

**ESPECIAL EDUCACIÓN**  
FORMACIÓN EDUCATIVA,  
EDUCACIÓN SUPERIOR Y CONTINUA

**GENIOS DEL  
MARKETING**  
LO MEJOR EN AGENCIAS  
DE PUBLICIDAD

**PLAZAS  
COMERCIALES**  
SHOPPING EN  
GUADALAJARA

www.playersoflife.com

# PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & LIFESTYLE

GUADALAJARA

NOVIEMBRE 2015  
\$40 MEX · \$2.50 US · \$3.50 CAN



#WANNAPLAY

#LOSORIGINALES



SALVADOR Y ALEJANDRO  
**LITCHI**

EL VALOR DE EMPRENDER

Hace 19 años el padre fundó NICE, hoy su hijo lidera un negocio  
formado por 700 mil familias

**RODRIGO HECHT Y  
DIEGO GAMBOA**

PORTE XII:  
UN NEGOCIO A LA MEDIDA

**ESTELA DE  
ALBA RULFO**

EL VALOR DE  
COMPARTIR ESPERANZA

JOYEROS DESDE 1949

*emwa*<sup>®</sup>

EMWA GUADALAJARA ANDARES

Bivd. Puerta de Hierro # 4965 Local A-134  
Puerta de Hierro, C.P. 45115  
Tel. (33) 36-11-27-86

EMWA GUADALAJARA AEROPUERTO

Km. 17 Carretera Guadalajara - Chapala, Local 40B2  
Municipio de Tlajomulco de Zuñiga, Jalisco, C.P. 45659  
Tel. (33) 36-88-54-02

MONTERREY | MÉXICO | LEÓN | TOLUCA | GUADALAJARA | CHIHUAHUA  
QUERÉTARO | HERMOSILLO | ACAPULCO | MÉRIDA

# HUBLOT



*emwa*<sup>®</sup>

EMWA GUADALAJARA ANDARES  
Blvd. Puerta de Hierro # 4965 A-13  
Puerta de Hierro C.P. 45115  
TEL: (33) 36-11-27-96

EMWA GUADALAJARA AEROPUERTO  
Km. 17 Carretera Guadalajara - Chapala, Local 40B2,  
Municipio de Tlajomulco de Zuñiga, Jalisco. C.P. 45650,  
Tel. (33) 36-88-54-02  
[www.emwa.com.mx](http://www.emwa.com.mx)

**BIG BANG ALL BLACK  
SUGAR SKULL**

[hublot.com](http://hublot.com) • f • t • w • i



*Tu oficina aquí* →



25 locations in Guadalajara, Monterrey, Mexico and Tijuana

CONTRATOS  
EN PESOS  
¡VISÍTANOS!



*Where success is a way of life*

izabc.com.mx



Equipo PLAYERS of life Guadalajara

**E**n la edición que inaugura la presencia en Guadalajara de PLAYERS of life, revista perteneciente a la casa editorial Grupo PLAYERS, con 10 años de trayectoria, decidimos abordar el trascendente tema de la educación, por su importancia en el desarrollo de una sociedad. El hecho de que los individuos adquieran conocimientos, desde los básicos hasta los más avanzados, contribuye a que cuenten con las competencias, actitudes y valores necesarios para trazarse un futuro prometedor; y con ello, simultáneamente enriquecer a México con sus aportaciones.

Las herramientas que una buena formación brin-

da impulsan a una persona para ser innovadora, así que también hablaremos de algunos Genios de la Mercadotecnia que saben cómo seducir y convencer mediante las campañas que crean. Asimismo, los productos que los publicistas promocionan no podrían ser exitosos sin una selección estratégica de puntos de venta: las Plazas y Centros Comerciales se han convertido no solo en un excelente escaparate, sino en lugares de reunión y convivencia.

Tenemos el honor de que Salvador y Alejandro Litchi estrenen nuestra portada. Provenientes de una familia trabajadora y emprendedora en el ramo de la joyería, han decidido seguir con el legado. Padre e

hijo nos platican los orígenes de NICE, sus valores, los obstáculos con los que se han encontrado, así como la gran satisfacción personal y empresarial que la compañía les ha producido.

Noviembre es un mes significativo para nuestra identidad, conmemoramos 105 años del inicio de la Revolución, una lucha que más allá de su trascendencia histórica, hoy podemos tomar como un símbolo de libertad, solidaridad y determinación. Seamos fieles a esa tradición y cada día libremos la batalla de construir un país más apegado al desarrollo, productividad y bienestar, desde la actividad que llevamos a cabo ♥

**PLAYERS** OF LIFE  
BUSINESS & LIFESTYLE  
**GUADALAJARA**

**DIRECTOR EJECUTIVO:**  
Alejandro García  
alejandro.garcia@playersoflife.com

**EJECUTIVOS COMERCIALES:**  
Victoria Colín  
victoria.colin@playersoflife.com

Jesús Harada  
jesus.harada@playersoflife.com

Carlos Pérez  
carlos.perez@playersoflife.com

**GERENTE EDITORIAL:**  
Elena Martínez  
elena.martinez@playersoflife.com

**GERENTE DISEÑO:**  
Paulina Ortega  
paulina.ortega@playersoflife.com

**ASISTENTE EDITORIAL:**  
Marcela Miguelena  
marcela.miguelena@playersoflife.com

**GERENTE EDITORIAL DIGITAL:**  
Alba Rodríguez  
alba.rodriguez@playersoflife.com

**GERENTE DISEÑO DIGITAL:**  
Ana Aguirre  
ana.aguirre@playersoflife.com

**ADMINISTRACIÓN:**  
Vanessa Velazco  
vanessa.velazco@playersoflife.com

**FOTOGRAFÍA:**  
Melina Mariscal  
melina.mariscal@playersoflife.com

**FOTOGRAFÍA PORTADA:**  
Andrés D. Larsen Photography

**LOGÍSTICA:**  
Salvador Espinosa

Backstage  
Sesión de portada Noviembre 2015  
Salvador y Alejandro Litchi

Entrevista por Victor Blankense  
Fotografías por Andrés D. Larsen Photography



Descubre más de éste y otros artículos en nuestra página web.

[www.playersoflife.com](http://www.playersoflife.com)

Busca el ID: 10336



BE YOUR OWN STYLE 24:07

ZZEGNA





# DIRECTORIO CORPORATIVO

## DIRECCIÓN GENERAL

Maurice Collier de la Marliere  
e: maurice.collier@grupoplayers.com.mx  
T. @MauriceCollier

Alejandro Martínez Filizola  
e: alejandro.martinez@grupoplayers.com.mx  
T. @AlexMtzfili

## EDITORIAL

**GERENCIA COORDINACIÓN EDITORIAL Y DIGITAL**  
Victor Blankense  
e: victor@grupoplayers.com.mx

**GERENCIA EDITORIAL**  
Mariana de los Angeles Ramírez  
e: mariana.ramirez@grupoplayers.com.mx

**GERENCIA EDITORIAL DIGITAL**  
Ana Cristina Sánchez  
e: cristina.sanchez@grupoplayers.com.mx

## DISEÑO

**GERENCIA DE DISEÑO**  
Edgar Piña  
e: edgar.pina@grupoplayers.com.mx

**ASISTENTE DE DISEÑO**  
Luis Medrano  
e: luis.medrano@playersoffife.com

## MARKETING

**GERENCIA DE MARKETING**  
Sandra Ortega  
e: sandra.ortega@grupoplayers.com.mx

## ADMINISTRACIÓN

**GERENCIA ADMINISTRATIVA**  
Adriana Martínez  
e: adriana.martinez@grupoplayers.com.mx

**SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA**  
Erika Vargas  
e: erika.vargas@grupoplayers.com.mx

## MEDIOS DIGITALES

**GERENCIA DE MEDIOS DIGITALES**  
Iveth Ramos  
e: iveth.ramos@grupoplayers.com.mx

## COMERCIAL

**GERENCIA COMERCIAL**  
Fernando Castro  
e: fernando.castro@grupoplayers.com.mx

## CONSEJO EDITORIAL PLAYERS OF LIFE GUADALAJARA

Daniel Gómez Alvarez, Javier Alejandro Ballesteros, Leticia Sahagún, Sergio Barrera, Oscar Naveja, Tatiana Serur, Paulo Orendain, Andrés Preciado, Diego Novelo, Andrea Bonilla, Natalia Esquivias, Veronica del Valle, Jesús Eduardo López, Juan Alonso Niño Cota, Olga Gil Gaytán y Virginia Romero.

## PLAYERS EN MÉXICO

**MONTERREY**  
Tels: (81) 1522 0536 / 37  
Iza Business Center Plaza 02 Vasconcelos  
Av. Vasconcelos 150 ote. Col. del Valle  
San Pedro Garza García, NL

**CORPORATIVO**  
Tels: (871) 192 3434  
(871) 192 4767, (871) 228 0030 / 31  
Av. Ocampo 24 ote., Col. Centro 27000  
Torreón, Coahuila

**LEÓN**  
Tels: (477) 788 2100  
Blvd. Calzada de los Héroes 708 La Martinica  
León, Guanajuato  
www.am.com.mx

**GUADALAJARA**  
Tels: (33) 80.00.06.10 IZA BC Skalia  
Av. De los Empresarios 135, Col. Puerta  
de Hierro Zapopan, Jalisco

## REPRESENTACIONES DE VENTAS

**MÉXICO, DF**  
Fernando Castro e: fernando.castro@grupoplayers.com.mx  
Cel. (045) 871 126 0224 y Tel. (55) 5260 0906

**CANCÚN**  
Marianne Bahnsen e: marianne@playersoffife.com  
Cel: (99) 8845 3642

Impreso por:  
  
www.carmonaimpresores.com.mx  
ventas@carmonaimpresores.com.mx  
Lada Sin Costo: 01 800 228 2276

# PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & LIFESTYLE

**Evento de Social-Business:**  
(Del ingl. business, negocios).

**1.m.** Acontecimiento social importante, relacionado con el ámbito empresarial. (p. ej. inauguraciones, lanzamientos y conferencias).

**2.m.** Actividad deportiva o cultural dirigida a empresarios y ejecutivos. (p. ej. torneos, partidos y exposiciones de arte).



# INVÍTANOS A CUBRIR TUS EVENTOS

ESCRIBE

eventos.gdl@playersoffife.com

LLAMA

(33) 80.00.06.10

DISFRUTA

www.playersoffife.com

PLAYERS of life, Marca Registrada. Año 9 No. 108. Fecha de publicación: 1 de noviembre de 2015. Revista mensual, editada, publicada y distribuida por Grupo PLAYERS, Av. Ocampo 240 ote., Col. Centro, 27000 Torreón, Coahuila, México. Editor responsable: Mariana de los Angeles Ramirez Estrada. Reserva de derechos: 04-2009-092408373300-01. Reserva de título INDIAUTOR: 04-2012-053008512000-102. Certificado de Licitud de Título y Contenido: 15631. Título de Registro de Marca: 1005940. Publicación inscrita al Padrón Nacional de Medios Impresos. Impresa en México. Grupo PLAYERS investiga sobre la seriedad de sus anunciantes, pero no se responsabiliza de la publicidad y ofertas relacionadas con los mismos. Cada uno de los colaboradores es responsable directo de la información que facilita para ser publicada. Todas las colaboraciones reciben corrección de estilo. Prohibida su reproducción parcial o total. IMPRESA EN MÉXICO - PRINTED IN MEXICO TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. ALL RIGHTS RESERVED.

www.playersoffife.com





Es más que un gran diseño  
**Es un concepto**

Queremos sacar el máximo provecho a tu espacio.

Nuestros muebles pueden ser personalizados para ajustarse a tus necesidades, así que puedes elegir entre módulos, materiales y colores.

Es por eso que te ofrecemos nuestra asesoría para ayudarte a hacer realidad la casa de tus sueños.

**BoConcept**  
Urban Danish Design

## 36 PLAZAS Y CENTROS COMERCIALES

- 38 PLAZA GALERÍAS
- 40 URBAN VILLAGE PATRIA
- 42 GALERÍAS PABELÓN
- 44 PLAZA LA TOSCANA

## 52 ANÁLISIS PLAYERS

GENIOS DE LA MERCADOTECNIA

- 56 esferacc
- 58 BASIKO
- 60 ALQUIMIA
- 61 LUCKY IDEAS
- 62 GRUPO KP
- 64 MIND GROUP
- 66 CERO CUATRO
- 67 CONTACTO
- 68 ALICIA
- 69 PROPULSAR
- 70 PIXEL CUATRO
- 71 SUITE 100

## 72 EDUCACIÓN EN MÉXICO

INDICADORES Y COBERTURA



## EXECUTIVE EDUCATION

- 74 HARVARD BUSINESS SCHOOL
- 75 EGADE BUSINESS SCHOOL
- 76 IPADE
- 77 LONDON BUSINESS SCHOOL

## EDUCACIÓN CONTINUA

- 78 INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

## EDUCACIÓN SUPERIOR

- 80 UNIVERSIDAD PANAMERICANA CAMPUS GUADALAJARA
- 82 UNIVA
- 84 TECNOLÓGICO DE MONTERREY
- 85 UAG
- 86 UNIVERSIDAD MARISTA

## FORMACIÓN EDUCATIVA

- 88 THE AMERICAN SCHOOL FOUNDATION OF GUADALAJARA, AC
- 90 LICEO DEL VALLE
- 91 INSTITUTO CUMBRES SAN JAVIER
- 92 COLEGIO ALEMÁN DE GUADALAJARA
- 94 CLAIRMONT SCHOOL
- 95 SUBIRÉ BUSINESS SCHOOL

## 18 SPOTLIGHTS

Orgullosos tapatíos, hombres y mujeres líderes en su ramo profesional y empresarial

## INSIDE

### 30 TEMPS

Panerai

### 32 ESTILO & GENTLEMAN

The man today

## ACTUALÍZATE

### 96 ADVANCE

IPADE, segundo aniversario en Río Country Club

### 102 ADVANCE

Expo Ferretera

### 108 VIVENDUS

Midiendo la rentabilidad de una empresa de servicio

## VITAL

### 114 WORKOUT

Actívate con ejercicios que hacen la diferencia



30



32



114

# CITTOWER

Departamentos de lujo en venta.

EL MEJOR  
**ESTILO**  
DE VIDA,  
EN LA MEJOR  
**UBICACIÓN.**

AV. MÉXICO # 2588  
T. 3615 1505  
[cittower.mx](http://cittower.mx)



Comercializado por: **INTERAMERICAN**  
BUNDO RAICES | REAL ESTATE

Ellos son algunos expertos que participan en nuestra revista



**ESTEFANÍA SÁNCHEZ**

Lic. Nutrición & Health Coach  
 @estefisanchezm @vienutricion



**OSCAR NAVEJA**

Publirrelacionista  
 @oscarnavejarpp



**FERNANDO VILLA**

Gerente de Integración de Omnichannel en Walmart eCommerce México.  
 @villancikos



**ALEJANDRO VOGT**

/TasteBTL @alejandrovogt  
 www.twitter.com/Taste\_MKT



**ROBERTO MADERO**

CEO de GROU Crecimiento Digital, líder en el desarrollo de Inbound Marketing en México.  
 @rmadero61 www.grou.com.mx



**LUIS ORTIZ**

Managing Partner en London Cosulting Group.  
 luis.ortiz@londoncg.com @olvis69



**PATRICIA RIVERA**

Licenciada en Nutrición y Ciencias de los Alimentos por la Universidad Iberoamericana.  
 /DietadelosAsteriscos @asteriscosdietaMexico

Queremos saber lo que más te gusta de nuestra edición, manda tus comentarios o sugerencias a

editorial@playersoflife.com



---

PRACTICE  
THE ART *of*  
FINE FOOD.

---

*Live in Italian*



## 46 HISTORIAS DE ÉXITO

### SALVADOR Y ALEJANDRO LITCHI

PLAYERS of life, en esta primera edición está de manteles largos con esta entrevista donde Salvador y Alejandro Litchi nos cuentan desde dentro de la empresa lo que sucede, de dónde surgen y hacia dónde van con una ideología muy clara.

Hace 19 años el padre fundó NICE hoy su hijo lidera un negocio formado por más de 700 mil familias.



**16** EJECUTIVOS EN ASCENSO  
Lic. Leopoldo Velázquez Heredia



**18** AS BAJO LA MANGA  
Rodrigo Hecht Vázquez y Diego  
Gamboa Lupercio



**28** ALTRUISMO  
Fundación Rafa Márquez

**24** PERFILES EXPERTOS EN RELACIONES PÚBLICAS

DONDE REÍRSE DE LA MUERTE  
ES PARTE DE LA VIDA.



*Aguascalientes*  
VÍVELO PARA CREERLO

MUSEO JOSÉ GUADALUPE POSADA

**México**

[visitmexico.com](http://visitmexico.com)



# CPC LEOPOLDO VELÁZQUEZ HEREDIA





**E**ste Ejecutivo originario de la Piedad, Michoacán, ya se considera totalmente tapanío, pues llegó a vivir a nuestra ciudad desde los 17 años, y actualmente tiene 56. Es egresado de Contaduría Pública por el Iteso y durante toda su etapa profesional, como su carrera lo requiere, se ha mantenido en constante actualización, la cual ha realizado a través de organismos profesionales, colegios de contadores públicos y conferencias, participando como expositor y asistente.

#### **¿Antes de ingresar a KPMG, en qué otras organizaciones colaboró?**

Tuve la fortuna y me siento orgulloso de que desde el quinto semestre de mis estudios empecé a trabajar en la propia Universidad. Un día fueron al salón de clases para solicitar un asistente sin experiencia en el departamento de Contabilidad y levanté la mano, me dieron la oportunidad y colaboré ahí hasta que finalicé mi carrera. Luego me fui a una empresa constructora por dos años y a partir de 1983 inicié mi trayectoria con especialidad fiscalista.

#### **Al empezar su labor en KPMG, ¿cuál fue el primer puesto que ocupó?**

Ingresé a KPMG en 1986 como Senior, que en la firma es una categoría de un profesional que cuenta con entre tres y cuatro años de experiencia; así empezó la carrera que considero que fue muy interesante en todo su proceso.

