



ÍNDICE



03

EDITORIAL

05

¡HACIA EL CENTENARIO!

06

FIESTAS PATRIAS 2026

08

MES AMARILLO

10

ESTRATEGIA INVISIBLE

12

TURISMO DEPORTIVO

15

ECE CANACO TLALNEPANTLA

16

ENTRAR AL MERCADO CANADIENSE

18

**TUSIMO CULTURAL: FESTIVAL
CERVANTINO**

20

MODELO DE CENTRO DE LIDERAZGO

22

INVITACIÓN 98 ANIVERSARIO

24

FORO JUVENIL "VOCES DEL FUTURO"

26

"RAÍCES QUE UNEN: CULTURA Y PAZ

28

**INNOVACIÓN APLICADA AL
DESARROLLO EMPRESARIAL**

29

EVENTOS CANACO TLANE

31

ANUNCIOS CANACO TLANE

CONSEJO EDITORIAL

MTRO. RAFAEL CARDOSO SÁNCHEZ
PRESIDENTE CANACO TLALNEPANTLA,
ATIZAPÁN Y NICOLÁS ROMERO

MTRA. MARÍA DE LOS ÁNGELES CASIMIRO ,
DIRECTORA CANACO TLALNEPANTLA,
ATIZAPÁN Y NICOLÁS ROMERO

MDIEF ANTONIO DÍAZ GUTIERREZ,
VICEPRESIDENTE DE TURISMO CANACO
TLALNEPANTLA, ATIZAPÁN Y NICOLÁS ROMERO

EDITOR EN JEFE

MTRO. ROBERTO MONTES DE OCA ROJAS,
CONSEJERO Y COMISIONADO CANACO
TLALNEPANTLA, ATIZAPÁN Y NICOLÁS ROMERO

CONTENIDO

EDITORIAL

MTRO. RAFAEL CARDOSO SÁNCHEZ
PRESIDENTE CANACO TLALNEPANTLA,
ATIZAPÁN Y NICOLÁS ROMERO.



Unidos en acciones positivas

El pasado 2 de septiembre de 2026 nuestra Cámara vivió un momento histórico: la visita del **Dr. Octavio de la Torre de Stéffano, presidente de la CONCANACO SERVYTUR México**, quien compartió con nosotros un espacio de diálogo franco y constructivo. Su presencia no fue solo un gesto institucional, sino un reconocimiento explícito al trabajo que hemos realizado durante años en favor de los comerciantes, prestadores de servicios y empresarios de la región.

La develación y entrega de la placa distintiva simboliza más que un homenaje: es un recordatorio de que cuando trabajamos unidos, abrimos más oportunidades para quienes generan empleo, invierten y mueven la economía de nuestro país.

El valor de escuchar y acompañar

El Dr. Octavio de la Torre lo expresó con claridad: hay organizaciones que no solo representan al sector empresarial, sino que lo acompañan, lo escuchan y trabajan todos los días para que sus empresas sigan avanzando. Esa definición refleja la esencia de nuestra **CANACO Tlalnepantla, Atizapán y Nicolás Romero**.

Aquí, cada consejero y cada comisionado aportan su talento y compromiso para que la Cámara sea un espacio vivo de acompañamiento. No somos una institución distante, somos una comunidad que se involucra en los retos diarios de nuestros afiliados, que entiende sus necesidades y que busca soluciones reales.



Reconocimiento y compromiso

La visita del presidente de la Confederación nos coloca en el mapa nacional como una institución que no solo representa a los empresarios de nuestra región, sino que también aporta ideas y soluciones al debate económico del país.

Este respaldo nos compromete aún más a seguir trabajando con ética, innovación y responsabilidad social. Nos recuerda que el futuro de México se construye desde las cámaras locales, desde los empresarios que día a día generan empleo y desde las instituciones que defienden la formalidad y la competitividad.



La fuerza de nuestro equipo

Este reconocimiento no es individual, es colectivo. Es el resultado del esfuerzo de un gran equipo de consejeros y comisionados que han sabido trabajar con disciplina, visión y pasión.

Cada acción emprendida desde nuestra Cámara es un paso hacia la consolidación de un entorno empresarial más fuerte, más seguro y más competitivo.

ATTE: MTRO. RAFAEL CARDOSO SÁNCHEZ
PRESIDENTE CANACO TLALNEPANTLA, ATIZAPÁN Y NICOLÁS ROMERO.



Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo
Tlalnepantla, Atizapán y Nicolás Romero

¡HACIA EL CENTENARIO!

CÁMARAS DE COMERCIO Y MIPYMES, UN BINOMIO PARA EL FUTURO DE MÉXICO

En el México actual, hablar de MiPymes es hablar del corazón de la economía. Más del 95% de las empresas en el país pertenecen a este sector y generan alrededor del 70% de los empleos formales. Sin embargo, su permanencia en el mercado depende de un factor clave: el acompañamiento institucional. Aquí es donde las Cámaras de Comercio se convierten en protagonistas, pues no solo representan a los empresarios, sino que los escuchan, los capacitan y los impulsan para que sus negocios sigan avanzando.

La realidad es clara: las MiPymes enfrentan retos de formalidad, seguridad, financiamiento y competitividad. Muchas veces carecen de herramientas para crecer o de estrategias para posicionarse en un entorno cada vez más digital y exigente. Las Cámaras de Comercio, al integrar consejeros y comisionados comprometidos, ofrecen un espacio de respaldo que va más allá de la representación gremial: son plataformas de formación y vinculación que permiten a los pequeños negocios acceder a programas de capacitación, asesoría legal, acompañamiento en procesos de formalización y oportunidades de networking.

El valor de estas instituciones radica en que convierten lo intangible —confianza, acompañamiento, capacitación— en resultados palpables: empresas que sobreviven a crisis, que se adaptan a nuevas tendencias y que generan empleo digno. En este sentido, las Cámaras no solo fortalecen a las MiPymes, sino que también contribuyen a la resiliencia económica de las comunidades.



Mtra. María de los Ángeles
Casimiro
Directora de CANACO
Tlalnepantla, Atizapán de
Zaragoza y Nicolás Romero.

Hoy, más que nunca, México necesita que sus MiPymes se transformen en negocios sólidos, sostenibles y competitivos. Y para lograrlo, el papel de las Cámaras de Comercio es insustituible: son el puente entre la tradición empresarial y la innovación, entre la necesidad local y la oportunidad nacional.

La lección es contundente: cuando las Cámaras y las MiPymes trabajan unidas en acciones positivas, se abre un camino de crecimiento que no solo beneficia a los empresarios, sino también a las familias y comunidades que dependen de ellos. El futuro económico de México se construye desde lo local, con instituciones que acompañan y con empresas que se atreven a crecer.

EL IMPACTO ECONÓMICO DE LAS FIESTAS PATRIAS EN MÉXICO

REDACCIÓN VISIÓN CANACO TLANE

Cada septiembre, México se viste de verde, blanco y rojo para conmemorar el inicio de la Independencia. Más allá de su valor histórico y cultural, las Fiestas Patrias representan un motor económico de gran relevancia.

Según la CONCANACO SERVYTUR México, en 2026 se estima una derrama económica de 39,600 millones de pesos, un crecimiento del 5.5% respecto al año anterior, beneficiando a más de 4 millones de unidades económicas en todo el país.

