

NEGOCIOS



EL 75% DE LAS
FRANQUICIAS EN MÉXICO
ES NACIONAL

ECONOMÍA



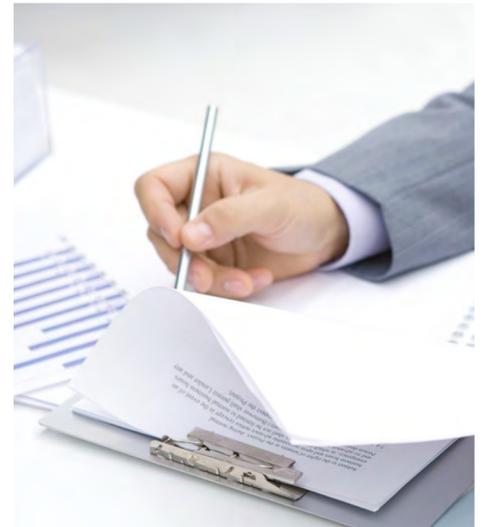
GRIPE AVIAR PEGA A
EXPORTACIONES AVÍCO-
LAS ESTADOUNIDENSES

JURÍDICO



HORARIO DE
FUNCIONAMIENTO DE LA
OFICIALÍA DE PARTES

JURÍDICO



CONVENIO PARA
EVITAR DOBLE
TRIBUTACIÓN EN ISR



**ENVÍATUS
PROMOCIONES**
¡LA AMR CELEBRA A MAMÁ!

MAYO 10

JURÍDICO



INTERCAMBIO DE
INFORMACIÓN EN
REDES SOCIALES

ECONOMÍA



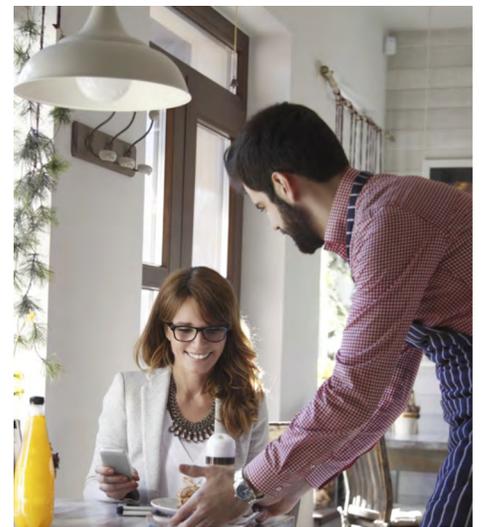
ATÚN MEXICANO
LE GANA BATALLA A
ESTADOS UNIDOS

GASTRONOMÍA



SUGERENCIAS PARA
MEJORAR TUS FOTOGRA-
FÍAS DE ALIMENTOS

ADMINISTRACIÓN



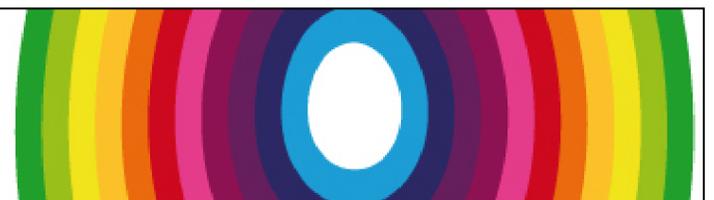
¿CÓMO INCREMENTAR LAS
VENTAS EN MI NEGOCIO?

Alimentaria

MÉXICO

Expo Internacional de Alimentos, Bebidas y Food Service

26-28 de Mayo 2015
Centro Banamex
CIUDAD DE MÉXICO



FUENTE
MUNDO EJECUTIVO EXPRESS

EL 75% DE LAS FRANQUICIAS EN MÉXICO ES NACIONAL



El 75% de las más de mil 250 franquicias que operan en el país son de origen nacional, cifra que revirtió las de origen extranjero que dominaban en los años noventa, con lo que México se coloca como líder en América Latina detrás de Brasil en este sector.

Para 2020-2025, más de 90% de los negocios mexicanos que sean exitosos se podrían convertir en franquicias, estiman expertos de las consultorías Alcazar & Compañía y Aranday & Asociados.

Entre las mexicanas que ya despuntan en el extranjero están Helados Holanda, Ópticas Devlyn, Sushi Itto, El Fogoncito, Helados Bing, Hipocampo, El Tizoncito y Taco Inn, entre otras.

Maricarmen Ramos, gerente de Alcazar & Compañía, destacó que en México, los jóvenes están buscando nuevas propuestas para abrir un negocio propio y las franquicias ofrecen un modelo que ha sido exitoso. Ejemplificó el caso de Brasil que tiene más de dos mil franquicias. En el último año trajo a México a Doctor Solución que

ha tenido éxito porque atiende y profesionaliza el sector de remodelaciones y reparaciones del hogar y ya alcanza más de 50 unidades en territorio nacional.

