REVISTA DE NEGOCIOS

JUNTOS®

Gaceta Mercantil

Con la pasión y fuerza de las mujeres

ENTREVISTA

Laura Gray

Belleza natural

#SinMujeresNoHaySociedad

MARZO 2020
AÑO 130 No. 08
ISSN 2007-8420
MEX $45

PAG WEB

Escanéame y disfruta el video

La fuerza empresarial de Jalisco

CAMARA DE COMERCIO GUADALAJARA

CERTAMEN Embajadora

DEL MARIACHI Y LA CHARRERÍA 2020

BASES:
- Cantar música de mariachi
- Nacionalidad mexicana
- Tener entre 18 y 30 años
- Estatura mínima sin calzado 1.50
- Excelente presentación
- Estado civil indistinto

PREMIOS:
- Primer lugar $40,000 en efectivo
- Segundo lugar $25,000 en efectivo
- Tercer Lugar $20,000 en efectivo

VESTUARIOS, CURSOS Y OBSEQUIOS DE NUESTROS PATROCINADORES

DOCUMENTOS PARA INSCRIBIRTE:
- Acta de nacimiento
- Video en USB con las siguientes características:
  1) Presentarte diciendo tu nombre completo.
  2) Debe de tener 1 canción, duración de 6 minutos máximo.

Con mariachi en vivo o música grabada.

Nota importante: No tendrás que traer fotografías, el día que vengas a entregar documentación y video, te tomaremos 2 fotos una cara y otra de cuerpo completo.

CIERRE DE INSCRIPCION 22 DE MAYO

BANORTE · Coca-Cola · telcel · RADIORAMA OCCIDENTE · OFVC Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara, A.C. · El Charro · MANIQUI · TAKASAMI · Salvador Moreno · Felipe Portería · COSMETO MEDICA · Hoteles Aranzazú · Irma de Zúñiga · Maya Lagos · Kaple · Kaila Ponce de León · imoc inglés total · Giuliana

CAMARA DE COMERCIO GUADALAJARA
La fuerza empresarial de Jalisco

Informes:
Cámara de Comercio de Guadalajara (33) 38 80 90 80
vinculacion@camaradecomerciogdl.mx
Embajadora del Mariachi y la Charrería
www.mariachi-jalisco.com.mx

EMBAJADORA 2019: **Fátima del Roció Luna Ramírez**

DISEÑO DE VESTUARIO: TIENDAS EL CHARRO
FOTOGRAFÍA: MAYA LAGOS
MAQUILLAJE Y PEINADO: IRMA DE ZUÑIGA
LOCACIÓN: GLORIETA LA MINERVA
ACCESORIOS: GIULIANA JOYAS
ENCARGADA DEL CERTAMEN: ALMA ACUÑA
DISEÑO: HÉCTOR PLAZA
DIRECCIÓN DE PROYECTOS ESPECIALES DE LA CAMARA DE COMERCIO DE GUADALAJARA

ENCUENTRO INTERNACIONAL DEL MARIACHI Y LA CHARRERIA

La fuerza empresarial de Jalisco

CAMARA DE COMERCIO GUADALAJARA

CONSEJO DIRECTIVO

COMISIÓN EJECUTIVA

PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO	Ing. Francisco Xavier Orendáin De Obeso
PRIMER VICEPRESIDENTE	Lic. Javier Arroyo Navarro
SEGUNDO VICEPRESIDENTE	Lic. Rogelio Alejandro Muñoz Prado
TESORERO	Ing. Carlos Pelayo Otero
SECRETARIO	Lic. Francisco Javier Soto Morales
PRO SECRETARIO	Lic. Gustavo Morante Aguirre
AUDITOR EXTERNO	C.P. Alberto Tapia Venegas
ASESOR DE PRESIDENCIA	Ing. Jaime Luis Bátiz Martínez
Vicepresidente de Afiliación y Servicios al Socio	Lic. Raúl González Chávez
Vicepresidente de Delegaciones y Zonas Comerciales	Lic. José Andrés Orendáin De Obeso
Vicepresidente de Secciones Especializadas	Lic. Raúl Fernando Sánchez Ruíz
Vicepresidente de CEFOR y Vinculación con Universidades	Lic. José Ricardo Sánchez Gil Alarcón
Vicepresidente de Desarrollo Inmobiliario y Urbano	Lic. Raúl Armando Uranga Lamadrid
Consejero	C.P. René Daniel Damy Novoa

VICEPRESIDENTES

Vicepresidente de Prevención, Procuración de Justicia y Paz	Lic. José María Andrés Zepeda
Vicepresidente del CAEE y Relaciones con Gobierno	Mtro. Luis Roberto Arechederra Pacheco
Vicepresidente de Eventos y Recreación	Lic. Carlos Francisco De la Torre Jiménez
Vicepresidente de Ética y Bienser Empresarial	Lic. Ramiro Gaxiola Oropeza
Vicepresidente de Empresas Tractoras	Lic. Armando Gómez Ibarra Obregón
Vicepresidenta de Desarrollo Humano	Lic. Maricela González Manzo
Vicepresidente de Plazas de Fomento Económico	Lic. Roberto Hemuda Debs
Vicepresidenta de Centro de Negocios	Lic. Norma Angélica Martínez Rodríguez
Vicepresidente de Representaciones y Consultivos	Ing. José Luis Méndez Navarro
Vicepresidente de Jurídico Corporativo	Lic. Alejandro Moreno Pérez
Vicepresidente de Empresarias y Empresarios Jóvenes	Lic. Hayk Muradyan
Vicepresidente de Comisiones y Ética de Adquisiciones	Lic. Omar Alejandro Peña Ugalde
Vicepresidente de Innovación, Emprendurismo, Ciencia y Tecnología	Mtro. Jaime Reyes Robles
Vicepresidente de Plataformas y Contenidos Digitales	Ing. Fernando Sánchez Antillón
Vicepresidente de Comunicación y Estrategia	Lic. Alejandro Sierra Sánchez
Vicepresidente de Mejora Regulatoria y Políticas Tributarias	Lic. Víctor Manuel Tapia Venegas
Vicepresidente de Negocios y Misiones Internacionales	Lic. Alfonso Tostado González
Vicepresidente de Arte y Cultura Ágora Enrique Varela	Lic. Guillermo Villarreal Aldrete
Vicepresidenta de Responsabilidad Social Empresarial	Lic. Carmen Alicia Villarreal Treviño
Vicepresidente de Turismo	Lic. Carlos David Wolstein González Rubio