Sectores más beneficiados

Las celebraciones del mes patrio dinamizan múltiples sectores de la economía. A continuación, se detallan los principales rubros que experimentan un incremento significativo:



- **Restaurantes y bares:** El sector gastronómico es uno de los más favorecidos. De acuerdo con la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y de Alimentos Condimentados (CANIRAC), el consumo en restaurantes aumenta hasta un 25% durante estas fechas. Platillos como el pozole, los chiles en nogada y las enchiladas se convierten en protagonistas de las celebraciones familiares y sociales.
- **Mercados y supermercados:** El comercio minorista registra un incremento notable en la venta de alimentos, bebidas y artículos de decoración. Según datos de INEGI, los hogares mexicanos destinan una parte importante de su gasto mensual a la compra de productos típicos, lo que fortalece el mercado interno.
- **Transporte local:** El movimiento de personas hacia plazas públicas, restaurantes y ferias genera un aumento de entre 20 y 30% en el transporte urbano y regional. Este repunte beneficia a taxistas, plataformas digitales y transporte público.
- **Entretenimiento y espectáculos:** La contratación de mariachis, grupos musicales y la organización de ferias locales incrementa la actividad cultural y artística. Estos eventos generan empleos temporales y fortalecen la identidad nacional.
- **Venta de artículos patrios:** La producción y comercialización de banderas, trajes típicos y adornos se disparan en septiembre. Miles de familias dependen de esta actividad para obtener ingresos adicionales, especialmente en mercados populares y tianguis.

Economía comunitaria y cohesión social

Las Fiestas Patrias no solo representan un incremento en ventas y consumo, también son un catalizador de cohesión social.

Cada feria, cada verbena y cada reunión familiar se convierte en un espacio donde la economía local se fortalece.

En barrios y comunidades, los pequeños negocios encuentran en septiembre una oportunidad para crecer: desde el puesto de antojitos que multiplica sus ventas, hasta el artesano que ofrece banderas y adornos patrios.

La economía comunitaria se activa en múltiples niveles:

- **Comercio formal:** que aprovecha la temporada para lanzar promociones y menús temáticos.
- **Comercio local:** que se convierte en el punto de encuentro para adquirir ingredientes frescos y productos típicos.
- **Economía cultural:** que dinamiza ferias, espectáculos y presentaciones artísticas, generando empleos temporales y fortaleciendo la identidad nacional.



POZOLE Y CHILE EN NOGADA

El pozole es el platillo más consumido en las celebraciones del 15 y 16 de septiembre: más del 50% de los hogares mexicanos lo preparan como plato principal, según la PROFECO. Su origen se remonta a la época prehispánica, cuando el maíz cacahuazintle era símbolo de identidad y ritual comunitario. Hoy, en sus versiones roja, verde y blanca, el pozole refleja los colores de la bandera y se convierte en protagonista de las cenas patrias.

En el sector restaurantero, su demanda impulsa un incremento de hasta 40–70% en ventas durante el festejo del Grito de Independencia.

Chile en nogada: fue creado para conmemorar la Independencia y su presentación refleja los colores de la bandera nacional: verde del chile poblano, blanco de la nogada y rojo de la granada. Hoy es uno de los platillos más representativos de las Fiestas Patrias y su temporada concentra un fuerte impacto económico: en restaurantes puede llegar a representar hasta 30% de las ventas de septiembre, convirtiéndose en un motor gastronómico que une tradición, identidad y derrama económica en todo el país.



MES AMARILLO: PREVENIR TAMBIÉN ES ESCUCHAR

Septiembre se pinta de amarillo. Hablamos de suicidio, compartimos publicaciones, colocamos frases sobre salud mental y repetimos que “hay que pedir ayuda”. Todo eso está bien. El problema es que prevenir el suicidio requiere mucho más que una publicación bonita en redes sociales.

Porque somos bastante incongruentes.

Nos conmueve profundamente cuando una persona muere por suicidio, pero cuando alguien cercano nos dice que está cansado, que ya no puede, que se siente solo o simplemente necesita ser escuchado, muchas veces respondemos: “échale ganas”, “no pienses así”, “tienes todo para estar bien” o, peor todavía, cambiamos de tema porque su dolor nos incomoda.

Sucede en las familias, en las parejas y también en los centros de trabajo. Nos encanta decir que apoyamos la salud mental. Pero: ¿realmente estamos haciendo algo para promoverla?

En México, las cifras siguen siendo preocupantes. Durante 2024 se registraron alrededor de 9 mil muertes por suicidio y la tasa nacional continúa incrementado significativamente. Detrás de cada cifra había una persona, una familia, amigos, compañeros de trabajo y una historia que probablemente nadie imaginó que terminaría así.

Por eso este Mes Amarillo quiero hacer una invitación mucho más sencilla que publicar una frase: toma una acción.



Psicólogo: Román Hernández
Comisionado de Salud Mental
CANACO Tlalnepantla,
Atizapán de Zaragoza y
Nicolás Romero.



Escucha a alguien sin interrumpirlo. Pregúntale cómo está y espera la respuesta de verdad. Acompaña. Abraza. Deja de minimizar lo que no entiendes. Y cuando sea necesario, ayuda a esa persona a acercarse a atención profesional.

Después de más de 12 años trabajando como psicoterapeuta estoy convencido de algo: escuchar puede salvar vidas. No porque escuchar sustituya un tratamiento profesional, sino porque muchas veces una conversación puede convertirse en el puente para que una persona llegue a recibir la ayuda que necesita.

Por eso, desde la Cámara de Comercio, en mi responsabilidad como Comisionado de Salud Mental, hemos decidido que hablar no es suficiente. Desde marzo hemos realizado acciones mes con mes y nuestra campaña ha alcanzado ya a más de 3,500 personas.

Porque la prevención no debería durar únicamente septiembre.

Y quizá este mes no necesitamos tantas personas compartiendo que la salud mental importa. Necesitamos más personas demostrando que realmente les importa.

Este Mes Amarillo no solamente publiques. Escucha. Acompaña. Abraza. Actúa.

**PREVENIR TAMBIÉN ES ESCUCCHAR: PORQUE
LAS PALABRAS NO BASTAN SI NO SE
CONVIERTEN EN HECHOS.**



*La prevención es responsabilidad
compartida: familias, empresas y sociedad
deben actuar juntos.*

VISION
— TLANE —

LA ESTRATEGIA INVISIBLE: VENDER SERVICIOS EN EL MÉXICO ACTUAL



Mtro. Roberto Montes de Oca
Consejero y Comisionado de
Red Nacional de Consultores e
Instructores
CANACO Tlalnepantla,
Atizapán de Zaragoza y
Nicolás Romero.

En el México de 2026, la economía de los intangibles —aquellos bienes que no se tocan pero generan valor, como la consultoría, la capacitación, el diseño digital, la asesoría jurídica o la gestión cultural— se ha convertido en un motor silencioso que impulsa la competitividad empresarial.

La venta de servicios exige un enfoque distinto al de los productos físicos: aquí no basta mostrar un objeto, sino demostrar confianza, credibilidad y resultados tangibles en la vida del cliente.

El contexto mexicano

México vive una transición marcada por la digitalización, la necesidad de profesionalización y la exigencia de consumidores más informados. Los negocios que ofrecen servicios enfrentan tres retos principales:

- **Credibilidad:** el cliente mexicano actual busca pruebas de experiencia, certificaciones y testimonios antes de contratar.
- **Capacitación:** los equipos de ventas deben dominar técnicas de comunicación efectiva, negociación y marketing digital para transmitir el valor de lo intangible.
- **Segmentación:** no todos los clientes requieren lo mismo; identificar nichos específicos permite diseñar propuestas personalizadas que generan interés real.



LA VENTA DE INTANGIBLES EN MÉXICO NO SE LIMITA A OFRECER UN SERVICIO: IMPLICA EDUCAR AL CLIENTE, DEMOSTRAR RESULTADOS Y CONSTRUIR CONFIANZA.

