciento del total) y que el monto fue de cinco mil 522 millones de pesos en el trimestre. Seguramente en este caso hubo algún ocultamiento de información por parte de las familias.

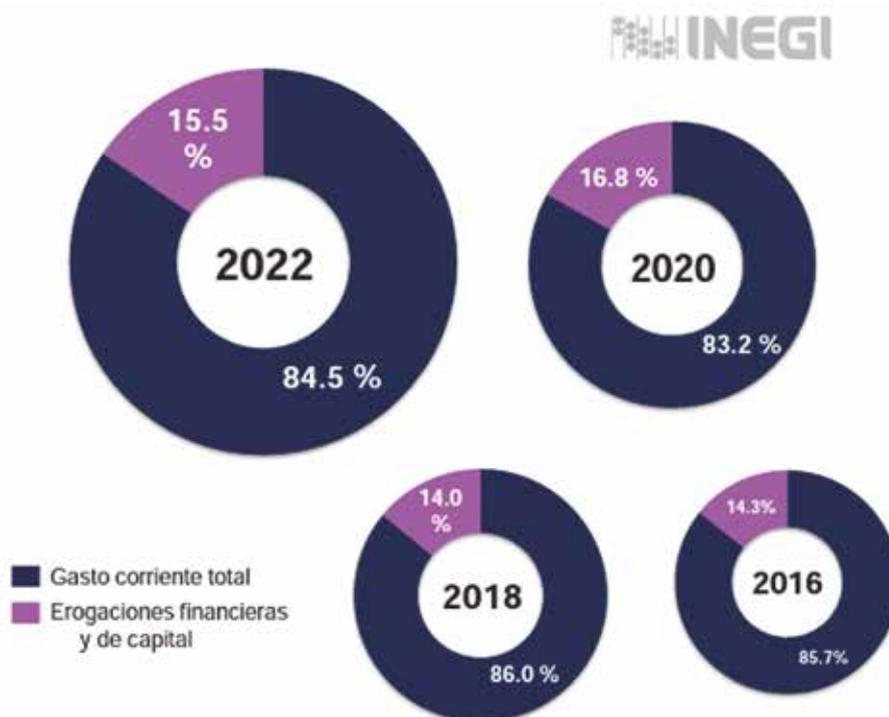
Fuera de los detalles específicos del gasto, hay algunos elementos que permiten vislumbrar a nivel general porque en 2022 se presentó un aumento en los ingresos y en los gastos de las familias mexicanas. El

Gasto total

En los hogares de México, el promedio del gasto total trimestral fue de **60 263 pesos**.

Se compone por:

- Gasto corriente total* (**50 896 pesos**).
 - ✓ Monetario (**39 965 pesos**).
 - ✓ No Monetario (**10 931 pesos**).
- Erogaciones financieras y de capital** (**9 367 pesos**).



primero es el crecimiento en el empleo y en los salarios mínimos y contractuales que se ha registrado en años recientes.

El segundo, son las ayudas sociales del Gobierno Federal y el tercero tiene que ver con las transferencias de remesas en años recientes, las cuales han registrado niveles nunca antes vistos. La principal fuente de ingreso en los hogares mexicanos fue el trabajo que representó 65.7 por ciento de lo que percibieron los hogares; siguieron las transferencias -como remesas, programas gubernamentales y pensiones-, con 17.2 por ciento. Entre ambas fuentes de ingreso representaron 83 de cada 100 pesos que entraron a los hogares mexicanos.

Los mil 778 pesos de apoyos

En general, en 2022, en los hogares de México, el promedio del gasto total trimestral fue de 60 mil 263 pesos, en contraste con los 54 mil 048 pesos de 2020. Lo anterior implicó un aumento de 11.5 por ciento. El gasto total trimestral se compone del gasto corriente total (50 mil 896 pesos, en 2022, contra 44 mil 942 pesos, en 2020). Lo anterior representó un incremento de 13.2 por ciento.

El principal rubro de gasto corriente monetario total trimestral presentado en 2022, fue el de alimentos, bebidas y tabaco con 37.7 por ciento; siguió transporte y comunicaciones con 19.3; ambos rubros fueron los más altos gastos también en la ENIGH 2020 con 38.0 y 18.6 por ciento, y en 2016 con 35.1 y 19.3 por ciento, respectivamente. El rubro de gasto por salud representó

3.4 por ciento en 2022 y 4.2 por ciento, en 2020, no obstante, en 2016 únicamente representó 2.7 por ciento.

El rubro alimentos, bebidas y tabaco representó la mayor participación, con 15 mil 059 pesos en 2022. Esto representó un aumento de 16.0 por ciento con respecto a los 12 mil 977 pesos de 2020.

El gasto corriente monetario promedio trimestral por hogar de las áreas urbanas fue de 43 mil 627 pesos, es decir, 1.6 veces el de las áreas rurales (27 mil 699 pesos).

Dentro de todo el rubro de alimentos y bebidas que consumieron los hogares, según la ENIGH 2022, el gasto en cereales significó dos mil 079 pesos: el aumento fue de 10.5 por ciento en relación con la ENIGH 2020 Otro gasto importante fue de alimentos diversos, con mil 641 pesos.

Pero para poder erogar esos gastos, en 2022, cada familia mexicana recibió en promedio mil 777 pesos trimestrales de beneficios provenientes de programas gubernamentales. Esta cantidad representa 2.8 por ciento del ingreso total promedio de los hogares. De hecho, el ingreso de los hogares derivado de programas gubernamentales tuvo un aumento de 33.6 por ciento con relación a 2020.

En fin, son muchísimos los datos que demuestran que hay una mejor distribución de la riqueza que hace cuatro años, aunque todavía la inequidad sigue en niveles vergonzantes para un país como el nuestro, aunque en el gasto sí existe una mejor distribución.

NUEVO
Nutrioli[®]
ANTIGOTEO

Chop,
Chop,

Chop!



Botella con 25%
PET Reciclado

Único en México



Caso de Éxito En Seminario
Aceites, Salsas y Aderezos,
Chicago, USA 2023



Presentado como **Empaque
Innovador** En Expo Interpack,
Düsseldorf, Alemania 2023



Botella 100% antigoteo,
práctica y limpia



Tapa dosificador,
no escurre ni derrama

GRAN TRADICIÓN[®]

Estamos de fiesta y lo celebramos contigo

➤ Nueva Botella ➤



Inspirada en elementos
Flolclóricos mexicanos

Forma práctica
y de fácil manejo



¡Conócela!
Y revive la tradición
en tus platillos.



Corredor Interoceánico

sueño de más de 100 años

Roberto Fuentes Vivar

Soñado por Benito Juárez y después por Porfirio Díaz, proyectado en varias ocasiones durante el siglo pasado, pero rechazado por el gobierno de Estados Unidos porque podría afectar sus intereses económicos en Centroamérica, el Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec (CIIT) se convertirá en una realidad para unir los Océanos Atlántico y Pacífico y podría ser el proyecto más importante de nuestro país en lo que va de este milenio.

Esta obra, que será inaugurada el año entrante, constará de vías de ferrocarril entre Coatzacoalcos, Veracruz, y Salina Cruz, Oaxaca, y podría significar -cuando se encuentre en plena operación- cinco puntos porcentuales adicionales en el Producto Interno Bruto de México.

Nada más en su fase inicial para la licitación de cinco polos de desarrollo se prevén inversiones por hasta siete mil millones de dólares, a través de la modernización de 227 kilómetros de vías, 82 puentes, 290 obras de drenaje y la instalación de parques industriales para albergar empresas de 11 sectores.

Pero quizá lo más importante es que, además de las empresas industriales que se instalen en los nuevos polos de desarrollo, se requerirá la presencia en ellos de establecimientos comerciales y de servicios que atiendan a la nueva población que llegue.

Por eso el propio corredor, a lo largo y ancho de sus líneas, significa un nicho de oportunidad para empresarios de todos los tamaños, incluyendo hasta los que necesiten instalar tiendas de abarrotes para satisfacer las necesidades de la población, de las empresas y de los trabajadores.

De acuerdo con el director general del Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec, vicealmirante Raymundo Morales Ángeles, la infraestructura ferroviaria se divide en tres:

-La Línea Z, de 308 kilómetros que conectará el Golfo de México con el Océano Pacífico, desde el puerto de Coatzacoalcos, Veracruz, a Salina Cruz, Oaxaca.

-La Línea FA, de 329 kilómetros que recorrerá desde Coatzacoalcos a Palenque, Chiapas, donde interconectará con el Tren Maya.

- La Línea K, de 459 kilómetros, que enlazará de Ixtepec, Oaxaca, a Ciudad Hidalgo en Chiapas, para llegar a la frontera con Guatemala.

30 empresas por cada polo

Cuando a finales de julio pasado, en conferencia de prensa, la secretaria de Economía, Raquel Buenrostro; el encargado del Corredor Interoceánico, vicealmirante Raymundo Pedro Morales y los gobernadores de Veracruz y Oaxaca, Cuitláhuac García y Salomón Jara, respectivamente, detallaron que para la licitación de los polos de desarrollo para el Bienestar se inscribieron 100 empresas y dieron un avance de la magnitud de las obras.

Explicaron que el 17 de noviembre concluirá el proceso de licitación y se anunciará a las empresas ganadoras. Cada una de las 65 empresas que continúan mostrando su interés por los primeros cinco polos de desarrollo cuenta con planes de inversión de alrededor de mil millones de dólares, con capacidad para crear entre 400 y 500 empleos, lo cual significa alrededor de siete mil millones de dólares.

Las empresas ganadoras de alguno de los polos serán aquellas que no sólo se hayan comprometido con una buena inversión, sino con una visión más social que debe involucrar una buena cantidad de empleos bien remunerados y que aporten a la comunidad no lo que ellos quieran, sino lo que los lugareños necesiten.

Será un desarrollo con un detonante económico, pero también irá ligado con una integración de empresas y sociedad, dijo la secretaria de Economía y explicó que el Corredor Interoceánico es de interés internacional, por lo que "hay una demanda por cada polo de más de 30 empresarios".

Añadió que México está entre los cinco principales países con mayor atracción de inversión a nivel mundial. Por ello, se busca aumentar la producción nacional, no solamente trayendo Inversión Extranjera Directa, sino promoviendo y desarrollando proveeduría nacional.