CONSEJEROS

Lic. Miguel Ángel Abaid Sanabria	Sr. Luis Echeverría Cortés	Lic. José Roberto Mayorga Casillas
Lic. Eduardo Aceves Márquez	Ing. Pablo Errejón Alfaro	Lic. Ramiro Alberto Mora Gómez
Lic. Francisco Javier Aguayo Del Castillo	Lic. Agustín Flores López	Ing. Hans Neufeld Solorzano
Lic. Francisco Aguilera Barba	Lic. Miguel Ángel Fong González	Lic. Héctor Quirarte Gutiérrez
Lic. María José Alfaro Aranguren	Lic. Álvaro Garciarce Monraz	Lic. Diego Robles Farías
Lic. Juan Carlos Álvarez Del Castillo Barragán	Lic. Ramiro Gaxiola Cadena	Lic. Miguel Oscar Rodríguez Aguilar
Ing. Santiago Aranguren Tréllez	Lic. Jorge Gutiérrez González	Lic. Jorge Rodríguez Berlanga
Lic. Francisco Arroyo Jiménez	Lic. Amin Hawa Saadi	Lic. Antonio Rodríguez Blochlinger
Lic. Raúl Bustamante Ascencio	Arq. José De Jesús Hernández Padilla	Lic. Sandra Yadira Romero Torres
Ing. Adolfo Caballero Mier	Ing. Pablo Ibarra Michel	Arq. Michel Rosado Rivial
Lic. Hilda Miriam Campos Cuevas	Dra. Inés Jiménez Palomar	Ing. Sergio Eduardo Rosales Wybo
Dr. Francisco Javier Castañeda Ibarra	Lic. Manuel Lapuente Elizondo	Sr. Carlos Alberto Ruizvelasco Tapia
Lic. Luis Enrique Ceseña Cayeros	Lic. María Isabel Lazo Corvera	Lic. Alejandro Salas Guillen
Sr. José Alberto Covarrubias Gutiérrez	Lic. Gabriel Maldonado Velarde	Ing. José Enrique Tellaeche Torres
Sr. Moisés Eduardo Cruz Fonseca	Lic. Alfredo Martín Ochoa	Lic. Iván Gerardo Torres Menchaca
Lic. Eduardo De Anda Garciarce	Ing. Mario Martínez Barone	Lic. Alfonso Urrea Martín
Lic. Abelardo Díaz de León Gutiérrez	Lic. Salvador Martínez de la Torre	Lic. José Francisco Vielma Ordóñez
Lic. Miguel Ángel Domínguez Morales	Lic. Francisco José Martínez Hermosillo	Lic. Alejandra Fabiola Villagómez Sánchez
C.P. Francisco Xavier Mena Flores	Lic. Francisco Javier Mayorga Campos	Ing. José Rodolfo Villanueva Santana

DELEGADOS

Delegado del Centro Histórico de Guadalajara	Lic. Víctor Javier Zetter Hajje
Delegado Ribera de Chapala	Lic. Benjamín Mora Rivera
Delegado Zona Agavera	Ing. Carlos Hernández Ramos
Delegada de Tlajomulco de Zúñiga	Mtra. María Luisa Nelly Huerta Díaz

ASESOR FISCAL

Asesor Fiscal	C.P. Alberto Tapia Reynoso

COMISIÓN PERMANENTE DE ARBITRAJE

Don Fernando Topete Dávila
Don Francisco Beckmann González
Don Miguel Alfaro Aranguren
Don José María Andrés Villalobos
Don Javier Arroyo Chávez
Don José Luis Covarrubias Valenzuela
Don René Rivial León
Don Pablo Gerber Stump
Don Julio García Briseño

Siguenos en:

ESPECIALISTAS

Innovación y Tecnología - Gestión Empresarial
MBA Claudio Guillermo Vázquez Beas
Kevin Medina
Alejandra Arreola Gil

Jóvenes - Responsabilidad Social - Ética
Lucia Almaraz Cazarez

Entorno económico, financiero, político y fiscal
Mtro. Elías Isaac Páez Espinoza

Estilo y tendencias
Liz Velasco

Turismo y cultura
Diana Laura Díaz Santana Romero

STAFF

Directora de Comunicación y Estrategia / Ana Isabel Solís

Coordinador de Contenido y Posicionamiento Institucional / Job Aaron Viramontes

Coordinador de Creatividad y Diseño / Carlos Chavira Guerrero

Coordinador de Medios Digitales / Arturo Ramírez Montiel

Gerente del CAEE / Víctor López Tirado

Gerente Recursos Materiales / Luis Olvera Campos.

Fotografía y video #YoSoyCamara

Miguel Rojas, Arturo Ramírez, Héctor Hernández, Kevin García y Raymundo Amezcua

Fotografía Portada y Entrevista: Memo Flores

Revisión ortográfica / Edgar Flores

COMERCIALIZACIÓN

Jessica García Arias
Cel: 33 2112 8523/ juntos@camaradecomerciogdl.mx

OFICINAS Y REDACCIÓN

Cámara de Comercio de Guadalajara
Av. Vallarta 4095 Esq. Niño Obrero Fracc. Camino Real C.P. 45040
Zapopan, Jalisco, México Tel: 3880-9090

JUNTOS Gaceta Mercantil, órgano informativo mensual fundado el 18 de agosto de 1889 por el Lic. Tomás V. Gómez y registrado en la Dirección General de Correos de la Ciudad de México, el 6 de enero de 1936. Derechos de autor y derechos conexos. Año 130 número 08, marzo 2020, publicación mensual editada por la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Guadalajara, con domicilio en Av. Vallarta 4095, Zapopan, Jalisco, C.P. 45040, Tel. 0133-38809090, www.camaradecomerciogdl.mx. Editor responsable Carlos David Ibarra Rubio. Reserva de derecho al uso exclusivo No. 04-2013-032213475400-109, ISSN: 2007-8420, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Impresa por: Zafiro Editores S.A. De C.V. Carteros 86 Col Moderna Guadalajara, Jalisco, Tel. 33 3619 2098, este número se terminó de imprimir el 01 de marzo de 2020.

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación.

Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización del Instituto nacional del derecho de Autor.

Marzo 2020

Contenido

P. 03 **MENSAJE DEL PRESIDENTE**

P. 04 **EMPRESA ÍNTEGRA**
Integridad pública en Jalisco

P. 06 **DECISION MAKER**
Relación Comercial China-México

P. 08 **ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN**
Balanced Scorecard

P. 11 **CÁMARA, TU GUÍA..**
Diversidad en salud y belleza

P. 12 **IMPULSO CREATIVO**
Crowfunding: una alternativa de financiamiento

P. 14 **PERSONALIDAD INSPIRADORA**
Laura Gray / Belleza Natural

P. 18 **STRATEGIC PLAN**
Ventas en LinkedIn

P. 20 **LIVING EXPERIENCES**
35° Festival Internacional de cine en Guadalajara

P. 22 **DATA PLANNER**
No pierdas tus sellos digitales para facturar en este 2020

P. 24 **SUEÑA • PLANEA • EMPRENDE**
Vender o morir

P. 26 **#YoSoyCámara**
Socio Cámara de Comercio de Guadalajara
Javier Aguayo

P. 28 **EMPRESARIO CON ESTILO**
Tendencias Primavera-Verano 2020

P. 28 **#YoSoyCámara**
- ENCUENTRO DE INVERSIÓN Y COMERCIO MÉXICO - TAIWAN
- BIENVENIDA DE NUEVOS SOCIOS
- CÍRCULOS EMPRESARIALES
- INNOVATION OPEN

Síguenos en:

ALEJANDRO SIERRA
Vicepresidente de Comunicación y Estrategia

Editorial

Marzo en morado

Ni duda cabe que la única constante es el cambio, y si son en positivo mucho mejor. Por eso marzo es morado, porque apoyamos de forma decidida un movimiento en pro de las mujeres de nuestro país. Apoyamos la iniciativa #UnDíaSinNosotras, con la esperanza de que nos alcance y nos mueva a todas y todos para cambiar y reinventarnos.

Nuestra PERSONALIDAD INSPIRADORA de este mes es una mujer fuerte, como cualquier otra en México, que conformó una empresa prácticamente de la nada, dedicada a fortalecer la imagen de las mujeres de la ciudad: Laura Gray. Sin duda te gustará conocer su historia. Es sólo una pequeña muestra de los innumerables ejemplos que tenemos de mujeres exitosas y emprendedoras en todos los ámbitos.

Como cada marzo, nuestra ciudad se llena de cine, por lo que LIVING EXPERIENCIES te invita a vivir con todo, unos días de cultura cinematográfica en el 35º Festival Internacional del Cine en Guadalajara. Y para que vayas con el mejor outfit, en EMPRESARIO CON ESTILO te decimos qué tendencias dominarán en esta temporada de primavera-verano 2020.

