

BOLETÍN

CIELO



CONTENIDO

• Mensaje Cecilio Solís Librado.....	03
• Obligaciones fiscales.....	04
• Derechos indígenas.....	06
• Diseño y redes sociales.....	08
• Servicios turísticos.....	13
• Comercialización de productos.....	20



**Federación Indígena Empresarial
y Comunidades Locales de México**

Caminemos en los diversos caminos de la humanidad y la solidaridad.

En los tiempos más difíciles la consistencia, tenacidad, abreviar en el lago de la paciencia y mirar en el camino de los mañanas es indispensable para no sucumbir ante los retos que la vida nos pone en el camino.

Si bien, la Covid-19 nos ha sometido, encerrado y puesto en jaque a la diversidad humana, también cierto es que ha aflorado solidaridad y reflexión en pro de un mejor mañana.

Cuando miramos al rededor y vemos cómo poco a poco el ayer se sigue desvaneciendo, ese ayer, de reuniones, convivencias, caminar, hablar y más, es cuando apreciamos los más mínimos detalles de un ayer que, cercano, se sigue desvaneciendo.

Caminemos desde los diversos caminos, avancemos, mejor, usando las estructuras, herramientas y pilares que aún nos quedan, reinventemos y reivindicemos con más fuerza y sentido nuestra humanidad y veamos hacia un mañana que se entreteja en una diversidad que humana mire no solo por ella y ahora, sino por un mejor mañana, sin olvidar que somos solo una especie más que anida en la Madre Tierra.

Caminemos pues, no en el sin sentido, no en la avaricia, la acumulación, el yo egoísta y el súper yo anti ético y estrictamente personal, sino en los caminos diversos de solidaridad, salud, paz y flores en el andar de una colectividad tan diversa como lo es la humanidad.

Cecilio Solís Librado
Presidente de CIELO

OBLIGACIONES FISCALES

¿YA CONOCES LAS OBLIGACIONES DE UNA ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD CIVIL?

Cada empresa u organización tiene diversas obligaciones, aquí te mencionamos algunas:

Obligaciones	Fecha de presentación	Donatarias autorizadas	No donatarias autorizadas
Informe anual ante la comisión de fomento de las actividades de las organizaciones de la sociedad civil	Antes del 31 de enero de cada año	*	*
Declaración informativa múltiple (DIM)	Antes del 15 de febrero	*	*
Declaración anual	Donatarias autorizadas: antes del 15 de febrero. No donatarias: antes del 31 de marzo.	*	*
Informe de transparencia	Antes del 31 de mayo	*	X
Retenciones de IVA e ISR	17 de cada mes	*	*
Enterar al SAT del ISR por sueldos, salarios y asimilados.	17 de cada mes	•	*
Informar al SAT cambios en: <ul style="list-style-type: none"> • Domicilio fiscal. • Denominación o razón social. • Clave en el RFC. • Suspensión y/ o reanudación de actividades. • Fusión, extinción, liquidación o disolución. • Cambio de residencia (cuando la organización cambia de país). • Nuevo nombramiento de representante legal. • Actualización de: teléfono con clave lada, correo electrónico. 	10 días después del cambio.		
Documento vigente que acredite sus actividades. (carta de acreditación)	Si el documento tiene vigencia: antes de la fecha de vencimiento. Si el documento no tiene vigencia: cada 3 años.	**	**
Expedir CFDI por donativos. Expedir cfdi por ingreso (en caso de no ser donataria autorizada).	A más tardar el día 3 del mes posterior a la recepción del donativo.	**	XX
Informar al SAT de donativos en efectivo o especie que superen más de 100 mil pesos.	Amas tardar el día 17 del mes posterior a la recepción.	**	**

Cabe destacar que:

- Todos los plazos deberán considerarse en días naturales.
- Se recomienda dar cumplimiento antes de la fecha establecida para evitar cualquier eventualidad.
- Cuando se trate de un día inhábil, se prorrogará el plazo hasta el siguiente día hábil.
- Consulta tu CONSTANCIA DE SITUACION FISCAL en el portal del SAT, para cumplir con todas tus obligaciones.
- Revisa tu Buzón Tributario con regularidad.



Para más información:

Página oficial del SAT:

www.sat.org.mx

Si requieres asesoría contable, escribe a:

area.contable@cielo.org.mx



DERECHOS INDÍGENAS

¡UN PLAGIO MÁS A LA LISTA!

A un cuando apenas iniciaba el año, un caso de plagio se registró nuevamente, la marca de ropa australiana “**Zimmermann**” fue denunciada por el **Instituto de Artesanías de Oaxaca**, por el uso de diseños de las regiones de **Cañada y Papaloapan**, del mismo estado, en una de sus colecciones.

De acuerdo con el organismo, la pieza “Pictures, the Riders Panelled Tunic Dress & Wide Brim Boater”, de la colección Resort Swim 2021, tienen diseños correspondientes a la poblaciones mazatecas de la región de la Cañada, principalmente de Huautla de Jiménez y San Bartolomé Ayautla.

Así mismo se refiere que la pieza “The Lulu Drop Waist Mini Dress & Scoop Bikini” presenta “gran parecido” en el diseño del **huipil tradicional de Jalapa de Díaz**, de Papaloapan, región donde destacan los bordados a mano en los que “se plasma la exuberancia de la naturaleza como ramajes, flores y aves que envuelven lo huipiles en su totalidad”. (Esta denuncia se hizo pública el 12 de enero del presente año).

