



VENTAS

NÚMERO 38 JUNIO 2025

VENTAS CON PROPÓSITO

En un entorno comercial cada vez más competitivo, el éxito en las ventas depende en gran medida de la capacidad para atraer nuevos clientes, mantener relaciones duraderas y construir equipos de ventas eficaces.

Para incrementar la cantidad de clientes potenciales, es fundamental comprender a fondo el mercado objetivo. Esto implica segmentar adecuadamente a los consumidores, utilizar herramientas de análisis de datos y adaptar los mensajes de marketing a las necesidades específicas del cliente. Las redes sociales, campañas de correo electrónico, networking y la participación en ferias son medios eficaces para generar interés. Además, implementar formularios de contacto efectivos en plataformas digitales facilita la conversión de visitantes en prospectos reales.

Captar un cliente es solo el primer paso; mantenerlo requiere estrategia. La fidelización se logra a través de un excelente servicio al cliente, programas de recompensas, seguimiento postventa y una comunicación constante que demuestre interés genuino por sus necesidades. Escuchar activamente

sus comentarios y resolver cualquier duda o inconveniente de manera rápida y efectiva son acciones que fortalecen la lealtad y aumentan la probabilidad de recompra o recomendación.

Sin duda, el talento humano es el motor de cualquier estrategia comercial. Para formar equipos efectivos, es necesario invertir en capacitación continua, establecer metas claras y brindar retroalimentación constante. También es clave fomentar una cultura de trabajo colaborativo, donde cada integrante conozca sus fortalezas y áreas de mejora. Utilizar herramientas tecnológicas para el seguimiento de resultados y la gestión de relaciones con clientes que permita mantener a todos enfocados en el objetivo común.

En resumen, una estrategia de ventas sólida, centrada en atraer clientes, mantenerlos satisfechos y empoderar a los vendedores, puede llevar a cualquier empresa a un nivel superior de competitividad y éxito sostenible, cuidando todo el tiempo lo más importante, los valores hacia el cliente y los colaboradores.



Betzabé Rodríguez | Angélica Torres | Angélica Plata
Socias cooperativistas



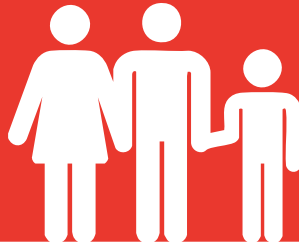
En Portada

¿QUÉ IMPLICA VENDER?

Vender implica ofrecer un producto o servicio a un cliente a cambio de un valor económico, con el objetivo de satisfacer una necesidad o deseo del comprador. Es un proceso que va más allá de simplemente entregar un bien; incluye identificar las necesidades del cliente, comunicar el valor del producto, negociar condiciones y cerrar la transacción.

En esencia, vender implica:

- IDENTIFICAR UNA NECESIDAD O PROBLEMA QUE EL CLIENTE QUIERE RESOLVER.
- OFRECER UNA SOLUCIÓN MEDIANTE UN PRODUCTO O SERVICIO ADECUADO.
- COMUNICAR EL VALOR Y BENEFICIOS DE ESA SOLUCIÓN PARA CONVENCER AL CLIENTE.
- NEGOCIAR Y CERRAR LA VENTA, ASEGURANDO QUE AMBAS PARTES ESTÉN SATISFECHAS.
- GENERAR UNA RELACIÓN A LARGO PLAZO PARA FOMENTAR LA FIDELIZACIÓN Y FUTURAS COMPRAS.



Además, vender puede involucrar estrategias de marketing, atención personalizada, seguimiento postventa y adaptación constante a las tendencias del mercado para maximizar el éxito comercial.

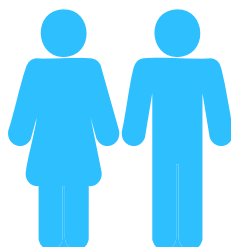
El proceso de venta incluye varias etapas, desde captar la atención del cliente, generar interés y deseo, hasta lograr la acción de compra. También abarca la negociación, manejo de objeciones, cierre y seguimiento para asegurar la satisfacción y fidelización del cliente.