Para Cesar Aranday, de Aranday & Asociados, franquicias como la de Doctor Solución atienden nichos de mercado que son ideales para nuevos emprendedores que tiene la energía de echar a andar un negocio pero bajo un esquema exitoso.

En este sentido, estudiantes egresados de las carreras de arquitectura, ingeniería y otras relativas a la construcción pueden ser ideales para adquirir un negocio como ese, porque les permiten independizarse y generar valor agregado a su profesión, dijo.

Brasil que es el país con más franquicias creadas en América Latina, lo que demuestra que en esa nación el esquema ha prosperado y México sigue como el segundo país con mayor número de empresas nacionales que se han convertido en franquicias.

En 1989-1996 se inició en México el esquema de franquicias, donde destacó la de McDonald's y siguieron muchas más ahora ya posicionadas en el gusto del público, destacó el analista de la UNAM, Francisco González.

Datos del Inegi y de la Asociación Mexicana de Franquicias destacan que hay registradas mil 245 marcas, de las cuales alrededor del 75% son de origen nacional, mientras que en Brasil hay más de dos mil.

INICIO

FUENTE
EL FINANCIERO

GRIPES AVIAR

PEGA A EXPORTACIONES AVÍCOLAS ESTADOUNIDENSES

El brote de gripe aviar que se ha registrado en estados como Iowa y Minnesota ha provocado la restricción para importar pavo, pollo y huevo de diversos países así como la pérdida de más de 7 millones de aves desde marzo de este año.



Algunos socios comerciales de Estados Unidos, como México, están rechazando adquirir huevo y otros productos avícolas de estados afectados por una cepa letal de gripe aviar, mientras que otros sólo están excluyendo importaciones de condados donde ha surgido el virus.





El virus H5N2 ha costado a los productores de pavo y pollo más de 7 millones de aves desde principios de marzo. Las autoridades agropecuarias federales dicen que el suministro de alimentos es seguro.

Unos cuantos países, como China, Rusia, Corea del Sur y Tailandia, han prohibido todas las importaciones de aves de corral y derivados desde Estados Unidos.

Otros 33 países, incluidos México, Japón y Canadá, rechazan aceptar productos de aves de corral de estados completos, como Iowa, el principal productor de huevo de la nación, y Minnesota, el mayor criador de pavos en Estados Unidos. Algunos más, así como la ciudad china de Hong Kong, limitan la prohibición a condados donde se ha confirmado la presencia del virus.

Por su parte, Honduras, Kazajistán y Catar requieren que los productos en cuestión sean calentados a temperaturas que maten el virus antes de aceptarlos.

“Nos gustaría que esos países que están restringiendo con un criterio estatal lo hicieran a nivel condados”, dijo Jim Sumner, presidente de la Asociación Estadounidense de Aves de Corral y Huevo. Sumner señaló que 110 países mantienen el comercio con Estados Unidos sin obstáculos, y que es probable que una vez que la gripe sea aislada y se impida su propagación al menos durante un mes, algunas de las restricciones puedan relajarse.

Las exportaciones de productos de aves de corral han crecido en los últimos años. Estados Unidos exportó 42.5 millones de docenas de huevo en 2014, muy por arriba de

los 16 millones de 2012. También exportó 38,8 millones de docenas de huevo como productos de huevo procesado, comparados con 15 millones dos años antes.

Joelle Hayden, portavoz del Departamento de Agricultura federal, dijo que la dependencia colabora con la industria, las asociaciones comerciales y otros para mitigar el impacto en las exportaciones. *“Nos estamos poniendo en contacto con la mayoría de estos países para reducir estas restricciones”,* dijo.

Por otro lado, el gobernador de Minnesota, Mark Dayton, declaró hoy un estado de emergencia para combatir el virus H5N2, una medida similar a la tomada anteriormente por Wisconsin.

TEXTO

ÓSCAR DOMÍNGUEZ URBINA
Asesor Jurídico AMR

HORARIO DE FUNCIONAMIENTO DE LA OFICIALÍA DE PARTES Y DE ATENCIÓN A TRÁMITES

INSTITUTO DE VERIFICACIÓN ADMINISTRATIVA DEL DISTRITO FEDERAL AVISO INVEA-DF/001/2015, POR EL CUAL SE DA A CONOCER EL HORARIO DE FUNCIONAMIENTO DE LA OFICIALÍA DE PARTES Y DE ATENCIÓN A TRÁMITES, ASÍ COMO LA UBICACIÓN DE LOS ESTRADOS DEL INSTITUTO DE VERIFICACIÓN ADMINISTRATIVA DEL DISTRITO FEDERAL.