Con este nuevo suceso podemos entender la importancia de una ley que proteja el patrimonio cultural material e inmaterial de nuestros pueblos y comunidades indígenas, así como de prever las medidas necesarias para que se castiguen este tipo de acciones, y a su vez las formas o medios para resarcir los daños causados.

Actualmente existe una iniciativa de ley “**Ley de Salvaguardia de los Conocimientos, Cultura e Identidad de los Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanos**” cuyo objetivo es evitar el plagio de obras, artesanías,

prendas típicas, entre otros, y garantizar su cultura e identidad nacional de nuestros pueblos y comunidades indígenas.

Esta iniciativa de ley ya fue aprobada por la cámara de Senadores y turnada a la cámara de Diputados; aún se encuentra en revisión, por lo que la lucha aún continúa.

Para más información de la nota, visita:

<https://www.proceso.com.mx/cultura/2021/1/13/acusan-la-marca-australiana-zimmermann-de-plagiar-diseno-de-huipil-mazateco-256188.html#&gid=1&pid=1>

¿Quieres conocer más sobre la iniciativa de ley? Visita:

<http://comunicacion.senado.gob.mx/index.php/informacion/boletines/46971-avalan-comisiones-ley-de-salvaguardia-de-los-conocimientos-cultura-e-identidad-de-los-pueblos-y-comunidades-indigenas-y-afromexicanos.html>

Si deseas asesoría o más información al respecto, no dudes escribir a:

area.juridica1@cielo.org.mx

“TALLER VIRTUAL DERECHOS DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS”

Durante los días 25, 26 y 27 de enero de 2021, se realizó el Taller Virtual “**Derechos de los Pueblos Indígenas**”, bajo el siguiente objetivo: Coadyuvar al ejercicio y respeto de los derechos de los pueblos indígenas, brindando a los compañeros información y herramientas que fortalezcan sus conocimientos en materia nacional e internacional, y con ello llevar a cabo la preparación de 9 jóvenes de las cuatro regiones para que tengan una participación a nivel internacional.

Este primer taller virtual de derechos, ha sido la base para dar pie a una serie de talleres por estado. En breve, nos estaremos comunicando con cada emprendimiento socio.

Como acuerdo del taller, a principios del mes de marzo se estará llevando a cabo una mesa redonda en donde se abordarán temas vistos durante el taller.

The image shows a Zoom meeting interface. The main window displays a grid of 11 participants. The participants are: HUMBERTO, Cielo 05, CIELO 14, Joaquin, anahi tuz, Felipe de Jesus, Noe Ramirez Mendoza, Jose Adolfo, Ofelia Pineda, ABRIL VALENCIA, and Solís Cecilio. The right side of the interface shows a list of participants with their names and initials, along with icons for mute, video, and chat. The bottom of the interface shows the Zoom control bar with buttons for Unmute, Stop Video, Participants, Chat, Share Screen, Record, Reactions, and Leave. The Windows taskbar is visible at the bottom, showing the search bar and various application icons.

Si requieres información sobre el taller o asesoría jurídica, envía un correo a:
area.juridica@cielo.org.mx

DISEÑO Y REDES SOCIALES

LA IMPORTANCIA DE LA FOTOGRAFÍA DE PRODUCTO PARA EMPRENDIMIENTOS INDÍGENAS

Hemos escuchado mucho la frase “Una imagen vale más que mil palabras”, pero ¿qué tanto entendemos del tema?

En la época actual, es indiscutible la importancia que le hemos dado a la imagen en cuanto a la presencia y éxito de un producto en el mercado, ciertamente entre mejor se vea, más posibles consumidores estarán interesados en el producto mostrado, por lo cual hacer presencia en redes sociales es de suma importancia en la actualidad globalizada en la que vivimos.

Las redes sociales son un canal visual muy grande, por lo tanto ayuda a las marcas. Además de ser una gran fuente de comunicación. Pero la pregunta sigue siendo la misma, ¿por qué es tan importante una buena fotografía de producto?

Hace algunos años, cuando se hacía poca publicidad, se competía por la atención del público a través del texto. Sin embargo, hoy en día, y dada la proliferación de los anuncios en los medios de comunicación, el empleo de una buena ilustración o fotografía es indispensable:

Podemos dar algunos ejemplos de los medios en los que la publicidad puede encontrarse, como lo son:

1. Los periódicos
2. Las revistas.

3. Los carteles publicitarios.
4. En las cabeceras de páginas web.
5. En manteles de papel.
6. En los encendedores.
7. En los lápices y bolígrafos, y así podríamos continuar con una lista de productos extensos y variados en el mercado hoy en día.

En nuestra sobresaturada sociedad de la comunicación, el consumidor salta de un estímulo visual a otro para determinar qué es lo que se está ofreciendo. Según los estudios de Starch, compilador por Hebert Krugman¹, el 44% de los lectores se percatan de la publicidad, el 35% son capaces de identificar al anunciante, pero solo un 9% lee más de la mitad del texto del anuncio. Por lo que **el peso de la publicidad recae en la imagen**, en la cual debemos asegurarnos que la imagen está enviando el mensaje correcto que deseamos comunicar.

¹Nació en Nueva York, Estados Unidos, en el primer tercio del siglo XX. Estudió en el City College de Nueva York y se doctoró en psicología en la Columbia University (1952) con la tesis *The interplay of social and psychological factors in political deviance; an inquiry into some factors underlying the motivation of intellectuals who became communists*. Miembro del consejo de redacción de *Public Opinion Quarterly*. Consejero del Marketing Science Institute de Cambridge. Presidente del Market Research Council de Nueva York. Miembro del consejo directivo de la Advertising Research Foundation. Presidente del comité de investigación de la Association of National Advertisers.