Un argumento que ya no se utiliza, es que el cliente tomará una decisión de compra basándose en los argumentos del vendedor. Al contrario, el vendedor deberá utilizar un lenguaje pertinente para que el cliente genere "sus" argumentos de compra, sobre los que tomará la decisión.



Por ejemplo, en 2025, vender puede incluir productos tecnológicos como relojes inteligentes, artículos de cuidado personal, o soluciones sustentables como paneles solares, adaptándose a las demandas actuales del mercado.

En resumen, vender es el proceso integral de conectar una oferta con una demanda, creando valor para el cliente y generando ingresos para la empresa.



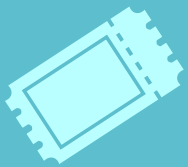
Convenios



¡Ven al Acuario Michin y vive la aventura completa con descuento especial! Presenta tu credencial en la entrada y aprovecha nuestro convenio exclusivo:

10%

de descuento



Entradas

10%

de descuento



Fiestas de
Cumpleaños

5%

de descuento



Cena
Romántica

10%

de descuento



Desayuno o
Cenas Familiares

DISFRUTA DE:

MUROS DE ESCALAR, PISTA DE PATINAJE, TRAMPOLINES, COLGANTES, GOLFITO, ÁREA DE INFANTES, LASER TAG, TIBURONARIO, SELVA, BOSQUE, MAR ABIERTO, RÍOS Y LAGOS, ¡Y EL INCREÍBLE PINGÜINARIO!

PARA HACER VÁLIDO EL DESCUENTO SE DEBE DE PRESENTAR SU CREDENCIAL EN LA ENTRADA CUALQUIER DUDA SE PUEDEN COMUNICAR CON EL ÁREA DE INTEGRACIÓN 5636139876

¡Tenemos una sorpresa para ti!

Hemos escondido tres palomitas de maíz en nuestro boletín de junio.



IGUAL A
ESTA

Si las encuentras, mándanos un mensaje con las páginas donde están.



¡Premio: 1 boleto
doble de cine para ti!

4

Los primeros 5 serán los ganadores.

FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE

Para fidelizar clientes de manera efectiva, es clave implementar estrategias que fortalezcan la relación, generen confianza y promuevan la lealtad a largo plazo. A continuación, te compartimos algunos tips para mejorar la fidelización con tus clientes.

1.- CONSTRUYE UN PUENTE ENTRE TU MARCA Y TU CLIENTE:

Si los clientes se ven representados por tu marca, seguirán comprando. Por eso, es muy importante que, desde el principio demuestres que tus clientes te importan y que aprecias su apoyo.

2.- GÁNATE SU CONFIANZA Y CREDIBILIDAD:

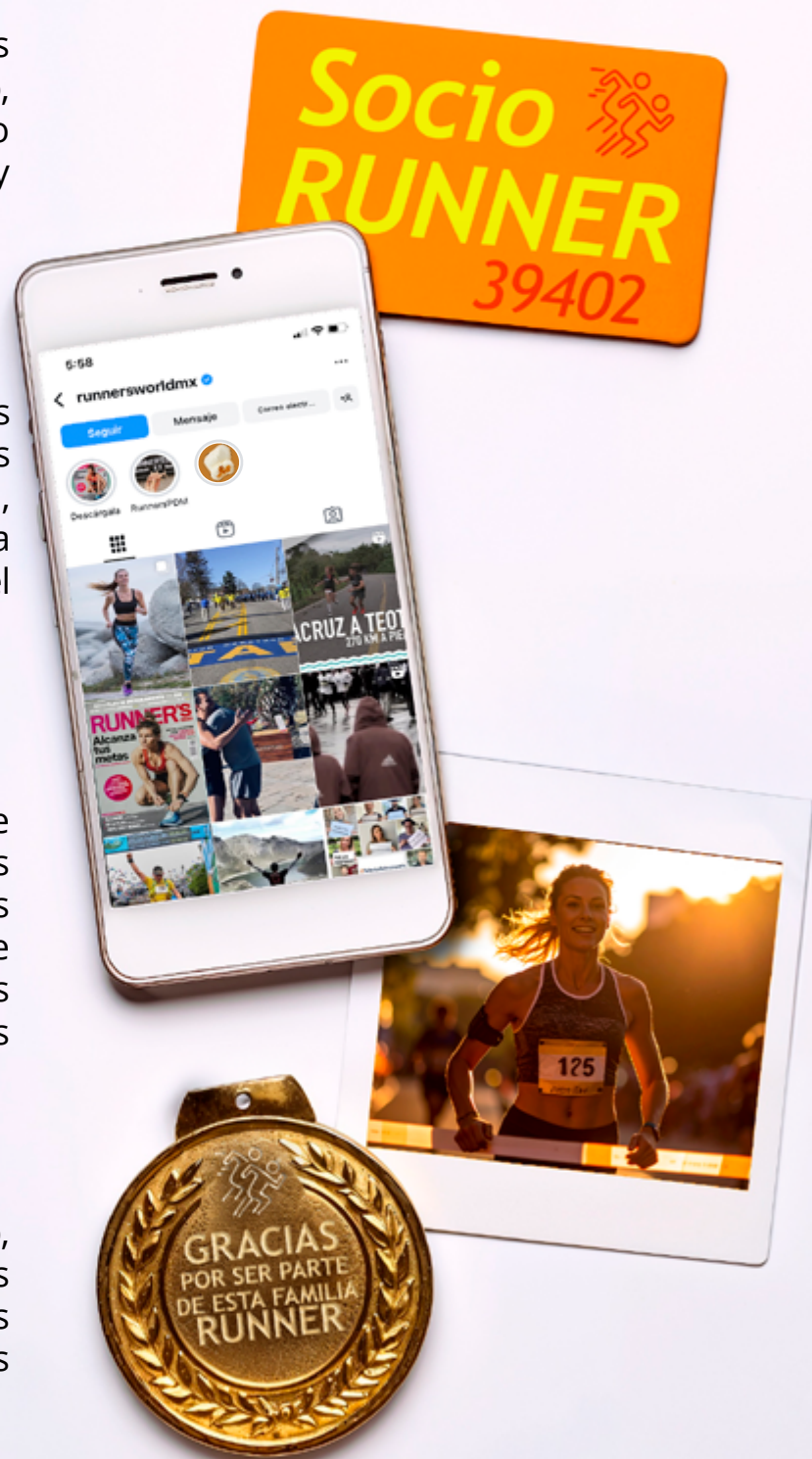
Relacionarte continuamente con tus clientes es, sin duda, una de las formas más efectivas para ganarte su lealtad y, en general, para conseguir una mayor exposición pública de tu marca. Por ello, estar presente en el mundo digital es esencial.

3.- MUESTRA EL LADO MÁS HUMANO DE TU MARCA:

Dale un toque personal a todo lo que hagas. Las expectativas de los compradores de hoy en día son elevadas, así que no los defraudes. Ganarás mucho más si ven que detrás de tu empresa se encuentran personas de carne y hueso, tan humanas como ellos mismos.

4.- RECOMPENSA SU LEALTAD:

Si quieres lograr éxito a largo plazo, siempre debes mantener a tus clientes motivados para volver por más. Si con tus productos no basta, entonces ofréceles promociones especiales o incentivos.



Pon en práctica estas estrategias de fidelización de clientes y empieza a obtener a clientes leales. Cuantos más compradores confíen, aprecien y amen lo que haces, más probable será que tu marca destaque entre la multitud.

Pero no te equivoques. Retener a los clientes existentes requiere tiempo, energía y recursos. Pero una vez que empieces a trabajar en ello, tendrás muchas más posibilidades de ganar la atención de tu cliente y, finalmente, obtener más ventas.

ESTRATEGIAS PARA CAPTAR CLIENTES POTENCIALES



Todas las empresas quieren vender más y generar ingresos. Para ello es necesario captar conseguir clientes que estén contentos con nuestra marca y confíen en ella.