#### **De inicio, ¿qué retos fueron los que principalmente enfrentó en su desempeño dentro de KPMG?**

Cuando llegas a un puesto en una organización, sin que seas directivo, sino del staff profesional, lo primero que tienes en mente es demostrar que cuentas con los conocimientos y habilidades, y que no se equivocaron en invitarte a la empresa. Lo que quieres es sobresalir y sobre todo, poner en evidencia que tienes el expertise y las capacidades, entonces el primer reto es convencer a tu gente y a los clientes de que no se equivocaron, pues eligieron a la persona correcta.

#### **¿En cuánto tiempo y de qué manera se le presentó la oportunidad de ir ascendiendo a puestos cada vez más importantes?**

Viendo hacia atrás, cuando platico con mis compañeros, creo que mi carrera dentro de KPMG fue muy rápida. En 1986 ingresé como Senior y prácticamente fui promovido cada año, teniendo un ascenso a la siguiente categoría, lo cual me permitió que en 1991,

cinco años después de mi incorporación a la firma, obtuviera el nombramiento de Socio. Considero que es un tiempo relativamente corto pero fue un gran reto. A partir de ahí vinieron desafíos más interesantes pero ya como Socio del área de Impuestos, a los ocho años me nombran Socio a cargo de la Práctica de Impuestos de la oficina en Guadalajara y en el 2010 me dan la responsabilidad de ser Socio a cargo de la Región Occidente. Considero mi crecimiento acelerado y lo más importante: nunca lo pedí, simplemente me dediqué a lo mío al 100%, todo mi foco estuvo en lo que me correspondía hacer y fui creciendo. Como Socio regional he tenido la gran satisfacción de participar en el Comité Ejecutivo, formado por más de 200 personas, por casi 10 años, con gran responsabilidad, pues ese grupo decide el rumbo de la firma y sus políticas.

#### **¿Qué sentimientos experimentaba y cómo se preparaba cada vez que se le abría la oportunidad de encarar un mayor compromiso al ir ascendiendo?**

Cuando te promueven a un nivel más alto hay cierto nerviosismo de si vas a hacer las cosas correctamente y lo más apropiado es ocuparte. Cuando adquieres una nueva responsabilidad es siempre estar haciendo las cosas con pasión y esto te das más probabilidades de ser exitoso. Al visualizar todo de una manera global, el reto más importante es que tu gente crea en tí, vea en tí un nuevo líder, y que se sienta orgullosa de trabajar contigo. Los resultados hablan de nuestro trabajo, así que tenemos el compromiso de diferenciarnos de los demás haciendo las cosas distintas, para que vean que somos los adecuados para el puesto.

#### **¿Cuál considera la más compleja y significativa experiencia a lo largo de este proceso de progreso profesional ininterrumpido que ha vivido?**

En las organizaciones siempre hay movimientos y cuando me dieron la responsabilidad de ser Socio a cargo de la Región Pacífico sí fue complicado, ya que no estaba previsto que yo tomara la responsabilidad por la salida de un líder. Fue una decisión rápida del Comité. Yo continuaba siendo la misma persona, pero en momentos así, automáticamente tienes que cambiar tu forma de pensar, es lo interesante y lo que me ha apasionado en estos casi 40 años en KPMG. No hay día en que no venga a la oficina con gusto del ambiente, las personas con las que trabajo, el trato que doy y me da la gente.

### Fuera de la oficina

#### **¿De qué manera goza la convivencia con su familia y amigos?**

Convivir con la familia en los momentos en que hay oportunidad, como reuniones, con mis nietos, mis hijos y viajar.

#### **¿Practica algún deporte o actividad recreativa?**

Golf, que de manera circunstancial me permitió el acceso al Director General de KPMG. Jugamos juntos y seguimos teniendo muy buena relación.

#### **¿Cuál es su hobby?**

Visitar una granja familiar los fines de semana para tener un tiempo de relax y recargar baterías para la siguiente semana.

#### **¿A qué tipo de eventos de esparcimiento prefiere asistir?**

Conciertos, ópera, me gusta la fiesta taurina, viajar y la lectura sencilla.

#### **¿Cuál es su restaurante favorito?**

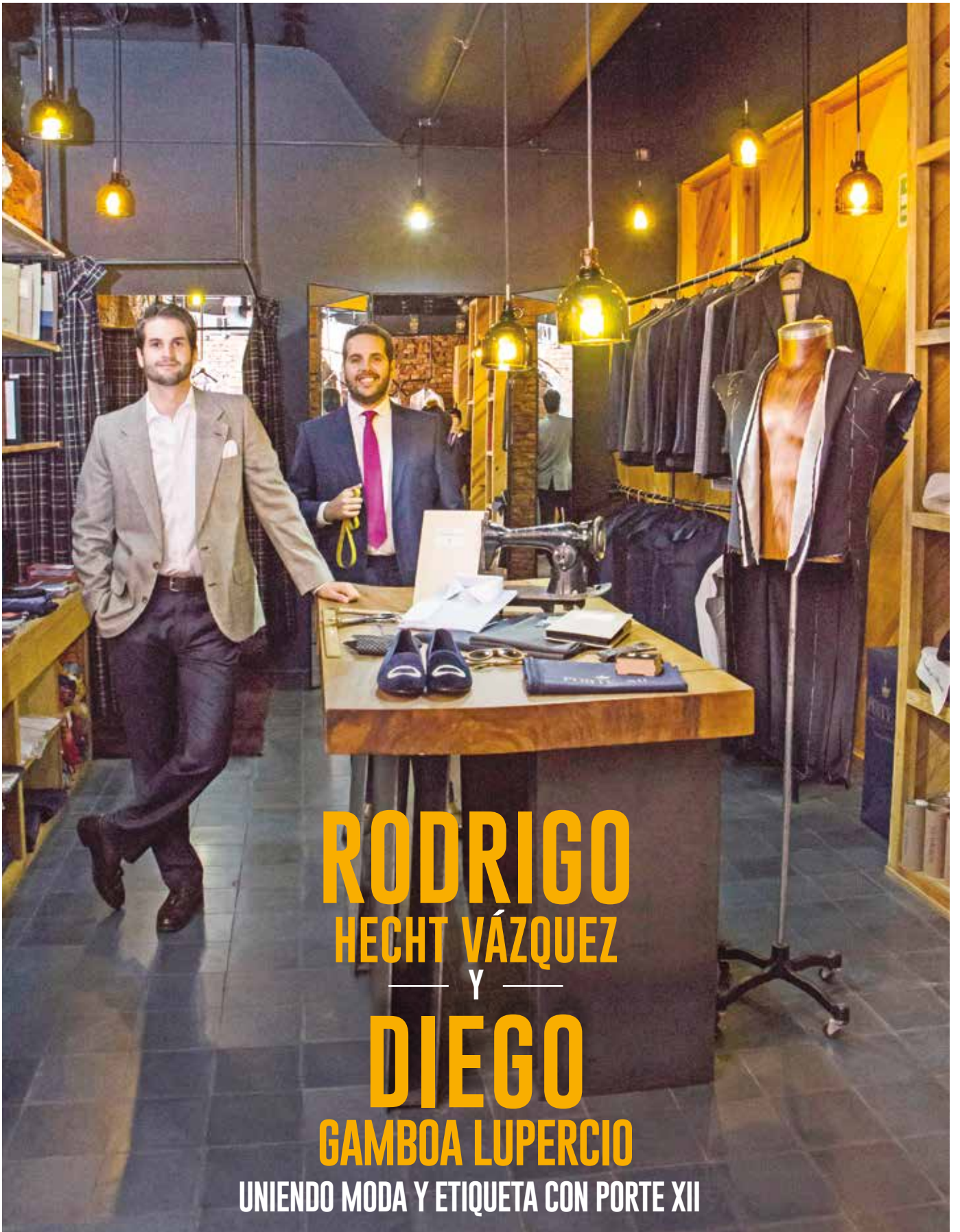
Pujol en el DF y Alcade en Guadalajara.

#### **¿Hacia dónde se encamina en este momento, con perspectiva a futuro, dentro de KPMG?**

Soy responsable Director nacional de Operaciones de la Función de Tax, y tengo un rol nacional de la Práctica de Impuestos. Mi foco y esfuerzo está en la Práctica de Impuestos en todas las firmas. Cada una de ellas busca tener mayor penetración en el mercado y el reto está en nuestra práctica, donde tenemos un plan de cinco años (vamos en el segundo), el cual define desde cuántas personas tendremos, qué ingresos queremos generar, en qué ciudades estaremos... se trata de todo un plan estratégico con una visión a futuro.

#### **¿Cómo se logra el éxito en una organización, de qué manera se debe trabajar para ser un elemento que siempre promete como el mejor candidato para mayores responsabilidades?**

Con casi 40 años de trayectoria, es estar al día e interactuando con los cambios generacionales. Quienes actualmente laboran en KPMG son muchos jóvenes y lo que viene es para ellos. Especializándome en mi campo, buscar destacar y ser muy inquieto, no quedarme en una zona de confort, con pasión y amando lo que hago.♥



**RODRIGO**  
**HECHT VÁZQUEZ**

Y

**DIEGO**  
**GAMBOA LUPERCIO**

UNIENDO MODA Y ETIQUETA CON PORTE XII



Obeth Hernández, creador de los trajes a la medida, con Rodrigo Hecht y Diego Gamboa



**“En una relación de socios la armonía y balance se mantienen con confianza y humildad; sabiendo aceptar cuando nos equivocamos, eso es muy importante”**

**Diego, cuando eras niño, ¿qué querías ser en tu etapa adulta?**

Un empresario muy importante, más que nada alguien que sobresaliera en los negocios, y al mismo tiempo que aportara en la sociedad a crear empleos y satisfacer un mercado que estaba muy olvidado.

**¿Cómo te autodefines?**

Soy alguien diferente, porque tengo mi propio estilo; también me considero muy amigable y abierto, pero más que nada original.

**¿Cómo nace la idea de Porte XII?**

**Rodrigo:** Todo empezó con un negocio de camisas personalizadas que tenía, donde ninguna era igual, y luego evolucionamos haciendo trajes, en los cuales al principio buscábamos lo mismo: que ninguno fuera igual.

**Diego:** Platicando con Rodrigo un día en el club, me dijo que estaba trayendo unas camisas de México y que si me latiría empezarlas a vender. Entonces le mencioné que le haría

una propuesta, para plantear bien un proyecto. Allí fue que investigando nos dimos cuenta de la oportunidad de mercado que había en la sastrería.

**¿Cuál es el talento que más sobresale?**

Obeth Hernández es nuestro artista, el creador de los trajes a la medida, a través de sus propuestas brindamos toda una experiencia a nuestros clientes.

**¿De qué manera se mantienen en el gusto del público, ante tanta demanda de marcas de trajes?**

Nos encargamos de transmitir la elegancia en cada traje, intentamos que los clientes tengan un amor por vestirse bien, y lo hacemos aterrizando sus ideas, pues hacemos realidad el traje que ellos imaginan.

**Entre los estilos que manejan, ¿cuál es el más vendido?**

El traje tradicional personalizado.

**¿Cómo mantienen la armonía y balance en su relación de socios?**

Dándonos una golpiza cada dos semanas (risas). La verdad, con confianza y humildad; sabiendo aceptar cuando nos equivocamos, eso es muy importante.

**Como socios, ¿cuál es el reto compartido que les ha marcado la vida?**

Cuando nos cambiamos al Centro Comercial Andares. Tuvimos que construir la tienda porque antes era solo un pasillo, y no teníamos el suficiente dinero para llevarlo a cabo. Aparte estábamos en Casa Brasília, en un mini puestecito, pero al final logramos vencer ese obstáculo.♥

[www.portedoce.mx](http://www.portedoce.mx)



# BEATRIZ CAMIADE

**INSPIRACIÓN Y CONSTANCIA:  
ULTRAMARATONISTA**

*Disciplina, voluntad y pasión son las características de esta ultramaratonista. A los 40 años, hace una década, Betty descubrió su pasión por correr. Su primer ultramaratón fue en el desierto del Sahara, en Tunes, carrera que le trajo una gran satisfacción, inspirándola a participar en muchas más. Como deportista, se patrocina mediante las conferencias que imparte, con la consigna de correr por una causa de ayuda a los más vulnerables.*



#### ¿Recuerdas cuál fue tu primer acercamiento al deporte de alto rendimiento?

Mi primer acercamiento para pasar a ser atleta de alto rendimiento fue cuando me llamó la atención el ultramaratón en el Desierto del Sahara, en Túnez, y me preparé para hacer la carrera de 100 kilómetros.

#### ¿Cómo decidiste participar en competencias en condiciones extremas, autosuficiencia y algunas hasta de supervivencia?

Me emocionaba mucho ir a los maratones, y en San Francisco, después del maratón al que fui, vi anunciado una competencia en el desierto del Sahara, y pensé “quiero hacer eso”. Era una carrera de iniciación extrema, es decir, no totalmente de autosuficiencia. Me encantó y de allí me enamoré. Se me hizo increíble.

#### ¿De qué manera transcurre un día de práctica?

Despierto temprano y me preparo un licuado muy completo con proteínas. Voy a correr el kilometraje asignado, y después regreso a casa para hacer el entrenamiento de ejercicios de fuerza. Enseguida me preparo otro alimento, continúo tomando un baño y si toca que mis hijos vienen a comer, hago la comida. Por la tarde asisto a clases de inglés y en la noche antes de acostarme hago mi sesión de práctica de ZhiNeng QiGong. Finalmente duermo de seis a ocho horas.

#### ¿Cuál es el reto más grande que has tenido dentro de los ultramaratones o competencias en que has participado?

Un gran reto lo viví en el Jungle Maratón de



Brasil, donde debes ser autosuficiente en 200 km. Enfrentas un montón de situaciones, desde el avistamiento de un jaguar hasta las pirañas y caimanes en los ríos que hay que cruzar nadando, cuidarse de las anacondas y sanguijuelas en los pantanos, y los miles de insectos gigantes que hay por todos lados. Eso me ha parecido de lo más extremo que he hecho.

## Disciplina, voluntad y pasión son las características de esta ultramaratonista

#### ¿Qué pasa por tu mente en el momento en que pisas una meta?

Alegría y satisfacción. Es increíble llegar a la meta, porque fueron meses de arduos entrenamientos y ahí se ven coronados, al llegar al final de la competencia. Además siento un gran orgullo de portar la bandera de México y de representar a mi país!

#### ¿Cómo transmites a los demás tu aprendizaje en el deporte de alto rendimiento?

Con mis amistades, contándoles lo que me pasa en los ultramaratones extremos, y en las conferencias, compartiendo mi experiencia para que quienes me escuchan se motiven a alcanzar sus metas.

#### ¿A quién consideras un maestro de vida?

En realidad son dos personajes: Juana de Arco, quien en su época logró mover ejércitos enteros para liberar a toda una nación, y Karla Wheelock, primera mujer latinoamericana en alcanzar la cima del Everest, quien me inspiró a creer en mis propios sueños y alcanzarlos.

#### ¿Con qué frase motivacional te identificas?

También son dos, ambas de mi autoría: “Solo tú eres dueño de tus pasos y de qué tan lejos quieres llegar” y “Un reto con un propósito de ayuda, ennoblecce el espíritu y engrandece la victoria”.

#### ¿Existe algún libro que haya sido una base fundamental en tu vida deportiva?

*El Secreto*, que habla de la ley de atracción, *Nacidos para correr* de Christopher McDougall y *Ultramaratón* de Dean Karnazes.

### PLAYERS Brief

#### Años practicando:

10

#### Número de ultramaratones:

11

#### Categoría:

Femenil y Por Edades

#### Ropa deportiva:

Que sea cómoda y bonita

#### Líder deportista:

Karla Wheelock

#### Próximo evento deportivo:

Cruce Columbia 200 km (Argentina) y Maratón Des Sables (Marruecos), el primero es en febrero y el otro en abril, ambos del 2016



f /BetyCamiade @betycamiade



# ESTELA DE ALBA RULFO

**AL FRENTE DE  
MI GRAN ESPERANZA, AC**

*Ver a los niños felices y con ánimo de seguir adelante en su proceso de recuperación, es una de las mayores satisfacciones de la Directora General de esta asociación civil que apoya a niños con cáncer y otros padecimientos.*



### ¿Cómo nació Mi Gran Esperanza?

Hace 20 años, con la Señora Bertha Padilla de Pérez, que empezó con un pequeño grupo de pacientes en el Hospital Civil. Era tan buena la labor desempeñada que los dirigentes del Hospital les pidieron enfocarse con los grupos más necesitados, y eligieron a los niños con cáncer y los ancianitos (la madre de Bertha había fallecido de cáncer). Durante estos 20 años más de tres mil pacientes han recibido apoyo. Los niños principalmente son del Occidente del país.

### ¿Cuál es la misión de la institución?

Nuestra misión es contribuir a la recuperación de la salud física, emocional y espiritual de los pacientes de bajos recursos de los hospitales civiles de Guadalajara, y sus familias. También los apoyamos a través del amor y el acompañamiento, dándoles los recursos necesarios para que tengan una mejor calidad de vida, como si fueran nuestros niños, con la mejor medicina y educación. Queremos aumentar la esperanza de vida de los pequeños, por ende nuestro gran sueño es tener un Hospital Gran Esperanza, para que cada pacientito pueda estar en su propia habitación con su acompañante. Tenemos ese sueño desde el 2007 y en el 2011 inició la construcción en sus partes principales.

Esto se logra sobre todo por medio del esposo de la Señora Bertha, a través sus contactos, como son empresas y Gobierno del Estado, que donó 16 mil metros cuadrados en El Cortijo. Vamos en la primera fase, la

segunda es el equipamiento y la tercera la operación. No tenemos fecha de apertura, pues dependemos de recursos ajenos a nosotros.

### ¿A qué población atienden y en qué consiste el apoyo brindado? ¿A cuántas personas asisten actualmente?

Donamos medicamentos que no tiene la seguridad social, mediante convenios con algunas farmacias. También proveemos de estudios de imagen y clínico, a través de muy buenos laboratorios. Contamos con el PET-SCAN, un gran mecanismo para detectar las células malignas, estudios costosos que nosotros costeamos. Tenemos un acelerador radial que dirige la radiación a las células malas, dándole mayor posibilidad de éxito a los pequeños, procedimiento del que no-

**“El verdadero éxito en la vida es reír mucho y muchas veces”**

sotros solo cubrimos la mitad del precio por cada paciente.