Krugman analiza el comportamiento de los consumidores expuestos y no expuestos a la publicidad televisiva y no descubre claras diferencias, resultante amparada en lo que se ha dado en llamar ‘low-involvement theory’ o ley de bajas consecuencias (‘The measurement of advertising involvement’, *Public Opinion Quarterly*, 30, 1966, págs. 583-596).

¿Qué tipo de imágenes funcionan mejor?

Generalmente los expertos coinciden en afirmar que hay ocho tipos de imagen publicitaria, los cuales dan buenos resultados, y son los siguientes:

1. Las que hacen referencia al producto.
2. A su embalaje.
3. A una parte específica del producto.
4. Las que muestran satisfacción por haber utilizado el producto.
5. Las que comparan el producto de una compañía con productos similares.
6. Las que emplean el humor.
7. Las que muestran al consumidor leal.
8. Las que muestran el “antes” y el después de haber consumido un producto.

Si se utiliza así, el producto se convierte en el sujeto de la imagen. Cuando sacamos un producto al mercado, uno de los principales objetivos de la publicidad es conseguir que el público tome conciencia de lo que estamos vendiendo. A partir de aquí, es cuando se vuelve el personaje principal de nuestra publicidad y el objetivo central de lo que deseamos para nuestra marca la cual es, que llegue a más potenciales consumidores.

Una buena fotografía nos resuelve una parte del trabajo publicitario, el consumidor común, cuando esté en presencia de algún producto en el mercado, lo que desea ver es una buena presentación y sobre todo que este le transmita algo. Ya no solo basta con colocar una fotografía bonita, sino que también debemos ser capaces de lograr que nuestro público meta desee ese producto a través de la comunicación visual.

Esto se refiere a que, por poner un ejemplo, si nosotros vendiéramos pasteles debemos lograr que esa fotografía no solo refleje la belleza de las decoraciones del pastel, sino que al verla se nos antoje una rebanada y que deseemos comprarla, esta sería la diferencia más grande entre una fotografía común y corriente que podría tomar cualquier



Fotografía de producto para campaña publicitaria de la empresa Corelia, 2019.

persona, a una que está pensada para generar una sensación de deseo. De ahí radica la importancia de una buena imagen.

Por ello debemos preguntarnos al tomar una foto de producto, ¿Por qué alguien debería fijarse en nuestra foto? Los consumidores no revisan las redes sociales, para ver u oír lo que nosotros tenemos que decir acerca de lo que vendemos. Nadie va a leer o escuchar nada que no esté dicho con frescura, originalidad e imaginación.

¿Qué tipo de fotografías atraen más la atención?

Para que su publicidad tenga impacto, debe captar, en primer lugar, la atención. Como Victor Schwab² ha destacado: “No habrá negocio si no es leído; no podrá ser leído si no es visto; y no podrá

ser visto a menos que capte la atención”.

Algunos temas que atraen particular atención son los siguientes:

1. Bebés
2. Animales
3. Gente con costumbres extrañas
4. Fotografía que cuente alguna historia
5. Escenas románticas
6. Fotografías cuyo contenido coincide con los acontecimientos más importantes de la vida diaria.

Aunque, estos sean algunos temas con mayor éxito en el mercado, nunca debemos perder de vista los valores de nuestra marca y lo que ella siempre ha tratado de transmitir, a esto lo llamaremos “coraza”, la cual es aquellos valores, objetivos y visión de nuestra marca, aquello que es inamovible, y define lo que somos como empresa.

Por ello, siempre debemos ser coherentes con lo que mostramos, caer en contradicciones disuade a los consumidores, por lo cual, definir los puntos sobre lo que nuestra marca, deberá de ser una parte importante en toda creación de cualquier empresa. También debemos destacar que, el mero hecho de que su imagen capte la atención, tampoco significa que vaya a vender el producto. Las imágenes deberán vincularse con la imagen del producto con el fin de provocar en el consumidor la decisión de la compra.

Napoleón dijo en cierta ocasión: “*Cuando queremos entusiasmar a la gente debemos dirigirnos a sus ojos*”. Esta declaración también se aplica a la publicidad.



Fotografía de producto para campaña publicitaria de la empresa CAFÉ DANMARK, 2019.

¿Quieres saber más al respecto? Envíanos un correo a: diseño@cielo.org.mx

²Victor Opper Schwab nació el 13 de marzo de 1898 en Hoboken, Nueva Jersey. Hijo de Albert James y Letitia (Irvine) Schwab. A la edad de 19 años se matriculó como estudiante nocturno en la Universidad de Columbia, donde conoció a Max Sackheim, entonces jefe de copias de una importante agencia de publicidad por correo, Ruthrauff & Ryan. Sackheim contrató a Schwab como su secretario privado porque sabía taquigrafía. Sin embargo, sus contribuciones a los anuncios de pedidos por correo, especialmente para el libro de Dale Carnegie, “Cómo ganar amigos e influir en las personas”, ayudaron a convertirlo en un éxito de ventas en la década de 1930. Eso hizo que Schwab ascendiera a redactor publicitario, donde se convirtió en un pionero de la investigación al utilizar anuncios de cupones codificados para dividir titulares de prueba, apelaciones, longitud de copia, diseños y llamadas a la acción.