Estrategias para vender lo intangible

La oferta comercial de servicios debe construirse sobre pilares claros:

- **Narrativa de valor:** contar historias que muestren cómo el servicio transforma la vida o el negocio del cliente.
- **Experiencia demostrable:** ofrecer casos de éxito, métricas de impacto y resultados verificables.
- **Relación de confianza:** más que vender, se trata de acompañar al cliente en su proceso de decisión, mostrando empatía y transparencia.
- **Capacitación continua:** invertir en formación de equipos para que dominen herramientas digitales, técnicas de persuasión y metodologías de servicio al cliente.

México y sus requerimientos específicos

En el mercado mexicano, la venta de servicios se cruza con factores culturales y sociales:

- El valor de la recomendación: gran parte de las decisiones de compra se basan en referencias de conocidos o redes profesionales.
- La importancia de la formalidad: contratos claros, facturación y cumplimiento de normas generan confianza en un entorno donde la informalidad aún es común.
- El papel de la capacitación: los negocios que venden servicios deben formar a sus equipos en comunicación intercultural, marketing digital y gestión de relaciones, pues los clientes esperan trato profesional y soluciones adaptadas a su realidad.



¡Aprovecha esta oportunidad de capacitar a tus equipos de trabajo!

Informes en los Teléfonos:
(55) 5390.33.55 y
5579063055



MÉXICO, ANFITRIÓN DEL TURISMO DEPORTIVO MUNDIAL



Mtro. Antonio Díaz Gutiérrez
Vicepresidente de Turismo
CANACO Tlalnepantla,
Atizapán de Zaragoza y
Nicolás Romero.

Del 7 al 9 de septiembre de 2026, la Ciudad de México será sede del **4° Congreso Mundial de Turismo Deportivo de ONU Turismo**, un evento que por primera vez se realiza en América. La elección de nuestro país como anfitrión confirma su capacidad para organizar grandes encuentros internacionales y proyecta a México como un destino con infraestructura, talento y visión para recibir visitantes de todo el mundo.

El turismo deportivo representa ya el 10% del PIB turístico nacional, con un crecimiento superior al 25% anual y una derrama de más de 65 mil millones de pesos. Este segmento se ha convertido en un motor económico que no solo impulsa a las grandes ciudades, sino que también abre oportunidades para las comunidades y las MiPymes que forman la base de nuestra economía.

El impacto del turismo deportivo

Cada evento deportivo genera un ecosistema de consumo: atletas, entrenadores, familias y aficionados que requieren hospedaje, transporte, alimentación y entretenimiento. Esa dinámica beneficia directamente a sectores como:

- **Hotelería:** que incrementa su ocupación y diversifica su oferta.
- **Restaurantes:** que encuentran en la gastronomía mexicana un atractivo adicional para los visitantes.
- **Transporte:** desde taxis hasta plataformas digitales, que registran mayor demanda.
- **Comercio local:** que aprovecha la llegada de turistas para ofrecer productos típicos y artesanías.

El Congreso analizará cómo estos beneficios pueden convertirse en legados duraderos, fortaleciendo las economías locales y generando nuevas oportunidades para las empresas mexicanas.



Reconocimiento y visión compartida

Durante la presentación oficial del Congreso, el presidente de la CONCANACO SERVYTUR México, Dr. Octavio de la Torre de Stéffano, subrayó que este encuentro es fruto del trabajo conjunto entre gobierno, iniciativa privada y organismos internacionales. Su mensaje fue contundente: “Hoy no presentamos solamente un Congreso; presentamos lo que podemos alcanzar cuando trabajamos juntos”.

Ese reconocimiento nos incluye directamente. La CANACO Tlalnepantla, Atizapán y Nicolás Romero ha demostrado que, con consejeros y comisionados comprometidos, podemos ser parte activa de la transformación del turismo en México. Nuestro papel es claro: vincular a las empresas locales con las cadenas de valor que generan los grandes eventos, para que la derrama económica llegue a quienes más lo necesitan.

Oportunidades para las MiPymes

El Congreso abordará temas como el legado de los grandes eventos deportivos, la innovación tecnológica, el turismo activo y las alianzas público-privadas. Todos ellos son ejes que impactan directamente en las MiPymes.

- **Hotelería:** la llegada de visitantes incrementa la ocupación y abre espacio para nuevos modelos de hospedaje comunitario.
- **Restaurantes:** la gastronomía mexicana se convierte en un atractivo adicional que multiplica el consumo.
- **Transporte:** desde taxis hasta plataformas digitales, todos los servicios se ven beneficiados.
- **Comercio local:** artesanías, recuerdos y productos típicos encuentran nuevos mercados.

La clave está en que las Cámaras de Comercio acompañemos a las MiPymes con capacitación, formalización y estrategias de promoción, para que puedan aprovechar al máximo este flujo de visitantes.

Oportunidad para México

El 4º Congreso Mundial de Turismo Deportivo no es solo un evento internacional: es una oportunidad para demostrar que México está preparado para transformar los grandes acontecimientos en beneficios duraderos para sus comunidades.

Como Vicepresidente de Turismo de la CANACO Tlalnepantla, Atizapán y Nicolás Romero, reconozco y agradezco el esfuerzo de nuestros consejeros y comisionados, quienes hacen posible que nuestra Cámara se distinga en el escenario nacional. Este Congreso nos recuerda que el turismo deportivo no es únicamente espectáculo: es inversión, empleo y desarrollo para miles de familias mexicanas.

Sigamos trabajando unidos, porque cuando gobierno, iniciativa privada y Cámaras de Comercio hacemos equipo, los beneficios llegan a donde más se necesitan: a las MiPymes y negocios familiares que sostienen la economía de México.





4ª Edición del Congreso Mundial de Turismo Deportivo de la ONU Turismo



México país sede

Estadio GNP
(Autódromo Hermanos Rodríguez) en CDMX.



Importancia

Posicionar a México como potencia de turismo internacional y robustecer las acciones en materia de diplomacia pública y deportiva.



Aforo

400 participantes nacionales e internacionales



Expertos invitados

40 conferencistas de alto valor internacional en el segmento turístico.



Gobierno de México

Turismo



Fecha

7, 8 y 9 de septiembre de 2026



2026
Margarita Maza

La Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO SERVYTUR) México es un organismo que de acuerdo con la Ley de Cámaras Empresariales y sus Confederaciones representa a 5.2 millones de empresas y negocios familiares en más de mil 857 municipios del país y con más de 100 años de historia que han legitimado su existencia y participado en el rumbo económico y social del país, pues la Confederación al ser una institución de interés público, ha tenido entre sus tareas y razón de ser, la de representar, promover y defender con firmeza al Comercio, los Servicios y el Turismo del país, apoyando iniciativas, decretos, reglamentos y documentos de posición empresarial orientados a contribuir siempre y en todo momento con el crecimiento y desarrollo de México. Unidos En Acciones Positivas.



Mtro. Noe Mendoza España
Responsable de la Entidad de
Certificación y Evaluación
CANACO Tlalnepantla,
Atizapán de Zaragoza y
Nicolás Romero.

ENTIDADES CERTIFICADORAS DE LA RED CONOCER: GARANTÍA DE CALIDAD EN LA EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS

¿Qué es una Entidad Certificadora?

En México, el **CONOCER (Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales)** coordina un sistema que reconoce oficialmente las habilidades adquiridas por experiencia laboral o capacitación. Dentro de esta estructura, las **Entidades de Certificación y Evaluación (ECE)** son instituciones autorizadas para administrar procesos de evaluación y emitir certificados con validez oficial respaldados por la Secretaría de Educación Pública.