La **captación de clientes** es el proceso por el cual una empresa consigue que las personas que entran en contacto con sus productos y servicios acaben comprando o contratando.

Un **cliente potencial** es una persona que se ha puesto en contacto con una empresa con fines diversos y que, si se gestiona de una determinada manera, podría llegar a convertirse en cliente de la empresa. Los clientes potenciales son la base sobre la que trabajan los departamentos de marketing para incrementar las ventas.

Es conveniente tener clara la diferencia entre clientes, compradores, consumidores o usuarios:

- **Usuario:** Es la persona que va a emplear o disfrutar directamente el producto o servicio. Por tanto, el producto o servicio debe estar diseñado para satisfacer la necesidad o deseo de este perfil de persona.

- **Consumidor:** Es aquella persona que tiene una necesidad o deseo que satisfacer, más allá de que llegue o no a realizar la transacción e independientemente de que utilice el producto una vez comprado. Es un concepto más amplio en el que entra cualquier persona que tenga la necesidad de consumir, bien sea por un impulso emocional o por una necesidad existente.

- **Cliente:** Es la persona o entidad que adquiere el producto o servicio, bien sea para su propio uso o disfrute o para el uso o disfrute de terceras personas cuya necesidad pretende satisfacer.

- **Comprador:** Es aquel que realiza la transacción sin necesidad de ser el consumidor, el usuario ni el cliente.

Hay diferentes tipos de clientes potenciales. Estos se pueden clasificar de varias maneras según el aspecto que se analice: la frecuencia de compra, el volumen de compra, el grado de influencia y el perfil de cliente son los aspectos más usados a la hora de diferenciar a los clientes potenciales.

Existen muchos tipos de estrategias que se pueden utilizar para captar clientes potenciales.

- **Promociones y descuentos:** Es una de las estrategias más clásicas y utilizadas, ya que apelan al instinto y la sensación de exclusividad y urgencia.

- **Guías de compra:** Se trata de crear textos y contenidos de alto valor para el usuario con el objetivo de ayudarlos a tomar mejores decisiones de compra.

- **Posicionamiento SEO:** Consiste en crear una estrategia enfocada a posicionar una web en Google para diferentes palabras clave. De este modo se puede incrementar la visibilidad de la marca en el buscador y recibir un tráfico considerable de visitantes que puedan mostrar su interés en tus productos o servicios.

- **Chats automáticos:** Otra estrategia muy productiva es diseñar chats programados y automatizados que faciliten la interacción del usuario con tu web.

- **Compartir testimonios de clientes:** La mayoría de las personas toman sus decisiones de compra basándose en los comentarios y opiniones de otros sobre un negocio o un producto.

- **Crear un programa de referidos o afiliados:** Consiste en ofrecer la posibilidad a tus clientes actuales de conseguir un beneficio en caso de recomendar tus productos y servicios. El beneficio puede ser una comisión sobre las ventas, acceso gratuito a ciertos servicios o cualquier otra ventaja.

- **Colaborar con negocios complementarios:** Se trata de cooperar con otras empresas para ofrecer productos y servicios que puedan ser complementarios para los clientes y usuarios de ambas empresas.

Implementar estrategias para atraer clientes potenciales es una actividad necesaria para cualquier negocio que quiere que su fuente de ingresos crezca.

Estas técnicas, combinadas y adaptadas a tu mercado y público objetivo, permiten aumentar significativamente el porcentaje de clientes potenciales, optimizando el proceso de captación y facilitando la conversión.

Ahora que ya conoces algunas opciones efectivas, es el momento de elegir cuál se adapta mejor a tu modelo de negocio y al perfil de tus clientes.



CÓMO CONSTRUIR UN EQUIPO DE VENTAS DE ALTO RENDIMIENTO

Uno de los aspectos más cruciales para cualquier empresa es la labor de ventas. No importa cuán exitosas sean tus estrategias y esfuerzos de marketing si no tienes la capacidad de convertir futuros clientes en clientes potenciales. Un buen reclutamiento, capacitación adecuada y un seguimiento constante, podrás asegurar que tu negocio no solo sobreviva, sino que prospere en un mercado competitivo. Por lo tanto, construir un equipo comercial de alto rendimiento es esencial para asegurar los ingresos y el crecimiento de la empresa.