LAS REDES SOCIALES PARA LA DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

La COVID-19 nos ha orillado a usar plataformas y redes sociales con más frecuencia a cómo se venían usando. Hoy en día FaceBook, Instagram y Zoom son tendencia.

Las redes son un medio de comunicación que está al alcance de muchas personas, por lo que tener conocimiento del manejo básico de las mismas nos apoyará a tener un mayor alcance en la difusión de nuestros productos y servicios.

Las plataformas pueden descargarse de manera gratuita desde cualquier dispositivo (celular/computadora).

Cuentan con accesos de privacidad en dónde nadie puede tener acceso a ellas su no es el creador de la misma.

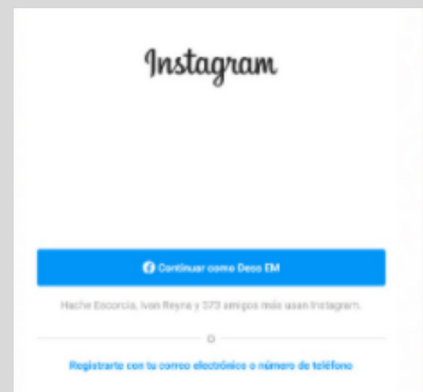
Tenemos información útil sobre el manejo de redes sociales, si es de tu interés, solicítala a: comunicacion@cielo.org.mx



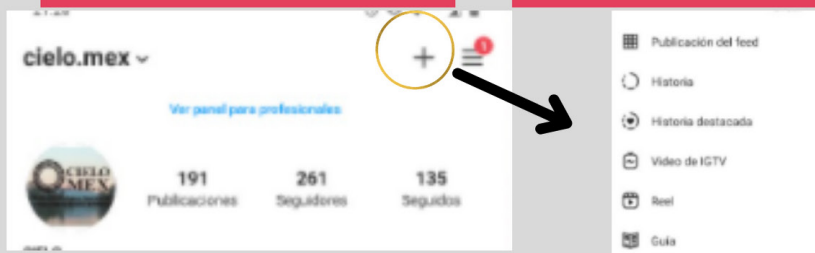
¿CÓMO PUEDO CREAR UNA CUENTA DE INSTAGRAM?

Necesitamos un correo electrónico o una cuenta de facebook. Puedes vincular (unir) tu cuenta de facebook con tu cuenta de instagram y tener la misma contraseña

- Es una red social que nos ayuda para la difusión de nuestros productos o servicios a través de imágenes , historia (imágenes con una duración de 24 horas en internet)
- Podemos seguir cuentas de otros compañeros
- Podemos enviar y recibir mensajes
- Podemos hacer transmisiones (grabaciones en el momento)



PUEDES PERSONALIZARLO DE ACUERDO A TUS GUSTOS :)



¿CÓMO CREAR UNA CUENTA DE FACEBOOK?



¿QUÉ NECESITAMOS PARA CREAR UNA CUENTA?

- Una cuenta de correo

¿PARA QUÉ NOS SIRVE?

- Publicar imágenes
- Publicar información
- Seguir páginas de otros compañeros
- Enviar mensajes
- Hacer transmisiones en vivo (grabaciones en tiempo real)

Puedes tener tu cuenta privada, en donde sólo te agreguen personas conocidas o puedes tener una cuenta pública para tener mayor alcance en tus productos o servicios

Registrarte ✕

Es rápido y fácil.

Nombre Apellido

Número de celular o correo electrónico

Contraseña nueva

Fecha de nacimiento [?]

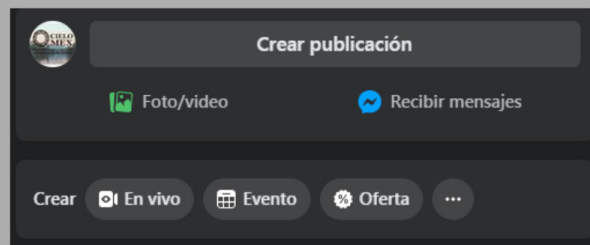
2 feb 2021

Sexo [?]

Mujer Hombre Personalizado

Al hacer clic en "Registrarte", aceptas nuestras Condiciones, la Política de datos y la Política de cookies. Es posible que te enviemos notificaciones por SMS, que puedes desactivar cuando quieras.

Registrarte

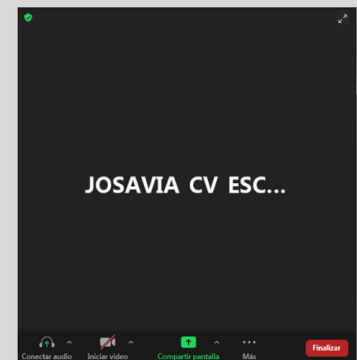
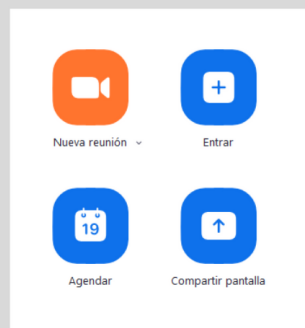


PUEDES PERSONALIZARLO COMO DESEES

zoom ¿CÓMO PUEDO UTILIZAR ZOOM?

Es una plataforma que nos apoya a realizar reuniones a distancia a través de vídeos.

Necesitamos una cuenta de correo



Ingresar

Introducir el correo electrónico

Introducir la nuev... ¿Se le ha olvidado?