Si lo tuyo son las ventas, en SUEÑA, PLANEA Y EMPRENDE, encontrarás recomendaciones de cómo usar la mercadotecnia a tu favor, no importa si aún eres un emprendedor. Mientras que en STRATEGIC PLAN te damos algunas sugerencias para utilizar LinkedIn y encontrar nuevas conexiones que te permitirán vender mejor y más rápido.

Complementan esta edición, nuestro ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN que te proporciona una herramienta para controlar de forma estratégica tu negocio con Balanced Scoredcard; DECISION MAKER que te da un panorama de la relación comercial México- China. E IMPULSO CREATIVO, con las alternativas de financiamiento a través de crowfunding.

Este mes en morado, te invitamos a que JUNTOS, desde nuestras trincheras, hagamos realidad la visión de un México más igualitario, en el que todas y todos, vivamos de forma digna, íntegra, segura y, sobre todo, libre de violencia.

#SinMujeresNoHaySociedad

XAVIER ORENDÁIN DE OBESO
Presidente del Consejo Directivo
Cámara de Comercio de Guadalajara

#YoSoyCámara
Oficina de Presidencia

PACTO POR LA INTEGRIDAD Y POR EL BIEN SER DE JALISCO

Una visión incluyente en la que estemos todas y todos

En un entorno dinámico y cambiante como el actual, resulta difícil imaginar un mundo en el que las mujeres no sean ya protagonistas en todos los ámbitos: como emprendedoras y empresarias, colaboradoras, servidoras públicas, formadoras de niños y jóvenes, científicas, líderes, y en general, todo lo que quieran ser.

No entenderíamos nuestro mundo tal como lo entendemos hoy, si ellas no se hubieran incorporado con su talento hace algunas décadas, para diversificar y ser un gran motor para nuestra realidad global y nuestra economía. Les doy algunos ejemplos:

- En Jalisco, 78.4% de las mujeres jaliscienses que trabajan, lo hacen en alguna empresa de comercio, servicios o turismo (INEGI).

- 40% de las mujeres en Jalisco son el principal sostén de su familia (INEGI).

- 66.6% de las mujeres trabajadoras, tienen hijos (INEGI).

Es indudable la enorme importancia de las mujeres en la sociedad. Por eso de acuerdo con nuestros valores, en Cámara de Comercio de Guadalajara, hace algunas semanas reconfirmamos que apostamos por una visión incluyente en la que estemos todas y todos, de manera segura, digna y libre de violencia.

Nos unimos a las voces que piden tener mujeres seguras. En particular pedimos a las autoridades federal, estatal y municipal, así como a los poderes Ejecutivos, Legislativo y Judicial, trabajar juntos por:

1. Brindar condiciones de seguridad para las mujeres y niñas.
2. Contar con mecanismos de atención a las mujeres víctimas de violencia.
3. Atender de inmediato las denuncias de desapariciones.
4. Abatir la impunidad.
5. Generar programas para eliminar el tráfico de mujeres y niñas.

Como sociedad tenemos mucho qué hacer:

1. Abatir la cultura machista.
2. Brindar condiciones de igualdad.
3. Ofrecer espacios seguros.
4. Implementar la flexibilidad laboral.
5. Garantizar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

Tenemos mucho qué hacer como sociedad y trabajar unidos para impulsar una comunidad cada vez más incluyente en el que hombres y mujeres, de manera complementaria, puedan tener las mismas oportunidades de desarrollo, bien valoradas y remuneradas.

Las mujeres se han ganado su lugar en el mundo por su inteligencia, capacidad, sensibilidad, talento y preparación. Impulsar, apoyar y honrar a las mujeres, es trabajar por el éxito presente y futuro de nuestra comunidad, de Jalisco y de México.

#SinMujeres NoHaySociedad

LUCIA ALMARAZ CAZAREZ
Presidenta del Sistema Estatal Anticorrupción Jalisco.
@DraLuciaAlmaraz

Foto cortesía de la OFVC Guadalajara/ Courtesy of the Guadalajara CVB

PACTO POR LA INTEGRIDAD Y POR EL BIEN SER DE JALISCO

Integridad pública en Jalisco

Aun cuando en México se han realizado esfuerzos importantes en el control de la corrupción, como lo fue la creación del Sistema Nacional Anticorrupción y sistemas estatales derivados de éste, falta mucho por hacer, y sus resultados se verán reflejados en el mediano y largo plazo. Sobre todo, si consideramos el diseño institucional de estos sistemas, que fueron concebidos para incidir en el diseño, la implementación y evaluación de la política pública anticorrupción, con el ánimo de coordinación entre las instituciones que los conforman.

De ahí la importancia de comprender los alcances de los sistemas estatales anticorrupción, que más que ser punitivos, deben centrarse en la desactivación de mecanismos que permiten el acceso a la corrupción, con estrategias claras y tangibles. Debemos comenzar a visibilizar a la integridad como un eje fundamental de la vida pública del país, acompañada de esfuerzos institucionales.

"Debemos comenzar a visibilizar la integridad como un eje fundamental de la vida pública del país"

La integridad es un factor imprescindible en la construcción de instituciones; es comprender que no sólo se trata de una cuestión moral, sino tiene que ver con la eficiencia en la economía y en el sector público. Y ello no sólo implica desarrollar la confianza en el Estado, sino en las instituciones públicas en general, los grupos empresariales y los espacios privados.

Existen instrumentos internacionales que mencionan a la integridad pública como un aspecto central en el combate a la corrupción. Es el caso de la Recomendación del Consejo de la OCDE sobre integridad pública. Aquí se menciona que por integridad pública debemos entender el posicionamiento consistente y la adhesión a valores éticos comunes, así como al conjunto de principios y normas destinadas a proteger, mantener y priorizar el interés público sobre los intereses privados. Esta recomendación ofrece a los responsables políticos, una visión estratégica de la integridad pública. Sugiere aplicar políticas de integridad ad hoc; políticas que incluyan el contexto donde se aplican, que utilicen un enfoque conductual y de gestión de riesgos y que hagan especial énfasis en promover una cultura de integridad en toda la sociedad.

Es importante que visualicemos la conveniencia de un Estado y de un país íntegro. Esto sólo será posible mediante el fortalecimiento del Sistema Nacional, y de los Sistemas Estatales Anticorrupción, considerando como ejes principales la transparencia, la rendición de cuentas, la administración y gestión documental homologada (archivos), así como una estrategia digital nacional, factores que corresponden a la integridad pública.

JAVIER ESPARZA
Analista Comercial
Universidad de Guadalajara

El Dragón Asiático & El Sol Azteca

Relación Comercial China-México

> *China se posiciona como el segundo socio comercial de México*

Los esfuerzos de México por lograr la diversificación de sus mercados internacionales en años recientes, ha significado una gran área de oportunidad para estrechar relaciones con algunas potencias asiáticas.

La vía que transitan las naciones para robustecer sus líneas de entendimiento en la escena internacional, comienza con establecer relaciones diplomáticas. La República Popular de China y los Estados Unidos Mexicanos, gozan de este puente desde el 14 de febrero de 1972, cuando comienza una relación bilateral que no sólo ha brindado frutos culturales y académicos, sino también de índole comercial.

A los 48 años de establecer relaciones diplomáticas entre el Sol Azteca y el Dragón Asiático, China se posiciona como el segundo socio comercial de México en el mundo. Y México es el segundo socio comercial de China en América Latina.