Antes ayudábamos a los niños hasta los 18 años, ahora los apoyamos hasta los 21. También apoyamos a cualquier paciente que provenga de un hospital público, aunque su padecimiento sea distinto al cáncer, le ofrecemos medicina adquirida gracias a los convenios con que contamos, de igual forma proveemos implantes a los niños que sufren de cáncer de ojo, por ejemplo, es decir, damos el apoyo antes y después.

Contamos con un programa material: Casa María, el cual es un puente entre el hospital y el hogar, para personas que después de un trasplante no pueden ir al suyo por sus condiciones, el objetivo es lograr su mejor recuperación. Cada niño utiliza su propio cuarto y baño. De igual manera, damos atención psicológica, con talleres de duelo y pláticas muy provechosas para los niños y sus familias.

### ¿Qué retos y obstáculos ha encontrado como Directora General de la asociación?

Estar siempre con la mejor energía positiva ante la situación de los niños y sus familias, para darles aliento de que hay una esperanza para mejorar su calidad de vida. Así como el trabajo constante en la búsqueda de patrocinadores, apoyo de donadores, padrinos y todo lo que conlleva que lleguen ingresos a Mi Gran Esperanza, AC.

### ¿Y cuál ha sido su mayor satisfacción?

Ver a los niños felices y con ánimo de seguir adelante en su proceso de recuperación, su cariño, sonrisas y que valoran lo que tienen. Ver a sus familias contentas. Todo esto a través de la labor que hacemos.♥



### Si la sociedad decidiera apoyarlos, ¿de qué manera puede colaborar con ustedes?

Tenemos los siguientes mecanismos:

- Voluntariado
- Donador mensual o esporádico
- Padrino de un tratamiento completo
- Organización de una campaña con sus empleados
- Apoyo en los casos especiales transmitidos en Milenio, Bella Música (105.1 FM)
- Donación de productos de despensa e higiene personal

migranesperanza.ac@hotmail.com  
www.migranesperanza.org

# TASTE MARKETING

## Every brand has a different flavor

Alejandro Vogt y José David Olivares encabezan esta agencia dedicada al marketing, llevándola a ser una de las más destacadas en nuestra ciudad.

### ¿Cómo inició la trayectoria de Taste marketing?

Empezamos desde muy jóvenes, con una página de sociales: Estamosdentro.com, por allá del 2000. Una cosa fue llevando a otra y pronto comenzamos a hacer convocatorias, producción de eventos y activaciones por petición de marcas y agencias de México, DF. Para el 2010 ya estábamos consolidados como Taste, aunque operamos antes de eso con otros nombres. Desde entonces nos fuimos formalizando y ofreciendo más servicios de BTL (activaciones, producción, creatividad y digital, entre otros).

### ¿En qué momento decidieron unir fuerzas y convertirse en una de las agencias de mayor competencia?

Desde el 2000 somos socios, y formamos Taste para profesionalizar nuestros servicios y oferta, ser más formales y transmitir mejor nuestra filosofía.

### ¿Cuáles fueron los retos que enfrentaron en un inicio y cómo los solucionaron?

Nos tocó una “escena” muy joven en cuanto a mercadotecnia en general. Al principio fue difícil que nos tomaran en serio, éramos más bien “convocadores” o “los de Guadalajara” para las marcas. Aunque hubo algunos clientes que creyeron en nosotros y eso nos ayudó mucho a trabajar en cosas grandes a nivel nacional desde muy temprano.

### De los servicios que ofrece la agencia, ¿cuáles son los que mayor demanda tienen en Guadalajara?

Lo fuerte son las relaciones públicas dentro de una estrategia creativa, la producción de eventos y las campañas 360°. También nos piden cosas más tradicionales, como sampleo y promotoría. Los conceptos integrales son los que más nos han diferenciado, aunque no siempre podemos implementarlos, o no tanto como nos gustaría.

¿Principalmente con qué marcas trabajan?



FOTOGRAFÍA POR  
ANDRÉS D. LARSEN PHOTOGRAPHY

Miller (con quien llevamos poco más de tres años), Genuine Draft y acabamos de empezar con High Life. Electrolit es otra marca que nos encanta y en donde hemos tenido oportunidad de hacer cosas muy padres en varias ciudades. Acabamos de cerrar con San Matías para sus marcas premium y todavía trabajamos con Pernod Ricard, que fue nuestro primer cliente grande, aunque ya no llevamos las mismas marcas que al inicio. También está Kin Kin, de donde somos socios, así como otras marcas locales y centros de consumo. Y en otras áreas con Gatorade, Febreze, Secret y Fage, por mencionar las principales.

### ¿Qué evento de los que ha encabezado la agencia consideran el más representativo?

Uno reciente de los más exigentes, pero que sin duda nos dejó gran aprendizaje, fue la serie para Miller Genuine Draft del año pasado: Turn Up The Night. Fueron tres días seguidos en tres ciudades: Guadalajara, DF y Monterrey. Este año se convirtió en Miller Mansion (dos semanas de un centro de experiencia *pop-up*). Nos tocó proponer y ejecutar todo, desde *venue*, talentos y *look & feel*, hasta RP, estrategia de difusión y activación. Y claro, el lanzamiento de Ballantine's Equalizer que hicimos a nivel nacional hace más

*“Las relaciones públicas son la herramienta más importante para comunicar de forma directa lo que es una marca”*

de cinco años; fue nuestro primer cliente integral grande y con esa campaña ganamos premios globales de Pernod Ricard como “Best Practice”, además de aumentar el *share* de la marca.

### Para ustedes, ¿qué significan las relaciones públicas?

Transmitir el ADN de una marca y generar la percepción correcta de ésta, desde la selección de los públicos objetivos hasta la comunicación y el quién lo dice, son la herramienta más importante para comunicar de forma directa lo que es una marca. Nosotros por lo general tratamos de hacerlo a través de experiencias, y de una forma diferente y original.♥



# BLACKLIST PR & COMMUNICATION

## Conectamos los negocios con las personas

La agencia se encuentra integrada por tres socios: Checo Barrera Sepúlveda, Leticia Acedo de Sahagún y Paola Segura Algara, quienes están por cumplir 15 años de labor en el campo de las relaciones públicas y la comunicación.

¿Cómo inició la trayectoria de Blacklist?

Nació hace 14 años, en el 2001, por iniciativa de Checo Barrera, siendo los pioneros en la ciudad en ofrecer el servicio de relaciones públicas y comunicación hacia un mercado meta A, B, C+, contando con la más extensa base de datos y convirtiéndonos en líderes del ramo.

¿En qué momento decidieron unir fuerzas y posicionarse como una de las agencias de mayor competencia?

En 2006 se unió en sociedad Leticia de Sahagún para aportar un crecimiento en la base de datos y convocatoria hacia un mercado

más amplio. Actualmente también es parte de la empresa Paola Segura, quien se desempeña como Directora Operativa. Gracias a esta unión ofrecemos servicios a la medida de acuerdo a la necesidad de cualquier cliente.

¿Cuáles fueron los retos que enfrentaron en un inicio y cómo los solucionaron?

Inicialmente más que un reto, fue una oportunidad para posicionar a los clientes con una estrategia nueva dirigida a su mercado meta, por ello crecimos junto con muchas empresas ayudando a que incrementaran sus ventas y posicionaran sus marcas. Hoy el reto es que se ha desvirtuado el modelo de relaciones públicas debido al surgimiento de agencias y personas que por estatus social regalan su trabajo.

De los servicios que brinda la agencia, ¿cuáles son los de que mayor demanda en Guadalajara?

Nuestro principal enfoque es la convocatoria del Mercado A, B, C+, así como el posicionamiento con líderes de opinión y medios especializados, al igual que la coordinación y operación de eventos.

Principalmente ¿con que marcas trabajan?

Con marcas locales, nacionales e internacionales, algunas de ellas son Cartier, Alsea, El Palacio de Hierro, Lacoste, Porsche, H&M, Netflix, Herradura, Hublot, Audi, H.Stern, BAT, Michael Kors, Rolex, Inditex, MTV, Banamex, BCBG, Principado de Mónaco, Disney, Danone, Grupo AXO, Mercedes-Benz y Axtel.

¿Cuál ha sido el evento más representativo encabezado por Blacklist?

Todos los eventos han sido representativos para nosotros como agencia, cada uno implica retos y aprendizajes, son diferentes y nosotros nos encargamos de reunir todos los elementos necesarios para que sean un éxito.

Para ustedes, ¿qué significan las relaciones públicas?

Se han convertido en el motor de cualquier negocio y de la vida cotidiana, ya que son indispensables para el posicionamiento y crecimiento tanto de los negocios como de las personas.▼



FOTOGRAFÍA POR  
ANDRÉS D. LARSEN PHOTOGRAPHY



*Las relaciones públicas **son el motor de cualquier negocio** y de la vida cotidiana*



FOTOGRAFÍA POR  
ANDRÉS D. LARSEN PHOTOGRAPHY

## PROPOM RP

### Experiencias y Momentos, SA de CV

"El amor por los detalles hace la diferencia" es la frase que agrupa la labor de los socios de esta agencia: Paulo Orendain Mejía (Socio Fundador y CEO) y los asociados Tatiana Serur, Cristi Rosell, Julio Sánchez Almada, Mariana Orendain, Josefina Barragán, Alexis Espejo, Sergio Martínez, Andrea Cervantes y Brenda Arceo.

### ¿Cómo inició la trayectoria de la empresa?

Nace de la mano de Drea Producciones hace 15 años, especializándose en el desarrollo de proyectos, estrategias y campañas para marcas, desde el punto de vista de las relaciones públicas y con el tiempo se independiza de la productora, pero se mantiene como su agencia oficial, con una gran cantidad de clientes en común.

### ¿En qué momento decidieron unir fuerzas y convertirse en una de las agencias de mayor competencia?

El tiempo ha sido nuestro portavoz oficial de la mano de las recomendaciones de los directivos y clientes satisfechos con nuestro trabajo en México y alrededor del mundo. Creemos en la sana

competencia y en apostarle a la creatividad. Estamos convencidos de que la comunicación es clave para resolver las necesidades de los clientes externos e internos, pues sin su ayuda no podrían ejecutarse a la perfección las estrategias.

### ¿Cuáles fueron los retos que enfrentaron en un inicio y cómo los solucionaron?

El reto principal y permanente es dignificar a las relaciones públicas como una herramienta de comunicación necesaria, que da resultados y construye marcas si se utiliza con las estrategias adecuadas, siempre enfocadas a la entrega de resultados.

### Entre los servicios que ofrecen ¿cuáles tienen mayor demanda en Guadalajara?

Es una pregunta difícil de responder, porque en cada requerimiento de un cliente existe la posibilidad de aplicar distintos servicios para cumplir con la función que se busca, y asimismo debe existir la posibilidad de combinar modelos o crear nuevos modos de cumplir con el objetivo.

### De las marcas con las que trabajan ¿cuáles son las principales?

*"Las relaciones públicas están hechas para socializar los procesos y ponerlos al alcance de las personas a las que van dirigidas los mensajes"*

A lo largo de 15 años hemos trabajado con más de 200 firmas, pero actualmente, solo por mencionar algunas y no porque las demás sean menos importantes, atendemos a Casa Cuervo, Red Bull, British American Tobacco, Grupo Heineken, El Palacio de Hierro, Grupo Luois Vuitton, Môt, Hennessy, Technogym, Bianchi, Micromega, Grupo Concha y Toro, VW, Las Vegas, Desfilia, Burberry, Swarovski, Hermès, Salvatore Ferragamo, BoConcept, Andares, Galerías Guadalajara, Punto Sao Paulo, Lacoste, Singular y Altozano.

### ¿Cuál ha sido el evento más representativo que ha encabezado la agencia?

Es otra pregunta bastante difícil y que no acabaríamos de responder. Hemos tenido el placer de trabajar con tantas marcas y estar involucrados en tantas experiencias de marca que mencionar una sería injusto y atentaría contra nuestra memoria. Lo que sí podemos decir es que ese "amor por los detalles" se lo inyectamos a cada cuenta que confía en nosotros, hacemos trajes a la medida que se adaptan a sus necesidades y objetivos.

### Para ustedes, ¿qué significan las relaciones públicas?

Son una llave mágica que sabiéndola utilizar abre las puertas a la posibilidad de trascender y darle resultados a las marcas que lo solicitan. Las relaciones públicas están hechas para socializar los procesos y ponerlos al alcance de las personas a las que se dirigen los mensajes.♥

# AMERICANA PR

## PR y Comunicación

La experiencia de Francisco Lebrija y su inquietud por formar su propia agencia, atrajo a David R. Carballedo, para conformar Americana PR que ha realizado múltiples eventos de gran relevancia.

### **Francisco, ¿cómo inició la trayectoria de la empresa?**

Trabajaba como Director de Relaciones Públicas en Casa Pedro Domeq en la ciudad de México y me entró la inquietud de formar mi propia agencia en Guadalajara, donde crecí como publirrelacionista, y fue entonces, hace seis años, que decidí empezar esta nueva etapa.

### **¿En qué momento decidieron unir fuerzas y convertirse en una de las agencias de mayor competencia?**

Llegando a Guadalajara empecé a darme cuenta de que las marcas a las cuales representaba necesitaban un complemento más y es ahí donde entró David, comenzamos a trabajar juntos hasta llegar a ser socios y formar nuestra propia agencia.

### **¿Cuáles fueron los retos que enfrentaron en un inicio y cómo los solucionaron?**

Los principales retos fueron mantener a los clientes permanentes en Americana PR, hasta lograr contratos de exclusividad con cada uno.

### **¿Qué servicios de la agencia son los de mayor demanda en Guadalajara?**

Llevar e implementar las estrategias de relaciones públicas de cada marca en Guadalajara.

### **Entre las marcas con que trabajan, ¿cuáles son las principales?**

Casa Cuervo: Maestro Dobel, Maestro Tequilero Blanco y The Macallan; Perrier y St Pellegrino.

### **De los eventos que ha encabezado la agencia, ¿cuál ha sido el más representativo?**

La verdad es que no hay uno en específico, tene-



FOTOGRAFÍA POR  
ANDRÉS D. LARSEN PHOTOGRAPHY

mos una trayectoria de más de 10 años haciendo excelentes eventos en Guadalajara, abarcando desde inauguraciones de tiendas departamentales y fiestas de marca, hasta conciertos, entre muchos otros.

### **Para ustedes, ¿qué significan las relaciones públicas?**

Las relaciones públicas son pieza fundamental para agilizar cualquier tipo de negocio.♥

*“Las relaciones públicas son pieza fundamental para agilizar cualquier tipo de negocio”*

# FUNDACIÓN

# RAFA MÁRQUEZ



## UNA DÉCADA DE LABOR ALTRUISTA

**L**a Fundación Rafa Márquez cumple 10 años de labor a favor de los niños que viven en zonas marginadas para que puedan tener las herramientas adecuadas de un mejor futuro. Este sueño lo inició Rafael Márquez junto con su socio Mauricio Heredia Horner, quien actualmente funge como Director del organismo, y quien a través de una entrevista exclusiva, nos compartió acerca de esta iniciativa.

### ¿Cómo nació la Fundación?

Este sueño se inició gracias a que Rafa y yo somos amigos. Mientras él estaba en Barcelona en el 2004, platicamos sobre la idea de abrir una escuela, igual que varios de sus compañeros (Ronaldinho, Eto'o y Deco) la tenían en sus países de origen. Ese fue el comienzo de la Fundación Rafa Márquez.

### ¿Cuál es la misión de la institución?

Principalmente es disminuir, en zonas urbano-marginadas, la producción de delincuencia y pandillerismo. Y también preparar a nuestra población infantil para construir una mejor sociedad.

### ¿A quiénes atiende y en qué consiste el apoyo brindado? ¿Cuántas personas reciben asistencia actualmente?

Nos enfocamos en niños y jóvenes de bajos recursos. Son chicos de regiones marginadas,

como El Salto, que tienen de cinco hasta 16 años. Personas que carecen y sufren temas de violencia y escasez. En estos centros (El Salto, Tonalá y Zamora) los atendemos con el sistema NED (nutrición educación y deporte) evitando que caigan en la drogadicción y pandillerismo.

### ¿Qué retos y obstáculos ha tenido en su cargo como Director?

Muchos. En los foros siempre hablo sobre el tema de la corrupción y la falta de profesionalismo, además de que las ONG no son muy reconocidas, y esto ocasiona que no gocemos de suficiente confianza por parte de las personas, lo cual es un obstáculo a la hora de buscar donativos.

### ¿Y cuál ha sido su mayor satisfacción?

Ver cómo cambias la vida de las personas. Gente que hace años soñaba con llegar al menos a un poco de avance, y hoy ha mejorado su calidad de vida, superando sus expectativas. No pensamos en crear futbolistas. Realmente la mayor satisfacción es ver cómo quienes están en la Fundación logran estudiar y ser personas de provecho para la sociedad.

### Si la sociedad decidiera apoyarlos, ¿de qué manera puede colaborar con ustedes?

Que nos apoyen con su tiempo, donaciones en especie y ¿por qué no?, con dinero, todo suma y aporta. En este momento con nuestra cam-

### Más acerca de Mauricio Heredia Horner

• **Lugar de nacimiento:**

Guadalajara, Jalisco

• **Estudios profesionales:**

Licenciatura en Administración Financiera

• **Diplomados:**

Dirección y Gerencia de Organizaciones de la Sociedad Civil, Máster Internacional en Negocios y Administración del Fútbol (MINAF), conferencias en México y EU

🌐 [www.rafamarquez.org](http://www.rafamarquez.org)

📱 @RAFAMARQUEZ4

paña de los 10 años, lo que queremos es darnos a conocer, razón por la cual vendemos una playera conmemorativa para recaudar fondos y hacer viral el tema de ponérsela. La pueden encontrar en Martí.