El día veintiuno de abril del dos mil quince, se publicó en la Gaceta Oficial del Gobierno del Distrito Federal, el horario de funcionamiento de oficialía de partes y atención de trámites del Instituto de Verificación Administrativa del Distrito Federal.

Mtro. Víctor Manuel Tello Aguilar, Director General del Instituto de Verificación Administrativa del Distrito Federal, Organismo Público Descentralizado, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 72 de la Ley de Procedimiento Administrativo del Distrito Federal; 19, fracción II de la Ley del Instituto de Verificación Administrativa del Distrito Federal y 22, fracción IX del Estatuto Orgánico del Instituto de Verificación Administrativa del Distrito Federal, he tenido a bien expedir el siguiente:

AVISO PRIMERO.- El horario de funcionamiento de la Oficialía de Partes del Instituto de Verificación Administrativa del Distrito Federal, será en de lunes a viernes, de 9:00 a 18:00 horas, en planta baja en el domicilio ubicado en Carolina 132 esquina Boston, Colonia Noche Buena, Delegación Benito Juárez, en la Ciudad de México, Distrito Federal, Código Postal 03720.

SEGUNDO.- Los trámites inherentes a la substanciación del procedimiento de calificación de las actas de visita de verificación se atenderán de lunes a viernes, de 9:00 a 14:00 horas, en el primer piso en el domicilio ubicado en Carolina 132 esquina Boston, Colonia Noche Buena, Delegación Benito Juárez, en la Ciudad de México, Distrito Federal, Código Postal 03720.





TERCERO.- El horario de funcionamiento de Atención Ciudadana del Instituto de Verificación Administrativa del Distrito Federal, será en de lunes a viernes, de 9:00 a 14:00 horas, en el primer piso en el domicilio ubicado en Carolina 132 esquina Boston, Colonia Noche Buena, Delegación Benito Juárez, en la Ciudad de México, Distrito Federal, Código Postal 03720.

CUARTO.- Los estrados del Instituto de Verificación Administrativa del Distrito Federal, se ubican en el primer piso del domicilio ubicado en Carolina 132 esquina Boston, Colonia Noche Buena, Delegación Benito Juárez, en la Ciudad de México, Distrito Federal, Código Postal 03720.

QUINTO.- Las notificaciones por estrados se harán fijando durante noventa días el documento que se pretenda notificar; el plazo se contará a partir del día siguiente a aquel en que el documento fue fijado y serán retirados una vez vencido dicho plazo de conformidad con la normatividad aplicable. Las notificaciones que sean retiradas de los estrados se enviarán a la Unidad Coordinadora de Archivos del Instituto para que resguarden las mismas de conformidad con la normatividad aplicable.

SEXTO.- Este Aviso surtirá efectos a partir del día siguiente en que se publique en la Gaceta Oficial del Distrito Federal;

SEPTIMO.- Publíquese en la Gaceta Oficial del Distrito Federal y fíjese un ejemplar de dicha publicación en la Oficialía de Partes del Instituto de Verificación Administrativa del Distrito Federal.

TRANSITORIO PRIMERO.- Se abrogan el aviso INVEADF/001/2010 por el que se da a conocer el horario de funcionamiento del Instituto de Verificación Administrativa del Distrito Federal y el aviso INVEADF/001/2014 por medio del cual se modifica el punto tercero del aviso INVEADF/001/2010 por el que se da a conocer el horario de funcionamiento del Instituto de Verificación Administrativa del Distrito Federal.

SEGUNDO.- Las notificaciones que actualmente se encuentren fijadas en los estrados del Instituto serán retiradas de estos a los treinta días naturales siguientes a la publicación del presente aviso y se enviarán a la Unidad Coordinadora de Archivos del Instituto para que resguarden las mismas de conformidad con la normatividad aplicable.

TERCERO.- El presente aviso entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en la Gaceta Oficial del Distrito Federal. México Distrito Federal, a diecinueve de marzo de dos mil quince.

CONVENIO PARA EVITAR DOBLE TRIBUTACIÓN EN ISR

(Primera Sección)

DIARIO OFICIAL

Jueves 16 de abril de 2015

SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES

DECRETO Promulgatorio del Protocolo que Modifica el Convenio entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Italiana para Evitar la Doble Imposición en Materia de Impuestos sobre la Renta y Prevenir la Evasión Fiscal, firmado en Roma, el 8 de julio de 1991.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

ENRIQUE PEÑA NIETO, PRESIDENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, a sus habitantes, sabed:

El veintitrés de junio de dos mil once, en la Ciudad de México, el Plenipotenciario de los Estados Unidos Mexicanos, debidamente autorizado para tal efecto, firmó *ad referendum* el Protocolo que Modifica el Convenio entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Italiana para Evitar la Doble Imposición en Materia de Impuestos sobre la Renta y Prevenir la Evasión Fiscal, firmado en Roma, el 8 de julio de 1991, cuyo texto en español consta en la copia certificada adjunta.