Estos son algunos pasos que te pueden ayudar a construir un equipo de alto rendimiento.

1.- DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA DE VENTAS

Crea el perfil de los vendedores y gerentes basado en la industria en la que operas y el nivel de especialización y conocimientos técnicos necesarios para alcanzar las metas establecidas. Además, establece un esquema de compensación que incluya un componente variable, ligado al cumplimiento de cuotas de ventas.



2.- ESTABLECER Y DOCUMENTAR EL PROCESO DE VENTAS

Definir con claridad cada etapa del ciclo comercial, desde el primer contacto hasta la fidelización del cliente. Esto

incluye: Prospección y calificación de cuentas, presentación institucional, demostración del producto o servicio, atención a dudas y proceso de negociación, cierre de la venta y finalmente, el seguimiento postventa para asegurar la satisfacción del cliente y fomentar relaciones a largo plazo.

3.- RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

Con los perfiles definidos y el esquema de compensación, procede a la búsqueda, selección y contratación del equipo. Es importante contar con un plan claro para atraer



a los candidatos adecuados que ya cuenten con una cartera de clientes y considerar la creación de un equipo con diferentes niveles de experiencia.



4.- CAPACITACIÓN

Para maximizar el potencial del equipo de ventas, es esencial dotarlos de las herramientas y conocimientos adecuados. Esto incluye la metodología de

ventas a utilizar, el conocimiento del producto y los procesos internos de administración de ventas. Durante este proceso, presta atención a la curva de aprendizaje del equipo y mantén una comunicación constante para optimizar los procesos sobre la marcha.

5.- SEGUIMIENTO

Una vez que el equipo esté establecido, es indispensable monitorear sus resultados y la planificación establecida. Esto te permitirá identificar los cambios necesarios en términos de crecimiento, procesos y la asignación de personal.



Construir un equipo de ventas de alto rendimiento implica reclutar talento adecuado, capacitarlos continuamente, establecer objetivos claros, motivarlos integralmente, liderarlos eficazmente, apoyarlos con tecnología, medir su desempeño y fomentar una cultura de adaptabilidad y colaboración.

GESTIÓN DEL RENDIMIENTO DE VENTAS



La gestión del rendimiento de ventas no solo refleja la salud financiera de la organización, sino que es el motor principal para alcanzar el crecimiento y asegurar la sostenibilidad a largo plazo. Medir y optimizar el rendimiento de ventas es crucial para mantenerse competitivo, cumplir con los objetivos de ingresos y fomentar relaciones sólidas y duraderas con los clientes.

Por ende, el rendimiento de ventas se refiere a la eficiencia y efectividad de un equipo de ventas para alcanzar sus objetivos. Es un concepto amplio que abarca las actividades, comportamientos y resultados que contribuyen al éxito de los esfuerzos de ventas. Medir el rendimiento de ventas permite a las organizaciones comprender qué tan bien sus equipos de ventas están haciendo su trabajo. Además, permite identificar áreas de mejora e implementar estrategias para mejorar la productividad y la rentabilidad.

Responsabilidad

La medición regular asegura que los equipos de ventas sean responsables de sus acciones y resultados. Esto permite rastrear el progreso hacia los objetivos y detectar necesidades de apoyo o capacitación.

Toma de decisiones informada

Los datos ayudan a los gerentes de ventas a asignar recursos, ajustar estrategias y gestionar al personal de manera más eficiente.

Mejora Continua

Medir el rendimiento permite identificar tendencias y patrones, implementando estrategias de mejora continua.

Alineación con los objetivos

Medir el desempeño de ventas garantiza que las actividades del equipo estén alineadas con los objetivos de la empresa. Esto genera un enfoque más cohesivo y centrado en el logro de los objetivos comerciales.