### ¿De qué manera recaudan fondos para sostener a la institución y seguir apoyando a las personas?

Con patrocinios en los que hacemos intercambio comercial, alianzas con instituciones de Gobierno (Sedesol), y también con el Gobierno del estado de Jalisco. Asimismo realizamos eventos como cenas de gala, en las que invitamos a artistas como Playa Limbo, Miguel Bosé y otros que aportan su talento. De igual manera contamos con el programa de hermanamiento en el que las personas pueden apadrinar a niños.♥

# 10 AÑOS DE PONERLE PASION A LA VIDA

FUNDACIÓN RAFA MÁRQUEZ

NUTRICIÓN · EDUCACIÓN · DEPORTE



ADQUIERE TU PLAYERA OFICIAL

[www.rafam Marquez.org](http://www.rafam Marquez.org) #10RMFundacion #PonlePasion

De venta exclusiva en: **marti**  
Vivir es un deporte

# PANERAI



## Laboratio Di Idee P.5000

La reserva de marcha de ocho días forma parte de la historia de Officine Panerai. Entre el final de la década de 1940 y el principio de la siguiente, Panerai utilizó un calibre Angelus de 16 líneas que funcionaba durante ocho días sin necesidad de darle cuerda. Se trataba de una reserva de marcha muy larga pensada para cumplir el requisito de los comandos de la Armada Italiana, que en sus misiones debían confiar en un instrumento de fiabilidad absoluta.

**E**sta tradición renace ahora con el calibre P.5000, el nuevo movimiento de cuerda manual con reserva de marcha de ocho días que se presenta por primera vez en los nuevos Luminor Marina 8 Days y Luminor Marina 8 Days Oro Rosso. Estos dos relojes respetan la estética clásica del Luminor Marina, notable por el diseño minimalista de la caja y la esfera. La caja de 44 mm de diámetro es inmediatamente reconocible por el dispositivo en forma de puente con palanca de bloqueo que protege la corona. Se ofrece en acero inoxidable AISI 316L y en oro rojo 5Npt, una distinguida aleación con un elevado porcentaje de cobre que aporta un color particularmente profundo y cierta cantidad de platino que ayuda a evitar la oxidación. La esfera, formada por dos discos superpuestos que garantizan la máxima legibilidad, tiene índices horarios en forma de espada y cifras de gran tamaño, así como un pequeño segundero en la posición de las nueve horas. Es negra en el modelo de acero y marrón en el de oro rojo.

El calibre mecánico de cuerda manual P.5000, visible a través de la ventana de cristal zafiro del fondo, se ha desarrollado y construido íntegramente en la manufactura



**Calibre Panerai P.5000,** íntegramente realizado por Panerai, 15¾ líneas, 4.5 mm de espesor, 21 rubíes y volante Glucydur® que oscila a 21 mil 600 alternancias/hora

Movimiento mecánico de cuerda manual

Dispositivo antichoque KIF Parechoc®

Reserva de marcha de ocho días, dos barriletes

**Número de componentes:** 127

**Funciones:** horas, minutos, segundero pequeño

**Caja:** 44 mm de diámetro, acero pulido AISI 316L

**Bisel:** acero pulido

**Fondo:** cristal zafiro transparente

Dispositivo protector de la corona (marca registrada) de acero satinado

**Esfera:** negra con números arábigos e índices horarios luminiscentes. Segundero a las nueve horas

**Cristal:** zafiro a base de corindón, de 2.5 mm de espesor. Revestimiento antirreflejante

**Hermeticidad:** 30 bar (unos 300 metros)

**Correa:** de cuero, personalizada con el logotipo de Panerai y cierre trapezoidal de acero pulido. Se entrega con una segunda correa intercambiable y un destornillador de acero

de Officine Panerai en Neuchâtel. Es de construcción muy robusta, con un diámetro de 15¾ líneas y un grosor de 4.5 mm. Una gran platina de acabado satinado y con biselado pulido al diamante oculta casi por completo el mecanismo, pero deja a la vista el volante de inercia variable que oscila a una frecuencia de 21 mil 600 alternancias por hora. El largo tiempo de marcha se logra con dos barriletes conectados en serie que almacenan la reserva de marcha de ocho días.

Los modelos Luminor Marina 8 Days (PAM00510) y Luminor Marina 8 Days Oro Rosso (PAM00511) forman parte de la colección Historic. Se equipan con una correa de cuero negro en la versión de acero y de aligátor marrón en la versión de oro rojo, con una hebilla del mismo material que la caja.

[www.emwa.com.mx](http://www.emwa.com.mx)  
emwamx



# THE MAN TODAY

Por José Alejandro Antunes

Este invierno puedes lograr un *look* elegante sin ningún esfuerzo. Siempre es útil contar en tu guardarropa con prendas básicas como saco, gabardina y un par de jeans para combinarlas con alguna que destaque, por ejemplo, corbata

*skinny*, suéter de color o camisa estampada (sí, continúan vigentes esta temporada). La clave para lucir como un **PLAYER** es el *layering*, donde cada capa cuenta, tratando de hacerlas ligeras para un *outfit* con mucho estilo urbano.



1. **3. Massimo Dutti** [www.massimodutti.com](http://www.massimodutti.com) 2. **Hugo Boss** [www.hugoboss.com](http://www.hugoboss.com)  
4. **Brook Brothers** [www.brooksbrothers.com](http://www.brooksbrothers.com) 5. **Salvatore Ferragamo** [www.ferragamo.com](http://www.ferragamo.com)  
6. **Ermenegildo Zegna** [www.zegna.com](http://www.zegna.com)



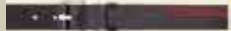
7



8



10



11



12



7. **Ermenegildo Zegna** [www.zegna.com](http://www.zegna.com) 8. **Brook Brothers** [www.brooksbrothers.com](http://www.brooksbrothers.com)  
9,12. **Hugo Boss** [www.hugoboss.com](http://www.hugoboss.com) 10. **Salvatore Ferragamo** [www.ferragamo.com](http://www.ferragamo.com)  
11. **Emporio Armani** [www.armani.com](http://www.armani.com)

9





13. Paul Smith [www.paulsmith.com](http://www.paulsmith.com) 14. Brook Brothers [www.brooksbrothers.com](http://www.brooksbrothers.com)  
15. Ermenegildo Zegna [www.zegna.com](http://www.zegna.com) 16. Emporio Armani [www.armani.com](http://www.armani.com)  
17. Louis Vuitton [www.louisvuitton.com](http://www.louisvuitton.com) 18. Salvatore Ferragamo [www.ferragamo.com](http://www.ferragamo.com)



INSTAGRAM: andreslarsenphoto  
FACEBOOK: andreslarsenphotography  
[www.andreslarsen.com](http://www.andreslarsen.com)

ANDRĒS D LARSEN

P H O T O

Servicios fotográficos de Moda / Publicitaria / Editorial / Empresarial / Social / Producto



# PLAZAS Y CENTROS COMERCIALES

Según la investigación realizada por la Cátedra de Consumo y Marcas del Tecnológico de Monterrey Campus Guadalajara, **42% de la población tapatía acude a estos espacios para comprar**, mientras que el otro **58% lo hace por las actividades de entretenimiento** que ofrecen.

FUENTES [www.elfinanciero.com](http://www.elfinanciero.com) [www.milenio.com](http://www.milenio.com) [www.itesm.mx](http://www.itesm.mx) Retail Market Overviews 2S 2014 Guadalajara [www.colliers.com](http://www.colliers.com)

Desde los inicios de la humanidad, la sociedad siempre ha girado en torno al intercambio de bienes. Hoy la actividad comercial se ha constituido como uno de los pilares de la economía nacional, y es por ello que en nuestro país se ha visto un auge cada vez mayor de centros y plazas comerciales.

El crecimiento acelerado del mercado inmobiliario comercial ha convertido a México en el país de Latinoamérica más dinámico en dicho sector. Según el reporte de la convención REcon Latin America, en el 2014 se abrieron al menos 23 centros comerciales en toda la República, llegando a un total de 584 y ocupando 16.2 millones de metros cuadrados de área rentable. Para este año se espera la apertura de 38 nuevos establecimientos, lo que involucraría una inversión de 25 mil millones de pesos.

Poco a poco este tipo de establecimientos ha empezado a reemplazar al comercio tradicional e informal. Directores de consultorías especializadas explican que una de las razones es la llegada de nuevos inversionistas y firmas que aportan mayores recursos, pues han encontrado facilidades en las le-

gislaciones de nuestro país. Además, actualmente los centros comerciales dejaron de verse como un lugar exclusivo para comprar, convirtiéndose en parte de la oferta de entretenimiento de una ciudad; “aproximadamente 30% de las personas que visitan un centro comercial lo hacen para pasear, muchas veces terminan comprando, pero la mayoría lo hace para divertirse un rato”, explica Juan Ignacio Rodríguez Barrera, Socio Director de MAC Arquitectos Consultores. Por otro lado, según Esteban Kockovic, experto en finanzas personales, invertir en bienes de uso comercial brinda un retorno anual que dobla la inflación, pues su renta anual puede ir creciendo con la plusvalía.

Según el reporte de mercado comercial elaborado por Colliers International, para el 2014 en la Zona Metropolitana de Guadalajara se monitorearon 65 centros comerciales, distribuidos en Zapopan (43%), Guadalajara (34%), Tlajomulco de Zúñiga (11%), Tlaquepaque (6%), Tonalá (5%) y El Salto (1%), municipios con una población total de aproximadamente 4.5 millones de habitantes.



**A COMER EN SERIO**

**CARNE 100% BLACK ANGUS**

**PAN RECIÉN HORNEADO**

**TIRAS DE POLLO EMPANIZADAS  
A MANO AL MOMENTO DE ORDENAR**

**MALTEADAS CON AUTÉNTICAS  
CUCHARADAS DE NIEVE**



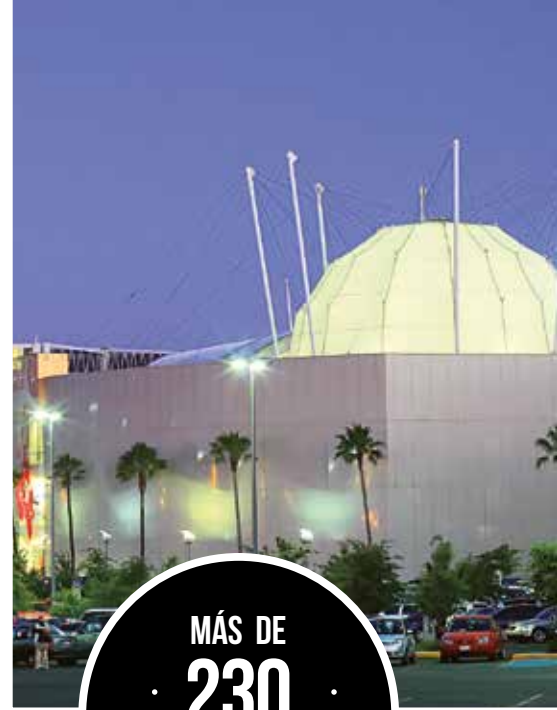


# PLAZA GALERÍAS

IT'S ALL ABOUT YOU!

Indudablemente uno de los espacios de mayor atracción e interés en la ciudad. Está considerado dentro de los centros comerciales más grandes del Occidente. Por su diseño, estructura y formación, es atractivo para toda la familia, cuenta con diversión para niños y adultos. Entre sus atractivos más representativos destacan la zona de restaurantes y toda su oferta gastronómica, cines,

actividades recreativas y/o de entretenimiento, además de los interesantes productos que brindan las más de 200 marcas presentes en la plaza. Como parte de sus servicios pueden encontrarse bancos, gas, luz, casa de cambio y pago de telefonía móvil. Su diseño vanguardista se convierte en un deleite para todos los visitantes.



MÁS DE  
**230**  
LOCALES  
COMERCIALES



## TIENDAS

- Liverpool
- Cinépolis
- Zara
- Sears
- Sanborns
- H&M
- C&A
- Forever 21
- Martí
- Sport City

## MAPA



Nivel 1



Av. Rafael Sanzio 150, Col. La Estancia, 45030 Zapopan, Jal.

www.galeriasguadalajara.com

(33) 3777-7880

maperez@gicsa.com.mx

/ GaleríasGdl

@GaleríasGdl



galerías  
GUADALAJARA

LLEGÓ  
EL VIENTO,  
HAZLO  
TUYO



[galeriasguadalajara.com](http://galeriasguadalajara.com)  
Centro Comercial Galerías  
Av. Rafael Sanzio 150

IT'S  
ALL ABOUT  
YOU





# URBAN VILLAGE PATRIA

**P**lanigrupo, con vasta experiencia en el desarrollo y operación de centros comerciales, concentra sus esfuerzos en la transformación de Ciudadela para crear Urban Village Patria, ubicada en la zona de mayor plusvalía del área conurbada de Guadalajara. Será un renovado espacio de compras y esparcimiento para la comunidad, con andadores cómodos, áreas verdes mejoradas, nueva identidad y una mezcla

comercial más atractiva. Sus acabados contemporáneos están inspirados en los colores y sabores de Jalisco. Su influencia comprende familias y profesionistas jóvenes que se distinguen por un estilo de vida moderno, cultural, en busca de entretenimiento, salud y bienestar. Cuenta con seis tiendas ancla y cuatro subanclas además contará con hotel, oficinas y conexión a nuevas torres de vivienda del área.



UN CAMBIO  
**180°**



## TIENDAS

- Walmart
- Cinépolis
- IDEA
- Best Buy
- Vivo47
- Promoda
- Ilusion Bowl
- Home Store
- Chili's
- Ihop

## SERVICIOS

- Estacionamiento las 24 horas
- Seguridad a los visitantes
- Servicio de transporte vertical (escaleras eléctricas, elevadores, rampas eléctricas)
- Área de comida y juegos
- Servicios bancarios
- Entretenimiento
- Supermercado



Urban Village  
Patria

Labna 1437, Col. Jardines del Sol  
(en Av. Patria y Av. Moctezuma)  
45054 Zapopan, Jal.

- ☎ (33) 3631-8271 y 01-800-024-3244
- 🌐 [www.planigrupo.com](http://www.planigrupo.com)
- ✉ [comercial@planigrupo.com](mailto:comercial@planigrupo.com)
- 📘 /urbanvillagepatria
- 📱 @urbanvillagep
- 📍 /urbanvillagep





Urban Village  
Patria



Un cambio 180°

Estamos Abiertos

PLAZA  
CIUDADELA

se transforma en



Urban Village  
Patria

Nuestra remodelación continúa, estamos abiertos en horario regular

Información Comercial:



01 800 024 3244



comercial@planigrupo.com



entre otras marcas internacionales y nacionales.



# GALERÍAS PABELLÓN

## LIFE STYLE CENTER DE VANGUARDIA E INNOVACIÓN



· ESPACIOS ·  
COMERCIALES

**G**alerías Pabellón, novedoso proyecto de usos mixtos, se transforma con su nueva imagen y concepto, ofreciendo un producto de vanguardia e innovación.

Oferta un espacio de atractivo diseño contemporáneo con adaptaciones perfectas a las exigencias del estilo de vida actual, en una ubicación privilegiada en avenida Pa-

tria y Acueducto, que enriquece la infraestructura comercial de Guadalajara, con una propuesta retadora que pocos podrán resistir.

Su nueva fachada inspirada en una tecnología patentada a nivel mundial, envuelve a sus dos torres unificando todo el conjunto, utilizando sistemas constructivos y tecnología de punta.



El nuevo concepto ofrece lujo, comodidad, estatus y un mix ideal de firmas y servicios como el reconocido hotel Fiesta Americana con aproximadamente 185 habitaciones, un corporativo de gran envergadura, además de contar con espacios comerciales, entre los cuales destacan un súper mercado gourmet y un exclusivo gimnasio internacional, donde pueden realizarse rutinas dentro de las instalaciones y al aire libre, ya que cuenta con acceso al Bosque Los Colomos; Cinépolis, con su nuevo formato de salas; firmas extranjeras de decoración y diseño; Roof Top con un corredor gastronómico AAA de bares y restaurantes temáticos con espectaculares vistas a la zona de edificios de Puerta de Hierro y Bosque Los Colomos; el *food court* tiene una amplia terraza de vista panorámica a las áreas verdes; seguro y cómodo estacionamiento y valet parking.

### SERVICIOS

- Spa
- Salón de belleza
- Barbería
- Tintorería
- Bancos
- Tiendas de regalos
- Espacios *pet friendly*
- Valet parking
- Ludoteca

### PABELLÓN

Av. Acueducto 2380, Colinas de San Javier, 44666 Guadalajara, Jal.

☎ (33) 3611-1067 y 66

🌐 [www.galeriaspabellon.com](http://www.galeriaspabellon.com)

✉ [comercialización@galeriaspabellon.com](mailto:comercialización@galeriaspabellon.com)

TODOMÁS  
CERCA  
*de tí*



REAL CENTER

Av. Santa Margarita #3600  
esq. Calzada Servidor Público.

T. 13714982 - 13713899 - 13713994



# PLAZA TOSCANA

## SONRÍE

Plaza Toscana es un sitio creado para disfrutar de la Zona Real, en donde además de encontrar restaurantes, tiendas y servicios, es posible relajarse en un ambiente ideal para sonreír con los amigos o la familia.

Ya sea para comer, ir de compras, disfrutar

de un helado o simplemente pasear, Plaza Toscana es el lugar que hacía falta en una de las zonas más nuevas de nuestra ciudad. Espera a sus visitantes a partir de este mes, para que la conozcan y disfruten de las sorpresas que tiene preparadas para ellos.



INAUGURACIÓN  
· EN ·  
NOVIEMBRE



### TIENDAS

- Maison Paulette
- Pistones
- Don Miguelón
- Dairy Queen
- Viu
- Zao
- Le Garraf
- Tintorerías Dimar
- Real Spa
- Rock & Wok

### SERVICIOS

- Wi-Fi
- Estacionamiento
- Food court
- Área infantil
- Pet friendly



Paseo La Toscana 1200  
(esq. Servidor Público)  
Fracc. La Toscana, Zapopan, Jal.