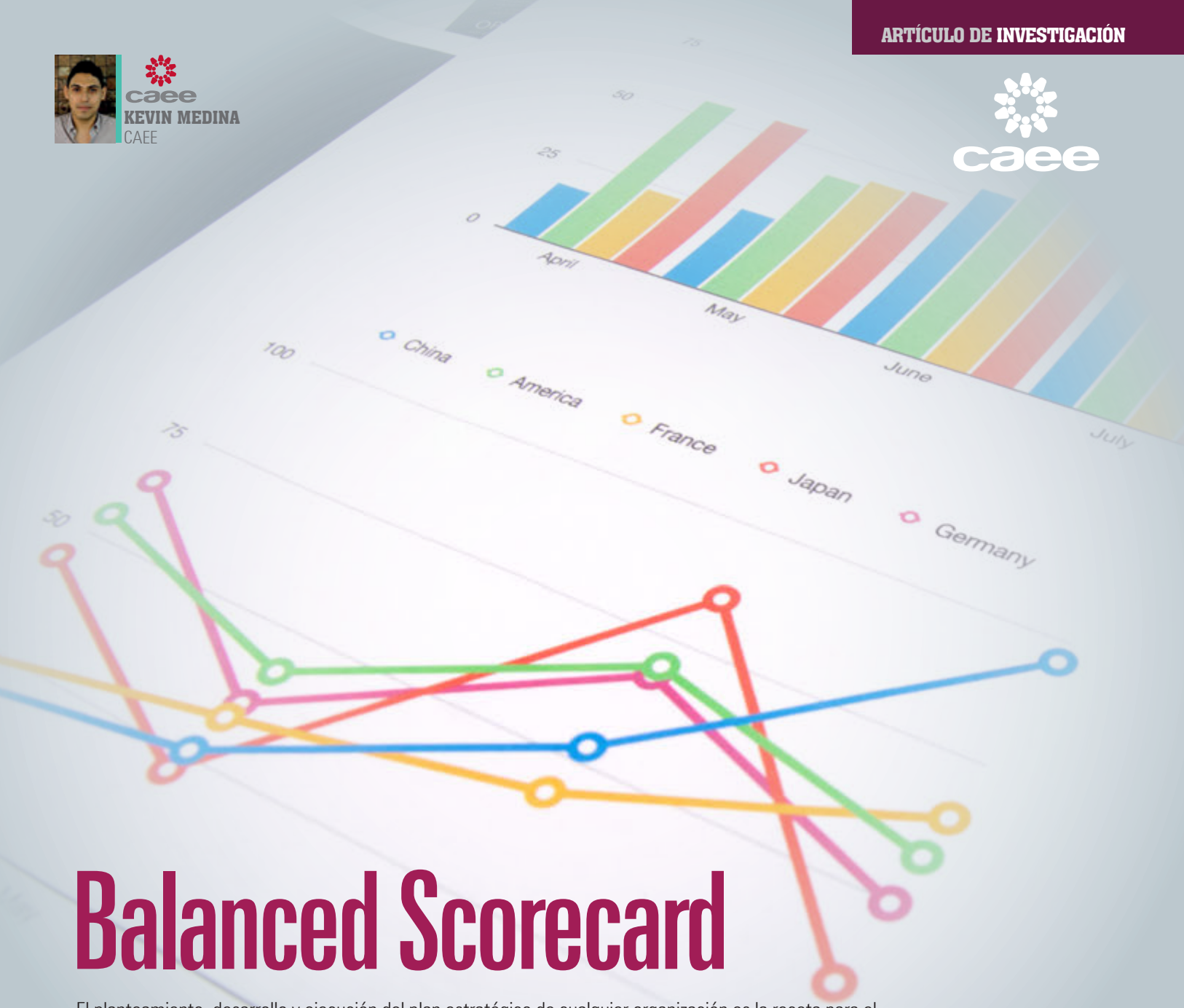
La relación comercial dinámica entre ambas naciones, ha llevado a un creciente interés de parte de empresas de los dos países a explorar oportunidades de éxito que han requerido inversiones en respectivos mercados, desarrollándose una plataforma para la internacionalización. En México contamos con la presencia de empresas globales chinas como: Lenovo, Jinko Solar, Huawei y Jac Motors. Las empresas mexicanas con presencia en China son: Bimbo, Maseca y Nemak.

Aunado a esto, China encuentra a México como un destino turístico atractivo. Y gracias a las facilidades en los visados para extranjeros y la conectividad aérea con que contamos, con aerolíneas como Aeroméxico y China Southern, nuestro país se ha posicionado como el principal destino latinoamericano para los chinos.

Es así como a través de un vínculo entre México - una de las principales economías emergentes del mundo - y China, la segunda economía más importante del mundo, se revisten de oportunidades que sin duda harán más dinámica la relación entre ambas naciones y sus economías.

Fuentes:
https://embamex.sre.gob.mx/china/index.php/es/la-embajada/relacion-economica
http://mx.china-embassy.org/esp/

caee
KEVIN MEDINA
CAEE



Balanced Scorecard

El planteamiento, desarrollo y ejecución del plan estratégico de cualquier organización es la receta para el éxito. Y es que existen múltiples métodos para elaborar el plan de la empresa de los cuales, cada uno abonará a cumplir determinados objetivos de acuerdo a los intereses planteados.

Es por ello que en esta edición de tu revista JUNTOS hablaremos acerca de uno de los métodos más utilizados desde su introducción, en 1992, y hasta la fecha vigente: **El Balanced Scorecard.**

¿Qué es el Balanced Scorecard?

Según sus creadores, Robert Kaplan y David Norton, Balanced Scorecard (BSC) es el sistema de administración o sistema administrativo que permite enlazar estrategias y objetivos clave con desempeño y resultados, que va más allá de la perspectiva financiera con la que los gerentes acostumbran evaluar la marcha de una empresa.

Es un método para medir las actividades de una compañía en términos de su visión y estrategia. Proporciona a los administradores una mirada global de las prestaciones del negocio. Es una herramienta de administración de empresas que muestra continuamente cuándo una compañía y sus empleados alcanzan los resultados definidos por el plan estratégico.

¿Cómo funciona?

El Cuadro de Mando Integral sugiere ver la organización desde cuatro perspectiva; cada una debe responder a una pregunta determinada y evaluada a través de 3 dimensiones.

Perspectiva	Pregunta clave	Dimensiones
Desempeño Financiero del Cliente	¿Cómo nos ven los clientes?	KPIS
Procesos Internos de Negocio	¿En qué debemos sobresalir?	Objetivos
Aprendizaje y Crecimiento	¿Podemos continuar mejorando y creando valor?	Innovación
	¿Cómo nos vemos en los ojos de los accionistas?	

Fuente(s): Asociación Española para la Calidad

Beneficios del BSC

Es un modelo de gestión flexible e interactivo.

Permite tener una visión y control del funcionamiento de cada área.

Facilita la comunicación entre dirección, mandos intermedios y empleados.

Posibilita una visión global de la empresa desde distintas perspectivas.

Mantiene la estrategia visible y como foco de la generación de estadísticas.

Ayuda a dar una estructura lógica a la estrategia.

Riesgos del BSC

Si los indicadores no se escogen con cuidado, el BSC pierde una buena parte de sus virtudes, porque no comunica el mensaje que se quiere transmitir.

Los objetivos estratégicos de muy alto nivel son difíciles de medir.

Poca importancia al ejecutar los proyectos estratégicos debido a que no son urgentes.

Debido a la creciente cantidad de bibliografía sobre el tema, puede resultar abrumador iniciar a aplicarla.

No existe una plantilla única para aplicar el BSC, cada organización debe crear el suyo.

Si la estrategia es rígida, impide que se pueda modificar de acuerdo a las necesidades dentro de los parámetros para conseguir el objetivo.

Fuente:Isotools.org

¿Quiénes usan el Balanced Scorecard?