Una medición efectiva combina indicadores cuantitativos, ingresos, tasa de conversión, cumplimiento de cuotas, con evaluaciones cualitativas, habilidades de venta, y un seguimiento sistemático mediante herramientas tecnológicas, todo alineado a objetivos claros y consensuados con el equipo. Esto permite optimizar el desempeño y maximizar los resultados comerciales.



CÓMO RECUPERAR CLIENTES PERDIDOS

La pérdida de clientes es una realidad que preocupa a todas las empresas, independiente del tamaño de la organización y sector de actividades.

La pérdida de clientes es, por definición, la disminución del número de consumidores de tu producto o servicio que, en casos graves, puede acercarse al valor de masa crítica de clientes y poner en riesgo la viabilidad financiera de tu empresa.

Sin importar la causa por la que se pierden oportunidades de venta en tu empresa, existen estrategias para disminuir la incidencia de esas fallas y reconquistar la confianza de los clientes frustrados.



1.- ESCUCHA, COMUNÍCATE E IMPLEMENTA CAMBIOS:

Es importante prestar atención a los comentarios y sugerencias de tus usuarios en las redes sociales e implementar nuevas estrategias para minimizar la pérdida de clientes.

2.- EXAMINA LOS MOTIVOS DE LA PÉRDIDA DE CLIENTES:

Enfócate en las diferencias particulares para generar un cambio de opinión, caso a caso. Es más fácil recuperar un cliente que desistió de la compra por causa del precio, que recuperar la confianza por la mala calidad del servicio.

3.- RESUELVE EL PROBLEMA:

Si la razón para la interrupción de la compra estuvo relacionada con falta de experiencia en tu equipo o alguna otra causa logística, resuélvelo. Una vez solucionado el problema, retoma el contacto con el cliente.

4.- SEGMENTA LOS CLIENTES PERDIDOS Y CREA OFERTAS ESPECIALES:

Anímate a descubrir si existe un patrón de edad, cultural o comportamental detrás de la pérdida de clientes. Para eso, utiliza los datos recogidos e identifica el punto del proceso donde tus contactos desisten de la compra. Acepta que algunos clientes perdidos no vuelven, pero asegúrate de no desistir antes de tiempo. Una vez que descifres el perfil de los consumidores que no se identifican completamente con tu propuesta, clasifícalos y diseña estrategias de marketing adaptadas a cada perfil.

Identificar y corregir las causas de negocios perdidos requiere un enfoque integral que combine análisis detallado, auditorías, escucha activa al cliente, capacitación, ajustes en procesos y uso de tecnología para prevenir que los mismos errores se repitan y recuperar la confianza del mercado.

Historias que Inspiran



En Códicestudio® cumplimos 28 años y durante este tiempo, hemos contribuido al éxito de marcas, empresas y productos, a través de eficaces estrategias de comunicación visual.

Somos 2 socios que iniciamos con mucho entusiasmo después de experimentar un tiempo laboral en agencias de publicidad, experiencia que nos mostró que nuestro sueño de crear nuestro propio estudio creativo podía ser real. El tiempo nos curtió para enfrentar los desatinos, hacernos de paciencia en los momentos en que no fluían los proyectos y llenarnos de creatividad para cuando aparecían.

Cómo lo hacemos...

- Desarrollamos estrategias específicas para cada proyecto en base a las necesidades del cliente, aportando nuestra experiencia y pasión.
- Utilizando tecnología y herramientas de trabajo adecuadas.
- Metodología lógica y sencilla que se aplica a todos nuestros proyectos.
- Con investigación, talento y soluciones creativas.

Hoy nuestras áreas de negocio son:

- Imagen Corporativa
- Diseño Publicitario
- Diseño Editorial
- Empaque y Etiqueta
- Imprenta Digital

Social Media: Administración de redes sociales y estrategias digitales.

Y nuestra gran pasión, la producción Gran Formato

¡Somos especialistas!

- Esto nos permite hacer diseño creativo de materiales exteriores e interiores
- Impresión de materiales rígidos para hacer realidad la gran mayoría de ideas.