- [www.plazatoscana.com](http://www.plazatoscana.com)
- [sonrie@plazatoscana.com](mailto:sonrie@plazatoscana.com)
- [/ plaza-toscana](https://www.facebook.com/plaza-toscana)
- [@plazatoscana](https://www.instagram.com/plazatoscana)

# JALISCO

*algo contigo*

*Tlaquepaque*

**México**  
VÍVELO PARA CREERLO  
[visitamejico.com](http://visitamejico.com)

\*Este programa es público ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido su uso para fines distintos a los establecidos en el programa.\*



SALVADOR Y ALEJANDRO

# LITC H V

EL VALOR DE EMPRENDER

Hace 19 años el padre fundó NICE, un negocio formado por más de  
700 mil familias que hoy lidera su hijo.

---

ENTREVISTA POR VICTOR BLANKENSE / FOTOGRAFÍA POR ANDRÉS D. LARSEN PHOTOGRAPHY





LA ENSEÑANZA DE MI PADRE FUE INCLUIRNOS EN EL NEGOCIO, DESDE MUY PEQUEÑOS NOS LLEVABA CON LOS OBREROS PARA QUE APRENDIÉRAMOS. DE LA MISMA FORMA YO LE PASÉ LA ESTAFETA A MI HIJO ”

SALVADOR LITCHI

**¿Cuál es la enseñanza más grande que se ha transmitido de generación en generación?**

**Salvador Litchi (SL):** La enseñanza de mi padre fue incluirnos en el negocio, desde muy pequeños nos llevaba con los obreros para que aprendiéramos. De la misma forma yo le pasé la estafeta a mi hijo, quien empezó a trabajar buscando solventar sus propios gastos. De esa manera tomó experiencia, aprendió de forma global sobre la fabricación, administración y ventas.

**¿Cómo le fue enseñando sobre el negocio a Alejandro?**

**SL:** He llegado a viajar hasta 200 días al año, muchas veces me acompañaba Alejandro, poco a poco fue tomando responsabilidades, y dirigiéndose a un público de muchas personas. En nuestro negocio considero que no somos grandes oradores, sin embargo compartimos experiencias y momentos, además de permitirle a los integrantes de nuestro equipo comercial que lo hagan ellos mismos. Tan pronto Alejandro sintió la seguridad de estar haciendo muy bien las cosas, nos dividimos los eventos, esto con el fin de enfocar mejor los mensajes sin tener que estarnos contrapunteando.

La historia de una empresa tapatía que en la actualidad ha traspasado fronteras, derribando los límites que las adversidades económicas del país le han planteado. Fue en el siglo pasado cuando Don Mateo Litchi, proveniente de Grecia, llegó a nuestro país con la idea de sembrar raíces prósperas de negocio y así sucedió: generó una familia que con sus enseñanzas y formación años más tarde se convertiría en un ejemplo para el sector empresarial y social del país.

PLAYERS of life, en su primera edición en Guadalajara, está de manteles largos con por la presente entrevista donde Salvador y Alejandro Litchi nos cuentan desde dentro lo que sucede en NICE, de dónde surge y hacia dónde va con una ideología muy clara.



## A 75 años de historia, ¿cómo mantienen un espíritu férreo emprendedor?

**SL:** Mi padre es el iniciador de esta historia, puso una fábrica de joyas en 1925, antes de la segunda guerra mundial, venía de Grecia como llegan todos los inmigrantes: lleno de ilusiones, pero con nada en el bolsillo. Empezó a vender en los mercados, y poco a poco fue creciendo. En 1975 decidió irse a vivir a EU y en ese momento liquidó todo, se acabó la fábrica y nos fuimos. Allá iniciamos un taller de nuevo, y posteriormente se convirtió en una fábrica. Muchos clientes en México nos buscaban, inclusive iban a Estados Unidos y nos compraban, para luego comercializar las piezas en México.

Nos dimos cuenta que de teníamos un mercado potencial descuidado y volvimos a poner un taller en México. Tal era la abundancia del negocio que la fábrica de Los Ángeles se convirtió en la más grande la Costa Oeste de Estados Unidos. Pero un buen día, un empresario decidido nos hizo una oferta muy tentadora para comprarnos

el negocio, en consejo se tomó la decisión y optamos por regresar a nuestro país y enfocarnos al mercado nacional, ese momento fue crucial para nuestra historia, tanto que hoy logramos exportar a 27 países.

## ¿Cómo surge NICE? ¿De qué manera se originó la idea de crear un negocio en red?

**SL:** En 1994, cuando el país vivió un momento muy difícil al enfrentar una crisis económica que marcó la historia, millones de familias había perdido todo, de ahí aparece la idea de crear un negocio que le brindara a los débiles la oportunidad de mejorar su situación, así apareció la opción de lanzar NICE.

Llevábamos nuestro producto al consumidor final directo de fábrica, y así a muchas personas les empezó a ir mejor vendiéndolo y a la par continuar realizando sus propias actividades. Hoy en día orgullosamente tenemos más de 700 mil familias que integran esta empresa.

## ¿Cuáles han sido los momentos más significativos para la compañía?

**Alejandro Litchi (AL):** El hecho de poder ayudar a personas que no tenían nada en su vida, y forjaron su futuro vendiendo nuestros productos, personas que te dicen que ya tienen la oportunidad comer todos los días, y sus hijos pueden ir a la escuela. Eso nos impulsa a continuar creciendo el negocio, por esas personas que ponen su confianza en nosotros.

## ¿Que filosofía imprimen en cada una de las personas que se suman a la familia NICE?

**AL:** Muchas veces la gente no cree que puede lograr las cosas, pero una vez que les enseñan y desmenuzas las posibilidades, se dan cuenta de que tenían un bloqueo mental que no los dejaba llegar a sus metas, el típico: “no se puede” o “es muy difícil”



“

MUCHAS VECES LA GENTE NO CREE QUE PUEDE LOGRAR LAS COSAS, PERO UNA VEZ QUE LES ENSEÑAN Y DESMENUZAN LAS POSIBILIDADES, SE DAN CUENTA DE QUE TENÍAN UN BLOQUEO MENTAL QUE NO LOS DEJABA LLEGAR A SUS METAS”

”

ALEJANDRO LITCHI

SALVADOR LITCHI:

---

## EXPERIENCIA QUE VALE ORO

**Como un reconocido hombre de negocios, ¿cuál fue el mensaje que compartió con Alejandro en la sucesión de la Dirección?**

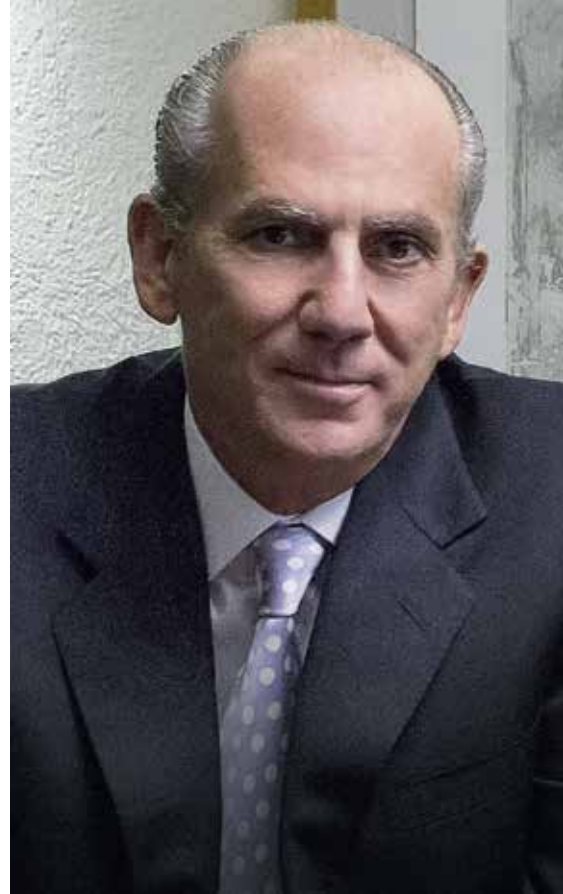
La Dirección de Alejandro ha sido muy significativa para la familia que forma NICE. Cuando tomó las riendas del negocio, la gente empezó a ver su disponibilidad y cómo sus ingresos iban mejorando, entonces se dieron cuenta de que conocía la empresa desde las entrañas y lo mejor: tenía una afinidad muy especial con la gente.

En su plan de negocio se instituyeron más beneficios para las personas, viajes y ganancias inmensas. La red llegó a ser global, sin límites ni fronteras, porque compartimos el negocio con las demás personas, dándoles una oportunidad y brindándoles la posibilidad de tener una excelente calidad de vida.

**¿Cómo se hizo pública la sucesión?**

Recientemente en un evento hicimos oficial el cambio de estafeta, sin duda y de forma muy comprensible la gente lo resintió en un principio, creían que NICE se podía acabar, pero les expliqué que el negocio había crecido 50% anualmente y esos resultados avalan el excelente desarrollo que la empresa ha tenido.

Me hice a un lado, porque vi que el equipo entrante tenía un plan renovado e ideas de la nueva era que era necesario aplicar. Actualmente soy miembro del Consejo Directivo, pero no estoy en la operación.



ALEJANDRO LITCHI:

---

## UNA NUEVA ERA

**¿Cómo generas empatía y unión con la marca por parte de todos los integrantes de la familia NICE?**

El 80% de nuestros clientes son mujeres, y en muchas ocasiones se suman sus esposos para formar un negocio familiar. También jóvenes empresarios se unen, dando resultados increíbles, cambiando la mentalidad de muchas personas, quienes viran del empleo convencional o un negocio pequeño, a la estructura de NICE que los apoya. Tengo una frase muy clara y concreta: “La mesa está puesta, sírvete lo que quieras”. En cada una de nuestras visitas al equipo comercial les damos tips de cómo mejorar las ventas, les enseñamos que la mejor forma de cerrar una negociación es con el ejemplo, o mejor dicho, no vender, sino mostrar cómo lucen las piezas.

**¿Han incursionado en la comercialización de otros productos?**

Hemos empezado a diversificar, incursionando en otras áreas. Nos dimos cuenta de que la salud importa mucho, de esa manera completamos el ciclo de la belleza por fuera y por dentro, cuidando su peso por medio de los tés y otros productos como vitaminas, desintoxicantes y omega.



# What's your Brooks Brothers story?

"MY VISIT TO THE  
WHITE HOUSE..."

Tony Goldwyn



*Brooks Brothers*

Every day is an event. We dress you for  
the occasion. Share your Brooks Brothers story  
at [brooksbrothers.com/stories](http://brooksbrothers.com/stories)

#MyBrooksBrothers

THE ORIGINAL AMERICAN BRAND

ANTARA FASHION HALL • PARQUE DELTA • PASEO INTERLOMAS • VÍA SANTA FE • PASEO ARCOS BOSQUES • TOREO PARQUE CENTRAL  
LA TSLA • CANCÚN • ANGELÓPOLIS • PUEBLA • PASEO SAN PEDRO • MONTERREY • PLAZA SAN LUIS • SAN LUIS POTOSÍ  
ANTEA • QUERÉTARO • ANDARES • GUADALAJARA

# GENIOS DE LA



# MERCA DOTE C A D O E C O N O M I A

“*Mercadotecnia: proceso de planeación, ejecución y conceptualización de precios, promoción y distribución de ideas, mercancías y términos para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y de las organizaciones*”

American Marketing Association (AMA)

Por Mariana Ramírez

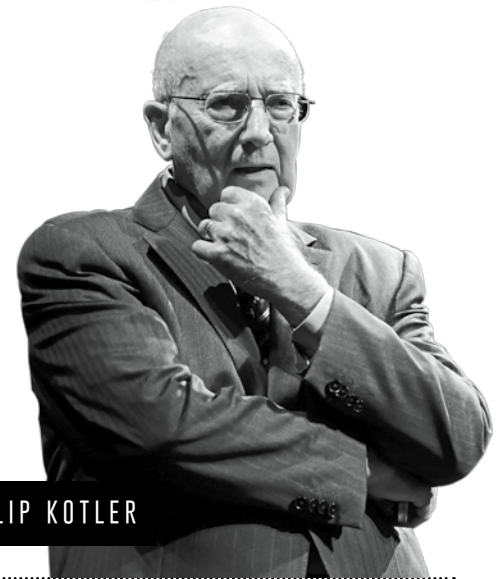


a mercadotecnia ha existido desde que surgió el interés de promover mercancías y servicios, así que a partir del trueque se aplicó para convencer a los posibles clientes. Pero de mediados del siglo XX a la fecha, su evolución ha sido enorme, adquiriendo el carácter de ciencia y técnica, con estrategias basadas en profundos y especializados estudios, con los cuales se generan las más exitosas técnicas para llegar al mercado meta.

En esta evolución la mercadotecnia ha encontrado en los medios los canales indispensables para llegar a los consumidores, que esperan satisfacer sus necesidades cada vez con mayor exigencia, pues como afirma Philip Kotler, padre de la mercadotecnia mo-

terna, ésta es “la actividad humana dirigida a satisfacer necesidades, carencias y deseos, a través de procesos de intercambio”.

Cotidianamente todos estamos en contacto con algún aspecto de la mercadotecnia: vemos publicidad, compramos y vendemos, somos sujetos de la promoción y la distribución... Precisamente la mercadotecnia se constituye por la interrelación de dichas actividades, hecho que la convierte en un elemento fundamental para quienes participan en cualquier aspecto de la economía, y por supuesto, con mayor énfasis para las empresas de cualquier dimensión y giro, y quienes las dirigen.



PHILIP KOTLER

## MERCADOTECNIA EN MÉXICO

1940-1950

### MERCADOTECNIA MASIVA

Inicios de la televisión, y auge del radio y el periódico. Marcas patrocinando programas dirigidos a una audiencia general, intercalando largos anuncios de sus productos.



1960-1970

### MERCADOTECNIA DE SEGMENTOS

Cambios sociales generaron una mayor distinción entre la población (sobre todo los sectores juvenil y femenino), motivando la creación de estrategias de mercado difundidas en espacios y medios específicos.



1980

### MERCADOTECNIA DE NICHOS

Crisis económicas y financieras motivaron a las empresas a recurrir a la mercadotecnia para lograr una distinción en el mercado y ser elegidos por los consumidores.



1990

### MERCADOTECNIA PERSONALIZADA

La incorporación del Tratado de Libre Comercio estimuló las exportaciones y el país entró en una etapa de modernización, que unida a los avances tecnológicos (internet y bases de datos), consideró múltiples detalles en la conducta de compra.

2000 EN ADELANTE

### MERCADOTECNIA EXPERIENCIAL

A partir del siglo XXI, con la globalización y la evolución tecnológica, los recursos mercadológicos han descubierto que los consumidores buscan que sus adquisiciones de productos y servicios sean una experiencia completa.



# CIFRAS RECIENTES DE INVERSIÓN EN MEDIOS

Previsión de ingresos publicitarios mundiales para 2015: los dueños de medios tendrán un aumento de

## 48%

equivalente a

## 536 MIL MDD

Magna Global (unidad global de estrategia de medios de IPG Mediabrands)

La inversión publicitaria televisiva en México se reparte entre Televisa (canales 2 y 5) y TV Azteca (canales 7 y 13), con

## 60% y 40%

del total, respectivamente.

DataCheck

Top 5 magazine brands Audiencia mensual (a diciembre 2014)

- 1. PEOPLE:** 72 MILLONES 711 MIL
- 2. ALLRECIPES** 52 MILLONES 634 MIL
- 3. BETTER HOMES & GARDENS:** 51 MILLONES 555 MIL
- 4. FORBES** 42 MILLONES 143 MIL
- 5. TIMES** 40 MILLONES 20 MIL

The Association of Magazine Media (MPA)

Cerca de

## 145 MIL MDP

fue la inversión por publicidad y comunicación en medios registrada en 2014, cifra que representa.

## 0.75%

del PIB nacional.

Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP)

Cada vez más mexicanos acceden a la TV de paga: a octubre de 2014 eran

## CUATRO DE CADA DIEZ

por lo que es un medio muy atractivo para la inversión publicitaria.

Lamac

Del 2013 a junio del 2014, en México

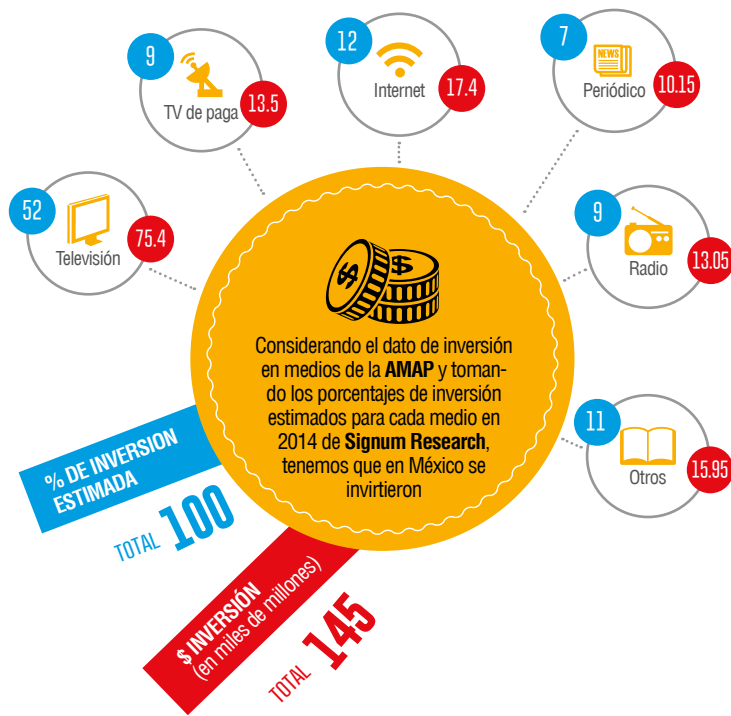
## 59.2 MILLONES

de personas utilizaban internet, representando

## 52%

de penetración; nueve de cada 10 cibernautas están en redes sociales.

IAB México, PWC y Terra



La radio, en conjunto con la TV abierta, es el principal medio masivo de comunicación; se espera que en él la inversión crezca un promedio de

## 2.8%

en el periodo 2013-2015.