Un estudio reciente publicado por la firma consultora **2GC,** el cual se titula *Balanced Scorecard Usage Survey 2018* y se realiza desde hace unos años con el fin de documentar y registrar el uso del Balanced Scorecard en las organizaciones, presenta algunos de los principales resultados:

- La investigación se realizó en 42 países que habían implementado el BSC
- **71%** de los encuestados son empresas privadas
- Mientras que **29%** son empresas públicas
- **30%** se ubican en el Norte, Centro y Sur de América
- Además, **22%** se ubica en la India
- Y **20%** de las organizaciones se localiza en Africa
- **51%** de las empresas que obtuvieron beneficios de usar el BSC tienen menos de 500 empleados
- **76%** lo usan para estrategias de negocios
- **47%** de las empresas generan un reporte bimestral de su BSC
- **47%** de las organizaciones realizan una revisión bimestral de su Balanced Scorecard
- **44%** de las organizaciones no informaron sobre el uso de algún software para generar informes
- **43%** de las organizaciones consideran muy valioso su Balanced Scorecard
- **43%** de las organizaciones informan que todas las medidas de su BSC se definieron completamente

Fuente: Balanced Scorecard Usage Survey 2018

En suma ....

Indudablemente los indicadores financieros de la empresa son el parteaguas y los cimientos de la empresa, pero incorporar al análisis elementos externos y los procesos internos como una forma integral de retroalimentación favorece una mejor toma de decisiones y dirige a la organización hacia los objetivos deseados.

El Balanced Scorecard no se ha quedado en el olvido, sino que se ha reinventado con el uso de la tecnología que permita mejores resultados. Por ello, en nuestro **Centro de Formación Empresarial (CEFOR)** puedes encontrar el curso ideal en esta herramienta que tu empresa necesita.

Para mayor información:

CEFOR
https://www.cefor.mx

¿Tienes alguna duda, sugerencia o comentario? Escribe a:

caee@camaradecomerciogdl.mx

Job Viramontes González
Coordinador de contenido y
posicionamiento institucional CCGDL
coordinacioncontenidos@camaradecomerciogdl.mx

Diversidad en salud y belleza

La imagen y el bienestar físico se reflejan en nuestro bienestar psicológico y autoestima. Lo primero que vemos en el espejo al levantarnos por las mañanas es a nosotros mismos, por lo que tenemos que cuidarnos para estar bien y sentirnos bien. Vivimos en una era en la que el cuidado personal es cada vez más relevante y tiene qué ver con sentirse bien, así como con proyectar una buena apariencia.

Hoy contamos con miles de productos que nos ayudarán a fortalecer nuestra imagen, y por lo tanto nuestra autoestima. Productos para el cuidado de la piel, cara, cuerpo, cabello; en presentaciones como cremas, geles, vitaminas en pastillas etc., elaborados para mujeres, pero también para los hombres, son algunas de las alternativas que están a nuestra disposición para lograr este fin.

La variedad de tratamientos cosméticos a elegir, dependerán de nuestras características propias, tipo de piel, edad o salud. Por lo que nuestra recomendación es seleccionar productos acordes con nuestra situación física y necesidad específica.

Cabe mencionar que la innovación está en todos los ámbitos, incluido el de cuidado personal, porque son tendencia los productos amigables con el medio ambiente y basados estrictamente en insumos naturales que son menos agresivos con nuestro cuerpo.

Un ejemplo son los productos de Laura Gray, una marca de nuestra ciudad, cuyos productos combinan estos factores y que harán que tengas lo necesario para que tu piel se vea radiante. Puedes probar su línea de productos con insumos 100% mexicanos y naturales en:

Av Tepeyac 1207-1 Col Chapalita
Av Naciones Unidas 5433 Col Jardines U
Seguro no te arrepentirás.
Cuídate y sobre todo, quiérete.

JOB VIRAMONTES GONZÁLEZ
Coordinador de contenido y
posicionamiento institucional CCGDL
coordinacioncontenidos@camaradecomerciogdl.mx

Crowfunding: una alternativa de financiamiento

Uno de los obstáculos más recurrentes para la formalización y consolidación de cualquier proyecto empresarial, sobre todo en sus etapas más tempranas, es el financiamiento. Para las pequeñas y medianas empresas, los canales de acción para conseguir recursos suelen ser más cerrados.

El crowfunding genera una alternativa de financiamiento muy amigable, utilizando las redes y la conectividad online. La disposición de esta herramienta se pone al alcance de todos. Las subvenciones, créditos y préstamos familiares se ven reemplazados y/o complementados con este mecanismo cuyo target principal son los nuevos proyectos.

Existen varios tipos de financiamiento incluidos dentro del crowfunding: préstamos, inversiones, recompensas, donaciones y recompensas por donación; siendo estas dos últimas las más utilizadas.

Para asegurar un buen funcionamiento del crowfunding es necesario establecer una base sólida de contactos y redes personales digitales que funcionen como vértices para la irrigación de información y promoción del proyecto. Sin ello, el alcance del financiamiento será limitado y no generará los resultados deseados.

Para hacer un uso óptimo del crowfunding co mo campaña de financiamiento, es necesario tener claros algunos datos importantes: justificación y alcance de mi proyecto, inversión total y financiamiento mínimo requerido. Con esto, ponemos a disposición de la plataforma la información que se estará compartiendo a los donantes/contribuyentes.

Teniendo estos datos, y una vez que se ha seleccionado el tipo de corwfunding requerido, se lanza una campaña digital. Algunas plataformas tienen alcance global, mientras que otras se concentran en el potencial regional, pero a final de cuentas, los números dependerán de la promoción online que se le esté dedicando a nuestro proyecto.

Si bien es cierto que la industria creativa es la que más utiliza este mecanismo, (para llevar a cabo proyectos audiovisuales, musicales, literarios, galerías artísticas etc.), cada vez más rubros empresariales comienzan a recurrir al crowfunding en sus distintas presentaciones.

El uso del corwfunding en México es relativamente reciente, pero constituye un contrapeso al endeudamiento y desahoga los primeros impedimentos económicos de las ideas de negocios. Lo importante es que no detengas la consolidación de tu proyecto debido a la falta de ingresos para sostenerlo.

"Cada vez más rubros empresariales comienzan a recurrir al crowfunding en sus distintas presentaciones"

EDGAR FLORES
Reportero

Laura Gray
Belleza Natural

La belleza de un emprendimiento exitoso

Emprender para la belleza, el cuidado, la satisfacción y el empoderamiento femenino, es lo que ha llevado a Laura Gray, nuestra personalidad inspiradora de este mes, a un sitio que pocos alcanzan, a dos años de crecer de manera constante en su día a día.

"Fue un trabajo muy duro al inicio. Jornadas largas de estar yendo a la calle a vender cara a cara mis productos. Valió la pena"

Laura Gray

Laura es la creadora de la línea *"Laura Gray, belleza natural"*, una firma tapatía que es ejemplo de tenacidad, esfuerzo y sobre todo, de éxito. A base de trabajo constante, alianzas estratégicas y pasión por lo que hace, Laura ha sabido permear en el universo de los productos de belleza, pero con la particularidad de ser ella misma la creadora de cada uno de sus productos, consolidando una firma que comenzó de cero y que hoy en día, es muestra de cómo el emprendimiento bien encausado y con pasión, es sinónimo de éxito.

Creadora de cosméticos, maquillajes o rímel, entre otros productos, Laura supo convertir una necesidad en oportunidad. Hacer productos únicos distinguidos por sus componentes naturales, la llevó a catapultar su marca, pasando de ser ella misma quien vendía cara a cara sus creaciones, a integrar un equipo de trabajo de ventas. La comercialización de sus productos en un pequeño punto de venta en Tonalá, se transformó en un gran negocio que cuenta con una bodega que concentra los miles de productos que se ofertan bajo su marca.

"Fue un trabajo muy duro al inicio. Jornadas largas de estar yendo a la calle a vender cara a cara mis productos. Valió la pena", recalca Laura Gray.