Sobre los incentivos fiscales federales dijo que incluyen la depreciación acelerada de inversión en los primeros seis años de operación; no se pagará Impuesto de Valor Agregado (IVA) durante cuatro años en las operaciones que se hagan al interior de los polos y entre polos, y se permitirá la recuperación del IVA pagado por las compras que hagan fuera de los polos; descuento del 100 por ciento del Impuesto sobre

Corredor Interoceánico, sueño de más de 100 años

la Renta (ISR) en los primeros tres años de operación y 50 por ciento en los tres años posteriores, pero si se superan las metas de empleo el descuento podrá ser hasta el 90 por ciento.

¿En dónde están los polos?

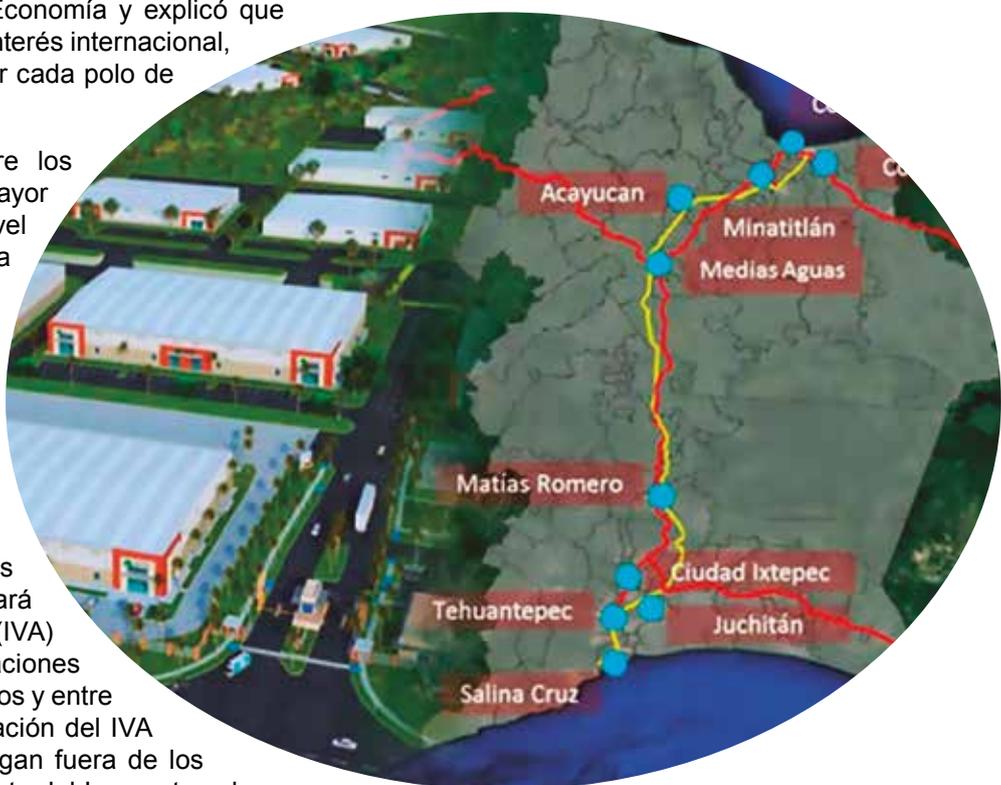
Los primeros cinco polos que se licitarán, de los 10 que se tienen previsto, para construir parques industriales, se encuentran ubicados en las siguientes localidades:

Coatzacoalcos 1, Veracruz, con una extensión de 258 hectáreas en cinco municipios, con una población cercana de 550 mil habitantes y se encuentra al pie de la carretera 180, en un sitio cercano a los complejos petroquímicos.

Coatzacoalcos 2, Veracruz, con una extensión de 129 hectáreas de seis municipios, también con una población de 550 mil habitantes. Está al interior del complejo petroquímico Pajaritos, colindante con ferrocarril y con acceso carretero.

Texistepec, Veracruz, con extensión de 482 hectáreas en siete municipios con una población de 172 mil habitantes, está en la autopista 145, a menos de cinco kilómetros del ferrocarril entre las poblaciones de Acayucan y Minatitlán.

San Juan Evangelista, Veracruz, con extensión de 363 hectáreas, en ocho municipios y una población cercana a 282 mil habitantes. Se ubica a dos kilómetros del ferrocarril y a un kilómetro del punto logístico denominado Medias Aguas.



Conoce y Gana +

NUEVA
IMAGEN

con el nuevo portafolio de **Rinde+**



500 HOJAS



400 HOJAS



600 HOJAS

Lo bueno, siempre **Rinde+**

HIGIENE ES SALUD
papelregio.com



Los sectores involucrados

Uno de los puntos que ha llevado mayor planificación es la detección precisamente de los sectores que estarán involucrados en todo el trayecto del Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec.

En este sentido, parte de la información de la Secretaría de Economía, del proyecto CIIT y de la Comisión Nacional de Mejora Regulatoria señalan los siguientes:

1. Eléctrica y electrónica.
2. Semiconductores.
3. Automotriz (electromovilidad), autopartes y equipo de transporte.
4. Dispositivos médicos.
5. Farmacéutica.
6. Agroindustria.
7. Equipo de generación y distribución de energía eléctrica (energías limpias).
8. Maquinaria y equipo.
9. Tecnologías de la Información y la Comunicación.
10. Metales.
11. Petroquímica.

Uno de los puntos que aún se desconocen es ¿Cuántos empleos se van a generar en total? En la conferencia de prensa de julio, el vicealmirante Raymundo Pedro Morales y la secretaria Buenrostro fueron precavidos: ➤

Salina Cruz, Oaxaca, con 82 hectáreas de cuatro municipios y 172 mil habitantes en las cercanías. Es un predio anexo a la Refinería Antonio Dovalí Jaime, a solo 10 kilómetros del puerto de Salina Cruz y con acceso carretero y ferroviario.

Los otros cinco polos, cuyas características se darán a finales de este año cuando se liciten, estarán ubicados en Jáltipan, Veracruz; Ixtaltepec, Oaxaca; Ciudad Ixtepec, Oaxaca, y Santa María Mixtequilla, en Oaxaca.

Para la construcción de infraestructura y la adquisición de predios para la instalación de los Polos de Desarrollo del Bienestar, el gobierno federal anunció, desde 2022, una inversión de 120 mil millones de pesos.

Pero no solo hay apoyo del gobierno federal, sino también de organismos internacionales: El BID Invest, brazo de atención a empresas privadas del Banco Interamericano de Desarrollo, otorgará entre mil 800 y dos mil 800 millones de financiamiento para empresas que requieran localizarse en el Istmo de Tehuantepec.

Paralelamente, el secretario de Hacienda, Rogelio Ramírez de la O y el director de Nacional Financiera y del Banco Nacional de Comercio Exterior, Luis Antonio Ramírez Pineda, indicaron que para los sectores identificados se cuenta con 600 mil millones de pesos para el otorgamiento de créditos y garantías para respaldar a las empresas mexicanas a través de 40 productos crediticios y 110 cursos de asistencia técnica y capacitación.

Corredor Interoceánico, sueño de más de 100 años

“Nosotros podríamos hacer un cálculo especulativo de cuántos empleos va a generar a nivel local, nada más hay que comparar, aquí son cinco, yo les digo lotes, pero son cinco polos, territorios donde se van a hacer desarrollos, no solamente en la etapa de la construcción del parque industrial, sino también cuando se instalen las empresas, que esto en un futuro cercano, pues va a implicar, miles de empleos en esa zona, miles”.

Si consideras, que ya una empresa trae 400 empleos, una sola empresa dentro del territorio que significaría un solo Polo, sí recordemos que los Polos pueden tener 20, 30 empresas, dependiendo cómo lo planifiquen los desarrolladores y la vocación que tengan. Si esa empresa dice: “yo traigo 400 empleos para generar aquí”, pues hay que hacer nada más la multiplicación por el factor y si se van a mil 200. Si ustedes ven las empresas, son industrias no maquiladoras, son industrias de desarrollo y comercio para exportar a todas las latitudes, porque vamos a tener acceso a dos importantes océanos del planeta”.

Nada más en Salina Cruz, Oaxaca, se prevé que se muevan un millón 400 mil contenedores, cuando esté totalmente en operación. Esta cantidad es superior a la que mueve en seis meses el Puerto de Manzanillo que actualmente concentra 32 por ciento del total de carga del país.

¿Por qué ahora sí?

Recuerdo que hace casi 50 años, cuando Francisco Javier Alejo era secretario de Patrimonio Nacional en el sexenio de Luis Echeverría, en una reunión “off the records” nos decía a los periodistas: la idea de construir un paso entre Veracruz y Oaxaca ha sido un proyecto desde Benito Juárez y Porfirio Díaz, pero no se ha materializado porque Estados Unidos no lo permite por sus intereses en Panamá.

Hoy, tras la pandemia, en la que se presentaron fuertes crisis de suministro y el canal de Panamá llegó a la obsolescencia, parece ser que el gobierno de Estados Unidos necesita un nuevo polo logístico como el corredor planeado por el gobierno de Andrés Manuel López Obrador.

Por eso existe tanto interés. Incluso BBVA Research y la Asociación Mexicana de Parques Industriales Privados (AMPIP) realizaron una encuesta en la se indica que “desde el inicio de la guerra comercial entre China y EUA en 2018, se recibieron 830 nuevos inquilinos extranjeros en los parques privados mexicanos, 20 por ciento de origen asiático. Esto representa un promedio de 207 nuevas empresas por año entre 2018 y 2022”.

La encuesta indica que hacia 2025 se espera un crecimiento en la demanda de espacios industriales: se estima recibir 453 nuevas empresas en los próximos dos años, de las cuales 20 por ciento de origen chino. Un promedio de 227 nuevas empresas por año entre 2023-2025, lo que representaría un crecimiento anual 9.1 por ciento por encima del periodo 2018-2022.

De hecho, Carlos Sedano Rodríguez, encargado de la Unidad de Promoción de Inversiones y Desarrollo Comercial del CIIT, informó que suman más de 90 mil millones de pesos en cartas de intención para invertir en el Corredor Interoceánico.

De los 52 proyectos presentados para el Corredor Interoceánico del Istmo de Tehuantepec, 10 son de empresas dedicadas al desarrollo de parques industriales y 42 corresponden a proyectos específicos de compañías que desean instalarse en dichos parques.