El Protocolo mencionado fue aprobado por la Cámara de Senadores del Honorable Congreso de la Unión, el quince de diciembre de dos mil once, según decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación del veintisiete de enero de dos mil doce.

Las notificaciones a que se refiere el inciso C) del Protocolo, están fechadas en las ciudades de México y Roma, el veintisiete de enero de dos mil doce y el dieciséis de marzo de dos mil quince, respectivamente.

Por lo tanto, para su debida observancia, en cumplimiento de lo dispuesto en la fracción I del artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, promulgo el presente Decreto, en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, el quince de abril de dos mil quince.

TRANSITORIO

ÚNICO.- El presente Decreto entrará en vigor el dieciséis de abril de dos mil quince.

Enrique Peña Nieto.- Rúbrica.- El Secretario de Relaciones Exteriores, **José Antonio Meade Kuribreña.-** Rúbrica.

EDUARDO PATRICIO PEÑA HALLER, CONSULTOR JURÍDICO ADJUNTO "A", ENCARGADO DE LA CONSULTORÍA JURÍDICA DE LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES CON FUNDAMENTO EN EL ARTÍCULO 55 DEL REGLAMENTO INTERIOR DE LA SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES EN VIGOR,

CERTIFICA:

Que en los archivos de esta Secretaría obra el original correspondiente a México del Protocolo que Modifica el Convenio entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Italiana para Evitar la Doble Imposición en Materia de Impuestos sobre la Renta y Prevenir la Evasión Fiscal, firmado en Roma, el 8 de julio de 1991, hecho en la Ciudad de México, el veintitrés de junio de dos mil once, cuyo texto en español es el siguiente:

PROTOCOLO QUE MODIFICA EL CONVENIO ENTRE EL GOBIERNO DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y EL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA ITALIANA PARA EVITAR LA DOBLE IMPOSICIÓN EN MATERIA DE IMPUESTOS SOBRE LA RENTA Y PREVENIR LA EVASIÓN FISCAL, FIRMADO EN ROMA, EL 8 DE JULIO DE 1991

El Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Italiana,

DESEANDO concluir un Protocolo para modificar el Convenio entre los Estados Contratantes para Evitar la Doble Imposición en materia de Impuestos sobre la Renta y Prevenir la Evasión Fiscal, junto con su Protocolo, firmado en Roma, el 8 de julio de 1991, (en adelante denominado "el Convenio"),

Han acordado lo siguiente:

A) En relación con el Artículo 3 (Definiciones Generales), párrafo 1, inciso i), numeral (ii), el nombre de la "autoridad competente" en el caso de Italia, deberá sustituirse por lo siguiente: "Ministerio de Economía y Finanzas".