"Imagínense a una persona que no sabe nada de mercadotecnia y haciendo todo esto, bueno, es que lo hago con mucha pasión. Parte del éxito de todo esto es haber confiado en las personas, y ellas en mí", explica.

La innovación también es parte fundamental del crecimiento y éxito de Laura Gray. La estrella del catálogo, es sin duda su protector solar, pues un solo envase es capaz de rendir por todo un año aplicándolo todos los días.

Una cosa fue llevando a otra y un producto urgió de otro más, formando así una cadena de productos con bondades únicas en su tipo. *"Cuando saqué el rímel recuerdo que alguien me dijo que estaba muy padre, pero que con qué se lo quitaba. Inmediatamente fui por la materia prima y saqué algo para que se lo quitaran"*, narra ejemplificando cómo fortaleció su catálogo de productos.

Laura no apostó, como hacen muchos, por conseguir suministros en China, pues añade que sus productos son 100 mexicanos con lo que apoya la economía local, aunque admite que las condiciones que ofrece actualmente el gobierno no ayudan en mucho.

La innovación, parte fundamental del crecimiento y éxito

Plenitud personal que repercute en el éxito

Una de las estrategias de las que Laura está convencida en su quehacer diario, es tener plenitud. Esta filosofía es básica en su vida y negocio, y la extiende hasta sus distribuidoras y colaboradoras. *"Creo que si uno tiene plenitud física y emocional, estás bien en todos lados, en tu familia, en tu casa, con tu pareja, en tu trabajo. Aquí constantemente les pago encuentros y estrategias motivacionales, a fin de que no sólo vengan a trabajar, sino que tengan paz".*

De esta manera, Laura Gray es un ejemplo de cómo un negocio llevado con la pasión que caracteriza a las mujeres, tiene el potencial para convertirse en un caso de éxito. Hacer las cosas por amor, no por obligación y, sobre todo, con tenacidad y nunca darse por vencidos.

MTRO. ELÍAS ISAAC PÁEZ ESPINOZA
Profesor de la Escuela de Empresariales
Universidad Panamericana

Ventas en LinkedIn

Existe una opinión generalizada sobre el tema de las ventas y las redes sociales respecto a que éstas han sido diseñadas para generar engagement (interacción de los usuarios en las redes sociales de las marcas) y no para vender. Esta opinión también se refiere a todo lo relacionado con la red social de profesionistas o profesionales, llamada LinkedIn. Lo anterior no es necesariamente cierto.

Un primer análisis, de manera superficial, nos indica que es más probable que podamos *"viajar"* cómodamente durante el proceso de la venta interactuando con LinkedIn. ¿Por qué? Porque estamos, en teoría, considerando que esta plataforma aglutina a profesionales (y las marcas que representan) que tienen interés en interactuar con otros profesionales de diferentes sectores, en búsqueda de nuevas oportunidades de negocio. Pero no todo es *"miel sobre hojuelas"* o parece tan sencillo como la propia red social lo promueve.

De acuerdo con el portal Hubspot, existen 8 sencillos consejos que nos permitirán potencializar esas oportunidades de venta que estamos buscando y atraer esos beneficios comerciales que están trazados en nuestra empresa.

1) Completa tu perfil al 100%. Esto genera valor para la comunidad, tus seguidores y para la propia red social. Los posibles clientes quieren tratar con profesionales, y lo primero es parecerlo.

2) Colocar la descripción de lo que haces y representas en el encabezado de tu perfil es clave. Facilita el posicionamiento orgánico de tus datos (o de tu empresa) en los motores de búsqueda y facilita que tus prospectos te encuentren en la red social.

3) Genera contenido: blogs, e-books, infografías, consejos, tutoriales que te ayuden a generar debate y, por lo tanto, interacción en tu espacio. Lo anterior te ayuda a darte cuenta del perfil, preferencias y necesidades de tus posibles clientes.

4) Conéctate con tus socios de negocios, proveedores, organizaciones de interés en el sector.

5) Intégrate a grupos de tu sector profesional y participa en ellos.

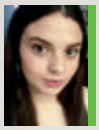
6) Invita a todos los colaboradores en tu empresa a unirse a la red para formar una comunidad.

7) Solicita recomendaciones a tus seguidores sobre tus productos o servicios.

8) Instala en la web page oficial de la empresa un botón de "Síguenos en LinkedIn" para que los prospectos te sigan en tu perfil.

En conclusión, aprovechemos esta plataforma para pasar del engagement a un primer contacto con prospectos calificados. No vamos a vender inmediatamente, pero sí, mediante la generación de contenido e información relevante para tu mercado, despertaremos el interés en las soluciones que ofrecemos.

"Esta plataforma aglutina a profesionales que tienen interés en interactuar con otros profesionales de diferentes sectores"



DIANA LAURA
DÍAZ SANTANA ROMERO
Dirección de Comunicación y Estrategia
Cámara de Comercio de Guadalajara

35° Festival Internacional de cine en Guadalajara

Una semana de cultura, cine y entretenimiento.

El Festival Internacional de Cine en Guadalajara (FICG) es un acontecimiento cultural de gran relevancia para la ciudad y para el país. Un escaparate para la apreciación, difusión, promoción y distribución del cine mexicano e iberoamericano, además de ser, un evento amigable con el medio ambiente.

El FICG inició en el año 1985, cuando el director de intercambio académico de la Universidad de Guadalajara (UdeG). el Licenciado Raúl Padilla López, invitó al historiador e Investigador cinematográfico Emilio García Riera a trasladarse a Guadalajara para desarrollar en el seno de la Universidad, el Centro de Investigaciones y Enseñanza Cinematográficas (CIEC). Vinculados con el CIEC, el autodenominado grupo cinecrítica,

FICG | 35 Festival Internacional de Cine en Guadalajara Film Festival · México ®

20 — 27 Marzo, 2020 • March 20 — 27, 2020

Guadalajara capital del cine animado

"El director de cine trata de usar todas las herramientas narrativas para crear una emoción. La belleza y lo terrible existen casi en partes iguales, y un cineasta busca todo lo posible para reflejarlo"

Guillermo del Toro

conformado por varios jóvenes cinéfilos entre los que se encontraba Guillermo del Toro, invitaron al cineasta Jaime Humberto Hermosillo a dirigir la primera Muestra de Cine Mexicano en Guadalajara. Todo un reto si se toma en cuenta que la producción cinematográfica en México estaba en la peor de sus crisis y apenas se producía una docena de largometrajes al año.

Cada año decidieron impulsar, confiar e invertir en este gran proyecto, todo con el fin de que el cine fuera conocido y apreciado en México. Actualmente el FICG debe su solidez al decidido apoyo de la Universidad de Guadalajara, del Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE), del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), el Gobierno del Estado de Jalisco, de los ayuntamientos de Guadalajara, de Zapopan y de la Iniciativa Privada.

Este año Guadalajara se viste de cultura, cine, entretenimiento y un asaz de aprendizaje del 20 al 27 de marzo, donde encontrarás diversas actividades y exposiciones en museos, universidades, jardines y hoteles.

Guadalajara se viste de cultura, cine, entretenimiento y un asaz de aprendizaje del 20 al 27 de marzo

L.C.P MARIA YOLANDA CERVANTES GODINEZ
HERMANOS VÁZQUEZ MEDINA
CONTADORES PÚBLICOS SC
yolanda@vazquez.com.mx

No pierdas tus sellos digitales para facturar en este 2020

El pasado primero de enero entró en vigor la reforma fiscal del actual Gobierno Federal, la cual tendrá un alto potencial **recaudatorio**. Su principal objetivo es que los contribuyentes cumplan debidamente sus obligaciones fiscales y no recurran a esquemas agresivos que diluyan su carga tributaria.