Carlos Sedano Rodríguez, afirmó que los proyectos de inversión que han sido presentados en esta zona van desde los 10 millones de dólares hasta los 500 millones de dólares cada uno.

Además de Veracruz y Oaxaca. Existen empresas que se han fijado en Puebla, Tlaxcala, Hidalgo, Querétaro, San Luis Potosí, Guanajuato y desde luego el estado de México, por estar cercanas a la ruta del Corredor Interoceánico.

Si Juárez no hubiera muerto... ¡Estaría feliz!





NUEVA ★ CAJA ★

AHORA
**12
PACK**
430 g



LLEGAR A
MÁS CLIENTES



MAYOR CONTROL
DE INVENTARIOS



INCREMENTO
EN VENTAS



MENOR
MERMA



MENOR
DESEMBOLSO



MAYOR CAPACIDAD DE COMPRA
DE OTRAS VARIEDADES



Revista Bimestral • Desempeño Abarrotes

De acuerdo con ISCAM¹, en el acumulado a Jun'23, el Canal Mayoreo Abarrotero presenta un desempeño positivo creciendo +11.9% en sus ventas en valor.

Desempeño por Canasto

Cifras en % sobre la medición en Valor/Pesos Mexicanos

	Alimentos	Limpieza	Bebidas	Hogar Papel	Hogar	Mascotas
(%) Participación	41.5%	10.6%	11.5%	7.0%	6.2%	3.9%
Participación YTD Junio 2023						
(%) Crecimiento	12.3%	9.9%	16.0%	18.3%	4.6%	-3.8%
(%) Participación	39.3%	10.5%	14.6%	6.6%	6.5%	3.7%
Participación Junio 2023						
(%) Crecimiento	6.6%	8.0%	38.1%	15.5%	4.0%	-9.0%

Otras Canastas	Enero-Junio 2023		Junio 2023	
	Mix%	Var%	Mix%	Var%
Cremería/Salchichonería	4.6%	+13.9%	4.5%	+11.5%
Cuidado Personal	3.0%	+18.9%	3.2%	+17.8%
Pañales	2.8%	+ 5.5%	2.4%	- 6.0%
Capilares	1.9%	+23.7%	2.1%	+27.7%
Granos/Cereales	1.6%	+6.2%	1.5%	- 0.7%
Perecederos	2.1%	+19.8%	1.8%	- 5.3%
Botanas/Frituras	1.4%	+17.1%	1.3%	+10.0%
Protección Femenina	0.9%	+3.3%	0.9%	+ 1.9%
OTC	0.7%	+6.0%	0.6%	-0.1%
Cremas	0.3%	+19.2%	0.3%	+ 1.5%
Institucional	0.0%	+12.7%	0.0%	+10.9%

- En año móvil a Jun'23, el Canal Mayoreo Abarrotero representó el 1.4% del PIB² Nacional y 4.6% del PIB Sector Comercio.

- El Canal pesa cerca del 48.3% del total de ventas de estos mismos productos a nivel Nacional dentro del Mercado Abarrotero.

Las 10 CATEGORÍAS más relevantes

Cifras en % sobre la medición en Valor/Pesos Mexicanos

Categoría	Canasto	Enero - Junio 2023		Mes Junio 2023	
		(%) Participación	(%)Crecimiento	(%) Participación	(%) Crecimiento
Galletas	Alimento	6.4%	+17.5%	5.8%	+10.1%
Papel Higiénico	Hogar Papel	6.0%	+17.9%	5.7%	+15.1%
Aceites Comestibles	Alimento	3.7%	-10.0%	3.1%	-18.9%
Detergentes Ropa	Limpieza	3.9%	+14.6%	3.8%	+8.3%
Perros	Mascotas	2.8%	-5.5%	2.6%	-10.7%
Leche Blanca Líquida	Bebidas	2.7%	+0.1%	2.7%	+7.4%
Café	Alimento	2.7%	+15.3%	2.1%	- 8.7%
Endulzantes	Alimento	3.0%	+31.6%	3.5%	+44.9%
Pañal Bebé	Pañales	2.5%	+5.1%	2.2%	-7.2%
Mayonesas	Hogar	2.4%	+22.6%	2.3%	+20.1%

¹ ISCAM (Información Sistemática de Canales y Mercados - de Consejeros Comerciales).

² PIB: Producto Interno Bruto. INEGI, a precios corrientes (2o, 3er y 4o trimestres 2022 y 1er trimestre 2023).

ABARROTOS: Desempeño por subcanal

Valor y participación %



Desempeño Acumulado a Jun'23

Vinos y Licores (Sin Cerveza) +2.4% en valor:

- Tequilas (-2.1%)
- Whisky (-9.3%)
- Vinos de Mesa (+7.2%)
- Ron (+14.4%)

Dulces (Sin Botanas) +21.9% en valor:

- Chocolate (+18.1%)
- Dulce (+25.6%)
- Paleta (+20.6%)
- Pulpa (+16.9%)

Indicadores Macroeconómicos 2023

INDICADOR	2021	Meta Gobierno 2022	2022	Meta Gobierno 2023	2023	Tendencia
PIB (%)	5.0%	3.0%	3.0%	3.0%	3.6%	▲
Inflación (%)	7.4%	3.3%	7.8%	4.1%	4.8%	▼
Tipo de Cambio	\$20.9	\$20.4	\$19.6	\$20.6	\$17.0	▼
IED (mdd)	\$24,832	n/d	\$35,292	n/d	\$18,636	▲
Crecimiento IED (%)	5.7%	n/d	12.0%	n/d	48.0%	▲
Remesas (mdd)	\$51,594	n/d	\$58,497	n/d	\$24,667	▲
Crec. Remesas (%)	27.1%	n/d	12.8%	n/d	10.3%	▲
INCC	44.9	50	43.3	50	46.4	▲
Precio Exp. Petróleo (dólares barril)	\$74.8	\$55.1	\$69.8	\$68.7	\$64.5	▲
Empleos formales (000)	846.4	n/d	752.7	450/650	514.4	▲
Tasa de Desempleo (%)	3.5%	3.8%	2.8%	3.7%	2.7%	▲



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

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

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

Síguenos en [@iscam_mx](https://twitter.com/iscam_mx)
Consulta la página [iscam.com](https://www.iscam.com)

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



MEJORAMOS LO INMEJORABLE

NUEVO
TUNY
CLÁSICO



SIN
SOYA

Lo tuyo es **Tuny**

IMAGEN ILUSTRATIVA. ALIMENTATE SANAMENTE.

Atún Tuny® Standard
con la mejor calidad



Al mejor precio



Lo tuyo es **Tuny**

ALIMENTATE SANAMENTE.

ALIMENTATE SANAMENTE.

Europa y las

“Rutas de la Seda”



Romeo Valentín Maldonado

Después de 20 años de estancamiento en las negociaciones para concretar un acuerdo de libre comercio entre la Unión Europea y los países del Merco Sur, la presidenta de la Comisión Europea, Ursula vander Leyen, y el presidente brasileño Luis Ignacio “Lula” Da Silva, se mostraron entusiasmados y optimistas de lograr el tantas veces pospuesto tratado comercial, antes de que finalice este año.

Europa se declaró lista para invertir 45 mil millones de euros en Latinoamérica en los próximos años, destinados a energía renovable, infraestructura y minería, principalmente, además de incrementar los intercambios comerciales de materias primas y productos agrícolas. Como contrapunto del gran interés europeo, hay que anotar que China aumentó su presencia precisamente en esos rubros en años recientes, llenando el vacío que los países del hemisferio norte dejaron por mucho tiempo en la zona.

La importancia de este hecho no puede soslayarse, dado el ambiente de intensa competencia por los mercados

mundiales, con el telón de fondo de la invasión rusa a Ucrania y el choque de potencias chino-estadounidense.

El anuncio se realizó a mediados del mes de julio del año en curso, al finalizar una reunión de dos días entre los 27 miembros de la UE, con 33 integrantes de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC). No es exagerado decir que los avances logrados en esa cumbre constituyen un triunfo político de Lula - a pesar de las críticas desde la izquierda por abrir la puerta a las transnacionales europeas- sobre todo porque se sobrepuso a las presiones para la ratificación del Acuerdo de París, que considera compromisos ambientales para proteger la Selva Amazónica de la deforestación y respetar las normas laborales. Lula argumentó que el 80 por ciento de energía eléctrica que usa su país proviene de fuentes renovables, como las hidroeléctricas, algo que no han alcanzado las naciones del viejo continente.

El rápido tránsito de la exigencia a la flexibilidad europea, luego de un impasse tan prolongado, no se explicarían >



sin el factor chino en la ecuación geopolítica mundial. Principalmente, por la estrategia de Las Nuevas Rutas de la Seda, que el presidente Xi Jinping ha impulsado como parte central de su política económica interna y exterior.

Europa vuelve los ojos al Merco Sur en el momento en que China se ha convertido en el segundo socio comercial de Latinoamérica, después de Estados Unidos. De acuerdo con cifras del Banco de Desarrollo de China y de Exinbank, ambas instituciones suman más de 140 mil millones de dólares en préstamos a gobiernos latinoamericanos de 2005 a la fecha. Cifra mayor a los créditos que el Banco Mundial y el FMI han destinado a la región, pero en mejores condiciones de pago. De acuerdo con información recabada del gobierno chino y otras fuentes, el comercio de ese país con América Latina creció 11 por ciento en 2022, respecto al año anterior, para llegar a 437 mil millones de euros. (ver:<https://www.dw.com/es/china-reta-a-estados-unidos-en-am%C3%A9rica-latina/a-65252698>).

Ahora Europa intenta recuperar el terreno perdido en un nicho enorme de mercado, materias primas y, principalmente, litio, insumo básico en la transición energética. Los países encabezados por Brasil impulsan la entrada de sus productos agrícolas al mercado europeo, ante la resistencia de Austria y Francia, principalmente, que buscan proteger a sus productores ante una competencia en la que se ven en desventaja por los bajos costos de mano de obra y las relajadas normas ambientales de los sudamericanos.

Hoy se ve que pesó más la urgencia de acceder a las ventajas económicas, que la retórica de sustentabilidad y fortalecimiento democrático del modelo occidental, con la que se envolvían los intereses transnacionales. En ese

sentido, los chinos han ido un paso adelante en Sudamérica con criterios políticos y visión estratégica, que a pesar de su enorme costo financiero les ha rendido frutos en su influencia regional frente a Estados Unidos.