Una Entidad Certificadora no es un centro de enseñanza, sino el organismo que garantiza que los procesos de evaluación se realicen con calidad, imparcialidad y apego a los estándares de competencia. Su misión es asegurar que cada certificado emitido represente realmente las habilidades y conocimientos del candidato.

La Entidad de Certificación de CANACO Tlalnepantla

Nuestra **CANACO Tlalnepantla, Atizapán y Nicolás Romero** cuenta con su propia Entidad Certificadora, lo que nos permite acompañar a empresarios, trabajadores y emprendedores de la región en el proceso de validación de sus competencias.

Esto significa que los comerciantes y prestadores de servicios locales pueden acceder a certificaciones oficiales sin salir de su comunidad, fortaleciendo su perfil profesional y aumentando su competitividad en el mercado.

Con esta Entidad, la Cámara se convierte en un puente entre la experiencia laboral y el reconocimiento oficial, ofreciendo a las MiPymes y negocios familiares la posibilidad de demostrar sus capacidades ante clientes, proveedores y autoridades.

¿Por qué es importante certificar competencias?

- **Confianza profesional:** los clientes saben que trabajan con alguien avalado oficialmente.
- **Competitividad:** abre acceso a proyectos y licitaciones que exigen certificaciones.
- **Valor agregado:** convierte la experiencia en un activo tangible y reconocido.
- **Reconocimiento nacional:** el certificado tiene validez en todo México.
- **Desarrollo continuo:** impulsa la actualización y el crecimiento profesional.

Informes en los Teléfonos:
(55) 5390.33.55 y 5579063055

ENTRAR AL MERCADO CANADIENSE EXIGE RIGOR, CERTIFICACIÓN Y ESTRATEGIA

Durante una reciente visita a Canadá, tuve la oportunidad de conversar con el Cónsul General de México en Toronto sobre la cultura de negocios en este país. Hoy quiero transmitirles esas valiosas reflexiones para orientar a quienes buscan emprender con éxito en ese mercado.

Para el empresariado hispanoamericano, Canadá se presenta como un destino natural de expansión: una economía sólida, poder adquisitivo elevado y acuerdos de libre comercio. Sin embargo, lanzarse a vender en este mercado sin una investigación previa suele derivar en sorpresas costosas. Canadá esconde una estructura operativa muy regulada, altamente estandarizada y diferente a la de América Latina.

La cultura de la certificación laboral

Uno de los descubrimientos más impactantes para quienes buscan instalar operaciones o enviar personal a Canadá es la «cultura de la certificación». En el mercado canadiense, el conocimiento empírico o un título universitario general rara vez son suficientes por sí solos. La legislación de seguridad ocupacional y los marcos regulatorios provinciales exigen acreditaciones y avales oficiales para prácticamente cualquier puesto de trabajo.

Un ejecutivo bancario o asesor de inversiones requiere certificaciones obligatorias como el Canadian Securities Course (CSC) o el Investment Funds in Canada (IFIC) antes de poder operar.

Paralelamente, en la base operativa, un empleado de limpieza no puede ser contratado sin contar con la certificación WHMIS (Workplace Hazardous Materials Information System) para el manejo de sustancias químicas, y un mesero debe aprobar el programa provincial Smart Serve para servir bebidas alcohólicas.



Mtra. Rocío Campuzano
Comisionada de Mujeres
CANACO Tlalnepantla,
Atizapán de Zaragoza y
Nicolás Romero.

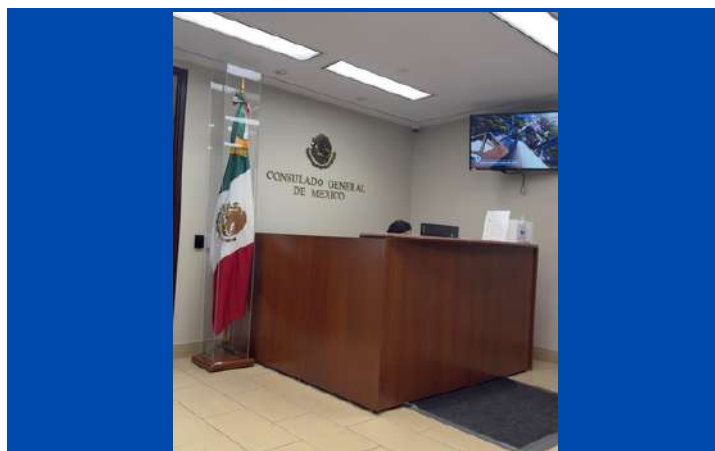


En Canadá, la empleabilidad y la legalidad corporativa se sustentan en documentos verificables; el talento debe estar formalmente acreditado.

Monopolios estatales y canales de distribución centralizados

A la complejidad del talento humano se suma la estructura de sus canales de distribución. En sectores clave como el de las bebidas alcohólicas (vinos, tequila, mezcal o cerveza), no existe un mercado libre tradicional donde el productor negocia directamente con restaurantes o supermercados. La regulación de estos bienes recae en las provincias a través de corporaciones públicas o empresas de la Corona.

En Ontario, la LCBO (Liquor Control Board of Ontario) opera como uno de los compradores de alcohol más grandes e influyentes del mundo. Un productor no "entra a tiendas"; primero debe ser evaluado, aprobado e inscrito en el catálogo mayorista del monopolio estatal. Aunque la provincia ha abierto licencias minoristas a supermercados y tiendas de conveniencia, la LCBO mantiene el control exclusivo de la importación y la venta al por mayor. Este modelo — replicado en Quebec por la SAQ y en la mayoría de las provincias— exige convocatorias oficiales (Calls for Products), análisis de laboratorio y estrictos estándares de etiquetado y precios.



Documentación y preparación estratégica

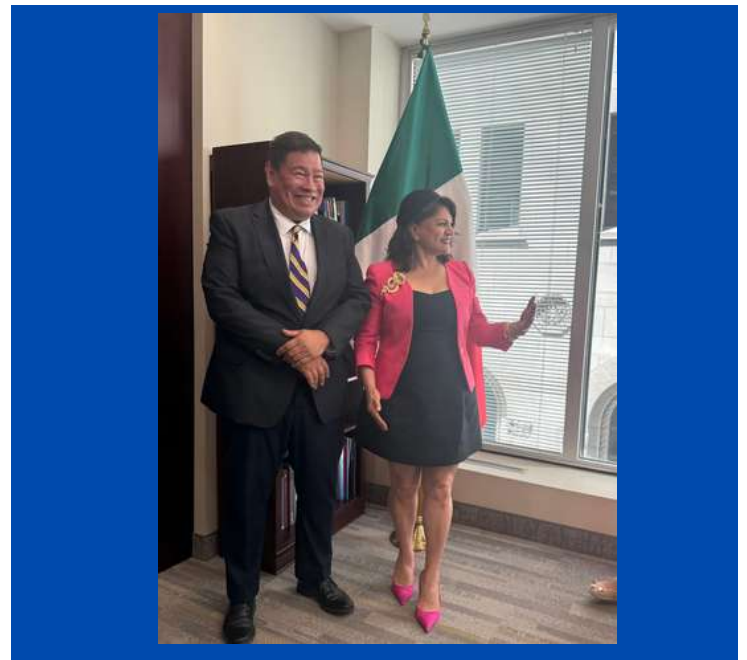
El éxito empresarial en Canadá no es cuestión de suerte ni de intuición, sino de cumplimiento normativo y rigurosidad técnica. Antes de enviar un contenedor o abrir un establecimiento, todo empresario debe responder tres preguntas fundamentales:

- **Regulación de producto:** ¿Mi producto cumple con los estándares de etiquetado bilingüe (inglés/francés), normas sanitarias o procesos de registro ante las empresas estatales correspondientes?