Entre los aspectos relevantes de la reforma, se encuentra **la inhabilitación temporal de los sellos digitales** utilizados para emitir comprobantes fiscales, ya sea de **ingresos, egresos o recibos de nóminas** de los empleados.

A continuación, te comentamos 7 de los 72 los supuestos más comunes por los que las autoridades fiscales pudieran restringirte el uso de los certificados:

1.- Se detecte la **omisión en la presentación de la declaración anual**, transcurrido **un mes posterior** a la fecha en que se encontraban obligados a hacerlo.

2.-Se detecte la **omisión en la presentación de dos** o más declaraciones **provisionales.**

3.-**Incongruencia en lo declarado.** Cuando el importe de los ingresos y retenciones declarados por el contribuyente no concuerde con los comprobantes fiscales expedidos y recibidos. Hay que recordar que el Sistema de Administración Tributaria (SAT) ya cuenta en su plataforma con toda nuestra información de ingresos y egresos.

4.-El **contribuyente no sea localizado** o desaparezca, estando

INSERCIÓN PAGADA. El contenido y las opiniones que se expresan son responsabilidad exclusiva del autor, no refleja las posturas ni opiniones de Cámara de Comercio de Guadalajara.

L.C.P Maria Yolanda Cervantes Godinez
HERMANOS VÁZQUEZ MEDINA CONTADORES PÚBLICOS SC
TEL: 31 23 00 63
www.vazquez.com.mx

sujeto a un proceso de cobro de créditos fiscales.

5.-No contar con un **buzón tributario registrado**. Por lo que es necesario tener nuestros correos electrónicos actualizados. debido a que es el medio de contacto oficial establecido por el SAT; los correos deben de ser auténticos y reales.

6.- Sea detectado que el contribuyente emisor de comprobantes fiscales se encuentra en el listado definitivo de aquellos que llevan a cabo operaciones inexistentes (Empresas Facturadoras de Operaciones Simuladas, ó EFOS).

7.- No cumplir con los requisitos de domicilio fiscal del contribuyente, como resultado de una verificación.

En esta nueva forma de **fiscalización y recaudación del SAT,** se pretende que cumplamos con todas nuestras obligaciones fiscales, o de lo contrario, hay altas probabilidades de cancelación de nuestros sellos digitales (y no podríamos facturar). Por eso, es fundamental el evitar caer en alguno de los 72 supuestos con los que podrían cancelar nuestros sellos, poniendo en riesgo la operación de la empresa.

¿Quieres que todos conozcan tu empresa?

REVISTA DE NEGOCIOS JUNTOS Gaceta Mercantil

juntos@camaradecomerciogdl.mx
T. 3880 9088 / 87

¡Anúnciate con nosotros y sé parte de JUNTOS!

Síguenos en:
www.juntosgacetamercantil.com

ALEJANDRA ARREOLA GIL
Jefa de la sección especializada en Mercadotecnia
Contacto: soy@alearreola.com

Vender o morir

"La mercadotecnia es un arma de gran poder, de la cual se puede hechar mano para potenciar cualqulier empresa"

La energía de quien emprende un negocio está tan enfocada en todo lo que implica el nacimiento, crecimiento y desarrollo de su proyecto, que llega a perder de vista la clave de la existencia del mismo, esto es, la sustentabilidad y la rentabilidad económica a partir de lo que dicho negocio produce. Tan se pierde de vista, que la esperanza de vida de una empresa, particularmente pequeña y mediana, es de 7.8 años (INEGI).

Por ello no podemos dejar de ver la forma de vender más. Y para esto, la mercadotecnia es un arma de gran poder para potenciar el desempeño de cualquier empresa. Es de suma importancia tenerla siempre en cuenta, incluso al arranque de todo emprendimiento, pues es más común que se incluya hasta el final, cuando la idea ya ha sido aterrizada, cuando ya contamos con un producto mínimo viable, cuando posiblemente se han realizado pilotajes del producto.

Por el contrario, debemos incorporarla desde el principio y mantenerla a lo largo de todo nuestro proceso de emprendimiento.

Te dejo una lista de aspectos de mercadotecnia que puedes implementar en todo momento en tu proyecto o empresa:

Conocer más sobre tu mercado:

- Investigaciones para conocer el posicionamiento de tu producto en el mercado, conocer a tu competencia, determinar el gusto de los consumidores actuales y potenciales, etc.

Desarrollar tu imagen corporativa:

- Definir logotipo, plantillas gráficas, colores para aplicaciones.
- Apoyos visuales en los puntos de venta.

Diseñar campañas de marketing

- Definir una línea de valores agregados de tu producto (¿qué le serviría a mi consumidor final? ¿cómo puedo llamar su atención?)
- Proyectos de fidelización y posicionamiento de marca.
- Campañas creativas desarrolladas a partir de la personalidad de la marca.

Establecer canales de promoción y mercadeo on line y off line:

- Catálogo y/o venta en línea.
- Usabilidad y navegación de tu página de internet.
- Gestión de comunidades en redes sociales.
- Publicidad offline (radio, televisión, posters, flyers).

Generar proyectos de posicionamiento:

- Monitorear la presencia en medios (sociales y tradicionales) de la competencia.
- Liderazgo de opinión a través de la participación en medios como foros, redes sociales, blogs.

Conocer más a tu cliente

- Automatización de ciclos de venta.
- Estadísticas de re compra.
- Perfil de cliente o usuario.
- Videos y/o manuales de capacitación sobre uso de producto.

Cada uno de estos aspectos está directamente relacionado con la posibilidad de mantener y potenciar negocios. Quien emprende está obligado a vislumbrar y echar a andar todas sus posibilidades y recursos para alcanzar sus metas.

Referencias: INEGI. Esperanza de vida de los negocios en México. Recuperado de: https://www.inegi.org.mx/temas/evnm/

EDGAR FLORES
Reportero

#YoSoyCámara

Socio Cámara de Comercio de Guadalajara

#YoSoyCámara
Socio Cámara de Comercio de Guadalajara

Francisco Aguayo

kANAN INGENIERÍA EN EMPAQUES

Emprender por un legado

Un consejo a los jóvenes emprendedores: "Que se atrevan a soñar, a verse como empresarios"

Francisco Aguayo, director general de Kanan Ingeniería en Empaques, es un referente del cómo emprender no sólo por una necesidad, sino con el firme objetivo de dejar un legado de manutención a sus hijos y familia. Lo que empezó como un pequeño negocio de bisutería, luego creció a las exportaciones, siendo ésta, la piedra angular del espíritu emprendedor de Francisco.

"Iniciamos con una cajita de bisutería, había que venderles a las señoras. Duramos tres años importando la bisutería, luego pusimos una tienda de regalos que nos duró 18 años", añade Francisco al hacer una retrospectiva de sus inicios como empresario.

Migrar o morir, ésa fue la clave en el éxito de Francisco. Pese a que su corazón estaba, o sigue estando en la abogacía, su profesión, querer dejar un legado era algo constante en la mente de este emprendedor. Todo migró hasta emerger una nueva empresa, que a un año de su creación, da pasos firmes.

Ahora es Kanan Ingeniería en Empaques, y todo surgió gracias a la filosofía de Francisco, de que el empaque y el embalaje, es canasta básica; todos la necesitamos, afirma el empresario.

Soñar, dice, es algo que jamás de debe perder, y lo hace para darle un consejo a los jóvenes emprendedores: *"Que se atrevan a soñar, a verse como empresarios"*, refiere Francisco.