Apenas en abril del año que corre, generales estadounidenses de alto rango, como la generala Laura Richardson, comandante del Mando Sur de Estados Unidos, advirtieron ante el Congreso de su país sobre la "agresiva" expansión de la influencia China en Sudamérica y el Caribe, que a su juicio representa un alto riesgo para los intereses de EE.UU. en la región.

Desde su óptica militar de seguridad consideran que China "tiene la capacidad y la intención de eludir las normas internacionales, promover su autoritarismo y acumular poder e influencia a expensas de estas democracias", declaró Richardson. El general Glen VanHerck, comandante del Mando Norte de EE.UU., puso el énfasis en la expansión de China mediante el proyecto de Las Rutas de la Seda, enorme proyecto internacional de infraestructura que pretende expandir la influencia china por todo el mundo.

Pese al enfoque interesado, no están lejos de la verdad. Como programa económico insignia Las Nuevas Rutas de la Seda articulan proyectos de infraestructuras de transporte que buscan unir a China con el resto del mundo por tierra, mar y ferrocarril, pero también por rutas espaciales o ciberespaciales. Como discurso político contraponen un modelo de respeto al desarrollo soberano de los pueblos, al «modelo de desarrollo disfuncional encarnado por el consenso de Washington». Parece una desmesura, pero en Estados Unidos empiezan a tomarlo muy en serio, mientras para los países de Latinoamérica se abren nuevas ventanas de oportunidad. 



El **GIGANTE** del **mayoreo**

que **CRECE** tus ganancias

+ Rendimiento



iRENOVADO



+ Grueso



+ Resistencia

¡Llévalo ya!

Panorama Mayoristas

El canal **mayorista** con el menor desempeño vs el resto de los canales

Desempeño por canales
%Var. Valor (RY julio 2023)



% de variación por formato del mayoreo
(YTD julio 2023)



Importancia en ventas por formato
(YTD julio 2023)



NielsenIQ

Fuente: NielsenIQ | Autoservicios de Nielsen ACV CIP acumulado 52 semanas al 30 de julio 2023. Tradicional, Farmacias y proximidad Retail Index a julio 2023. | Nielsen ACV Mayoristas CIP acumulado YTD a julio 2023 | Ventas valor

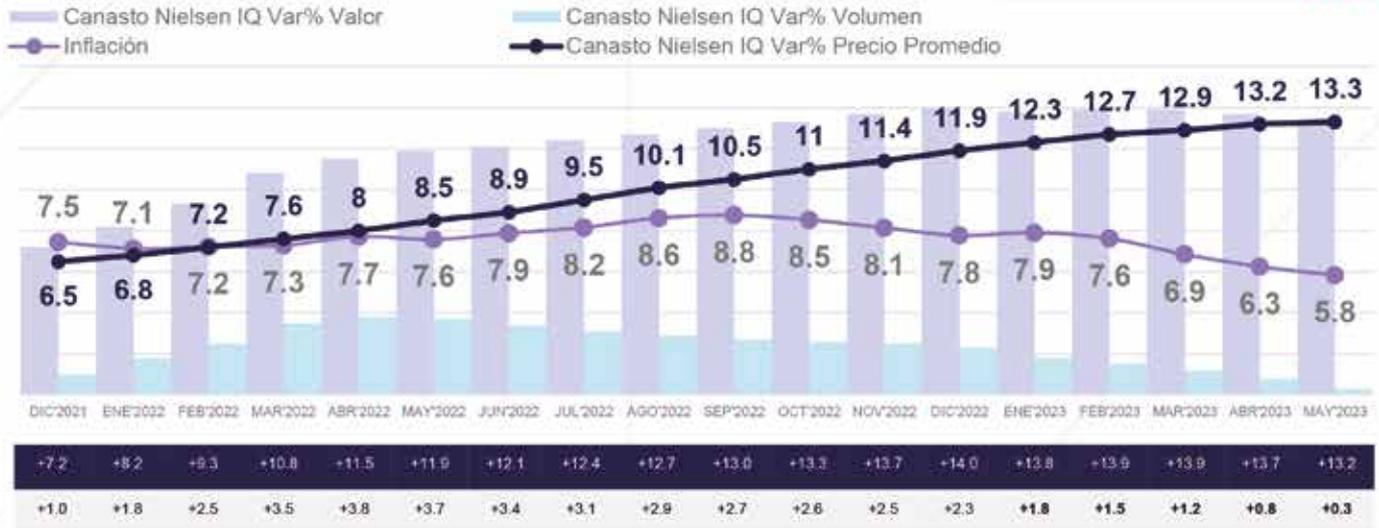


Priorización del consumo en México: a 3 años de la pandemia

Los precios de bienes de consumo continúan incrementando por encima de la inflación, reduciendo la tasa de crecimiento en volumen

Total Canasto NIQ / % Var. vs año previo en años móviles

Comparativa vs pre pandemia
VAR% RY MAY'23 vs. RY MAY'20
Valor +28%
Volumen +0.2%
Precio pond. +29.4%



% Var.

Valor

Volumen

La continua alza en precios aumenta la **búsqueda** de canales que permitan algún **ahorro**, afectando visitas al Tradicional, especialmente en Alimentos y Golosinas

Menos viajes al Canal Tradicional



-6 viajes por año (-3.2%)

Mantiene penetración



Exploración de más canales
Ganancia penetración vs año anterior

Hard Discounters +4.8

Mayoreo +2.0

Farmacias +2.6

E-commerce +1.5

Club de precios +1.3

Recuperación vs. Pre pandemia
(%Var. en volumen RY ABR'23 vs RY ABR'20)

GANADORAS : creciendo en pandemia y vs. PRE

CATEGORIA	1er año pandemia	2do año pandemia	POST pandemia	PRE vs. POST pandemia
FIBRAS LIMPIADORAS	12.8	5.3	0.6	19.5
CREMADORES	11.5	10.8	4.1	28.7
BEBIDAS ENERGIZANTES	2.2	23.5	11.9	41.2
REFRESCOS	1.1	2.8	3.6	7.7
TTT	0.6	7.6	2.7	11.1
FRUJOS PROCESADOS	0.4	7.2	6.8	15.0

No priorizadas en pandemia y aún con oportunidad vs. PRE

CATEGORIA	1er año pandemia	2do año pandemia	POST pandemia	PRE vs. POST pandemia
TALCO PARA ADULTO	-22.1	8.6	16.9	-1.2
YOGHURT	-16.6	3.2	2.1	-12.2
GELATINAS PREPARADAS	-15.6	1.3	3.9	-11.2
GALLETAS	-10.3	3.8	4.1	-3.1
DESODORANTES	-11.4	5.6	6.1	-0.7
LECHE SABORIZADA	-21.5	17.0	8.6	-0.2
MODELADORES	-21.6	8.3	6.9	-9.3
PAÑUELOS	-29.7	16.2	12.2	-8.4
AGUA SABORIZADA	-29.9	6.2	3.4	-23.0
BARRAS ALIMENTICIAS	-31.4	2.8	5.0	-25.9
CERAS PARA CALZADO	-42.3	21.7	9.9	-22.9

NielsenIQ

Fuente: NielsenIQ | RIE: %Var. Ventas valor, volumen y precio a RY mayo 2023 | HS: Total México por canastos y canales a RY mayo 2023 v.s. mismo periodo año anterior | RIE: Recuperación a RY Abril 23 v.s. mismo periodo año anterior y v.s. pre pandemia RY abril 2020



Kimberly.rodriguez@nielseniq.com

Laura.heredia@nielseniq.com



Nos quedó a deber

Eduardo Torreblanca Jacques

El Gobierno Federal nos queda a deber y va a quedar a deber en la historia de MÉXICO luego de seis años de gobernar este país. La historia económica habrá de situar al actual gobierno de la presumible “transformación” como responsable de uno de los ciclos más nocivos dentro de la promoción de la actividad económica.

Revisando los indicadores oficiales del INEGI se puede notar, por ejemplo, la marcada caída en la inversión tanto en construcción como en maquinaria y equipo. Un país en el que la inversión cae no puede aspirar a mejorar su actividad económica.

No habrá empleo, mejoría en el ingreso de los trabajadores, condiciones favorables para sus familias si no hay

antes inversión. Este gobierno mexicano nunca consideró la posibilidad de mejorar la situación de los hogares con menores ingresos a partir de fomentar la actividad económica y generar las condiciones propicias para que se invirtiera, surgieran empleos, empresas y derrama económica.

Estaban dadas las condiciones para que a partir de una política pública de promoción económica mejoraran las condiciones de la clase trabajadora y se abatiera la pobreza y la pobreza extrema de forma estructural fomentando la inversión en las regiones del país que son las que generan mayor pobreza en la sociedad mexicana.

El presidente, el único que toma decisiones en este gobierno nunca lo vio y nunca escuchó a quienes muy probablemente le pusieron esta idea como propuesta para su gobierno. El mandatario consideró que la vía para mejorar las condiciones de esas familias mexicanas con me- ➤

nor condición de bienestar era que recibieran dinero por diversos conceptos en las ventanillas de gratuidad de la política social.

Ya lo dejarán ver las cifras oficiales en materia de pobreza y pobreza extrema en la semana que inicia.

Pero vamos a los números. Si usted se va a los datos de la Inversión Fija Bruta que calcula el INEGI vemos que, desde julio del 2018, mes en el que surge AMLO como ganador de las elecciones para presidente, el indicador señalaba un nivel de 111.8 unidades y en mayo del 2023 alcanza por primera vez superar este nivel con 112.7 puntos o unidades. Dicho de otro modo, pudiéramos explicar que tardamos 58 meses para que la inversión fija bruta en el país superara muy ligeramente el nivel que ya había tenido en julio del 2018.

Nos podemos ir al componente más detallado de la inversión en el sector de la construcción. En junio del 2018 el indicador específico fue de 101.3 unidades. Cae dramáticamente el indicador hasta mayo del 2020 cuando alcanza los 62.9 puntos e inicia su recuperación paulatina hasta el mes de mayo del 2023 cuando obtiene el nivel de 95.2 puntos. Debajo de lo que ya se presentó en México en junio del 2018.

Si nos pasamos a MAQUINARIA Y EQUIPO tenemos que en junio del 2018 teníamos un nivel de 125.9 puntos. En diciembre del 2022 llega a 128.2 puntos, 54 meses después del nivel que presentó en junio del 2018. En mayo del 2023 su nivel alcanzó los 139.9 puntos más que en junio del 2018 pero nada extraordinario como para festejar.