- **Certificación de procesos y personal:** ¿Qué acreditaciones o certificaciones locales requiere mi equipo de trabajo para operar de forma legal dentro de la provincia destino?

- **Estructura del canal:** ¿Voy a competir en un mercado abierto o debo adaptarme a las reglas de un comprador único gubernamental?

Vender en Canadá puede ser altamente rentable, pero únicamente para quienes entienden que, en ese país, la preparación y la documentación oficial son el verdadero requisito de entrada.



TURISMO CULTURAL EN ACCIÓN: EL CERVANTINO COMO EJEMPLO DE MÉXICO AL MUNDO

REDACCIÓN VISIÓN CANACO TLANE

Cultura que se convierte en desarrollo económico

Cada octubre, Guanajuato se viste de fiesta con el Festival Internacional Cervantino (FIC), un encuentro que desde 1972 ha reunido a artistas de más de 30 países y que hoy es considerado el festival cultural más importante de Latinoamérica. Sin embargo, su relevancia va más allá del arte: el Cervantino es un motor económico que impulsa a las MiPymes, fortalece el comercio local y proyecta a México como potencia cultural en el mundo.

De acuerdo con datos oficiales de la Secretaría de Cultura y el Gobierno de Guanajuato, en su edición 53 (2025) el festival generó una derrama económica superior a 442 millones de pesos, con más de 330 mil asistentes y una ocupación hotelera promedio del 50%.

Estas cifras muestran que el Cervantino no es solo un evento cultural, sino una plataforma que dinamiza la economía regional y nacional.



Beneficios directos para las MiPymes

El Cervantino es un ejemplo claro de cómo la cultura se traduce en oportunidades económicas:

- **Hotelería:** incremento en ocupación y generación de empleos temporales.
- **Restaurantes:** mayor consumo de gastronomía local y regional.
- **Comercio artesanal:** venta de artesanías, textiles y productos típicos.
- **Transporte:** aumento en traslados urbanos y regionales.

El impacto económico se extiende más allá de Guanajuato capital, beneficiando a municipios como León, Irapuato, Celaya y San Miguel de Allende, que reciben visitantes atraídos por la riqueza cultural del festival.



Turismo cultural como estrategia nacional

El Festival Cervantino es un digno representante del turismo cultural mexicano, un segmento que, según la Secretaría de Turismo, representa alrededor del 15% de la actividad turística nacional. Este tipo de turismo atrae visitantes interesados en experiencias auténticas, que no solo consumen espectáculos, sino que también generan inversión en hospedaje, transporte y comercio.

El festival fomenta la innovación cultural, la colaboración internacional y la difusión de tradiciones mexicanas, convirtiéndose en un escaparate de México hacia el mundo. Cada edición es una oportunidad para mostrar que la cultura mexicana no es estática, sino dinámica y capaz de generar desarrollo económico sostenible.

Un legado que debe impulsarse

Históricamente, el Cervantino ha sido un espacio donde convergen artistas, empresarios y comunidades. Su legado no debe limitarse a lo cultural: debe ser promovido como un motor económico que beneficia a las MiPymes y fortalece el turismo cultural en México.

Impulsar su difusión significa reconocer que cada edición representa oportunidades para negocios familiares, productores locales y emprendedores que encuentran en el festival un mercado abierto y diverso. El Cervantino es prueba de que la cultura puede ser también una estrategia de desarrollo económico.

El Festival Internacional Cervantino es más que un evento artístico: es un ejemplo de cómo el turismo cultural puede transformar comunidades, generar empleo y proyectar a México como potencia cultural en el mundo. Su impacto en las MiPymes, su capacidad de atraer turismo internacional y su papel en la proyección de México lo convierten en un evento que merece ser difundido y fortalecido.

“Turismo cultural en acción: el Cervantino como ejemplo de México al mundo”. Porque cada edición demuestra que la cultura no es solo espectáculo, sino también inversión, desarrollo y orgullo nacional.



"MODELO DE CENTRO DE LIDERAZGO PARA ESTUDIANTES"

En un entorno laboral cada vez más competitivo, las habilidades de liderazgo son cruciales para el éxito profesional de los egresados. El presente modelo de gestión, ya existente, está enfocado en la capacitación de estudiantes de nivel medio superior y superior para el desarrollo de estas habilidades, como una respuesta directa a las necesidades identificadas por los empleadores.

Las instituciones educativas tienen la responsabilidad de preparar a sus estudiantes no solo en conocimientos técnicos, sino también en habilidades blandas que faciliten su integración y desempeño en el ámbito laboral. Este modelo propone precisamente eso: un sistema operativo para la capacitación orientado al desarrollo de liderazgo desde el primer semestre hasta el egreso.

El principal objetivo es formar líderes capaces de enfrentar los desafíos del entorno laboral actual, adaptarse rápidamente y contribuir eficazmente a las organizaciones. Para lograrlo, se creó el Centro de Liderazgo, un centro dedicado a la evaluación, formación y seguimiento continuo de las habilidades de liderazgo de los estudiantes.

Estructura del Modelo

El modelo se estructura en varias etapas: evaluación psicológica inicial, capacitación continua y monitoreo del progreso. Inicialmente, se aplica un test psicológico para evaluar las condiciones generales de salud física y aptitudes de liderazgo. Los estudiantes que aprueban pasan a una segunda fase de evaluación que mide la concentración y asertividad en la toma de decisiones bajo presión, utilizando las cabinas de Ingeniería Industrial del Laboratorio de Estudio del Trabajo.

La implementación de este Centro beneficia a diversas partes interesadas. Para el TESCO, forma estudiantes con un alto compromiso y espíritu de pertenencia, elevando el prestigio de la institución. Para las carreras del TESCO, desarrolla líderes íntegros en habilidades de administración de negocios y habilidades socioemocionales. Para los estudiantes,



Ing. Héctor Andrés Mera Pérez,
Comisionado de Educación de
CANACO Tlalnepantla,
Atizapán de Zaragoza y
Nicolás Romero.

los forma como líderes agentes del cambio, capaces de posicionarse en cualquier empresa. Y para los empleadores, significa contar con jóvenes líderes capaces de ofrecer soluciones y generar productividad.

Diagnóstico FODA

Como parte del diagnóstico del entorno donde se probó el modelo, se realizó un análisis FODA.

Como fortalezas se identificaron la certificación CACEI, las materias de ergonomía y estudio del trabajo, inglés, ofimática, taller de máquinas convencionales y CNC y taller de soldadura.

Como debilidades, la falta de docentes con experiencia en campo, matemáticas de preparatoria insuficientes, conocimiento limitado de la carrera, falta de capacitación en software especializado como Matlab, Visio, SAP y Factory IO, y resistencia al cambio en los docentes.

Como oportunidades, el examen de conocimientos,

CENEVAL, la vitrina de exposición empresarial y el convenio académico para pase directo de Bachillerato Técnico. Y como amenazas, el laboratorio de Ergonomía y Logística de otras escuelas y la posible réplica del programa.