Signum Research

En 2014 el consumo de revistas creció

## 9.3%

en comparación con 2013. La audiencia global de compradores de revistas fue de

## 1.6 MILLONES

The Association of Magazine Media (MPA)

Pese a las crisis económicas y la modificación de hábitos de consumo de los medios tradicionales frente a otras tecnologías, la radio ha conservado alrededor de

## 9%

de la inversión publicitaria en los últimos años.

El Universal

Como medio publicitario se estima que en el periodo 2014-2015 la inversión en internet tenga una variación promedio de crecimiento de

## +22.1%

Signum Research

# FUENTES

[economista.com.mx](http://economista.com.mx) / [signumresearch.com](http://signumresearch.com) / [mercadotecnia.portada-online.com](http://mercadotecnia.portada-online.com) / [merca20.com](http://merca20.com) / [informador.com.mx/economia](http://informador.com.mx/economia) / [arvm.mx](http://arvm.mx) / [eluniversalmex.com](http://eluniversalmex.com) / [www.uovirtual.com.mx](http://www.uovirtual.com.mx) / Magazine Media 360° Brand Audience Report Reveals Dynamic December, The Association of Magazine Media (MPA)

.....  
▶  
**ATRÉVETE**  
**A**  
**VIVIRLO**  
.....

**GLOBO AEROSTÁTICO**





↑ Equipo esferacc

# esferacc

HECHO A MANO

Una agencia FIA (*fully-integrated agency*) que desarrolla marcas y la comunicación de sus estrategias, donde cada proyecto representa un nuevo reto, único y apasionante, lo cual precisamente es su clave. Su experiencia recorre más de 11 años en la industria, ha contado con y se

suman clientes en diferentes ciudades del país. Esta agencia tapatá ha aprendido que cada marca es única y que todos los proyectos tienen sus propios desafíos o problemas a resolver, así como sus tiempos concretos, y en gran medida el resultado depende de la entrega que ponen en él.

## PENSAMIENTO ESTRÁTEGICO



PROFUNDO  
ENTENDIMIENTO

=



BUENOS  
RESULTADOS

“En Esferacc sabemos que no hay buenas ideas sin una sólida estrategia detrás. Toda creatividad debe emanar de un profundo entendimiento del problema o reto a resolver. Para lograr los resultados esperados, se debe crear a partir de bases sólidas”



# PERSONAS QUE HACEN EQUIPO EQUIPO QUE HACE PERSONAS

## CASO DE ÉXITO



### SOMOS NUESTRAS MARCAS

Cada marca para la que esferacc trabaja se transforma en parte vital de la vida de cada uno de sus colaboradores.

“Nos esforzamos arduamente por ser expertos en café, grandes catadores de tequila, extraordinarios compradores y hábiles desarrolladores, porque sabemos que para comunicar una marca tienes que entenderla, vivirla, sufrirla y encarnarla, hacerla tuya y tú ser ella”.

#### Somos nuestras marcas, esferacc



**1** SUMA DE TALENTOS

**2** TRABAJO DE LA MANO DEL CLIENTE

**3** EQUIPO DE PROFESIONALES Y EXPERTOS

**4** SER HUMANO SER DIFERENTE

esferacc tiene muy claro que el éxito depende de la suma de talentos, así que trabaja profesionalmente de la mano de sus clientes para hacer crecer el valor de sus marcas. Su equipo está conformado por directivos, *planners*, creativos y diseñadores, profesionales y expertos, que también son padres, hijos, esposos y amigos, y es justo eso lo que los hace diferentes.



↑ Equipo esferacc

**esferacc**

Ottawa 1680, Col. Providencia  
Guadalajara, Jal.

☎ (33) 3817-3000  
🌐 www.esfera.cc

📱 /esferamexico



↑ **BASIKO**, Directivos

# BASIKO

## INGENIERÍA CREATIVA

**N**acida de la mente de dos jóvenes emprendedores jaliscienses, Basiko ha sabido reunir el talento, el gran ingenio y creatividad para crear una agencia como ninguna. Esas mismas ganas de hacer más, los han llevado a ser la agencia más joven en establecer lazos

con la AMAP, entre otros logros que se reflejan en proyectos con sello único y clientes satisfechos. Su gran trabajo ha hecho posible que crucen la línea hacia nuevos horizontes, tanto en México como en Estados Unidos.

### PENSAMIENTO ESTRÁTEGICO



**INGENIERÍA CREATIVA** se resume en metodología única de trabajo e imaginación con grandes resultados

# ↓ CINCO OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA

## CASO DE ÉXITO



### ASEGURA LO QUE MÁS QUIERES

OBJETIVO PRINCIPAL: *ENGAGEMENT* CON BAJO PRESUPUESTO  
 AÑO: 2014  
 DURACIÓN: 2014-ACTUAL

Basiko aceptó tomar este reto ejecutándolo con gran habilidad, al construir un mensaje sobre el cuidado de la vida, a través del luchador La Parka. Con ello, la pelea vida vs muerte tuvo un impacto inigualable en medios digitales e impresos.

1



POSICIONAMIENTO DE LA MARCA

2



DIFERENCIACIÓN DE LA COMPETENCIA

3



COMUNICACIÓN CON PRESUPUESTO LIMITADO

4



CONCIENTIZAR AL MERCADO META

5



ATACAR A UN MERCADO DESATENDIDO POR LOS SEGUROS DE VIDA



Guadalajara  
 Periférico Poniente 10333, Parque Industrial  
 El Colli, 45069 Zapopan, Jal,  
 ☎ (33)1380-4141 y 3915-7511

DF  
 Av. Ejército Nacional 843-B, Del. Miguel  
 Hidalgo, Antara Polanco 11520 México, DF  
 ☎ (55) 8000-2367

🌐 www.basiko.mx  
 📘 /Basiko.mx  
 📱 @BASIKO  
 📺 /basikomx



### EQUIPO AMPLIADO



**Director General**  
- Alejandro Rodríguez Alvidrez



**Dirección de Planeación**  
- Javier Silva Ruiz



**Dirección de Nuevos Proyectos**  
- Karla Brito



**Dirección Creativo**  
- Enrique Javier Bennetts Pérez



**Dirección de Arte**  
- Jessica Becerra



**Gerente de Medios**  
- Jorge Ramírez



**Gerente Administrativo**  
- Ma. Eugenia García Hernández

### EQUIPO DE TRABAJO



**Ejecutiva de Cuenta Senior**  
- Diana García Esparza



**Planner Senior**  
- Priscilla Sarabia Harper



**Diseñadora**  
- Marleny Hernández



**Diseñadora**  
- Daniela Fernández Moguel



**Diseñadora**  
- Estefanie Rodríguez de la Peña



**Ejecutivo de Medios**  
- Sergio González Garibay



**Ejecutivo Digital**  
- Jonathan Galaviz

transforma

↑ Alquimia

# ALQUIMIA

## TRANSFORMA

## CASO DE ÉXITO →

### ESTAMOS DONDE MENOS LO IMAGINAS

**OBJETIVO PRINCIPAL:** MANTENER O AUMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO EN UN AÑO (2014-2015) Y AVANZAR CINCO POSICIONES EN LA RECORDACIÓN DE MARCA DEL USUARIO FINAL EN TRES AÑOS (2014-2017)  
**DURACIÓN:** UN AÑO  
**AÑO:** 2014-2015

La industria de aceites, aditivos y lubricantes ha sufrido por la caída del precio del petróleo y la revaluación del dólar. La estrategia se basó en dejar de hablar de automóviles y tecnología, para presentar a Akron como una marca de carácter global, que incide en el desempeño de muchas otras industrias que operan con altos estándares de calidad.

**O**rganización integrada por más de 18 áreas de servicio, cada una dirigida por un especialista en mercadotecnia, comunicación e innovación, orientada a lograr objetivos estratégicos de las empresas con las que colabora.

Con más de 17 años y presencia en el DF, Guadalajara y Las Vegas, Nevada, ofrece servicios de Branding, Diagnóstico, Inteligencia de Mercados, Planeación Estratégica, Creatividad, Diseño, Producción Audiovisual e Impresa, Marketing Digital y Experiencial, Medios Digitales, Central de Medios, Mercadotecnia Relacional, Relaciones Públicas e Impacto Mediático, Capacitación, Producción de Eventos, Desarrollo de Modelos de Valor (con base en innovación), Marketing One by One y Media Content.

↓ Diferentes aplicaciones, Productos Akron



Av. La Paz 2572, Col. Arcos Sur, 44130 Guadalajara, Jal.

☎ (33) 3615-8138 y 5628  
f /Alquimiag  
e @Alquimiagmx  
www.alquimiag.com



↑ Lucky Ideas

CASO DE

# ÉXITO



## TEC LLEGA LEJOS

**OBJETIVO PRINCIPAL:**  
CAPTACIÓN DE ALUMNOS  
**DURACIÓN:** DOS MESES  
**AÑO:** 2013

Utilizando las redes sociales se lanzó una campaña para masificar la filosofía del Tec de Monterrey: "Creemos que todo puede cambiar", invitando a los futuros universitarios a compartir su respuesta a la pregunta ¿Tú cómo cambias al mundo? En solo 60 días se logró que 913 participantes recorrieran 52 millones 453 mil 228.12 kilómetros alrededor del mundo con ocho mil 678 posts en Facebook.

Los medios en que la campaña tuvo presencia fueron Facebook Ads, Google Adwords, algunas inserciones en prensa regional (Grupo Reforma), actividades afuera de las escuelas (preparatorias), medios internos dentro de 22 campus del Sistema Tec, banners digitales y página de internet.

↓ Campaña digital, Tec Llega Lejos



# LUCKY IDEAS

FUCK YOU WE CAN FLY

Un equipo joven que busca dejar huella en la escena de la publicidad tapatía. Todo nació en el mes de julio del 2010, con un *pitch* por la cuenta de Tequila Cabrito, donde un mes de desveladas y presentaciones finalmente les abrieron las puertas de todo Casa Centinela. Sus servicios se basan en la creatividad con estrategia, pues de nada sirve un producto creativo que no cumpla con el *brief*, las necesidades del cliente y el gusto del consumidor. Entre sus principales clientes destacan Pepsi (mercadeo deportivo y de entretenimiento), Quesos Navarro, Casa Centinela y Cervecería Minerva.

Francisco Frejes 175  
Col. Ladrón de Guevara  
44650 Guadalajara, Jal.

☎ (33) 3165-1477 y 1480  
✉ luckyme.mx  
f / LuckyIdeasMX  
t / luckyideas





↑ Grupo KP

# GRUPO KP

**PUBLICIDAD Y MARKETING  
CON RESULTADOS**

**T**odos necesitamos vender... productos, ideologías, creencias, sueños. Pero no todos sabemos cómo hacerlo, millones de dólares se invierten sin resultados en el intento vano de vender. Por eso a Grupo KP le complace generar ventas, motivar compradores, tener clientes satisfechos y poder dar tantas buenas noticias de ellos. Ha vendido durante 25 años, sin dejar de estar en movimiento, a diario inmerso en nuevos y desafiantes proyectos. Hoy se avoca a que sus clientes tengan publicidad y marketing con resultados, desarrollando para sus marcas ideas novedosas, estrategias exitosas y generando ventas. Grupo KP está conformado por Tequila Films, KP Central Media, Medios Con Sentido, Marketing que sí Vende, KP Investiga, Brandhome y KP Print.

↓ Diversas campañas, Grupo KP



GRUPO **KP**

México, DF

Homero 716 Esq. Aristoteles, Col.

Polanco Cp. 11550, México DF

☎ (55) 29744900

📍 /GrupoKP

Guadalajara

Av. Los Pinos 300, Col. Lomas

del Valle 45120 Zapopan, Jal.

☎ (33) 3124-0198

🌐 www.kp.com.mx





↑ Mindgroup

# MIND GROUP

## CONCEPTOS QUE TRANSFORMAN MARCAS

**E**s una agencia integral de mercadotecnia. Crea, administra y comunica experiencias publicitarias y digitales para las mejores marcas a nivel mundial (Hersheys, Andares, Akron, C&A, Tequila Pueblo Viejo, Alejandro Fernández y Santé Organique, entre otros) mediante su estrategia Concept Marketing, que conceptualiza las verdaderas ventajas competitivas de cada marca y las comunica exitosamente al consumidor. Está conformada por un gran equipo de estrategias y creativos enfocados en dar soluciones que ayuden al crecimiento exponencial de sus clientes.

### CASO DE ÉXITO →

#### AFEITANDO AL POTRILLO

**OBJETIVO PRINCIPAL:** GENERAR UN VÍNCULO EMOCIONAL EL CUAL POSICIONARA AL POTRILLO COMO UNO DE LOS ARTISTAS MÁS ATRACTIVOS Y QUERIDOS DE AMÉRICA LATINA.  
**DURACIÓN:** DOS MESES  
**AÑO:** 2015

Se desarrolló una campaña digital de comunicación y la dinámica para afeitar a Alejandro Fernández. Generó un gran impacto en toda América, teniendo como principales medios informativos a: *People*, Televisa, TV Azteca, Univisión, *Hola* y muchos artistas pasando la voz. Un gran caso de éxito, ya que no se utilizó ningún tipo de publicidad pagada.

↓ Campaña digital, Afeitando al Potrillo



Ernest Hemingway 393, Col.  
Vallarta Universidad  
Zapopan, Jal.

✉ a.pelayo@mindgroup.mx  
🌐 www.mindgroup.mx  
📌 /mindgroup

☎ (33) 3070-4972



# ¿QUIERES ADELANTAR A TUS RIVALES?

## ¡CAMBIA DE ESTRATEGIA!

PRUEBA EL MARKETING DIGITAL DE COLATERAL  
LA FUERZA MOTRIZ QUE CONDUCE TU MARCA AL PODIO

**colateral**<sup>®</sup>  
Advanced Marketing

El equipo de marketing estratégico, con más de 15 años de experiencia en el mercado.

DRIVE YOUR BRAND BY COLATERAL



Investigación



Estrategia



Creatividad



Diseño



Implementación



Marketing Digital



Inbound Marketing



T. 52 + 33 36303391 / 97  
[www.colateralmkt.com](http://www.colateralmkt.com)

¡Que no te agarren en curva, dale a tu marca la dirección que necesita!



↑ Cerocuatro

# CERO CUATRO

ENFOQUE EN LOS OBJETIVOS DE  
NEGOCIO DE LAS MARCAS

**E**s una agencia de comunicación que nació hace 15 años en Guadalajara y cuyos principales activos son sus clientes y su equipo de colaboradores, formado por cerca de 40 personas. Su estructura es multidisciplinaria, con un modelo de desarrollo de marcas en función no solo de sus objetivos de comunicación, sino de sus objetivos de negocio. Para lograrlo son esenciales desde el primer momento el entendimiento del entorno y la visión de negocio por parte de la agencia. Ha trabajado para marcas como Gatorade, Tequila Cazadores, Bacardi, Brandy Torres, Perdura y Grupo Pepsico, con la visión de construir relaciones a largo plazo con sus clientes, capitalizando el conocimiento de marca adquirido.

## CASO DE ÉXITO →

PERDURA A  
PRUEBA DE TODO

OBJETIVO PRINCIPAL:  
CONSOLIDAR A LA MARCA COMO  
LÍDER EN EL MERCADO  
DURACIÓN: UN AÑO  
AÑO: 2015

Para generar un mayor posicionamiento en el usuario final de pegapisos, juntadores y adhesivos, se creó una campaña donde se sometía a los productos Perdura a pruebas extremas, las cuales consistieron en que Super Porky, un sumo y un jugador de americano intentaran despegar un piso pegado con Perdura. Al poco tiempo de su lanzamiento, la campaña logró un *awareness* superior al de años anteriores, generando una empatía positiva con el mercado. Apareció en espectaculares; vallas fijas, móviles y electrónicas; prensa, suplementos, revistas y redes sociales.

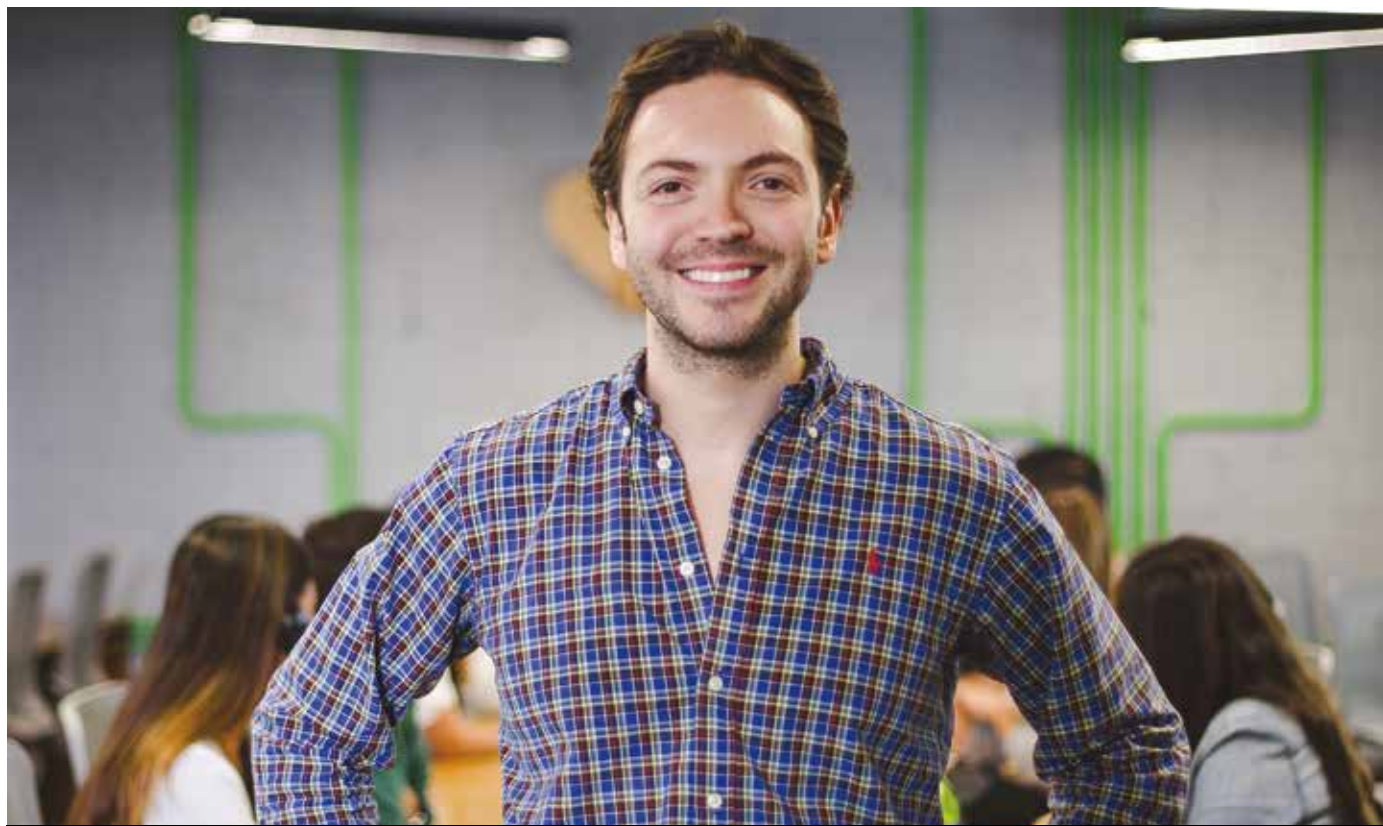
↓ Campaña multiplataforma, Perdura a prueba de todo



CEROCUATRO  
motor creativo

(33) 3616-0404  
www.cerocuatro.com

hola@cerocuatro.com  
/cerocu4tro  
@cerocu4tro



↑ Contacto

CASO DE  
**ÉXITO** →

**LA CANIJA DE  
BAILEYS**

**OBJETIVO PRINCIPAL:**  
REPOSICIONAR Y GENERAR ENGA-  
GEMENT CON UN MERCADO JOVEN

**DURACIÓN:** UN AÑO  
**AÑO:** 2013

Campana multiplataforma que promovió el *perfect serve* de Baileys con café y aumentó el *share* de venta, reposicionando a la marca en las primeras opciones de su categoría. Fue implementada en medios BTL, ATL, centros de consumo y estrategias de *social marketing*.