Es una verdadera pena que un político que tenía muy bien diagnosticado cuál era el principal problema del país y por ende cuál sería su prioridad de gobierno, haya fallado claramente en su estrategia de atención y jamás haya considerado el aprovechar la promoción económica y el surgimiento de empresas y creación de nuevo empleo para abatir la pobreza, ni haya valorado en el primer trienio de su administración una reforma hacendaria integral que contemplara un Plan Nacional de Industria, ni políticas públicas para fomentar la inversión en las regiones con mayor rezago social.

En cambio, se llegó a destruir lo que había en el camino sin que este gobierno fuera capaz de colocar en esos sitios mejores alternativas que las que tuvo la voluntad de destruir.

Nos quedó a deber porque ahora lo que le queda como pendiente es organizar su sucesión. Lo que no se hizo ya no habrá de hacerse jamás en su administración. 

Presentamos la nueva imagen de la línea

Adorable®





Blanquita

Esteban M. Fuentes A. (Dr. Drosk)

En 2003, Chile vivió uno de los escándalos mediáticos más polémicos de principio de siglo; el empresario Claudio Spiniak fue detenido por los cargos de prostitución y abuso sexual a menores de edad. En medio de este escándalo, la diputada Pía Guzmán denunció en una conferencia de prensa que había tres senadores involucrados en la red de prostitución de Spiniak. La principal testigo protegida era Gema Bueno, una adolescente que afirmaba haber sido víctima de los acusados.

Esta noticia se volvió internacional, pues denunciaba la corrupción y abuso por parte de altos servidores

públicos del gobierno chileno. Después de una ardua investigación, las autoridades descubrieron que Gema había mentado en sus declaraciones y los senadores fueron absueltos de los cargos que les imputaban.

Debido a la importancia histórica del caso, el director chileno Fernando Guzzoni decide llevar este suceso a la pantalla grande con el nombre de *Blanquita* (2023). Durante año y medio realizó una ardua investigación sobre el caso, con el fin de escribir un guión muy apegado a la realidad.

La cinta ganó el premio Orizzonti (a mejor guión) en el Festival de Cine de Venecia (2022) y una mención especial del Premio Ibero-americano en el Festival Internacional de Cine de Palm Springs (2023). A ➤

Minino®

¡REVOLUCIONA TUS VENTAS!

MÁS PROTEÍNA
MÁS SABOR*
MÁS GANANCIAS



TU MININO LO VALE TODO



©Marcas Registradas. Malta Texo de México S.A. de C.V. Insurgentes Sur 1602 Int. 1902, Col. Crédito Constructor, Alcaldía Benito Juárez, C.P. 03940, Ciudad de México. Número de autorización A-0544-1366. Consulte al médico veterinario. *Con un (1) punto porcentual de proteína adicional y fórmula mejorada contra fórmula anterior de Minino® A-0544-417.

www.minino.com



Cuando inicia el proceso legal, Blanquita y el sacerdote reciben múltiples amenazas y un atentado, pues desean silenciarlos. No obstante, conforme el caso se vuelve más popular, comienzan a recibir apoyo de los ciudadanos y el respaldo de algunos organismos internacionales. Ante esta situación, los senadores contratan a un investigador privado, quien descubre que Blanquita no vivía en la calle cuando se realizaron los presuntos abusos.

De hecho, algunas víctimas no la conocían. Se confirmó que en ese momento ella vivía con su exnovio, quien se presume

partir del 13 de julio se estrenó en la Cineteca Nacional y cines comerciales. Próximamente estará en el catálogo de la plataforma Netflix.

La película cuenta la historia de Blanquita (Laura López), una joven de 18 años que trabaja y vive junto a su hijo en una casa hogar de niños y adolescentes que fueron rescatados de la calle. En el hospicio la protagonista vivió años atrás, pues también estuvo en la indigencia cuando era niña. El lugar es encabezado por el sacerdote Manuel (Alejandro Goic).

Blanquita tiene buena relación con los habitantes de la casa hogar, en especial con Carlos (Ariel Grandon), un joven que fue abusado sexualmente por empresarios y políticos durante el periodo que vivió en la calle. El cura Manuel está interesado en que demande a los abusadores.

No obstante, el psicólogo de Carlos expone que no es conveniente, ya que recordar esos episodios oscuros, podrían ocasionarle una fuerte crisis emocional. Esta situación llena de impotencia a Blanquita. Por ello, decide preguntarle a Carlos los nombres de los abusadores, y que le contara los pormenores de los atropellos.

Después de tener suficiente información, Blanquita decide denunciar a los políticos implicados, expresando que ella había sido la víctima del atropello y que su hijo era producto de ello. A pesar de expresar mentiras, siente que hace lo correcto, porque desea hacer justicia. Cabe destacar que la falacia es respaldada por el cura Manuel. ➤

es el papá de su hija. En este momento, da un giro drástico el relato, pues la protagonista y el sacerdote son denunciados por difamación y falso testimonio, y son llevados a juicio.



D'Gari.
LA GELATINA MÁS
VENDIDA EN
TODO MEXICO



www.dgari.com
/DGariOficial
COME SALUDABLE

INCREMENTA
TUS VENTAS
A LA
MEXICANA
CON
REXAL



Polvo para hornear
¡y mucho más!

Descubre
más recetas



/RexalOficial www.rexal.com



D'Gari.
Te invita a

Vaselina
Timbiriche

¡Participa!



www.dgari.com
/DGariOficial
COME SALUDABLE

Pídelos a tu mayorista preferido.



Cabe destacar que no he hecho ningún *spoiler* del final, pues el filme está basado en la realidad; con sólo conocer el hecho noticioso se sabe que la protagonista y el sacerdote fueron condenados ante la ley. Es muy importante que este caso se llevara a la pantalla grande, ya que las nuevas generaciones pueden conocer este episodio histórico de Chile. De hecho, la actriz que interpreta a Blanquita era una niña de cuatro años cuando sucedió el acontecimiento.

La música quedó a cargo de Chloé Thévenin. Utilizó notas alargadas de sintetizador proveniente de escalas menores para darle más dramatismo a la obra. También ocupó diversas percusiones para ponerle más tensión a ciertas escenas.

La fotografía fue realizada por Benjamín Echazarreta. Realizó muy pocas tomas abiertas. Por el contrario, se centró en encuadrar a los personajes principales. Desea mostrar su lenguaje corporal y los sentimientos que tienen en ese momento como el enojo, la tristeza y la angustia. Para darle más énfasis a los protagonistas realizó varios desenfoques en los bordes de varias escenas.

Parte del éxito del filme es la excelente actuación de Laura López (Blanquita), interpreta a una adolescente con un carácter fuerte quien detesta la impunidad. En su afán de hacer justicia por los actos que le hicieron a su amigo Carlos, decide hacerse pasar como la víctima, sin saber que tarde o temprano iba a relucir la verdad.

A pesar de tener tan sólo 18 años tiene que ser centrada y madura, pues es una madre soltera que enfrenta a personas muy poderosas. Por otro lado, el director también nos mostró su lado de adolescente común; constantemente escucha música en sus audífonos y se reúne con sus amigos para ingerir alcohol y bailar reggaetón.

El personaje de Blanquita (Gema Bueno en la vida real) es muy interesante, pues es una heroína y villana al mismo tiempo. La cinta nos muestra que en ciertos casos puede existir una línea muy delgada entre el bien y el mal. Nos plantea la interrogante ¿es válido crear mentiras con el fin de hacer justicia?

En 2008, Fernando Guzzoni (director de la obra) debutó con *Colorina*, un documental que habla acerca de la poeta chilena Stella Díaz Varín, donde demostró su interés por la investigación periodística. Posteriormente, expuso las cintas *Craneo de perro* (2012) y *Jesús* (2016). En *Blanquita* muestra su obra cumbre, pues combina la investigación y la cinematografía.

Blanquita es un *thriller* basado en un hecho real, el cual quiere denunciar una red de corrupción infantil perpetrada por políticos y empresarios, donde la impunidad está presente. Es una cinta inquietante que nos hace reflexionar sobre la corrupción y abusos constantes que se realizan en muchos países de Latinoamérica. Muy recomendable para las personas que les gustan las películas sociales. 

Pinol, 70 AÑOS EN LOS CORAZONES DE LOS HOGARES MEXICANOS



Hace 70 años, Pinol llegó a los hogares mexicanos como una **solución práctica y versátil de limpieza** que conquistaría millones de corazones a lo largo de varias generaciones.

Gracias a su fórmula con aceite de pino, este producto tiene un poder de origen natural. Además, Pinol cuenta con **más de 1,000 usos de limpieza comprobados**, que incluyen desinfección, aromatizante, desmanchador, desengrasante, eliminador de olores, entre muchos más.

Pinol es un producto que, además de limpiar los hogares, también **promueve el cuidado del entorno**, desarrollando productos efectivos y sostenibles. Con el paso de los años, este compromiso se ha fortalecido y se ha convertido en uno de sus pilares fundamentales.

Desde la selección de materias primas hasta el diseño de envases, Pinol se esfuerza por contribuir al cuidado del planeta. Su aceite de pino, ingrediente esencial, se obtiene mediante procesos respetuosos con el medio ambiente. En conjunto con Uumbal, **Pinol participa en la reforestación de más de 11,000 hectáreas en el sureste del país.**

Asimismo, desde hace más de 10 años, el envase de **Pinol** está hecho de **PET 100% reciclado** y además es reciclable dentro del proceso de AIE.

En este 70° aniversario, **agradecemos a todos los que han sido parte de esta historia:** nuestros colaboradores, clientes, proveedores y por supuesto, a todos los hogares que han confiado en Pinol durante todos estos años.

Mirando hacia el futuro, reafirmamos nuestro propósito de seguir buscando soluciones sostenibles, innovadoras y de alta calidad, para seguir siendo el **aliado confiable en el cuidado del hogar y del planeta.**





alpura®

Bravas.

Estas enchiladas son

alpura®,

la pura
crema



Comparte tus creaciones con

#LaPuraCrema

LA LECHE ES FUENTE DE PROTEÍNA

Miscelánea

Santiago González

Inflación a la baja

En México, la inflación en junio bajó a 5.06 por ciento, el menor nivel desde marzo de 2021. Quedó por debajo de las expectativas del mercado y representa cinco meses consecutivos de descenso; inició el año con 7.91. De acuerdo con el Índice de Precios al Consumidor los bienes y servicios que más aumentaron en junio fueron vivienda propia, naranja, chayote, azúcar, gasolina de bajo octanaje, aguacate, transporte aéreo, restaurantes. En contraste, disminuyeron, gas doméstico, huevo, pollo, limón, pescado, melón, jabón y automóviles, principalmente.