Mantener mi sesión iniciada

Cuando realizas una reunión, dando click en el escudo verde te aparecerá en enlace (la invitación) para que más personas puedan estar en tu reunión. Dentro de las opciones que encontrarás, es compartir pantalla (compartir documentos, imágenes que tengas preparadas)

SERVICIOS TURÍSTICOS

CAPACITARSE PARA EL ÉXITO

De acuerdo con diversos artículos e informes, incluyendo los publicados por la Organización Mundial del Turismo (OMT), se destaca la importancia que implica capacitarse en el sector turístico, esto debido a que es un sector de nula estática, por el contrario, sufre cambios constantemente y evoluciona gracias a ellos.

Aunado a lo anterior, es de interés resaltar que existen diversos factores (políticos, económicos, culturales, sociales, etcétera), que permean la actividad turística de diversas maneras, ya sea positiva o negativamente, por lo que, les corresponde a las empresas turísticas estar preparadas para estos cambios y aprovecharlos de la mejor manera posible, sobre todo porque la función principal de éstas es el servicio personalizado.

Entonces, ¿qué necesito para que mi emprendimiento turístico sea exitoso? Es, precisamente, **la capacitación**; misma que, con disciplina y constancia, puede llevarnos a la **profesionalización**, y con ello, a ser **más competitivos** en un sector que parece acaparado por un solo tipo de empresas y destinos.

Es posible que muchos piensen que la formación turística solo representa un costo más para la organización, sin embargo, no debería verse como tal, pues deben considerarla como una inversión, debido a los beneficios que se obtienen a mediano y largo plazo en la búsqueda de nuestros objetivos. Además, existen diversas opciones gratuitas, como aquellas que ofrecen las Secretarías

de Turismo Estatales, plataformas digitales como **aprendeturismo.org**, **aprende.org**, entre muchas otras.

De modo que, por la situación en que nos encontramos, debemos aprovechar que no hay medios físicos para promocionar nuestros servicios e incluso que no se pueden recibir turistas, puesto que muchas personas están en sus casas (la mayoría conectadas a una señal de internet); por lo tanto, lo más conveniente sería capacitarnos en el manejo de medios digitales para llamar la atención de nuestra audiencia o también llamar la atención de otras personas que ni siquiera habíamos contemplado. Si eres una persona que desconfía de adentrarse en este mundo digital, recuerda que siempre habrá personas dispuestas a apoyarte y asesorarte en el tema, no dudes en solicitar asesoría con algún compañero de oficina central de CIELO.

Para más información, consulta:

<https://www.gob.mx/sectur/prensa/la-capacitacion-elemento-clave-en-la-profesionalizacion-del-sector-turistico>

<http://www.uaa.edu.mx/assets/descargas/pdf/ponencias-foro-turismo-2016/8.pdf>

Si requieres apoyo personalizado, escríbenos a:
servicios.turisticos@cielo.org.mx

¿QUÉ IMPLICA EL CURSO “RECOMENDACIONES PARA UN RETORNO SEGURO AL TRABAJO ANTE COVID 19”? Y ¿CÓMO REALIZARLO?

«*Nuestro destino de viaje nunca es un lugar, sino una nueva forma de ver las cosas*».

Hoy en día todos sabemos de la existencia de un nuevo virus, SARS CoV2 y sus derivados, éste virus ha llegado a todas las partes del mundo, y se sabe que puede ser letal para algunas personas, especialmente para la población vulnerable, es por ello que debemos cuidarnos a nosotros mismos y a los que nos rodean. Para cuidarnos, a nivel federal el gobierno a través de sus múltiples organismos, ha implementado diversas medidas y estrategias de prevención con el objetivo de evitar la propagación del virus, es el caso de la nueva plataforma virtual bajo el mando del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), en la cual, expertos han desarrollado cursos con temas de interés público, entre ellos el COVID 19, el de mayor aceptación y relevancia, es “**Recomendaciones para un retorno seguro al trabajo ante COVID 19**”, en él, se describen de manera más detallada estrategias de prevención que debemos tomar en cuenta en el ámbito laboral, cuenta con 3 módulos, que son:

Módulo 1. Cómo se comporta el virus; síntomas, formas de propagación, personas vulnerables, posible cura, COVID 19 en el ambiente laboral y algunas medidas preventivas para evitar contactos de trabajo (focos de infección y propagación).

Módulo 2. Recomendaciones para los empleados; estrategias para un retorno de actividades, promoción a de la salud y seguridad sanitaria, categorización del centro de trabajo, vigilancia y supervisión, medidas de protección para personas vulnerables y medidas de seguridad sanitaria en el entorno laboral.

Módulo 3. Estrategias de prevención específicas para empresas del sector turismo.

¿Cómo y dónde realizar el curso? El curso se realiza de manera virtual dentro de la plataforma digital del IMSS – CLIMSS, tiene una duración en promedio de 5 horas, cuenta con 3 módulos y cada uno de ellos se evalúa, para acreditarlos se debe obtener una calificación mínima de 8. Posteriormente, para inscribirse se deben seguir los siguientes pasos:

- 1) Ingresar a la plataforma digital CLIMSS
- 2) Hacer el registro del usuario, para este paso se solicitarán algunos datos personales, además es necesario contar con un correo electrónico, en este se le hará llegar la contraseña para ingresar a la plataforma y poder inscribirse al curso.
- 3) Iniciar sesión en la plataforma digital CLIMSS
- 4) Buscar el curso de interés, en este caso “Recomendaciones para un retorno seguro al trabajo ante COVID 19”.
- 5) Dar click en el apartado inscribirme
- 6) Dar click en ingresar al curso.