↓ Campaña multiplataforma, Guadalajara, Jalisco






# CONTACTO

**E**s una agencia de comunicación integral con más de siete años en el mercado. A través de ideas creativas enfocadas en estrategias de marca, experiencias digitales, desarrollo web, diseño de marca, comunicación no convencional y producciones audiovisuales, se ha catalogado como una de las mejores opciones en la industria publicitaria, logrando un fuerte vínculo emocional entre el consumidor y la marca.

Algunas de las cuentas que han depositado su confianza en Haz Contacto son Johnnie Walker, Captain Morgan, Baileys, Mercedes-Benz, Audi, Grupo Antromex y Solido, entre otras.

 **contacto**

Av. Circunvalación 1471, int. 3B  
Col. Lomas del Country

 (33)2014-6211  
 [www.hazcontacto.com](http://www.hazcontacto.com)  
 /Contacto BTL



↑ Alicia

# ALICIA

COMUNICACIÓN + ESTRATEGIA + DISEÑO

## CASOS DE ÉXITO →

**Rafa Márquez**  
Diseño de marca y campaña de lanzamiento 2010

**Juan of de dead**  
Campaña, Cannes 2010

**SuBire**  
Diseño de marca y campaña 2010 a 2015

**Pig Pearls**  
Fotografía y Aplicaciones

Es la evolución de Derbunker, agencia de comunicación surgida en Guadalajara en el año 2002. Alicia es un modelo de trabajo que incorpora la comunicación, estrategia y diseño, así como el desarrollo de ideas y espacios de *co-working*.

Inició como una empresa de *garage*, y en poco tiempo ganó terreno en el ámbito nacional, debido al resultado de sus campañas. A los cinco años de trayectoria había desarrollado campañas en México, Italia, Francia y EU.

A 13 años de su comienzo, hoy Alicia genera una nueva apuesta, abriendo sus puertas a emprendedores que busquen desarrollar ideas de alto impacto, al igual que a empresas y marcas cuyo objetivo es transformar de manera positiva su entorno.

↓ Diversas campañas, Alicia



ALICIA

DERBUNKER

(33) 3630-3678 y 2015-5681  
www.bkr.com.mx

www.correalicia.com  
/ DERBKR

¿Y tú qué esperas?  
¡Exijamos un cambio!



Jalisco Estado de México Distrito Federal

#PlenoCiudadano

↑ Campaña, #PlenoCiudadano

CASO DE  
**ÉXITO** 

#PLENOCIUDADANO

La revolución digital está transformando el entorno. Ante esta nueva realidad Propulsar creó #PlenoCiudadano, una herramienta tecnológica gratuita para todos los ciudadanos, que desde hoy vincula a los mexicanos con los senadores y diputados federales para conocer su agenda, trayectoria, desempeño, transparencia y actividad legislativa. Puede descargarse gratis en Google Play / App Store, para participar y transformar a México.

↓ Propulsar: Rodrigo Pérez, Director General



Libertad son algo... ad... democracia

# PROPULSAR

UNIMOS TECNOLOGÍA Y COMUNICACIÓN  
PARA TRANSFORMAR COMUNIDADES

Empresa de consultoría, ejecución y comunicación de proyectos que nació en 2008 con la vocación de transformar al país mediante tecnología y conocimiento. Sus principales servicios son Estrategias de Marketing Online, eCommerce, Comunicación Online, Diseño y Gestión de Identidad Corporativa, Diseño Editorial, Diseño Gráfico, Producción Audiovisual, Política Pública Digital, Estrategia de Telecomunicaciones, Administración de Proyectos Digitales, Conectividad Social, Índices Digitales, Big Data y Análisis Geoespacial. Entre sus principales clientes se encuentran: Heineken, Corona, Inditex, Iteso, Axa, Presidencia de la República, Gobierno del Estado de Jalisco, Gobierno del Estado de Guerrero y Gobierno del Estado de Sinaloa.



**Guadalajara**  
Rayo 2775, Jardines del Bosque  
44520, Guadalajara, Jal.  
☎ (33)1955-1647 y 1812-4401  
🌐 www.propulsar.com.mx

**México, DF**  
Sinaloa 31, Col. Roma  
Del. Cuauhtémoc, 06700, México, DF  
☎ (55) 6725-6638  
f /Propulsar  
t @Propulsar



↑ **Pixelcuatro:** Alejandro Vergara y Guillermo Verduzco  
La agencia tiene como proyectos *in house* su escuela de diseño Design S'cool y Club Empresarial, con sede en el Tec de Monterrey Campus Guadalajara

# PIXEL CUATRO

BRANDING WORKSHOP

## CASO DE ÉXITO →

LANZAMIENTO  
PASTA YEMINA  
(GRUPO HERDEZ)

**OBJETIVO PRINCIPAL:**  
LANZAMIENTO DE LA MARCA EN  
MEDIOS DIGITALES  
**AÑO:** 2014- 2015

Creación del sitio web [www.yemina.com.mx](http://www.yemina.com.mx) y de la campaña en redes sociales de La Feria Ganadora Yemina. Se hizo una plataforma de juegos desde el Facebook de la marca, donde el cliente ganaba premios en efectivo cada semana. Esta campaña se replicó en televisión con programas de concursos. También se diseñaron e implementaron activaciones en puntos de venta, llevando a celebridades locales de televisión a cocinar Pasta Yemina, la pasta perfecta que a todos les encanta.

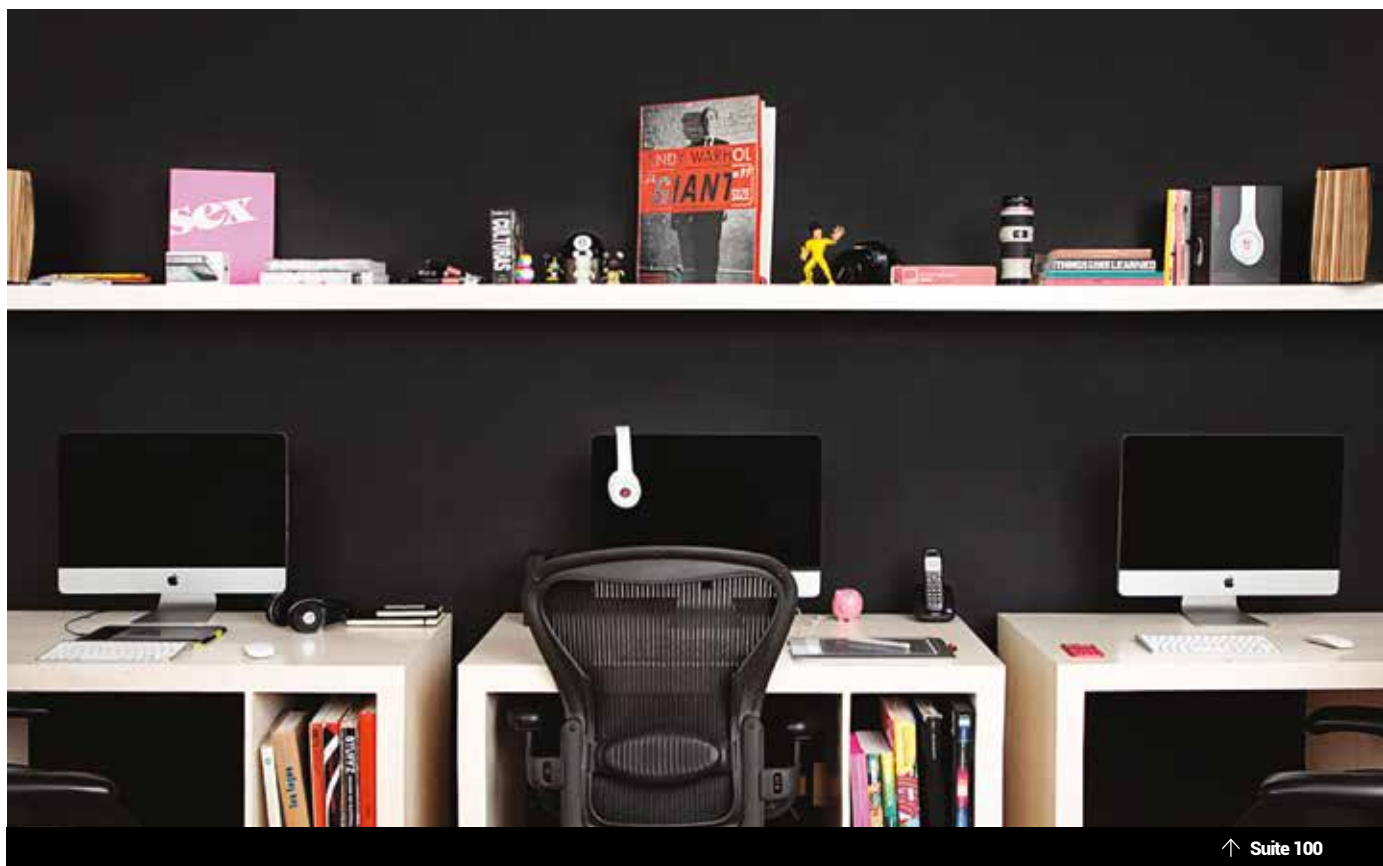
La agencia comenzó en agosto de 2009, especializada en la creación y desarrollo de marcas. La encabezan Guillermo Verduzco y Alejandro Vergara. Desarrolla estrategias creativas de comunicación para sus clientes. Busca ofrecer un balance perfecto entre un taller de diseño y la consultoría creativa para negocios. Marketing digital, aplicaciones web, diseño de imagen corporativa y sus aplicaciones, producción de eventos de marca, aunado a un servicio personalizado, la convierten en una agencia 360 grados para el desarrollo de proyectos y campañas integrales. Ayuda a la creación e implementación de los sueños de sus clientes, entre los que se encuentran Grupo Herdez, Kenworth, Tec de Monterrey, Vitamin Water, Centro Médico Puerta de Hierro, Continental, Misutex y Más Protección.

### ↓ Campaña digital, lanzamiento pasta Yemina



Av. Naciones Unidas 5553  
Interior 102  
Col. Vallarta Universidad  
45110 Zapopan, Jal.

☎ (33) 3620-4277  
🌐 [www.pixelcuatro.com](http://www.pixelcuatro.com)  
📘 /pixelcuatro  
📧 @pixelcuatro  
📱 @ pixelcuatro



↑ Suite 100

**OBJETIVO PRINCIPAL:**  
INCREMENTAR AWARENESS DE LA  
MARCA PREVIO AL LANZAMIENTO  
**DURACIÓN:** DOS MESES  
**AÑO:** 2013

**THE ALL NEW  
MAZDA 3**



CASO DE  
**ÉXITO**

# SUITE 100

BRAND, ADVERTISING, CONSULTING

Para uno de los lanzamientos más esperados, The All New Mazda 3, se desarrolló una campaña digital en redes sociales basada en el concepto “Emoción Urbana”, que culminó en un gran evento donde más de 600 personas disfrutaron de esta asombrosa presentación. El resultado: un incremento en el flujo de personas al piso de ventas, y varias unidades vendidas previo y durante el evento.

Cuidando la calidad hasta en el más mínimo detalle de sus proyectos, generan relaciones significativas y duraderas entre las marcas de sus clientes y la audiencia.

Suite100 es una agencia especializada en la creación de estrategias y conceptos creativos de marca. Han desarrollado programas integrales de *branding* para distintos clientes locales, nacionales e internacionales, ayudándolos a generar nuevas oportunidades de negocio y consolidando sus marcas en el mercado.

Desde hace más de 10 años han implementado una rigurosa metodología de trabajo basada en investigación, observación y conocimiento profundo del consumidor; la cual les ha permitido desarrollar relaciones a largo plazo con sus clientes.

↓ Evento de lanzamiento, The All New Mazda 3



 (33) 1523-7388  
 [www.suite100.com.mx](http://www.suite100.com.mx)

Cenit 1147, Residencial del  
Bosque, Guadalajara, Jal.

 **Suite100**<sup>®</sup>  
Brand | Advertising | Consulting

# EN JALISCO

Hay más de 17 mil escuelas de todos los niveles.

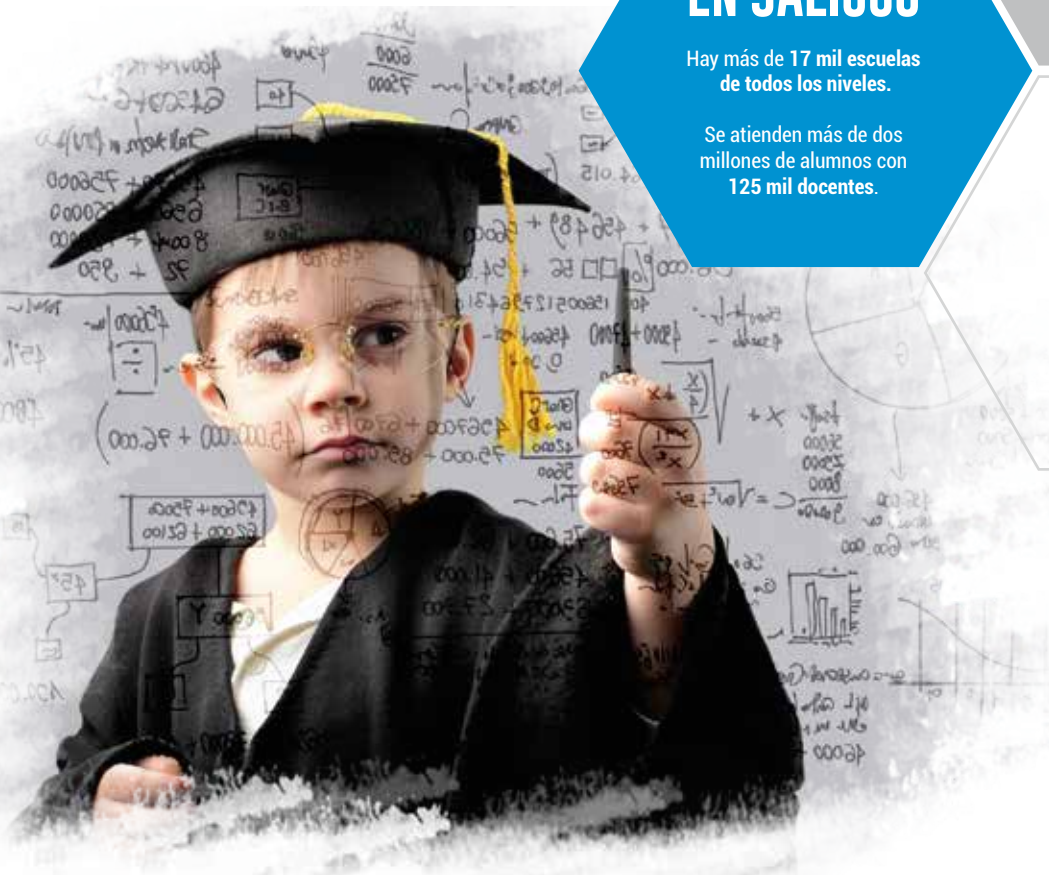
Se atienden más de dos millones de alumnos con 125 mil docentes.

# EDUCACIÓN EN MÉXICO

## INDICADORES Y COBERTURA

### PANORAMA NACIONAL

Todos coincidimos en que la educación es clave en el desarrollo económico de la sociedad. En nuestro país la cobertura educativa entre la población de cinco a 14 años es universal y atiende a más de 35.2 millones de niños. Tan solo en el 2014 21.6% de los gastos del Gobierno se dedicó a este rubro, con una inversión récord de más de 47.3 mil millones de pesos.



## NIVEL EDUCATIVO

	ESCUELAS	ALUMNOS	DOCENTES
● Preescolar	5,399	316,726	316,726
■ Primaria	5,934	942,177	942,177
▲ Secundaria	2,079	450,204	450,204
◆ Profesional Medio	21	11,775	11,775
▬ Bachillerato	1,079	297,462	297,462
◆ Educación Superior	341	258,149	258,149

● Al concluir el ciclo 2013-2014 el porcentaje de deserción general fue de solo 2.9%.

● Uno de cada tres estudiantes de secundaria ingresa al bachillerato, según datos de Mexicanos Primero.