Reflejo de EU

La inflación en Estados Unidos -con impacto directo en México- registró en junio la cifra más baja en más de dos años. Se ubicó en 3 por ciento, informó el Departamento del Trabajo. La reducción representa un alivio para la economía. Desde marzo de 2021 la potencia no tenía una tasa de inflación como la que se registró en el sexto mes de 2023. Servirá para que la Reserva Federal evite ordenar aumentos a las tasas de interés.

Crece el PIB 3%

Durante el trimestre de abril a junio del presente año el PIB habría tenido un crecimiento real de 3.6 por ciento. Esto, de acuerdo con la denominada Estimación Oportuna del PIB Trimestral, del INEGI. Las actividades terciarias se incrementaron 4.1 por ciento, las primarias 2.5 y las secundarias, 2.6 por ciento. La estimación oportuna del PIB trimestral ofrece una visión completa de las actividades económicas para apoyar la toma de decisiones. Los datos del PIB trimestral tradicional se publicarán el 31 de octubre.

Cuadruplica SAT supervisión

El SAT informó que durante el primer semestre del presente año 513 empresas incumplieron requisitos y obligaciones para la certificación del IVA y el IEPS (Impuesto Especial sobre Producción y Servicios). Señaló que entre ellas se encuentran 50 grandes contribuyentes, pertenecientes a los sectores textil, aluminio, acero y automotriz. Estas omisiones involucran un monto de 8 mil 324 millones, 34 por ciento más que durante el mismo período de 2022 y tres veces más que en 2021. Por ello, el SAT cuadruplicó las visitas de supervisión a empresas que cuentan con una certificación de ambos impuestos. Y 75 por ciento de dichas certificaciones fueron canceladas en forma definitiva.



Participa en la

METAEXPOANAM'23

Una versión virtual de tu Stand podrá ser vista en el metaverso de septiembre a diciembre, elevando el impacto de tu marca con clientes potenciales.



SOLO 32 STANDS PODRÁN ESTAR EN LA META EXPO ANAM, APARTA EL TUYO YA.



5544889797

emuñoz@provoking.mx

“Superpeso” bifronte

La apreciación del peso genera beneficios, como la disminución de la deuda externa, pero también tiene efectos negativos, como el descenso en los ingresos públicos. En cuanto a ingresos, los flujos, que están en dólares, son menores; el barril de petróleo se vende en dólares, y ahora nos da menos pesos. Y el IVA por productos o servicios que se exportan o importan, también es menor. Pero la deuda, que se cobra en euros o dólares, ahora vale menos, y en el caso de la externa, el costo financiero, que se paga en dólares, requiere menos pesos. La explicación fue dada por el subsecretario de Hacienda, Gabriel Yorio González.



Utilidad neta de Pemex

De acuerdo con la Bolsa de Valores, PEMEX reportó una utilidad neta de 82 mil millones de pesos. El director general, Octavio Romero Oropeza, resaltó que este rendimiento es digno de reconocimiento. Porque en 2022, tras la epidemia, se alcanzaron precios por encima de los 90 dólares por barril durante unos meses; pero en 2023 los precios han disminuido en más de 20 dólares por barril. Con todo, tan sólo en el segundo trimestre del año PEMEX obtuvo utilidades por 25 mil 423 millones de pesos.

Dispersará IMSS 22 mmdp en 2024

El IMSS invertirá 22 mil millones de pesos en infraestructura de hospitales y para la terminación de cuatro Unidades de Medicina Familiar, un Centro de Mezclas y una Central de Servicios, entre otras obras. El movimiento financiero se dará en todo el país. Así lo dijo el director de Finanzas del Seguro, Marco Aurelio Ramírez. Señaló que se trata de la inversión más grande destinada en un año para hospitales.



Aumenta el empleo

La Población Económicamente Activa (PEA) se ubicó en junio de 2023 en 60.3 millones de personas. Esto implicó una tasa de participación de 60.1 por ciento, según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. La población ocupada fue superior en 859 mil personas a la de junio de 2022. Del total de ocupados, 40.2 millones (68.5 por ciento) operaron como trabajadores subordinados y remunerados, un alza anual de 1.2 millones de personas. Y 13.2 millones (22.5 por ciento) trabajaron de manera independiente, sin contratar; no hubo variación respecto a junio de 2022.

Seguridad, pide CONCANACO

La CONCANACO pidió a las autoridades “acciones contundentes” ante los graves efectos de la inseguridad en la Autopista Siglo XXI, especialmente en el tramo de Michoacán. Esto porque en el trayecto Feliciano-Las Cañas se reportan constantes robos con violencia de carga contenerizada, vehículos con carga menor, pertenencias de turistas y vehículos de lujo. “Las autoridades deben proteger a los ciudadanos y defender las vías y negocios que dan sustento y futuro a las familias”, expresó el presidente del organismo, Héctor Tejada.

Inglés, ¿lengua nacional?

Además de las copiosas irregularidades en contenido, peso y publicidad, el sector de alimentos para mascotas presenta una grave transgresión legal: la total marginación de la lengua nacional en su manejo mercadológico. Domina el inglés no sólo en las marcas -lo cual es comprensible-, sino en lemas y toda clase de referencias del producto; frases que, en la mayoría de los casos, no empleados. “A las empresas globales el mercado mexicano no les parece suficientemente atractivo como para abstenerse de traducir sus mensajes”, dijo, con razón, el gerente de un supermercado.



Alimentos para mascota

La Profeco analizó 46 marcas de alimentos para perros, con la finalidad de determinar si cumplen con lo señalado en sus etiquetas. Halló un cúmulo de irregularidades. La marca Respét contiene menos del contenido neto declarado, de 4 kilos por bulto. Otras se anuncian con lemas que no demostraron: Bark, Beneful, Dog Chow, Natural Gourmet, Grancan, Natdog. Nufit By Nupec, Nupec Adulto, Nupec Senior, One Purina, Optimo Selecto By Nupec, Tier Holistic. ¿Las frases? “Nutrición superior”, “Salud radiante”, “Maximiza su calidad de vida”, “Natural Gourmet”, “Nutrimos su felicidad”, “Irresistible sabor a pollo”, “Pancita contenta”. Y muchas marcas no son veraces con el contenido nutrimental que declaran: Alimento para Perro, Natdog, Pet’s Club, Grans Pet Carne Fresca, Grand Pet Natural Gourmet, Canidae Pure Goodness Real Duck y Respét Republic of Pets.

Se incrementa turismo extranjero

En mayo pasado México recibió 9.3% más turistas internacionales que en el mismo mes de 2022. Ingresaron 3.26 millones de turistas, comparados con los 2.98 millones del mismo lapso del año anterior. De acuerdo con el Consejo Nacional Empresarial Turístico, el principal repunte se presentó en los turistas fronterizos, que aumentaron 23.6 % hasta superar 1.21 millones de personas, mientras que aquellos que llegaron por avión representaron 1.1%, 1.73 millones. En mayo el gasto total de los turistas internacionales se incrementó 1.2%, al pasar de 2,104.2 millones de dólares a 2,128.4 millones.





Harina de MAÍZ

Nixtamalizado

✓ Grano Entero

✓ Adicionada con Vitaminas y Minerales

✓ Libre de Gluten



Nomenclatura

Salvador Ávila

Desde 1847, o probablemente años atrás, el ayuntamiento de la ciudad de México pidió “se vigile y corrija por los señores Capitulares los letreros de las tiendas públicas que carecen de toda ortografía”. ¿Qué tenía de particular este servicio que muchas personas querían desempeñarlo de manera honorífica? Como el señor José Meza, quien en 1856 pidió “se le nombre sin retribución alguna, corrector de los rótulos e inscripciones que se encuentran en esta ciudad”. En 1868, las autoridades eligieron a los profesores que debían revisar y corregir los letreros de los giros mercantiles, ellos sí con remuneración. Poco tiempo después, en 1871, se creó formalmente la plaza de Inspector de Rótulos de los Comercios de la Ciudad de México, cuya función era “borrar los letreros que estén pintados sin ortografía”. En 1872, el oficial inspector de letreros presentó “un talón del libro que ha adoptado para el mejor cumplimiento en su comisión”. Tres años más tarde, en 1875, se pidió a los regidores que “procuren se enmienden en el término de 4 meses, los letreros mal escritos que existan en los establecimientos públicos de sus respectivos cuarteles”. Ese mismo año se acordó que no se colocaran letreros en los establecimientos mercantiles e industriales sin permiso del regidor del cuartel respectivo. Respetuoso de la ley, en 1879 el señor Alberto Gómez pidió “permiso para fijar un cartelón que anuncie los efectos de mi botica en los bajos del portal de la Diputación junto a la Sedería de Icaza”.

En 1891, el señor Alberto Díaz Rugama fue nombrado, de manera interina, inspector de letreros públicos. Esta plaza todavía existía hacia 1915. ¿Tenía lógica una cuestión como esta cuando en la ciudad de México -para no hablar del país en su conjunto-, la mayoría de sus habitantes era analfabeta? O bien, por qué no considerar que todos esos anuncios que salían al paso de la gente, a fuerza de la reiteración terminaban por alfabetizarla un poco. Por lo demás, desempeñar el cargo de inspector de letreros no era cosa sencilla: debía recorrer la ciudad a pie, con libreta en mano, cuidando que los rótulos de todo negocio establecido en calles o mercados, grandes



o pequeños, “tuvieran inscripciones sólo en castellano”, para entregar después una “relación de letreros con mala ortografía”. En ese documento quedaba constancia, por ejemplo, que el nombre de la pulquería “Masiste Pulquero” estaba mal escrito, al igual que el de los baños “Paraizo”, “Del Tanquito” o “De las Delisias”, este último fundado en hacia 1833. Las fondas y figones, pulquerías, baños temazcales y las tiendas o “sangarros”, competían por figurar con el nombre más llamativo o extraño. Los epítetos de las pulquerías se cuentan aparte: “El triunfo de la onda fría”, “La Memoria del Porvenir”, “El Paso de Venus por el Disco del Sol”, “El Tren de la Ilusión”, “El Reino del Dólar”, “Los 3 gorriones”, “El Sitio de Troya”, etcétera. Algunas pulquerías, como “El Recreo de los Amigos”, adornaban sus fachadas o sus interiores con todo tipo de leyendas, escenas o paisajes, a veces ejecutados por pintores profesionales.