Automáticamente se abrirá una segunda pestaña con el contenido del curso, y una vez que se hayan concluido los 3 módulos, podremos ingresar nuevamente a la página y así poder descargar la constancia donde se acredita que hemos concluido satisfactoriamente.

A través de imágenes, te dejamos el proceso que se debe seguir.

Ingresar en:
<https://climss.imss.gob.mx/index.php>

Para dudas, seguimiento y asesorías personalizadas, escribe a: jacqueto60397@gmail.com



1

2

Ingresar la liga de búsqueda o link de acceso

¿Qué es CLIMSS? [Regístrate](#) Inicio de sesión

Dar klik en registrarse

CLIMSS

Nuestros cursos

Cursos para público en general | Cursos para personal de salud

IMSS Inicio Conoce al IMSS Transparencia Directorio Contacto ciudadano

3 Llenar los datos solicitados

Nombre* Nombre

Apellido paterno* Apellido paterno

Apellido materno* Apellido materno

Correo electrónico* Correo electrónico

Genero Femenino Masculino

Fecha de nacimiento dd/mm/aaaa

País México

Estado Elige una opción

Institución Institución

Grado académico Elige una opción

Estoy de acuerdo con lo mencionado en el [Aviso de Privacidad](#)

Enviar 4 Dar click en enviar

CLIMSS ¿Qué es CLIMSS? Regístrate Inicio de sesión

5 Dar click en Iniciar sesión

6 Colocar los datos que se le asignaron por medio de su correo electrónico

Inicio de sesión

Usuario

Contraseña

Iniciar

7 Dar click en Iniciar

[¿Olvidaste tu contraseña?](#)
[Registro de nuevo usuario](#)

Identificar el curso

8

Inicio > Mis cursos

Cerrar sesión

Hola [Redacted]

Cursos en los que estás inscrito | Oferta disponible

<p>Personas cuidadoras de población adulta mayor</p> <p>Ingresar al Curso</p> <p>Evaluación: Por realizar Calificación: 0 Fecha evaluación: Constancia: -</p>	<p>ABC De la Obesidad</p> <p>Ingresar al Curso</p> <p>Evaluación: Por realizar Calificación: 0 Fecha evaluación: Constancia: -</p>	<p>Recomendaciones para un retorno seguro al trabajo ante COVID-19</p> <p>Ingresar al Curso</p> <p>Evaluación: Por realizar Calificación: 0 Fecha evaluación: Constancia: -</p>	<p>Formación de Monitores para el Retorno Saludable</p> <p>Ingresar al Curso</p> <p>Evaluación: Por realizar Calificación: 0 Fecha evaluación: Constancia: -</p>
---	--	---	--

9

Dar click en Inscribirse

CLIMSS x COVID-19 x +

climss.imss.gob.mx/cursos/covid5/index.php?i=TIRNNE1qYzJPQT09&o=0

10

Dar click en ingresar y se abrirá una ventana emergente con el contenido del curso

CURSO: **Recomendaciones para un retorno seguro al trabajo ante COVID-19**

LES DAMOS LA MÁS CORDIAL BIENVENIDA A ESTA ESTRATEGIA DE FORMACIÓN

INICIO
Presentación del curso

Tema 1
Medidas de salud pública sostenibles

Tema 2
Recomendaciones para los empleadores y los trabajadores para un retorno laboral seguro

Tema 3
Estrategias de prevención en el retorno laboral para cada tipo de empresa

Créditos | ¿Necesitas ayuda? | Mi avance | Obtener constancia

GOBIERNO DE MÉXICO | SALUD | IMSS | STPS | SE

¡ATENCIÓN COMPAÑEROS DE CAMPECHE!

Las Secretarías de Desarrollo Económico, Salud y Trabajo y Previsión Social, junto al Consejo Coordinador Empresarial y la Cámara Nacional de Comercio desarrollaron un distintivo llamado “Espacio Responsable”, el cual surgió con el objetivo de reconocer el compromiso de las empresas para reforzar la confianza y seguridad de sus clientes y trabajadores.

La obtención del distintivo “Espacio Responsable” asegurará que las empresas campechanas cumplen con los estándares, recomendaciones y protocolos emitidos por las autoridades sanitarias para la prevención y control del COVID 19. Para obtener el distintivo las empresas deberán cumplir con una serie de requisitos, los cuales se mencionan a continuación:

1. Ser una empresa formal
2. Contar con los siguientes documentos
 - a. Protocolo de seguridad sanitaria
 - b. Constancia de haber concluido los cursos

impartidos por el IMSS

- i. Recomendaciones para un retorno seguro al trabajo ante COVID 19
 - ii. Prevención y vigilancia de brotes en la empresas
 - iii. Todo sobre la prevención del COVID 19
- c. Aviso de Funcionamiento emitido por la Secretaría de Salud (COPRISCAM) según sea el caso.

3. Contar con evidencia fotográfica de las medidas de prevención aplicadas dentro de la empresa.

Los interesados en adquirir este distintivo deberán registrarse en el siguiente enlace:

<https://reactivacioneconomica.campeche.gob.mx/distintivo-espacio-responsable/>

Y dar clic en el botón ¡Regístrate aquí! Y posteriormente llenar el formulario para enviar la solicitud.