Prueba piloto y soporte

Para validar el modelo se realizó una prueba piloto con tres estudiantes de Ingeniería Industrial del 8° semestre. Los parámetros evaluados fueron concentración, capacidad de resolución, control del tiempo, manejo de estrés, seguimiento de instrucciones, logro de objetivos, asertividad y toma de decisiones. Los resultados demostraron la efectividad del test en identificar las aptitudes de liderazgo y las áreas de mejora. El evento experimental dentro de la cabina de Ingeniería Industrial reveló rasgos conductuales que podrían impactar en su desempeño como líderes, incluyendo la interpretación del examen por el área de psicología con sus respectivas recomendaciones. Uno de los aportes más relevantes es la comparativa de curvas de aprendizaje. La implementación del modelo pretende reducir significativamente el tiempo de adaptación de los egresados en el ambiente laboral, de 6 a 12 meses a solo 4 meses, alcanzando un rendimiento del 60% en este periodo y hasta un 95% en 12 meses. Esta aceleración trae múltiples ventajas al contar con personal confiable y orientado desde el principio a los objetivos de la empresa.

Este trabajo se complementa con la investigación titulada "Ajustes razonables en el entorno laboral: una aproximación a la prevención inclusiva" realizada por Arenas, Aldana Porras, Garzón Carrillo y Lara Másmela en 2022 en Ibagué, Colombia. Este estudio aborda la inclusión laboral de personas con discapacidad y su impacto en la prevención de riesgos laborales, subrayando que estos ajustes son esenciales para proporcionar oportunidades equitativas y mejorar la calidad de vida laboral.

El estudio en Ibagué identificó que los ajustes razonables son adaptaciones realizadas tanto por los trabajadores como por los empleadores, principalmente en grandes empresas que siguen la legislación nacional. Además, se observó una discrepancia en la percepción de riesgos entre empleadores y empleados: los empleadores se

enfocan en aspectos físicos, mientras que los empleados perciben riesgos sociales en el entorno laboral. Las barreras actitudinales y comunicacionales fueron identificadas como los principales riesgos. Por ello, la prevención inclusiva debe considerarse como una acción sociotécnica que beneficia a todos los trabajadores, independientemente de sus características diferenciales, y su implementación es fundamental para la inclusión efectiva.

Propuesta de implementación del modelo

Para optimizar la implementación del modelo se proponen cuatro líneas: desarrollo de programas de capacitación continua que incluyan módulos específicos sobre habilidades de liderazgo, gestión del tiempo y manejo del estrés; monitoreo y evaluación constante para monitorear el progreso y ajustar los programas según sea necesario; fomento de una cultura inclusiva que valore la diversidad siguiendo los principios de prevención inclusiva destacados en el estudio de Arenas et al. 2022; y colaboración con empleadores para entender sus necesidades y ajustar la formación en consecuencia.

En conclusión, el modelo de gestión de operación para la capacitación de estudiantes enfocado en el desarrollo de liderazgo ofrece una solución integral para preparar a los egresados para el mercado laboral. Al integrar elementos de prevención inclusiva y ajustes razonables, no solo mejora las habilidades de liderazgo, sino que también promueve una cultura organizacional inclusiva, beneficiando a todos los actores involucrados. Este enfoque holístico garantiza que los estudiantes estén mejor preparados para enfrentar los desafíos del entorno laboral actual, contribuyendo al desarrollo sostenible de las organizaciones.





98 ANIVERSARIO DE LA CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO DE TLALNEPANTLA, ATIZAPÁN Y NICOLÁS ROMERO

Nos complace invitarle a celebrar con nosotros este encuentro especial para reconocer nuestra trayectoria, fortalecer vínculos empresariales y generar nuevas oportunidades de colaboración.

FECHA: Martes 13 de Octubre | **SEDE:** Hotel Finca Las Hortensias
Registro: 8:30 a. m. | **Inicio:** 9:00 a. m.

PROGRAMA

- Desayuno
- Presentación de invitados especiales
- Mensaje del Presidente con motivo del 98 Aniversario de CANACO Tlalnepantla, Atizapán y Nicolás Romero
- Foro Completamente Mujer
- Presentación de empresas participantes en la Expo
- Networking y vinculación empresarial
- Despedida de invitados

**Una celebración de trayectoria, encuentro
y nuevas oportunidades para el sector empresarial.**

COSTOS

Desayuno: \$400 MXN
Espacio para exponer productos y/o servicios
Afiliados: \$500 MXN | Público en general: \$600 MXN

FORMAS DE PAGO

• EFECTIVO • DEPÓSITO • TRANSFERENCIA

A nombre de: Cámara Nacional de Comercio,
Servicios y Turismo de Tlalnepantla

Banco: Scotiabank Cuenta: 00 10 40756 69
Clave de Transferencia: 04418000 1040 7566 97



Hotel Finca Las Hortensias,
Tepotzotlán, Edo Méx.

Dirección: Hortensia
S/n, 54600 Tepotzotlán, Méx.

Para más información:
WhatsApp: 55 7906 3055

FORO JUVENIL “VOCES DEL FUTURO”



Lic. Daniel Castelan
Comisionado de Jóvenes
CANACO Tlalnepantla, Atizapán y
Nicolás Romero

Una cita histórica para la juventud empresarial

El pasado mes, tuve el honor de representar a la Comisión de Jóvenes Empresarios de CANACO Tlalnepantla en el Foro Juvenil “Voces del Futuro”, organizado por la CONCANACO SERVYTUR México en el Palacio Legislativo de San Lázaro. Este encuentro no fue un evento más: fue un espacio donde las nuevas generaciones de líderes, emprendedores y estudiantes dialogamos directamente con legisladores, empresarios y autoridades sobre el papel que debemos asumir en la construcción del México que viene.

La relevancia de este foro radica en que, por primera vez, se colocó a la juventud empresarial en el centro de la conversación legislativa. No como espectadores, sino como protagonistas que aportan ideas, propuestas y soluciones.

Voces que inspiran, voces que transforman

Durante las sesiones, se abordaron temas clave como:

- Innovación y emprendimiento digital: cómo las nuevas tecnologías pueden ser motor de desarrollo económico.
- Educación y empleabilidad: la urgencia de vincular universidades con empresas para formar jóvenes listos para los retos del mercado.
- Sostenibilidad y responsabilidad social: el compromiso de nuestra generación con un modelo de negocio ético y sustentable.
- Participación ciudadana: la importancia de que los jóvenes no solo emprendan, sino también incidan en políticas públicas.

Cada intervención fue un recordatorio de que la juventud mexicana no es el futuro: es el presente que ya está transformando la realidad.



El papel de CANACO Tlalnepantla

Como comisionado de jóvenes empresarios, destacué que nuestra Cámara ha sido pionera en abrir espacios de participación juvenil. Desde ExpoNetworking hasta proyectos de capacitación, hemos demostrado que los jóvenes no necesitan esperar a “tener experiencia” para aportar: ya estamos listos para liderar.

En San Lázaro, compartí la visión de que los jóvenes empresarios debemos ser puentes entre la innovación y la tradición, entre la academia y la empresa, entre la comunidad y el mercado. Nuestra voz no solo representa a una generación: representa a un país que exige nuevas formas de hacer negocio.

Un foro con impacto legislativo

La presencia en el Palacio Legislativo de San Lázaro tuvo un simbolismo profundo. No se trató únicamente de hablar de emprendimiento, sino de hacerlo en el espacio donde se construyen las leyes que rigen nuestra vida económica y social. Allí, frente a diputados y representantes de la CONCANACO SERVYTUR, los jóvenes dejamos claro que queremos ser parte de la toma de decisiones.

El foro concluyó con el compromiso de generar mesas de trabajo permanentes entre legisladores y jóvenes empresarios, para que nuestras propuestas no se queden en discursos, sino que se traduzcan en políticas públicas.