Los grandes y suntuosos comercios compartían un elemento común con los pequeños y aun modestos establecimientos: tenían sus nombres y el de los productos o servicios que ofrecían pintados al óleo en las paredes. Así, en los muros de La Antigua Ferretería Francesa de la calle de Zuleta No. 5, la gente que sabía leer, leía: “Establecida en el año de 1856. ➤

SURTIDO DE VINOS Y COMESTIBLES DE ULTRAMAR

Por Mayor y Menor.

Importaciones directas
de toda clase
de abarrotes extranjeros.
Licores finos
y corrientes.



Gran surtido de vinos
españoles y franceses.
Conservas alimenticias
y toda clase de efectos
de Ultramar.

ESQUINA DEL PORTAL DE AGUSTINOS Y CALLE DE LA PALMA.

Señor *La Comisaría de Rentas Municipales*
á VILLA Y H.º

Por lo siguiente que ha comprado pagadero en esta Capital en moneda de plata

Pedro Deccas y Eduardo Richaud. Rejas, Balcones, Barandales, Tragaluz, Invernaderos. Se vende fierro y plomo. Se compra fierro y toda clase de metales". Por su parte, la Gran Rebocería y Zarapería El Incendio del Puente de Palacio No. 10, anunciaba: "Surtido de Rebozos y Zarapes. Cobertores. Mantillas. Cambayas. Hilazas. Hilo Planchado. Pabito. Cordón y Añil. En esta Casa se hace toda clase de Rebozos, Zarapes y Mantillas a la idea que gusten. Ventas por mayor y menor. Precios mucho muy bajos". Los vecinos de la ciudad de México podían saber, por las inscripciones de las paredes de la Librería de la Enseñanza (Portal del Águila No. 7), que esa casa había sido fundada en 1874 y que ofrecía "papelería elegante, novedades de París, Londres y New York. Efectos de escritorio. Efectos de fantasía para obsequios y cumpleaños. Juguetería muy barata". Además, vendía "obras de Medicina, Legislación, Educación, Ciencias y Artes, Libros en inglés, francés y castellano para premios y aguinaldos". Es curioso, en una factura comercial de 1894, de la Gran Plomería de Guillermo Paterson (calle de Independencia No. 9), se puede apreciar que, en el único espacio de la fachada libre de inscripciones, hay un aviso en la pared que dice: "Se prohíbe pintar anuncios".

El espectro de establecimientos que ofrecían servicios o vendían productos, era heterogéneo y numeroso en la ciudad de México de finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Contemplaba casas comerciales importantes como El Palacio de Hierro de Enrique Tron, que por cierto fue víctima de un incendio, o el Gran Cajón de Ropa El Puerto de Veracruz; la Botica Americana del Puente

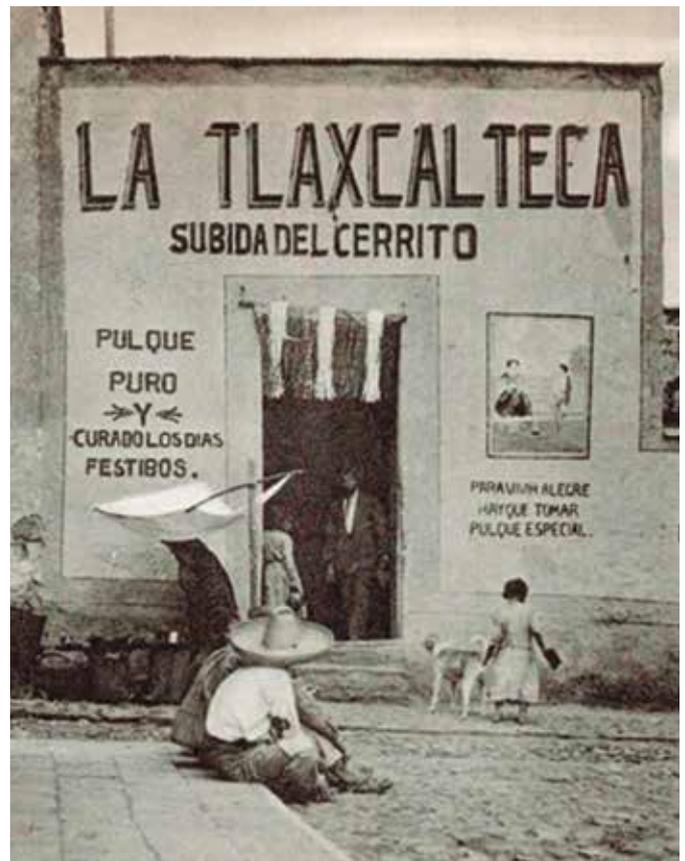
de San Francisco, la Droguería Universal o la Antigua Vinatería del Seminario (actual esquina de Seminario y Moneda). También estaban los famosos cajones de ropa La Valenciana, la Ferretería, Mercería y Maquinaria de Roberto Boker y Cía., y la Casa de Comercio La Barata en la tercera calle de Independencia, que se distinguía por el reloj colocado al frente del negocio. Otros comercios o casas de servicios dignos de destacar son los siguientes: Agencia de Inhumaciones de Eusebio Gayosso (en los bajos del Hotel Willow de la calle 5 de Mayo), Compañía Americana de Inhumaciones (Avenida Juárez y San Diego), Droguería de la Profesa de la calle del mismo nombre, Gran Tocinería de la cuarta calle de San Juan, Doraduría y Fábrica de Espejos de Claudio Pellandini (segunda calle de San Francisco número 10), Carros para Mudanza de Silvestre Padilla (que ofrecía "toda clase de transportes en la capital y sus inmediaciones"); Gran Cobretería de la calle de Tiburcio núm. 4, La Europea, talleres de imprenta, litografía y grabado (calle de Santa Isabel No. 9). En fin: A las Fábricas de Francia, La Ciudad de Londres, Sorpresa y Primavera Unidas, Etchegaray Hnos. (una ferretería y mercería de grandes dimensiones en Isabel la Católica 49), Ferretería de Valentín Elcoro y Cía., Depósito Universal de Vinos y el Almacén de Abarrotes Clemente Jacques y Cía. (calle de Don Juan Manuel número 6).

La ciudad se modernizaba. Con la extensión de la energía eléctrica, muchos letreros tradicionales se trasformaron en anuncios luminosos, y las inscripciones al óleo dieron paso a la luz de neón. En 1885, Valente Castillo, propietario de la rebocería El Incendio, ➤

Nomenclatura

solicitó permiso para colocar “un letrero aéreo anunciando su casa de comercio”. Surgió así un nuevo tipo de actividad, que poco a poco se profesionalizó. En 1889, el señor Enrique Roldán y Cía., estableció una “Agencia especial para fijar toda clase de anuncios en la ciudad”. Lo mismo hizo cuatro años después la agencia de inhumaciones de Eusebio Gayosso. En 1895, Alberto Heredia obtuvo permiso para “colocar rótulos luminosos en los pisos y paredes de las casas de la ciudad”. La Droguería Belga, antes Universal, fue de las primeras en contar con un anuncio luminoso colgante. Había “anunciadores luminosos” en la azotea de 5 de Mayo y Alcaicería, y en la azotea de la casa número 19 de las Escalerillas (hoy República de Guatemala), propiedad de Emilio Bellan. Había también negocios con “letreros de luz eléctrica fijos en la fachada”. En 1912, el viejo y reconocido vitralista Claudio Pellandini colocó “un rotulo luminoso en la 4a. calle de Tacuba, número 48, casa del señor Gonzalo Cendil”. Era una muestra de su adaptación a los nuevos tiempos, modernos y capitalistas.

De verdad, pocas cosas trazaron una línea de continuidad a lo largo del siglo XIX, y más allá de la frontera de esa centuria. El modesto oficio de inspector de letreros se cuenta entre esas excepciones. 



HIDRATACIÓN TOTAL

SOLUCIÓN CIENTÍFICAMENTE
HIDRATANTE

DESHIDRATACIÓN POR:



CARLOS
CASTANEDA



Las enseñanzas de don Juan



Esteban M. Fuentes A. (Dr. Drosk)

La figura del chamán o brujo es muy importante en las etnias indígenas de latinoamérica. Es visto como un hombre sabio capaz de curar enfermedades físicas y mentales, sirve como un guía espiritual y asesora a los líderes de las tribus. Por otro lado, los escépticos y gran parte de la comunidad científica lo miran como un charlatán que ocupa la superstición y el efecto placebo para controlar a sus adeptos.

No obstante, el antropólogo Carlos Castaneda quiso demostrar que puede haber una relación entre el mundo académico y el esoterismo. En 1961, comenzó una ardua investigación sobre el chamanismo de la comunidad indígena yaqui, ubicada en Sonora. Durante cinco años fue dis-

cípulo del chamán Don Juan. Cada experiencia que tuvo durante su aprendizaje la documentó y teorizó cada hecho ocurrido.

La investigación la presentó como exámen de tesis en la Universidad de California, con la cual culminó su maestría en antropología. Su asesor y sinodales quedaron tan impactados con el texto que le ayudaron a publicarlo en inglés. Finalmente, en 1968, salió a la luz y se convirtió en un *best seller* en Estados Unidos.

El libro salió en el momento preciso, pues estaba de moda el movimiento juvenil del hippismo, que se acercaba a lo esotérico y espiritual; esto ayudó a que la obra se popularizara. En 1972, se tradujo al castellano y tuvo gran aceptación en latinoamérica y España, batiendo récord en ventas como ocurrió en Estados Unidos.

La obra comienza cuando Carlos Castaneda conoce al indio yaqui Don Juan en un autobús. Tienen una agradable charla e inician una amistad. Después de algunas semanas, Castaneda le expone a su interlocutor su interés por realizar una investigación sobre la cultura yaqui y la relación que tienen con el peyote.

En un principio, Don Juan luce desconfiado; expresa que no le agrada la idea. Finalmente, después de varias charlas acepta, con la única condición que Castaneda tiene que convertirse en un iniciado a cha-

mán. Esta es la única manera en que puede compartirle los secretos de su tribu.