Su acercamiento con Cámara de Comercio, es precisamente eso, soñar. *"Siempre me gustó y llamó mucho la atención la Cámara de Comercio. Siempre dije que algún día sería socio, y se cumplió".*

Así, Francisco cumplió su meta, y a finales de 2013, se afilió a nuestra Cámara con la entonces tienda de regalos. "*Surgió mi acercamiento con la Cámara con la idea de encontrar un espacio dónde trabajar, donde desarrollar. La Cámara nos da muchas opciones a los socios, pero lo que más me movió a mí, fue el poder aportar".*

El vínculo es tal, que Francisco define a nuestra institución como: *"mi segunda casa"*.

LIZ VELASCO
Nutrición clínica, obesidad y diabetes.

Tendencias Primavera-Verano 2020

Este año que inicia, seguramente ya estás poniendo en práctica algunos de los propósitos que te hiciste, como, por ejemplo: dejar un mal hábito, hacer más ejercicio o, quizá comer más sano. Cualesquiera que sean tus metas, no puedes dejar de lado el renovar tus prendas, sobre todo para lucir muy bien en la oficina.

Para ello vamos a hacer un resumen con las tendencias que nos presenta este año 2020, en cuanto a colores, materiales y cortes que estarán en todas las tiendas. Si bien, algunas tendencias siguen vigentes desde 2019 y otras son más innovadoras.

Las mangas de corte globo y campana las seguiremos encontrando en prendas superiores como son, blusas, sacos o suéteres. Materiales como el cuero continuará vigente y estará presente en prendas en pantalones de corte amplio, camisas y faldas lápiz. El pantalón-bermuda, seguirá en tendencia y abrirá paso a los pantalones baggy de tiro alto. Si te gustan los chalecos, esta vez será tu oportunidad de lucirlos, ya sea cortos o largos, igual que el blazer de corte más alto, de estilo "torero".

En cuanto a los trajes sastres, son indispensables en el ambiente laboral, el de doble botón y de corte más ancho, más relajado. Uno de los textiles de la temporada y que sin duda aporta un toque de elegancia, es el satén, y lo encontraremos presente tanto en faldas como en vestidos.

Los colores que predominarán en la entrada del verano, serán los neón, llamativos, energéticos y que van muy bien en pieles bronceadas. Pero sin duda alguna, el color protagonista de la temporada es el rosa, y lo veremos en sus diferentes tonalidades como el magenta y el chicle.

"Sean cuales sean tus metas, no puedes dejar de lado el renovar tus prendas"

Sin dejar de lado a los caballeros, la sugerencia para un evento formal tendrá como opción un pantalón en corte recto, saco de doble botón y sin duda alguna, la indispensable camisa blanca. Para eventos de menor formalidad, los jeans siguen siendo la opción, sin que olvidemos que las bermudas estarán presentes, chamarras de mezclilla de tipo cuero, así como las camisas con coderas.

En cuanto al calzado, predominarán los zapatos clásicos con cinturones y hebillas con puntas acampanadas. Y para ocasiones casuales el zapato tenis con agujetas, gamuza y náuticos con suela de goma, de burbuja y minimalista.

Recuerda siempre adaptar las tendencias a tu tipo de cuerpo, eligiendo correctamente los cortes, estampados y colores que mejor vayan contigo.

ENCUENTRO DE INVERSIÓN Y COMERCIO MÉXICO - TAIWAN

En nuestra constante búsqueda por hacer crecer las relaciones comerciales de los empresarios, llevamos a cabo el Encuentro de Inversión y Comercio en México con la Delegación de Taiwan. Agradecemos a todos nuestros socios participantes.

Comercio Exterior

BIENVENIDA DE NUEVOS SOCIOS

Damos la bienvenida a todos los socios que se integran a Cámara de Comercio de Guadalajara, esperamos poder ser partícipes de la consolidación de sus empresas. Agradecemos a Banorte, patrocinador de este evento.

Afiliación

#YoSoyCámara
Síguenos en:

Círculos Empresariales
NEGOCIOS ENTRE SOCIOS

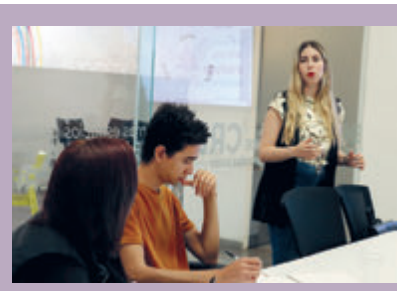
CÍRCULOS EMPRESARIALES

En la búsqueda de generar nuevas oportunidades de negocio, llevamos a cabo nuestra sesión ordinaria de #CírculosEmpresariales, agradecemos una vez más el compromiso y apoyo que brindan los empresarios asistentes.

INNOVATION OPEN

Se llevó a cabo la primer mentoría impartida por PR Project con los ganadores de #InnovationRace. Seguimos desarrollando ideas e impulsando la innovación a los futuros empresarios de nuestro país.

Innovation ROOM
Emprende • Crece • Consolida



#YoSoyCámara
Síguenos en:

quillermo flores fotografía

FOTOGRAFÍA Y VIDEO PROFESIONAL

ARQUITECTURA, PUBLICIDAD, SOCIAL, PRODUCTO, MODA, BELLEZA, HOTELERÍA, RETRATOS.

MÁS DE 15 AÑOS DE EXPERIENCIA

CONTÁCTANOS:
VENTAS@GF-ESTUDIO.COM
OFICINA: (0133) 36.30.48.56
MÓVIL (WHATSAPP): 331.241.59.48

VISITA:
GF-ESTUDIO.COM

REVISTA DE NEGOCIOS
JUNTOS
Gaceta Mercantil

SECCIONES

Entrevista a Socio de Cámara
#YoSoyCámara
Socio Cámara de Comercio de Guadalajara

Entrevista
PERSONALIDAD INSPIRADORA

Turismo
LIVING EXPERIENCES

Innovación y Tecnología
IMPULSO CREATIVO

Gestión empresarial y negocios
STRATEGIC PLAN

Jóvenes
SUEÑA • PLANEA • EMPRENDE

Servicios de Cámara de Comercio
TU ALIADO ESTRATÉGICO

Estilo y tendencias (necesidades del empresario / emprendedor)
EMPRESARIO CON ESTILO

Entorno económico / financiero / político
DECISION MAKER

Responsabilidad social
BE FRIENDLY

Arte y Cultura
APRECIARTE

Galería Fotográfica
#YoSoyCámara

Artículos del mes de

Abril 2020

LIVING EXPERIENCES
Bosque de la primavera

SUEÑA • PLANEA • EMPRENDE
Niños y adolescentes emprendedores

IMPULSO CREATIVO
Tecnologías 5G

#YoSoyCámara

IT Consultant®
Soluciones de Negocio

¿CÓMO SOBREVIVIR EN LA ERA DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL?

SAP®

1. Darte cuenta que la única manera de sobrevivir es siendo parte de esta transformación.

2. Contácta a SAP y pide una evaluación de Nivel de Aprovechamiento digital de mi empresa al **01800** o al **soluciones@itconsultant.com.mx**

3. Aprovecha los precios especiales que SAP tiene por asociados de Camara de Comercio.

¡TRANSFORMARTE O MORIR!

SAP® Business ByDesign · SAP Business One

Solicita tu demostración **sin costo**

SAP desde 365 USD para socios

La fuerza empresarial de Jalisco | CAMARA DE COMERCIO GUADALAJARA

Contáctanos 01800 727 8339
www.itconsultant.com.mx | soluciones@itconsultant.com.mx
IT Consultant · ITConsultantMx · Itconsultantmx

Para más información escanea el código QR

SAP Partner

FARMACIAS GUADALAJARA

Super Farmacia

¡Siempre ahorrando, siempre contigo!

Tu SuperFarmacia en casa **24 HORAS**

3818 1818

Todo lo que necesitas para tu salud, alimentación, belleza, cuidado personal, el bebé, hogar, fotoelectrónica y pagar servicios o enviar dinero.

www.farmaciasguadalajara.com.mx