- B) El Artículo 25 (Intercambio de Información) deberá eliminarse y sustituirse por lo siguiente:
1. Las autoridades competentes de los Estados Contratantes intercambiarán la información que previsiblemente sea relevante para aplicar lo dispuesto en el presente Convenio o para la administración o ejecución del derecho interno, relativo a los impuestos de cualquier naturaleza y denominación establecidos por los Estados Contratantes, o por sus subdivisiones políticas o administrativas, o entidades locales, en la medida en que la imposición exigida en el mismo no sea contraria al Convenio, así como para prevenir la evasión y elusión fiscales. El intercambio de información no está limitado por los Artículos 1 y 2.
 2. Cualquier información recibida de conformidad con el párrafo 1 por un Estado Contratante, será mantenida secreta de la misma forma que la información obtenida con base en el derecho interno de ese Estado y sólo se revelará a las personas o autoridades (incluidos los tribunales y órganos administrativos) encargadas de la determinación o recaudación de los impuestos a que se refiere el párrafo 1, de los procedimientos declarativos o ejecutivos relativos a dichos impuestos, de la resolución de los recursos relativos a los mismos, o de la vigilancia de todo lo anterior. Dichas personas o autoridades sólo utilizarán esta información para tales propósitos. Podrán revelar la información en las audiencias públicas de los tribunales o en las sentencias judiciales.
 3. En ningún caso, las disposiciones de los párrafos 1 y 2 podrán interpretarse en el sentido de obligar a un Estado Contratante:
 - (a) a adoptar medidas administrativas contrarias a la legislación y práctica administrativa de éste o del otro Estado Contratante;
 - (b) a suministrar información que no se pueda obtener de conformidad con su legislación o en el ejercicio de la práctica administrativa ordinaria de éste o del otro Estado Contratante;
 - (c) a suministrar información que revele cualquier secreto comercial, industrial, profesional o un procedimiento comercial, o información cuya revelación sea contraria al orden público (ordre public).
 4. Cuando la información sea solicitada por un Estado Contratante de conformidad con el presente Artículo, el otro Estado Contratante utilizará todas sus medidas de recopilación de información para obtener la información solicitada, no obstante que ese otro Estado pueda no necesitar dicha información para sus propios efectos impositivos. La obligación precedente está sujeta a las limitaciones del párrafo 3, pero en ningún caso, dichas limitaciones deberán interpretarse en el sentido de permitir que un Estado Contratante se niegue a proporcionar información únicamente debido a que no tiene un interés interno sobre la misma.
 5. En ningún caso, las disposiciones del párrafo 3 deberán interpretarse en el sentido de permitir que un Estado Contratante se niegue a proporcionar información únicamente debido a que la información está en poder de un banco, otra institución financiera, mandatario o persona que actúe en calidad de agente o fiduciario, o porque dicha información se relaciona con la tenencia de una participación en una persona.
- C) Cada Estado Contratante notificará al Otro, a través de la vía diplomática, el cumplimiento de sus procedimientos constitucionales para la entrada en vigor del presente Protocolo. El presente Protocolo entrará en vigor treinta (30) días después de la fecha de recepción de la última de dichas notificaciones y sus disposiciones surtirán efecto inmediato en ambos Estados Contratantes.

El presente Protocolo permanecerá en vigor mientras que el Convenio se mantenga vigente.

En Fe de lo cual los suscritos, debidamente autorizados para tal efecto por sus respectivos Gobiernos, firman el presente Protocolo.

Hecho en la Ciudad de México, el veintitrés de junio de dos mil once, en dos ejemplares originales en idiomas español e italiano, siendo ambos textos igualmente auténticos.

Por el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos: el Secretario de Hacienda y Crédito Público, Ernesto Javier Cordero Arroyo.- Rúbrica.- Por el Gobierno de la República Italiana: el Embajador Extraordinario y Plenipotenciario de Italia en México, Roberto Spinelli.- Rúbrica.

La presente es copia fiel y completa en español del Protocolo que Modifica el Convenio entre el Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos y el Gobierno de la República Italiana para Evitar la Doble Imposición en Materia de Impuestos sobre la Renta y Prevenir la Evasión Fiscal, firmado en Roma, el 8 de julio de 1991, hecho en la Ciudad de México, el veintitrés de junio de dos mil once.

Extiendo la presente, en cinco páginas útiles, en la Ciudad de México, el veinte de marzo de dos mil quince, a fin de incorporarla al Decreto de Promulgación respectivo.- Rúbrica.



INFORMACIÓN
VALORES Y DATOS PERSONALES
www.vydp.org

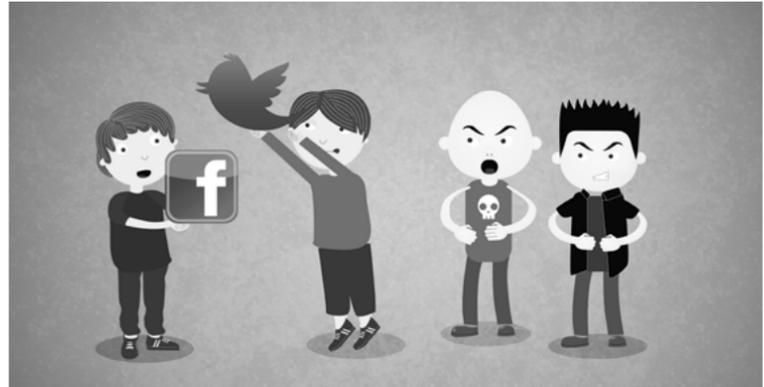
INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN EN *REDES SOCIALES* Y CONTROL PATERNAL COMO MEDIDA DE SEGURIDAD



Todos tenemos el derecho a la protección de datos. Este derecho consiste en nuestra capacidad de controlar el uso que pueda hacer de nuestros datos cualquier organización. Un dato personal es una información que nos identifica o nos puede hacer identificables, existen datos personales típicos como el nombre, la CURP, el domicilio y también existen datos personales sensibles como una fotografía o una grabación de nuestra voz, o nuestra huella digital.