¿Requieres más información? Escríbenos un correo: **bren191042@gmail.com**

The screenshot shows a web browser window with the URL <https://reactivacioneconomica.campeche.gob.mx/distintivo-espacio-responsable/>. The page features a green background with the text "Reactivación Económica" in white and yellow. At the top right, there are logos for the Secretarías de Salud, SEDECO, and the Government of Campeche. A traffic light icon is shown with the yellow light illuminated, and the text "SEMÁFORO EPIDEMIOLÓGICO EN AMARILLO" is displayed below it.

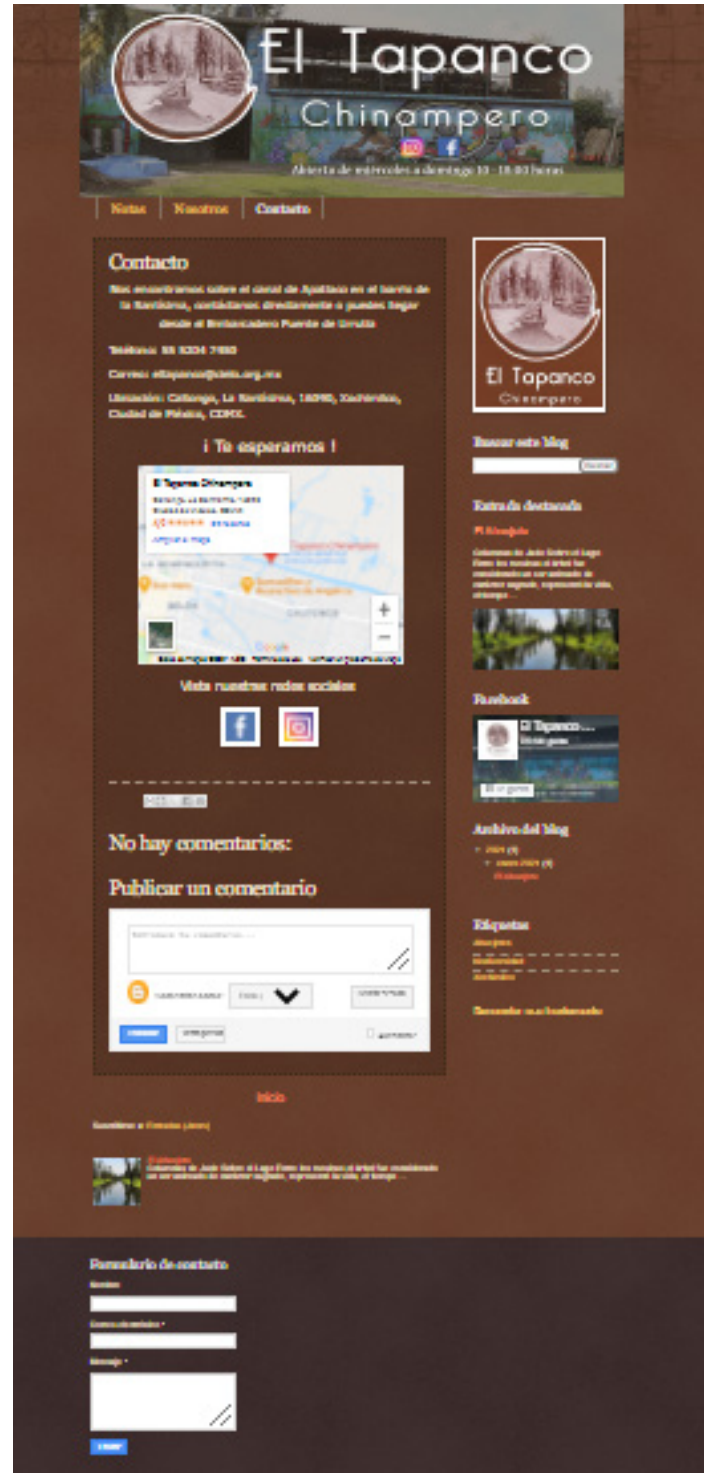
¡VISITA EL BLOG DEL TAPANCO CHINAMPERO!

Pero antes, ¿qué es un blog?

Es una página web en la que se publican regularmente artículos cortos con contenido actualizado y novedoso sobre temas específicos o libres. Los artículos de un blog suelen estar acompañados de fotografías, videos, sonidos y hasta de animaciones y gráficas que ilustran mucho mejor el tema tratado. En pocas palabras, **un blog es un espacio se para expresar ideas, intereses, experiencias y opiniones.**

Xochimilco es más que trajineras es un lugar donde abunda el conocimiento y el uso tradicional de la biodiversidad, donde sus guardianes han transmitido de generación en generación mediante la tradición oral, estos conocimientos. Teniendo esto en cuenta se ha iniciado el **blog del Tapanco Chinampero** con la finalidad de no solo dar a conocer los servicios y actividades del Tapanco, sino también resaltar el valor biocultural de Xochimilco; la diversidad biológica y la diversidad cultural. En él se estará publicando información de flora,

fauna, fiestas, tradiciones, historia, chinampas, axolotl, datos curiosos y gran diversidad de temas.



Te invitamos a visitarlo: <https://eltapancochinampero.blogspot.com/>

¿Tienes alguna sugerencia o quieres saber más del Tapanco, del Blog o de Xochimilco? No dudes en escribirnos:

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

LA COVID-19 Y SU IMPACTO EN LA COMERCIALIZACIÓN

Muchos son los retos e incertidumbres que la pandemia nos está dejando. Igual que en otras ocasiones, la unión frente a las dificultades, inteligencia, e imaginación, la creatividad, la voluntad y la pasión por lo que hacemos serán nuestra receta del éxito.