Nos encanta ser mentores de la gente que pasa por aquí y crecer siempre como equipo.

La creatividad está en todo y nos sentimos afortunados de pertenecer a este gremio.

Gracias por escuchar esta mini historia de Códicestudio®



María Antonieta Camacho
Director de Arte Asociado.

Juan Carlos de Los Heros Ríos
Director Creativo Asociado.



EQUILIBRIO SALUDABLE, DIGITAL Y FINANCIERO

El cuidado de tu salud no debe quedarse en una simple meta de año nuevo ni en una intención que se diluye con el tiempo. Es una prioridad que merece atención diaria y un compromiso real contigo mismo. Adoptar y mantener hábitos saludables requiere más que buenas intenciones: necesitas un plan concreto y consejos prácticos que puedas aplicar en tu día a día.

Juntos, descubriremos los pilares fundamentales para cuidar tu salud con hábitos simples y efectivos.



1.- ALIMENTACIÓN:

La alimentación consciente va más allá de elegir alimentos saludables; consiste en comer prestando atención a los alimentos y a las sensaciones que se experimentan durante la comida. Esta práctica permite establecer una relación saludable con la comida, disfrutando de la experiencia de comer, escuchando las necesidades del cuerpo y favoreciendo la salud física. Los beneficios clave de la alimentación consciente son:

- Mejora el control del hambre física y la saciedad.

- Reduce episodios de alimentación emocional.



2.- ACTIVIDAD FÍSICA

El sedentarismo es uno de los mayores enemigos de tu salud. El 23% de los adultos no cumplen con las recomendaciones de la OMS (Organización Mundial de la Salud) acerca de la actividad física necesaria para conservar una buena salud. Para contrarrestar esto, incorpora el movimiento en tu día a día. Algunas estrategias prácticas son:

- Realiza de 150 a 300 minutos de actividad aeróbica moderada semanalmente.

- Aprovecha pequeños momentos para moverte, como subir escaleras.

- Programa pausas activas durante tu jornada laboral.

3.- Lee, medita o toma un baño tibio.



3.- SUEÑO Y DESCANSO

Dormir suficiente y descansar es importante para la salud física y mental. Implementar estas recomendaciones puede ayudarte a mejorar significativamente la calidad de tu sueño y, por ende, tu bienestar general.

- Mantén un horario regular: Acuéstate y levántate a la misma hora todos los días, incluso los fines de semana.

- Duerme lo suficiente: Los adultos generalmente necesitan entre 7 y 9 horas de sueño por noche.

- Establece una rutina relajante antes de dormir: Realiza actividades tranquilas como leer, meditar o tomar un baño tibio. Evita el uso de dispositivos electrónicos al menos una hora antes de acostarte.

- Limita la cafeína y el alcohol: Evita la cafeína en las tardes y noches. Limita el consumo de alcohol, especialmente cerca de la hora de dormir.

Directorio Comercial



MARCO A. BERNAL INTEGRA-TE



Centro de distribución que se especializa en la comercialización de soluciones educativas.

 55 3731 7889   @educareinnovacion


<https://grupoeducare.com>

MARITERE HERNÁNDEZ | TERAPEUTA NARRATIVA



La terapia narrativa busca un acercamiento respetuoso, no culposo (nonblaming) de la terapia y el trabajo comunitario, la cual centra a la persona como expertos en su vida.


 56 36866376  55 5873 8808

 maritere2324@yahoo.com.mx

ANDREA ABOYO | CENTRO DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN PARA MOTOCICLISTAS




La formación y capacitación de motociclistas vialmente responsables desarrollando y perfeccionando sus habilidades y técnica de manejo.