Los menores se encuentran particularmente expuestos al uso de su información personal. Sus datos no sólo son relevantes en el ámbito escolar o en la salud. Hoy, en la sociedad de la información los datos personales de nuestros hijos pueden ser objeto de utilización con fines comerciales, en el ámbito del ocio y sobre todo en Internet.



DERECHOS Y CONSEJOS

1. Los niños son particularmente vulnerables en el entorno de Internet. Las ofertas que reciben en websites, foros, o chats les atraen con facilidad. Debe acompañarse a los menores, ayudarles a distinguir los riesgos, asegurarse de que los niños no accedan a Internet a través de entornos no confiables o de que no intercambien datos personales ni fotografías con desconocidos. El adulto debe leer la política de privacidad del website, comprobar si los contenidos y el perfil de los usuarios son adecuados, asegurarse de que sean espacios protegidos y verificar las condiciones y tratamientos de los datos de los menores. Si no informan adecuadamente, y tratando datos de menores de 14 años, no requieren de nuestra autorización, no debemos dar nuestros datos ni los de los niños.
2. En el mundo de Internet existen entornos y servicios que pueden ser no seguros para un niño. Debemos ser particularmente cuidadosos en espacios como foros, chat o redes sociales. Son espacios que requieren que el niño conozca los riesgos y depen-

derá de su madurez la capacidad para utilizarlos. Ayúdale a comprender los riesgos y a escoger adecuadamente. Los niños se sienten especialmente atraídos por los juegos online y este es un contexto en el que resulta muy sencillo captar sus datos. Comprueba cuáles son sus preferencias y juegos. Aconséjale que no facilite sus datos sin tu supervisión. Ayúdale al registrarse.

3. Los menores deben acceder a Internet a través de entornos personalizados y cuentas de usuario limitadas o restringidas, pudiendo utilizarse para la navegación software de filtrado de páginas de contenido no adecuado y que permita la elaboración de informes de actividad de sitios visitados. No obstante, el niño también tiene un derecho a la vida privada en el contexto familiar. La monitorización de su ordenador, el uso de videovigilancia o la geolocalización mediante el móvil son soluciones extremas. Deben usarse sólo cuando resulte imprescindible y teniendo en cuenta la proporcionalidad de la medida en función de su finalidad y de la edad del menor.

En la sociedad de la información conocer Internet y sus beneficios y riesgos es esencial. Los menores deben ser informados y formados acerca de los peligros en el uso de Internet, advirtiéndoles de que no compartan o faciliten información ni intercambien fotografías con personas desconocidas y sin saber para qué van a ser utilizados; que no abran los ficheros adjuntos en los mensajes de correo electrónico y que eviten la descarga de archivos o programas. Deben aprender qué es y cómo funciona Internet y si es necesario debemos aprender nosotros mismos para ellos y con ellos.

FUENTE
 DINERO EN IMAGEN

ATÚN MEXICANO

LE GANA BATALLA A ESTADOS UNIDOS

EU debe mejorar el etiquetado de 'delfín seguro', determinó la OMC; agregó, que el país 'modifique esta medida, que hemos hallado incompatible'.



La Organización Mundial de Comercio (OMC) falló contra Estados Unidos en un largo contencioso sobre el etiquetado de atún "delfín seguro" bajo el cual, al negarle dicha etiqueta, se da un trato menos favorable al producto mexicano, lo cual afecta su comercialización en dicho país.

El Grupo Especial del Órgano de Apelación de Diferencias de la OMC concluyó que Estados Unidos debe mejorar el etiquetado de "delfín seguro" y solicitó que el país norteamericano "modifique esta medida, que hemos hallado incompatible" con diversos acuerdos de la OMC.





En 2012 la OMC encontró que las disposiciones de Estados Unidos contra el atún mexicano eran discriminatorias y debido a ello el país norteamericano renovó sus reglas sobre el etiquetado “dolphin safe” o “delfín seguro”.

Sin embargo, para el Grupo Especial de la OMC dedicado a evaluar el caso, las nuevas disposiciones siguen dando un trato menos favorable al producto mexicano.

Señala que tanto las prescripciones en materia de certificación, en materia de seguimiento y verificación diferentes que figuran en la medida sobre el atún modificada “dan al atún y a los productos de atún mexicanos un trato menos favorable que el otorgado a los productos procedentes de Estados Unidos y a los productos similares originarios de otros países”, infringiendo así las disposiciones del organismo.

Estados Unidos tiene como recurso apelar a dicha resolución o llegar a un acuerdo con México para terminar el caso.

México ha defendido su posición durante más de dos décadas en esta disputa por el atún y ha argumentado que debido al etiquetado, la industria pesquera mexicana ha soportado pérdidas millonarias. Solamente en 2014 se estima que la industria registró pérdidas de unos 680 millones de dólares.