Voces del Futuro: un movimiento nacional

El Foro Juvenil “Voces del Futuro” no fue un evento aislado. Es el inicio de un movimiento nacional que busca consolidar a la juventud como actor estratégico en el desarrollo económico. Desde Tlalnepantla, Atizapán y Nicolás Romero, llevamos nuestra experiencia local a un escenario nacional, demostrando que la fuerza de los jóvenes empresarios mexiquenses puede inspirar a todo México.

Participar en este foro fue un recordatorio de que la juventud no debe esperar su turno: debe tomarlo. Como Comisión de Jóvenes Empresarios de CANACO Tlalnepantla, reafirmamos nuestro compromiso de seguir construyendo espacios de formación, networking y liderazgo que dignifiquen la voz de los jóvenes.

El futuro no se espera. El futuro se construye. Y en San Lázaro, los jóvenes empresarios ya comenzamos a escribirlo.



"RAÍCES QUE UNEN: CULTURA Y PAZ DESDE EL ESTADO DE MÉXICO"



Mtro. Ricardo Rodríguez Vieyra
Comisionado de Cultura de Paz
CANACO Tlalnepantla, Atizapán y
Nicolás Romero



Pbro. Francisco Javier Fajardo Ruíz
Comisionado de Cultura de Paz
CANACO Tlalnepantla, Atizapán y
Nicolás Romero

Saludamos afectuosamente a todos nuestros lectores y afiliados. Desde la Comisión de Cultura de Paz de nuestra Cámara Nacional de Comercio, extendemos un cordial saludo y compartimos con ustedes algunas de las actividades que hemos impulsado en los últimos meses.

Construir la paz desde la acción colectiva

Conscientes de que la paz no depende solo de los gobiernos, sino de la acción conjunta de todos los sectores sociales, hemos trabajado para reunir diversas fuerzas comunitarias y promover la reconstrucción del tejido social en el Estado de México. El pasado 5 de julio, en colaboración con la Asociación Cultural Raíces México A.C. y la Basílica de Nuestra Señora de los Remedios, participamos en la celebración por el 506° aniversario de la llegada de la Virgen de los Remedios a América.

Cultura y tradición como lenguaje de paz

El evento contó con la participación del Ballet Folklórico Quetzalcóatl, el Grupo de Danza Folklórica Huetzayotl de Malinalco, la Delegación Estado de México del Instituto de Investigación y Difusión de la Danza Mexicana A.C.®, el Grupo de Danza y Música Tradicional Otomí Hiu Hú y la agrupación Violines Mágicos de Ayotuzco.

Se visibilizaron expresiones culturales de los pueblos Mazahua, Nahuatl y Otomí, así como bailes mestizos de Campeche, en un ambiente familiar que coincidió con la 2ª Feria por la Paz, junto a organizaciones como VIFAC Vida y Familia A.C., Mujeres Transformando Sueños A.C. y la Red Conéctate por tu Seguridad Naucalpan.

Ferias por la Paz: espacios de encuentro

Estas ferias buscan visibilizar el trabajo de actores sociales que promueven una mejor sociedad mediante talleres, asesorías jurídicas, acompañamiento psicológico y actividades culturales.

Durante esta jornada, la Delegación Estado de México del IIDDMAC® presentó un montaje coreográfico resultado de la investigación del profesor Tomás García sobre las danzas mazahuas de San Felipe del Progreso, coreografiado junto al maestro Ricardo Rodríguez Vieyra, miembro de nuestra Comisión.

Próximas actividades

Para el último cuatrimestre del año, acompañaremos al Ballet Folklórico Quetzalcóatl en sus presentaciones en el Museo Nacional del Virreinato y en el Festival Patrio de Huixquilucan, representando a la Secretaría de Cultura estatal.

Asimismo, nos preparamos para la 3ª Feria Comunitaria por la Paz, el 8 de noviembre, dentro del Festival Cultural Xantolo 2026, donde el Ballet celebrará su 9º aniversario con presentaciones en Chilpancingo, la Universidad Autónoma de Guerrero y el Museo de Arte Popular de la Ciudad de México.

Invitación abierta

Invitamos a todos los afiliados de nuestra Cámara a participar en las actividades de la Comisión de Cultura de Paz, ya sea como público o como expositores de causas sociales. Sigamos construyendo juntos un México más justo, más humano y más unido.



INNOVACIÓN APLICADA AL DESARROLLO EMPRESARIAL



I.A. Sebastian Frías Estrella
Comisionado de la Academia de
Innovación CANACO Tlalnepantla,
Atizapán y Nicolás Romero

La Academia de Innovación de la CANACO Tlalnepantla, Atizapán y Nicolás Romero surge como un espacio estratégico para acompañar a las MiPymes y negocios familiares en su proceso de transformación. Su misión es clara: brindar herramientas prácticas que permitan a los empresarios locales enfrentar los retos de la digitalización, la seguridad y la competitividad en un mercado cada vez más exigente.

Seguridad digital para las empresas

Uno de los ejes más relevantes de la Academia es la implementación de planes preventivos de seguridad digital adaptados a la infraestructura de cada negocio. Entre las medidas que se enseñan destacan:

- Autenticación de doble factor: protección avanzada en cuentas de correo, bancarias y plataformas operativas.
- Respaldos automatizados: estrategias de backup en la nube para garantizar la continuidad del negocio ante cualquier falla.
- Protección de datos de clientes: cumplimiento de normativas de privacidad y resguardo de bases de datos.

Estas acciones convierten a la Academia en un aliado para que las MiPymes no solo sobrevivan, sino que se fortalezcan frente a los riesgos digitales.



La Academia también acompaña a los negocios familiares en la optimización de su perfil digital. El objetivo es que cada empresa aparezca en las búsquedas exactas de su comunidad cuando alguien necesite su producto o servicio. De esta manera, se impulsa la visibilidad local y se generan nuevas oportunidades de venta. CANACO Tlalnepantla participó activamente dentro de la campaña nacional Un Mundial Muy Mexicano, impulsada por CONCANACO SERVYTUR y las Cámaras de Comercio de todo el país.

EVENTOS CANACO TLANE



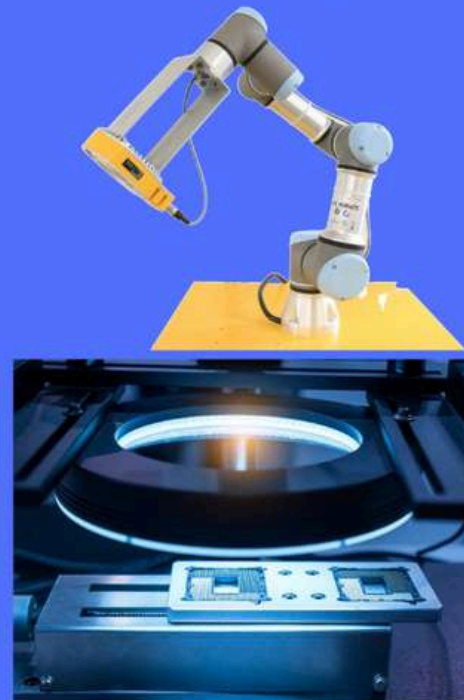


ANUNCIOS CANACO TLANE



Soluciones de iluminación para sus proyectos de Machine Vision

“Liderando el camino en la
inspección de iluminación led, la
clave para un procesamiento de
imagen exitoso es la tecnología
de iluminación led”



Venta, Capacitación, Asesoría en:

SCACom
www.scaicom.com.mx
Tel.: 55 9060 2907



ANUNCIOS CANACO TLANE

effiLux Efficient
Led Lighting

**Soluciones de
iluminación para
cada Industria**



"Productos innovadores para
satisfacer las aplicaciones
Industriales, Científicas y de
Machine Vision más
exigentes".