 55 4841 7827

GUSTAVO GONZALEZ TERAPEUTA




Terapias integrativas

 4425 733282

ELIZABETH LUQUE | VENTA DE PRENDAS DE VESTIR



Promuevo las riquezas naturales, culturales y arquitectónicas de México a través de prendas de vestir y accesorios

 56 36866376

 eluque66@gmail.com
eluque@encantosdemitierra.com

NYDIA ELIZALDE | RESPOSTERÍA “DULCE NYDO”



Cada postre es elaborado con amor y desde el corazón los ingredientes son de la mejor calidad e higiene. Los sabores y formas de los postres y pasteles de Dulce Nydo son fuera de lo común evocan sencillos pasajes hogareños


 55 3899 4422   @dulcenydo

<https://linktr.ee/dulcenydo>

MARÍA ANTONIETA CAMACHO DISEÑADORA GRÁFICA



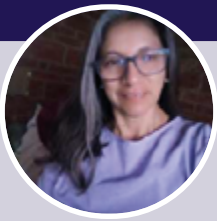
Diseño grafico y líder de estudio creativo con taller de impresión

 55 2321 2024

Directorio Comercial



LETICIA VENTURA LUNA PSICÓLOGA



Apoyo psicológico (individual y de grupo) e impartición de talleres. Terapia cognitivo conductual, terapias humanistas como PNL, Psicodrama, Gestalt, Narrativa, Terapia Breve, etc.


 55 1191 3569

 venluna.venluna@gmail.com

CARMEN CAMPOS PROFESORA DE INGLÉS



Implementación académica de estrategias de aprendizaje en lenguas extranjeras.


 55 2848 3943

 jcsabino@gmail.com

ALMA ONTIVEROS TERAPEUTA




Terapias de sanación con Ángeles y Biomagnetismo Cuántico.


 55 1353 4912

ANDREA VARELA | VENTA DE ARTE DE DECORACIÓN



Productos de alta calidad con edición limitada para lograr una exclusividad en los hogares y experiencias inolvidables a través de los sentidos.


 55 3731 6747

 55 5549 8188

LUCÍA TOSCANO | FINANCIAMIENTO EDUCATIVO



Me especializó en ofrecer soluciones financieras personalizadas para estudiantes que desean alcanzar sus metas académicas sin preocupaciones financieras


 55 2949 4875


 ltoscanomx@yahoo.com

ARTURO SORIANO VENTA DE SEGUROS PARA AUTO



Venta de seguros para autos particulares y de servicio público individual o grupal, de vida, accidentes enfermedades y ante daños. Sí estás interesado, por favor, mandar un WhatsApp y nosotros nos pondremos en contacto contigo.

 55 3121 0960

 arturosoriano.041169@gmail.com

ANÚNCIATE CON NOSOTROS ES MUY FÁCIL
INTEGRACION@SOCIEDADCOOPERATIVA.COM.MX

Para consultar algún servicio de un socio cooperativista visita: sociedadcooperativa.mx/buscador-de-servicios/

Directorio Interno



Karla Sandoval

Administración

55 47 47 15 80

administracion@sociedadcooperativa.com.mx



Armando Serrano

Originación

55 35 66 98 95

originacion@sociedadcooperativa.com.mx



Karen Pérez

Cobranza

55 38 84 34 92

cobranza@sociedadcooperativa.com.mx



Sharon Leyva

Integración

56 36 13 98 76

integracion@sociedadcooperativa.com.mx

**CONTÁCTANOS SI TIENES ALGUNA
DUDA O COMENTARIO.**

Calendario

ACTIVIDADES DE JUNIO



NETWORKING
MARÍA ANTONIETA CAMACHO
CÓDICESTUDIO

11 DE
JUNIO
12:00



CONEXIÓN CON EXPERTO
EN MATERIA
ESTEFANÍA GOMEZ NUTRIÓLOGA
NUTRICIÓN SALUDABLE DURANTE
LA EDAD ADULTA

18 DE
JUNIO
12:00



SI TE PERDISTE DE ALGUNA SESIÓN O QUIERES
VOLVER A VER UNA BÚSCANOS EN
NUESTRO CANAL OFICIAL DE YOUTUBE





**SOCIEDAD
COOPERATIVA**

**El apoyo al trabajador
independiente**



@sociedadcooperativa5138



cooperativasociedad

sociedadcooperativa.mx