La principal defensa de México ha radicado en el hecho de que se aplicaba un embargo “de facto” en contra del atún mexicano, pues sin el uso de la etiqueta “dolphin safe” el producto no se puede comercializar en cadenas de autoservicio de la unión americana.



INICIO

TEXTO

FERNANDA DE LA VEGA

Publicado originalmente en
www.clastronomia.mx

SUGERENCIAS PARA MEJORAR TUS FOTOGRAFÍAS DE ALIMENTOS

Se piensa que una imagen dice más que mil palabras. Esta idea puede aplicar algunas veces y otras no, pero algo que sí es muy cierto, es que en el mundo de los alimentos y bebidas el uso de imágenes resulta indispensable: ¿a quién no se le antoja una hamburguesa whopper después de verla en un espectacular publicitario?

Aunque muchas veces la fotografía no tiene que ver con la realidad, es ésta la que induce al cliente a la compra. Cuando ofreces a tus clientes un apoyo visual, resulta más fácil para ellos entender de qué trata tu producto además de producir sensaciones y emociones que los invitarán a probarlo.

La fotografía de alimentos, culinaria o de producto podría parecer una tarea fácil, pero en realidad detrás de toda buena imagen existen muchos detalles que deben ser cuidados. Aquí te dejamos cinco consejos básicos que te ayudarán en esta tarea.





CUIDADO CON LA ILUMINACIÓN

La fotografía es luz y esto podemos confirmarlo desde la etimología de la palabra (photos= luz y graphein= grabar). Entonces, el tipo de iluminación que le des a tu producto o platillo es crucial. Lo más recomendable es buscar una fuente de luz natural, pero en caso de no contar con ella, existen alternativas. Puedes utilizar un flash y controlar su luz colocando reflectores para que ésta rebote.

Existe una amplia variedad de reflectores (plateados, dorados, blancos y negros) que darán distintas tonalidades y temperaturas a tu fotografía. Se recomienda tomar la foto aventando la luz desde atrás del producto y colocando un reflector al frente o lateral, de esta manera la luz rebota y se difundirá de forma indirecta en el producto, evitando brillos indeseables.

AJUSTAR TU CÁMARA CORRECTAMENTE

Las mejores fotografías se toman en el modo manual de la cámara ya que de esta manera se pueden realizar los ajustes necesarios de apertura, tiempo de exposición y sensibilidad. Para las fotos de tus productos puedes ajustar la cámara a una apertura baja (lente más cerrado) para dar profundidad; una velocidad lenta para capturar las texturas (muy importantes en alimentos) y una sensibilidad baja para evitar ruido. Lo más recomendable es utilizar un trípode.



ELIGE LA MEJOR PERSPECTIVA

Para que tu platillo resulte atractivo a la vista, debes probar diferentes ángulos para tomar la fotografía. Las perspectivas más recomendables para la captura de este tipo de productos es colocándote ligeramente arriba del platillo, evitando las tomas al nivel de éste pero también para evitar las tomas completamente aéreas pues podrían resultar aburridas. En general, la ley de los tercios no aplica en la fotografía de producto, pues nuestro platillo es el objetivo central, pero si deseas agregar texto a la imagen, seguir esta regla es una buena alternativa para obtener resultados favorables.

DALE VIDA A TU FOTO

La elección de los colores, así como los detalles son los encargados de dar vida a tu fotografía. Los objetos colocados de forma espontánea en tu plato darán dinamismo a tu foto. También puedes añadir elementos externos acorde con el tema, pero éstos nunca deben ser muy grandes ni muy vistosos pues pueden robar la atención de tu producto central. Es importante elegir componentes que aporten variedad de colores para evitar la monotonía.

¡TODO LISTO, TRAIGAN EL PLATO!

Antes de fotografiar tu producto debes tener todo tu equipo y material en orden, habiendo realizado ya varias pruebas de iluminación, ángulos, decoración, colores y fondo. Cuando tengas todo preparado podrás sacar tu elemento central fresco, apetitoso, con un brillo natural. Evita fotografiar un producto seco, sin brillo y que luzca poco apetecible.

Sin ser un fotógrafo profesional puedes sorprender a tus clientes con una excelente foto. Estos consejos te ayudarán a mejorar tus tomas y a no tener que recurrir de entrada a la manipulación digital. Entonces, ¿listos para la foto?



INICIO

TEXTO

MTRO. JORGE ARTURO CHÁVEZ RUEDA
Business Coaching Firm
www.bcfmexico.com

¿CÓMO INCREMENTAR LAS VENTAS EN MI NEGOCIO?

Antes de comenzar déjame preguntarte ¿Quién es el mejor vendedor de tu empresa?, ¿eres tú!, el propio dueño de la misma.