Venta, Capacitación, Asesoría en:

SCACom
www.scaicom.com.mx
Tel.: 55 9060 2907



ANUNCIOS CANACO TLANE

CUOTA PERSONALIZADA

le da la Bienvenida a:

AM LAB DIAGNOSTICOS MEDICOS



AM Laboratorios es una empresa mexicana especializada en servicios de diagnóstico clínico que contribuye al cuidado de la salud mediante la realización de estudios de laboratorio y gabinete.

**WILMA ZAPATA TAPIA
REPRESENTANTE LEGAL**

**NUMERO DE CELULAR: 55 2077 9492 | 55 8617 0413
CORREO ELECTRÓNICO: atnclientes@amlab.mx**

ANUNCIOS CANACO TLANE

FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL
le da la Bienvenida a:

INGENIERÍA BELHERR S.A. DE C.V.



BELHERR®

Dedicada a la fabricación y comercialización de aceites lubricantes y grasas para los sectores automotriz e industrial, además de brindar servicios especializados de mantenimiento y lubricación de maquinaria. La empresa cuenta con más de tres décadas de experiencia y mantiene operaciones comerciales tanto en México como en mercados de Estados Unidos y Centroamérica.

ANDRÉS VILLALOBOS TRUJILLO

NUMERO DE CELULAR: 55 1005 5177
CORREO ELECTRÓNICO: legal@belherr.com.mx

ANUNCIOS CANACO TLANE



***Círculo de Negocios
le da la Bienvenida a:***

CHILIPINES MÉXICO

Chilipines México es una empresa 100% mexicana con más de 18 años de experiencia en la elaboración y comercialización de productos artesanales gourmet, elaborados con ingredientes naturales que destacan los sabores tradicionales de México.



RICARDO REDONDO LÓPEZ

NUMERO DE CELULAR: 55 4080 5279

CORREO ELECTRÓNICO: chilipines@yahoo.com.mx

ANUNCIOS CANACO TLANE



**COMPLETAMENTE
MUJER**

***Completamente Mujer y Fortalecimiento
Empresarial le da la Bienvenida a:***

***AFE AUTOMATION
FOR EVERYONE***

SERVICIOS DE INGENIERÍA



**AFE | automation
for everyone**

VALENTINA FAJARDO
GENERALISTA DE RECURSOS HUMANOS

Número de celular: 56 3311 6863
Correo electrónico: rh@automationforeveryone.com

ANUNCIOS CANACO TLANE



***Círculo de Negocios
le da la Bienvenida a:***

REY PIZZERIO



Rey Pizzeria es una marca mexicana de alimentos especializada en pizzas y comida rápida, que combina sabor, calidad y precios accesibles para ofrecer una experiencia práctica y agradable a sus clientes.

**ALFONSO L. CORCUERA WENZEL
(REPRESENTANTE LEGAL)**

**NUMERO DE CELULAR: 55 1478 6147
CORREO ELECTRÓNICO: reypizzeria@gmail.com**

ANUNCIOS CANACO TLANE



CÍRCULO DE NEGOCIOS
Ofrece • Busca • Encuentra

#Ofrece-Busca-Encuentra

OPTIMIZA TUS COSTOS DE PRODUCCIÓN CON PROVEEDURÍA REGIONAL CONFIABLE.

Reducir tiempos de entrega e insumos en la cadena de suministro fortalece tu margen. Conecta en el **Círculo de Negocios** con proveedores industriales locales.

- Directorio:** Socios en empaque, insumos industriales, plásticos y químicos.
- Ventajas:** Proveeduría regional con entregas ágiles y mejores costos.
- Garantía:** Contacto directo con fabricantes y distribuidores autorizados.



#CírculodeNegocios



CÍRCULO DE NEGOCIOS
Ofrece • Busca • Encuentra

#Ofrece-Busca-Encuentra

Amplía tu red de contactos y conecta con nuevos clientes en la región.

Un buen networking convierte prospectos en alianzas reales. Acompáñanos en la sesión del **Círculo de Negocios** de la Cámara.

- Metodología:** Elevator pitch efectivo y presentación ejecutiva de oferta.
- Dinámica:** Mesas de vinculación y ruedas de negocios entre afiliados.
- Seguimiento:** Protocolo de contacto posterior para cerrar acuerdos comerciales.



#CírculodeNegocios



COMPLETAMENTE MUJER

COMPLETAMENTE MUJER

Separa tus finanzas personales de las de tu empresa y **fortalece tu patrimonio.**

La salud financiera de tu negocio empieza por la tuya. En Completamente Mujer compartimos herramientas de gestión financiera ejecutiva.

- Diagnóstico:** Errores al mezclar la caja del negocio con los gastos personales.
- Estrategia:** Asignación de sueldo corporativo, fondo de emergencia y ahorro.
- Blindaje:** Protección del patrimonio personal y familiar frente a riesgos comerciales.



#LíderesdelMañana



INNOVATION ACADEMY CANACO

ACADEMIA DE INNOVACIÓN:

Protege la información y la operación de tu PyME contra ciberataques.

Un incidente de seguridad digital puede paralizar tu negocio. En la Academia de Innovación te enseñamos las medidas clave de ciberseguridad.

- Riesgos:** Phishing, secuestro de datos (ransomware) y fugas de información.
- Protocolos:** Respaldos en nube, autenticación de dos pasos (2FA) y VPN.
- Cumplimiento:** Protección de datos personales de clientes y colaboradores.



#AcademiadeInnovación
LEADERSHIP & MANAGEMENT

¡SÍGUENOS EN NUESTRAS REDES SOCIALES!



Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo
Tlalnepantla, Atizapán y Nicolás Romero

Te invitamos a conocer más sobre **CANACO TLALNEPANTLA**
a través de nuestras redes sociales:



Canaco Tlalnepantla



@canaco_tlalnepantla



CANACO Tlalnepantla



55 7906 3055



ENTIDAD DE
CERTIFICACIÓN Y EVALUACIÓN
CANACO TLALNEPANTLA



ESCUELA
DE NEGOCIOS
CANACO TLALNEPANTLA



Centro de Desarrollo Empresarial CANACO
Tlalnepantla



CÍRCULO DE NEGOCIOS
Tlalnepantla



JÓVENES
CANACO
Tlalnepantla



COMPLETAMENTE
MUJER



INNOVATION
ACADEMY
CANACO



98 ANIVERSARIO DE LA CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO DE TLALNEPANTLA, ATIZAPÁN Y NICOLÁS ROMERO

Nos complace invitarle a celebrar con nosotros este encuentro especial para reconocer nuestra trayectoria, fortalecer vínculos empresariales y generar nuevas oportunidades de colaboración.

FECHA: Martes 13 de Octubre | **SEDE:** Hotel Finca Las Hortensias
Registro: 8:30 a. m. | **Inicio:** 9:00 a. m.

PROGRAMA

- Desayuno
- Presentación de invitados especiales
- Mensaje del Presidente con motivo del 98 Aniversario de CANACO Tlalnepantla, Atizapán y Nicolás Romero
- Foro Completamente Mujer
- Presentación de empresas participantes en la Expo
- Networking y vinculación empresarial
- Despedida de invitados

Una celebración de trayectoria, encuentro
y nuevas oportunidades para el sector empresarial.

MÁS INFORMACIÓN PÁGINAS 22 Y 23

NUESTRA DIRECCIÓN:
CUAUHTÉMOC 51
COLONIA SAN JAVIER
TLALNEPANTLA
ESTADO DE MÉXICO

TELÉFONOS:
(55) 5390.33.55



579063055

HORARIOS DE ATENCIÓN:
LUNES A VIERNES 9 AM 4 PM