En el ámbito de las **ventas**, el panorama que va a definir el entorno del post COVID-19, estará reinando por la incertidumbre ante segundas oleadas de virus, la recesión económica que es una realidad, el panorama político nacional e internacional o la propia viabilidad de empresas y/o modelos de negocio.

La Caída de ventas.

El panorama actual apunta a una disminución de la demanda, ya sea por disminución del consumo medio de los clientes o por la pérdida de estos. No se puede generalizar porque existen empresas con ventas record estos días, pero hay que ser conscientes de que, en diferente magnitud, afectará a todos los sectores.

Sin duda el comercio minorista es uno de los sectores más afectados por la pandemia de COVID-19, tanto en forma positiva como negativa. Por un lado supermercados, farmacias y mercados mantienen el acceso del consumidor a lo esencial: alimentos, medicamentos, artículos de tocador y categorías seleccionadas “en casa”.

Al mismo tiempo, los cierres de tiendas y las fuer-

tes caídas en el gasto de los consumidores han paralizado el comercio minorista no esencial (otros productos no alimenticios, de indumentaria, moda y lujo). Esto ha provocado que muchos empresarios hayan tenido que tomar decisiones difíciles incluyendo el cierre temporal o permanente de puertas, la suspensión de empleados y más.

Para la reactivación de actividades comerciales, tendremos que poner en juego todas nuestras habilidades, relacionarnos con las nuevas tecnologías y adaptarnos. Que los cambios no nos asusten, veámoslos como una oportunidad para continuar avanzando.

Recuerda que, continuamos trabajando en las tiendas físicas; en la Ciudad de México “El Tapanco Chinampero” y, “U’kuú Bach” en el estado de Campeche. Si deseas que tus productos se exhiban y vendan en las tiendas, escríbenos a:

comercializacion@cielo.org.mx

VENTAS EN LÍNEA

La pandemia por COVID-19 acelera la garantía en el comercio electrónico en México, se tiene un aumento de hasta el 40% al año de ventas en línea.

Si bien, algunas plataformas rebasan nuestras posibilidades para absorber el porcentaje de comisión, existen otras que facilitan las ventas.

Algunas opciones, son las siguientes:

- **Mercado libre:** <https://www.mercadolibre.com.mx/>
- **Amazon- hecho a mano:** <https://vender.amazon.com.mx/handmade.html>
- **Kichink:** <https://www.kichink.com/crea-tu-tienda>
- **Facebook Marketplace:** <https://www.facebook.com/marketplace/>



¿CONOCES LA TIENDA EN LÍNEA DE FACEBOOK?

Facebook es una plataforma que ofrece diversas herramientas gratuitas para hacer crecer un negocio, desde publicar contenido en horarios estratégicos, compartir historias con fotos y videos cortos, hasta crear grupos con clientes potenciales, sin embargo, Facebook también cuenta con un pequeño apartado llamado “Tiendas” en ella puedes crear y personalizar tu tienda según el giro de tu empresa, y principalmente, publicar lo que vendes además que los productos se pueden clasificar mediante catálogos según se desee.

Para poder crear una tienda en Facebook, es importante que la persona que la vaya a crear sea el administrador comercial de la página, se deben seguir los siguientes pasos;

1. Busca la pestaña “crear tienda” en el inicio de tu página.
2. Elige la forma en forma de vender y da clic en crear tienda y después en “empezar”
3. Busca la opción de “empezar a configurar la tienda” y elige tu página que administras para vincularla.
4. En la sección “Dónde se muestra tu tienda”, selecciona la plataforma en la que quieras crearla. Si tienes un perfil de empresa de Instagram y una página de Facebook, puedes seleccionar ambos.
5. En la sección “Catálogo”, selecciona un catálogo existente o crea uno nuevo y haz clic en Siguiente.
6. Revisa los datos de tu tienda, lee y acepta las Políticas sobre el desempeño y la responsabilidad de los vendedores, y haz clic en Crear tu tienda.

Para agregar productos a la tienda deberás ir a “configuración de la tienda” y dar clic en la opción “catalogo”, se abrirá una nueva ventana con un menú de opciones, deberás situarte en la sección de “artículos” y buscar la pestaña de “agregar artículos”, donde podrás agregarlos manualmente (uno a uno) o subir una base de datos en Excel.

Los campos que deberás llenar por cada artículo corresponden a:

- Una imagen (es) del producto
- Título para para describir el articulo
- Descripción del articulo señalando detalles, características y beneficios
- Enlace del sitio web. (En caso de contar con uno)
- Precio
- Estado. (Si es nuevo, restaurado, usado, etc.)
- Marca. (Opcional)
- Identificador de contenido o SKU. (Opcional)

Beneficios

- Facebook es una de las redes sociales con mayor cantidad de usuarios en todo el mundo, por lo que el alcance es potencialmente enorme. Además de que puede impulsarse promocionando las publicaciones.
- La propagación de los contenidos es intensa y constante. Las acciones por parte de los usuarios, como Me gusta o Compartir, generan viralización, aumentando el alcance y la difusión.

Los costes comparados con una tienda online en un sitio web son mucho más bajos usando Facebook.






CIELO MEX

Federación Indígena Empresarial
y Comunidades Locales de México

Datos de contacto:

 5521616195

 confederacionindigena@yahoo.com

 <https://www.cielo.org.mx/>

 CIELOMex

 cielo.mex

 @cieloindigena