Pero ¿Qué es lo que hace seas tan bueno en lo que te dedicas? Desde mi punto de vista solo hay un ingrediente que difícilmente un curso de ventas te puede dar. Este factor se llama PASIÓN.

Ahora bien ¿qué es vender? vender no significa ofrecer, convencer, intercambiar un bien o servicio por dinero o cubrir una necesidad, ¿sorprendido?, el tema es que la mayoría de las personas pensamos que esto es vender y lo grave de ello, es que las personas nos comportamos en base a nuestras creencias. ¿Qué es una creencia?, es algo que sostienes como verdad, así que cambiaremos esta creencia sobre lo que es vender más adelante, ahora veamos las bases...

Como lo expone Jeffrey Gitomer en El pequeño libro rojo de las ventas, ¿Te has fijado que las personas odiamos que nos vendan pero nos fascina comprar? de nuevo, ¿estás consciente de lo que acabo de comentarte? ,por ejemplo ,estás en la playa y de pronto se acerca una persona a ofrecerte cualquier cantidad de objetos que simplemente no deseas, ¿ te moles-

ta?, seguramente porque te están ofreciendo, o cuando vas a una tienda departamental en busca de una prenda, ¿qué es lo primero que te dice la persona que se acerca a dónde estás? Dice algo como “¿le puedo ayudar en algo?” y ¿qué es lo primero que respondes?, “no gracias, solo estoy viendo”. Entonces si lo que desea la persona que atiende en la tienda departamental es no lograr la venta, esa es la pregunta que habrá de hacer cuando entra un nuevo cliente.

La cuestión que te quiero transmitir es que la pregunta que hace la persona de la tienda departamental y la forma en cómo se acercan cuando estás en la playa suele ser muy invasiva, molesta y lo que provoca es un rechazo natural. ODIAMOS que nos vendan, ¡recuérdalo!

El lado positivo, es que nos fascina comprar. Entonces, nuevamente hago la pregunta ¿qué es vender?, ¿qué debo hacer para que la gente se compre a sí misma y no tenga yo que vender? la respuesta es simple, vender es AYUDAR, ayudar profesionalmente a un prospecto calificado a tomar la mejor decisión de compra.





AYUDAR: Es decir, que si yo soy el vendedor debo enfocarme en darle a mi cliente la mejor opción en base a lo que él necesita, no en base a lo que yo quiero o tengo. Para ello, mi mente debe estar lista y enfocada, y para lograrlo, utilizaré algo que denomino “decreto de poder”, es decir, una frase o texto que me permita enfocarme y quitarme de la cabeza la basura mental, asimismo quitarme el miedo al rechazo, pues no me enfocaré en lo que siento, sino en lo que puedo hacer por mis clientes o prospectos.

Si lo que busco es ayudar, debo comprender antes de recomendar una solución, y para comprender entonces debo indagar a través de preguntas, esto legítimamente, ayudará a la persona que tengo frente a mi o al teléfono a identificar cual es la opción que más conviene a sus intereses, se sentirá atendida y escuchada y si de verdad le apoyo en resolver su problema, entonces ella resolverá el mío, (generar mayores ingresos).

PROFESIONALMENTE: Esto refiere a que la forma de indagar se haga con una metodología, y convertirse en un experto en la solución a ofrecer, es decir, saber cuestiona. Por ejemplo, no es lo mismo preguntar ¿a nombre de quién facturo?, a decir ¿entonces en caso de que compre a nombre de quién facturo?, nota

como en la 1ra asumo la venta con seguridad y en la pregunta 2, doy la opción al cliente para arrepentirse, si el detecta inseguridad en mi parte, difícilmente lograré cerrar la venta.

A UN PROSPECTO CALIFICADO: es decir, si mi tiempo es el activo más valioso, no debo perder el tiempo con alguien que, no tiene el dinero, no tiene la necesidad, no piensa comprar ahora o no es realmente quién toma la decisión, para ello debo indagar y calificar para identificar si estoy con la persona correcta. Esto realmente cobra relevancia cuando el negocio vende a otros negocios, ya que normalmente se establece una cita y posteriormente se realiza la misma, así que durante la llamada, ocurrirá el 80% de la venta y el cierre ocurre en la visita.

A TOMAR LA MEJOR DECISION DE COMPRA: La mejor decisión es dar al prospecto exactamente lo que necesita, es decir, hacer un traje a la medida, para ello habrá que explicar ahora cuáles son los beneficios de mi producto.

Entonces, recordemos vender es AYUDAR, y para ayudar consistentemente el uso de guiones es la mejor forma de asegurarlo. Esta es la mejor arma del vendedor.