El autor no está interesado en convertirse en un brujo yaqui, pero sabe que es la única manera en que Don Juan le transmita la información que desea para su investigación, así que acepta. El brujo yaqui le dice que tiene que hacerle una serie de pruebas para comprobar si es digno de comenzar su iniciación como aprendiz de chamán.

El primer reto lo realiza en el zaguán de la casa de Don Juan. En este lugar tiene que hallar el lugar adecuado para sentarse. Debe sentir y ver la luminosidad apropiada que le indique que es el lugar correcto. Para Castaneda esta misión es muy confusa, no sabe cómo comenzar. No obstante, después de una reflexión, se tira al suelo y

NUEVOS PRODUCTOS

Cuétara^{MR}
Felicidad en cada galleta[®]



Viva México



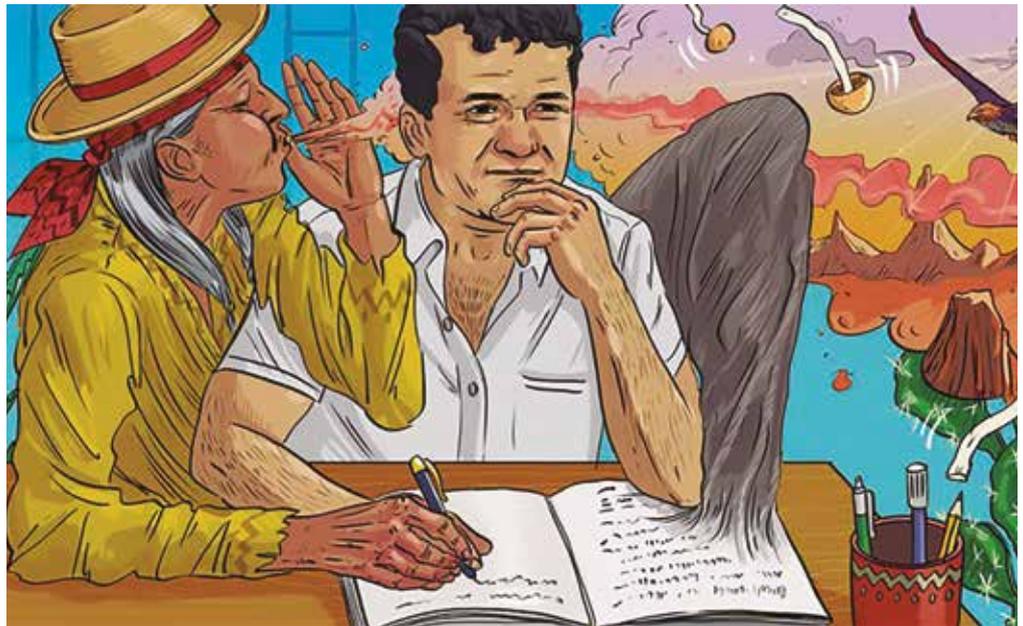
 @gcuetaramx  @GCuetaraMX  @GCuetaraMX

www.gcuetara.com.mx



comienza a rodar por cada parte del sitio. Finalmente, después de varias horas logra hallar el lugar adecuado.

La segunda prueba consiste en probar el peyote, el cual es llamado *mescalito* por Don Juan. El maestro desea conocer cómo se llevará el antropólogo con el ser que habita el alucinógeno. Cabe destacar que Castaneda nunca había ingerido algún estupefaciente, pues nunca le ha gustado alterar su mente. Por lo mismo, esto es un gran reto. Se convence que hace lo correcto, pues lo hace por un fin espiritual y con la guía de su maestro, a quien le tiene mucha confianza.



Lo primero que siente al consumir el *mescalito* es escuchar a algunos indígenas yaquis hablar en italiano; le parece muy extraño que ellos conozcan este idioma. En este momento se percata que ha comenzado el efecto del peyote. Posteriormente, se le aparece un perro con el que tiene una gran empatía. Durante horas se la pasan jugando, mientras lo hacen, el antropólogo tiene la sensación de estar recibiendo un conocimiento el cual no puede explicar con palabras.

Cuando termina el efecto del alucinógeno, Don Juan le expresa que el perro con el que interactuó era el *mescalito*, el cual se puede presentar de forma de animal, antropomorfa o como un ser de luz. Le explica que le cayó bien al peyote, ya que convivieron de manera muy cordial.

Después de haber pasado las pruebas, el indio yaqui le expresó al antropólogo que necesitaba tener un *aliado*, al cual define como “un poder que obtiene el brujo que le engrandecerá su vida, lo aconsejará y le dará la fuerza necesaria para salvar todo tipo de obstáculos; el aliado es capaz de llevar a un hombre más allá de sus propios límites, revelándole cosas que ningún ser humano podría”.

Le expresa que existen muchos *aliados* que habitan en diversas plantas. No obstante, él solo conoce dos (la yerba del diablo y el humito), los cuales le enseñará a utilizarlos. Después de saber manejarlos, Castaneda podrá elegir con cuál quedarse, ya que sólo se puede tener uno. Cabe destacar que cada aliado tiene sus propias reglas y rituales, los cuales se deben respetar a la perfección; de lo contrario, podrían dañar al brujo en lugar de ayudarlo. Después de explicarles las bases del proceso, Don Juan comienza la elaboración de las plantas y explica cómo funciona cada una.

La yerba del diablo es la planta *Datura innoxia*. Para obtener su poder se consumen los tallos, las raíces, las flores, las

semillas y hasta los insectos que las habitan. Otorga el poder de volar y la adivinación. También proporciona una fuerza física extraordinaria.

El humito es una combinación de plantas molidas, cuyo ingrediente principal es el *Psilocybe mexicana*; esta mezcla se prepara una vez al año y se consume fumada en una pipa ceremonial. Permite trastocar la realidad y convertirse en un animal como un león o serpiente. En el caso de Castaneda sintió transformarse en un cuervo. Cabe destacar que el humito es el *aliado* de Don Juan.

Durante el proceso de enseñanza, el indio yaqui le expresa a Castaneda que el principal objetivo de un chamán es convertirse en un hombre de conocimiento, el cual debe



Carlos Castaneda

Las enseñanzas de Don Juan

enfrentar a sus cuatro principales enemigos: el miedo, la claridad, el poder y la vejez. Una vez que el individuo logre superar cada una de estas disyuntivas, podrá obtener la sabiduría. Cada punto se debe superar en el orden mencionado, pues no se puede obtener la claridad sin antes no haber superado el miedo y así sucesivamente.

Entre las múltiples cátedras que impartió Don Juan, la que más llamó mi atención fue donde expresa que todas las personas deben de elegir los caminos que tienen corazón, y así nunca tendrán ninguna dificultad. Esto aplica para toda la gente, no sólo para los chamanes y los indios yaqui. Asegura que todo individuo tiene la capacidad para poder sentir cuál es el camino adecuado. Si se llega a tomar el sendero incorrecto, de inmediato se debe abandonar y optar por el indicado.

La última parte del texto es la más complicada, pues Castaneda realiza conceptos teóricos de todas las experiencias que vivió como aprendiz de chamán. Esto es todo un reto, ya que es muy complejo definir y darle un orden lógico a una enseñanza esotérica, mística y espiritual.

Desde la publicación de la obra hasta la actualidad, algunos intelectuales, científicos y lectores en general ponen en duda la autenticidad de *Las enseñanzas de Don Juan*; plantean la idea de que Castaneda se inventó el relato y por ende no es un texto antropológico sino literario. No obstante, yo pienso que los relatos son reales, debido

a que el libro fue validado por diferentes catedráticos de la Universidad de California.

Hay que recordar que la obra es una tesis de maestría, la cual pasó por diversos filtros que exige la academia. Además, a lo largo del texto, Castaneda siempre se cuestiona si los eventos ocurridos son reales o creados por su imaginación o por los efectos de los alucinógenos. De hecho, su escepticismo le ocasiona diferentes riñas con su maestro Don Juan.

Durante varios años, algunos amigos y conocidos que consumen estupefacientes me mencionaron que *Las enseñanzas de Don Juan* vanagloriaba el uso de alucinógenos, haciéndolos ver como algo sagrado que toda persona debe experimentar. No obstante, yo creo que el mensaje del libro es todo lo contrario. Expone que los hongos alucinógenos y el peyote son plantas sagradas que merecen respeto y que no todas las personas deben consumirlos, ya que se necesita cierta preparación para poder hacerlo.

Las enseñanzas de Don Juan es un libro indispensable para entender las costumbres de algunas comunidades indígenas. Nos ayuda a comprender su modo de mirar el mundo y su misticismo. Es un relato muy humano, pues el autor es el catalizador y protagonista de la narración. Vive en carne propia las sensaciones de un chamán y lo transmite a través de una prosa llena de magia. Muy recomendable para los lectores que gustan de la antropología e historia.



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

La mejor relación entre PRECIO Y CALIDAD

¡LA BOTELLA MÁS EFICIENTE en su empaque!



La constante innovación en nuestro proceso y producto nos permite:

- Con nuestros empaques anidados o en forma de panel podemos transportar más agua por camión (17% más packs por tarima) lo que permite tener ahorros en transporte que se reflejan en menos emisiones de CO₂.
- Usar menos plástico por botella lo que ayuda a reducir nuestra huella ambiental.
- Tener un ahorro anual de 4M de CO₂, 36 millones de litros de agua y 100 mil árboles.**

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

Conoce más de nosotros:



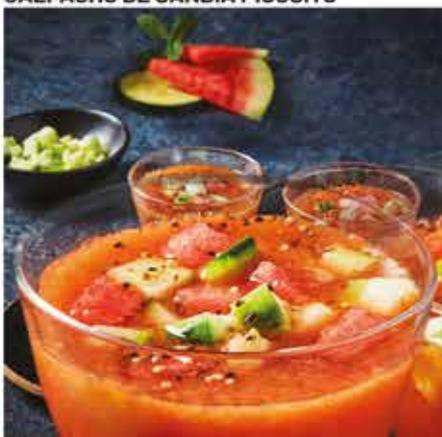
HOY TOCA

UN VERANO DE SABOR

HoyTocaRecetas.mx



DESCARGA LA APP
ESCANEOANDO EL
CÓDIGO QR.



Dolores *atún*®



A tu lado
para que
no te detengas.

**Ideal para llevar
a donde quieras**



Siempre
atulado

¡Pruébalos todos!

Aliméntate con proteína