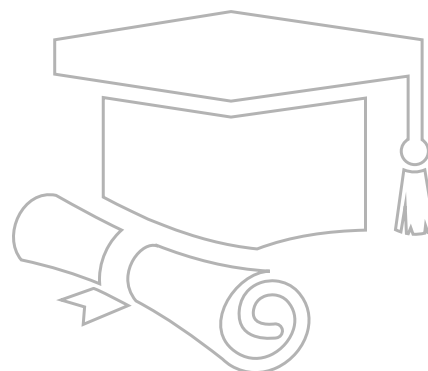
● El alumnado de bachillerato con mayor deserción se reportó en Guadalajara (22% de la incidencia), sin embargo el problema también se presenta en los municipios de Tonalá y Tlajomulco (20%), seguidos de Tlaquepaque y Zapopan (15%).

## PRINCIPALES CIUDADES

	ESCUELAS	ALUMNOS	DOCENTES
● Guadalajara	228	90216	5643
■ Zapopan	207	71306	4392
▲ Tlaquepaque	71	34363	1817

### FUENTE:

Resumen Estadístico 2015 de la Secretaría de Educación de Jalisco





# EDUCACIÓN EJECUTIVA

Los programas de educación ejecutiva tienen el objetivo de acrecentar la experiencia de profesionales que ya cuentan con una trayectoria en su área de especialidad, que además de adentrarse en algún tema particular, compartan sus vivencias, en un ambiente de aprendizaje estimulante, cómodo y enriquecedor.

Las propuestas de estos programas abarcan enfoques en la administración general, el desarrollo personal y las habilidades del liderazgo, al igual que otros dirigidos a disciplinas como ventas, finanzas, manufactura o recursos humanos, y algunos más centrados en una industria (por ejemplo, telecomunicaciones).

Actualmente las instituciones educativas se interesan en atraer estudiantes internacionales, para agregar a todas sus ventajas y aprendizaje, el ingrediente de la multiculturalidad.

Quienes integran los cuerpos docentes de estos programas normalmente han sido consultores de negocios, compartiéndoles a los estudiantes el conocimiento y las aplicaciones prácticas de su trabajo.

## RECOMENDACIONES AL ELEGIR UN PROGRAMA DE EDUCACIÓN EJECUTIVA



Pensar detenidamente acerca de los objetivos profesionales que se desean alcanzar.



Distinguir claramente las fortalezas que deben desarrollarse y las debilidades que es necesario superar.



Considerar el patrocinio por parte de la empresa en que se colabora.



Tener un manejo total del inglés, pues la mayoría de los programas se imparten en este idioma.

### FUENTES:

[www.informador.com.mx](http://www.informador.com.mx)  
[www.proyectodiez.mx](http://www.proyectodiez.mx)  
[www.capitaljalisco.com.mx](http://www.capitaljalisco.com.mx)  
[indicadores.sej.gob.mx](http://indicadores.sej.gob.mx)  
[www.gessmexico.com](http://www.gessmexico.com)



# HARVARD BUSINESS SCHOOL

Owner / President Management OPM

**U**bicada en Cambridge, Massachusetts, esta prestigiada casa de estudios se ha posicionado en los rankings más importantes como la más destacada en formación económica-administrativa. Fue fundada en 1636. Anualmente cuenta con un promedio de seis mil 700 estudiantes universitarios y más de 14 mil de posgrado. Entre sus egresados hay 47 premios Nobel, 32 jefes de Estado y 48 ganadores de Pulitzer. El nombre de la Universidad proviene de quien fuera el principal benefactor: el joven Ministro John Harvard de Charlestown.



PROGRAMA  
PRESENCIAL

PROGRAMA

## PERFIL

Diseñado para dueños de negocios y empresarios en desarrollo. OPM es también ideal para directores generales, directores de operaciones, presidentes y directores administrativos de compañías con ventas anuales superiores a 10 millones de dólares.

## FINALIDAD

Examinar los fundamentos de negocios, estrategias y mejorar las prácticas desde la perspectiva de un líder de empresa. Aprendizaje y perfeccionamiento de finanzas, marketing, ventas, negociación y mercados globales.

## DURACIÓN Y HORARIOS

8-27 may 2016  
tres semanas

## VALOR

\$48,000 USD  
(Incluye matrícula, libros, material, instalación y alimentos)

## CONTACTO

Ms. Jacqueline Baugher  
Portfolio Director  
jbaugher@hbs.edu  
+1-617-495-6555

MODALIDAD  
PRESENCIAL



# THE WHARTON SCHOOL OF THE UNIVERSITY OF PENNSYLVANIA

Strategic Marketing Essentials

**E**s la Escuela de Negocios de la Universidad de Pensilvania, por su nivel educativo se ha posicionado entre las líderes globales, fue la primera colegiada en el mundo, fundada por el escritor de textos de negocios Joseph Wharton en 1881. Cuenta con una plantilla de 93 mil alumnos y más de nueve mil participantes en programas de educación ejecutiva al año.

PROGRAMA

## DIPLOMADO

Ejecutivos de todas las organizaciones, en particular los relacionados con el área de ventas con alto grado de responsabilidad en comercialización y planeación. Directores de Ingeniería, Operaciones, Investigación y Desarrollo, Finanzas, Contabilidad, Ventas y Relaciones Públicas.

## FINALIDAD

A través del programa de marketing intensivo de cinco días, los participantes adquieren comprensión y conocimiento de técnicas básicas sobre segmentación de clientes y focalización, proceso en la toma de decisiones de sus clientes, desarrollo de marca única, gestión de líneas de producción, distribución y publicidad.

## FECHA

3-8 abril 2016

## VALOR

\$11,800 USD  
(Incluye matrícula, libros, material, estancia y alimentos)

## CONTACTO

execed@wharton.upenn.edu  
+1-215-898-1776

PROGRAMA  
INTENSIVOEGADE Business School  
Tecnológico de MonterreyEGADE  
BUSINESS SCHOOL

## CEO Summit

La escuela de posgrados de negocios del Tecnológico de Monterrey, reconocida en México y América Latina por desarrollar líderes con espíritu emprendedor, sentido humano y competitivos internacionalmente. Con sedes en D.F., Guadalajara y Monterrey, posee una sólida reputación basada en la calidad de sus egresados, su modelo educativo innovador, su enseñanza y los logros de investigación y el carácter global de sus programas. Estos están diseñados conforme a las necesidades de cada cliente, diseminan las mejores prácticas empresariales y guían su implementación, y se enfocan en el desarrollo de competencias directivas de alto nivel.

## PROGRAMA

## PERFIL

Directores generales, consejeros, propietarios de empresas y tomadores de decisiones al más alto nivel, así como altos directivos que se preparan para convertirse en CEO.

## FINALIDAD

Reunir a los líderes empresariales de la región con gurús internacionales del *management*, en un espacio y contexto que propicia el despliegue de estrategias empresariales de gran valor.

## LUGAR Y DURACIÓN CONTACTO

23 mayo 2016  
(20 horas)

EGADE Business  
School Monterrey

## VALOR

\$52,000 pesos  
(Incluye acceso al programa, materiales y comidas)

✉ [execed.mty@servicios.itesm.mx](mailto:execed.mty@servicios.itesm.mx)  
🌐 [www.egade.mx/ceosummit](http://www.egade.mx/ceosummit)  
☎ (81) 8625-8390, 91 y 95

## IESDE

## Estrategia y Competitividad

El Instituto de Estudios Superiores en Dirección de Empresas (IESDE) es mucho más que una escuela de negocios especializada en alta dirección, pues busca el desarrollo integral de sus participantes. Con 20 años de existencia, es referente entre las escuelas de negocios de Latinoamérica. Entre sus más de mil 500 egresados se cuentan líderes empresariales y directores de diversas y prestigiadas organizaciones, quienes han vivido una experiencia que les permite adaptarse mejor a los constantes cambios de un mundo global.

PROGRAMA  
PRESENCIAL

## PROGRAMA

## PERFIL

Diseñado por la Escuela de Negocios de Harvard, este programa examina los factores que determinan la competitividad y el desarrollo económico en el ámbito nacional y regional.

## FINALIDAD

Se enfoca en las fuentes de productividad nacional y regional, las cuales están determinadas por estrategias y prácticas operacionales de empresas locales, la vitalidad de los clústeres y la calidad del ambiente de negocios donde se genera la competencia.

## HORARIOS

Jueves de  
19:00 a 22:00 hrs.

13 módulos

## CONTACTO

✉ [www.iesde.edu.mx](http://www.iesde.edu.mx)  
✉ [informes@iesde.edu.mx](mailto:informes@iesde.edu.mx)  
☎ (222) 246-4639, 49 y 59

## IPADE

### Continuidad en la Empresa Familiar

**E**l Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE Business School) es la escuela de negocios de la Universidad Panamericana. Fundado en 1967 para transformar a las diversas organizaciones y la sociedad en general. Tiene convenios con reconocidas instituciones académicas homólogas en otros países, posee la acreditación de la Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB) y es miembro de diversos organismos internacionales. Sus egresados son más de 32 mil. Publicaciones como *Financial Times*, *Forbes* y *Expansión* la colocan entre las mejores del mundo.



PROGRAMA  
PRESENCIAL

PROGRAMA

**PERFIL**

Dirigido a miembros de una empresa familiar, laboren en ella o no; directivos de una empresa familiar que no pertenezcan a la familia; emprendedores que inician el negocio familiar y desean sentar sobre bases sólidas su crecimiento.

**FINALIDAD**

Amplia y profunda comprensión de la dinámica interna y los retos de una empresa familiar, sobre todo en el paso generacional, y explorar las estrategias que pueden establecerse para superar los desafíos al consolidar el futuro de familia y empresa.

**DURACIÓN Y HORARIOS**

31 mayo-3 junio 2016  
16 sesiones  
Sede: The Woodlands Resort & Conference Center (Houston, Texas)

**CONTACTO**

Ricardo Aparicio Castillo  
Director CIFEM

www.ipade.mx  
(55) 5354-1828

MODALIDAD DE  
SEMINARIO



## ITAM

### Gobierno Corporativo, aspectos jurídicos relevantes

**F**undado en 1946 por la Asociación Mexicana de Cultura, liderada por Raúl Baillères, el propósito del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) es hacer de la educación superior el motor del cambio industrial y económico de México. El ITAM está respaldado por una facultad de 239 maestros e investigadores, 90% con estudios de maestría y 68% con doctorado de las más destacadas universidades del mundo; además, alrededor de 20% pertenecen al Sistema Nacional de Investigadores. Posee un amplio programa de intercambio en diversas universidades de Canadá, EU, Europa y América Latina.

PROGRAMA

**PERFIL**

Apto para directivos, funcionarios, empresarios, administradores, bufetes jurídicos corporativos, consultores y cualquier persona interesada en obtener una visión actualizada de esta importante herramienta para la toma de decisiones.

**FINALIDAD**

Conocer cómo funciona el actual Gobierno Corporativo en México, lo cual permitirá no solo entender prácticas, sino también distinguir sus retos económicos, políticos y sociales.

**FECHA**

8-16 abril 2016  
18 horas  
Viernes de 17:00 a 21:00 hrs. y sábado de 9:00 a 14:00

**VALOR**

\$ 8,200 pesos + IVA

**CONTACTO**

(55) 5628-4185  
www.desarrolloejecutivo.itam.mx  
desarrolloejecutivo@itam.mx

PROGRAMA  
PRESENCIALLONDON BUSINESS  
SCHOOLNegotiating and Influencing Skills  
for Senior Managers

**F**ormando parte de University of London, es una de las escuelas de negocios elite en el mundo. Su fuerza académica promueve un pensamiento de negocios original y provocador; empoderando a sus estudiantes a retar la sabiduría convencional en un ambiente académico especial. Es la primera escuela de negocios fuera de Estados Unidos en ocupar el primer lugar en el ranking del *Financial Times* por su programa MBA de tiempo completo, además de liderar el European Business School Ranking 2014.

## PROGRAMA

## PERFIL

Altos directivos tomadores de decisiones en área de ventas, consultoría, marketing estratégico, finanzas, manejo de alianzas y sociedades, compras y emprendimiento, entre otros rubros similares.

## FINALIDAD

Desarrollar habilidades para manejar negociaciones exitosas, obtener lo mejor de los empleados, llevar a cabo ofertas de gran nivel o crear alianzas estratégicas de alto valor.

## DURACIÓN Y FECHA

Curso intensivo de cinco días  
Inicia el 28 febrero 2016

## VALOR

\$7, 800 libras esterlinas  
(Incluye materiales y algunos alimentos)

## CONTACTO

Evelyn Andrews  
+44 (0) 207-000-7324  
www.london.edu  
nism@london.edu

STANFORD  
UNIVERSITY

The Innovative CIO

**L**ocalizada en California, en el extremo norte de Silicon Valley, se ubica entre las 10 mejores universidades en los campos de ingeniería eléctrica, ingeniería informática, economía y derecho. Entre sus egresados se encuentran 26 premios Nobel, cuatro premios Pulitzer y 19 medallas nacionales de Tecnología. Asimismo, sus ex alumnos han fundado grandes compañías tecnológicas, entre las que pueden mencionarse Yahoo!, Cisco Systems y Google.

CURSO  
INTENSIVO

## PROGRAMA

## PERFIL

Ejecutivos de tecnología de alto nivel con experiencia gerencial o en desarrollo de plataformas. Jefes de Información, así como gerentes de tecnología, de marketing o de desarrollo de producto.

## FINALIDAD

Anticipar y responder los problemas complejos y cambiantes del mundo de la tecnología de la información con innovación y liderazgo. Su metodología combina aprendizaje en clase, conferencias en Silicon Valley y paneles.

## DURACIÓN

31 julio-5 agosto  
2016

## VALOR

\$12,000 USD  
(Incluye alojamiento, materiales y alimentos)

## CONTACTO

Sara Fernandez  
+1-650-724-4882  
www.gsb.stanford.edu/exed/cio/  
saraf1@stanford.edu



# INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

Maestría en Mercadotecnia

El objetivo de la Maestría en Mercadotecnia en línea, ofrecida por la Escuela de Posgrados del Tecnológico de Monterrey, es formar profesionales capaces de interpretar y acercarse a las necesidades de los consumidores para competir en un entorno de constante transformación en tendencias. La mercadotecnia es pieza clave de las organizaciones, al ser una herramienta para identificar segmentos de alto potencial, entender las decisiones de compra y diseñar estrategias que permitan conquistar nuevos mercados y generar valor de marca. En esta era digital entender las tendencias globales que rigen los comportamientos de consumo, el uso y aplicación de herramientas tecnológicas, y la innovación en esquemas de mercadotecnia, son factores que podrán traducirse en rentabilidad y sustentabilidad para cualquier organización.

## ÁREAS ACADÉMICAS

- Modelo educativo enfocado en el desarrollo del espíritu emprendedor
- Formación con sentido humano
- Equipo docente con grado de Doctorado
- Ambiente multicultural y uso de tecnología de vanguardia



### PRESTIGIO

Mejor Universidad Privada de México (QS World University Rankings 2015)

### OPORTUNIDADES

Exclusiva bolsa de trabajo y convenios empresariales

### FLEXIBILIDAD

Estudios en línea sin dejar de trabajar, con seguimiento personalizado

### ÁREAS DE CONCENTRACIÓN

- Administración y comunicación de marcas
- Estrategia
- Administración de servicios
- Comercio electrónico e innovación
- Diseño de modelos de negocio

### REQUISITOS DE ADMISIÓN

- Título profesional
- Entrega de solicitud de admisión
- Presentar prueba de admisión PAEP
- Promedio mínimo de 80/100 en profesional



Av. General Ramón Corona  
2514, Col. Nuevo México  
Zapopan Jal.

(33) 3669-3000 ext. 3880  
www.gda.itesm.mx/mtt  
jesus.garciag@itesm.mx  
/ PosgradosyEducacionEjecutiva



**UN DÍA  
EN LA PLATA**

SOLO BASTA PASAR UN DÍA EN  
LA PLATA CON BUENA COMIDA,  
BEBIDA Y BUEN AMBIENTE PARA  
CONVERTIRLO EN TU LUGAR  
PARA LA BUENA VIDA



**LA PLATA**  
RESTAURANTE

AV. ACUEDUCTO 4371  
ESQUINA PATRIA,  
FRENTE A PABELLÓN  
TEL. 36 11 26 99



# UNIVERSIDAD PANAMERICANA CAMPUS GUADALAJARA

Exigencia académica y excelencia humana

**E**l grupo original de académicos y hombres de empresa que dieron vida al Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE) se convirtió en promotor de lo que hoy es la Universidad Panamericana (UP), fundada en 1967. La gestión de importantes empresarios tapatíos, egresados del IPADE, resultó en el establecimiento del Campus Guadalajara, iniciando actividades en agosto de 1981. Asimismo, nació un proyecto universitario sobre la base de la alta exigencia académica y un ambiente que fomentara la excelencia humana, el cual hoy sigue dando pasos firmes hacia su consolidación. A 45 años la UP ha cosechado los frutos de una labor educativa cuyo objetivo es contribuir a edificar un mejor país desde el humanismo cristiano, mediante distintos proyectos de investigación. La UP ha logrado situarse como una de las mejores universidades de México. Tiene presencia en Guadalajara, DF y Aguascalientes.

Los posgrados UP son únicos por:

**Oportunidad de grado:** se pueden obtener hasta cuatro títulos en año y medio, cursando tres especialidades que conforman el programa de maestría.

**Profesionalizante:** investigación aplicada en los negocios, resolviendo un problema real de la empresa, generando propuestas de mejora y eficiencia.

**Networking:** estudiar un posgrado crea una de las comunidades de negocios más importantes, pues cada fin de semana se reúnen cerca de mil empresarios y altos ejecutivos de negocios.

**Claustro de Profesores:** se lleva a cabo en posgrados, exclusivo con reconocimiento nacional e internacional, con expertos en el ámbito empresarial y toma de decisiones.



EGRESADO

## Iciar Azanza

Directora General Azanza y Asociados  
(Maestría en Gestión de Talento Humano)

"El programa me encantó, con el tema de innovación, era fabuloso porque como Directora de la empresa aplicaba de inmediato lo aprendido"

Ganadora de la medalla al Mérito Industrial Jalisco 2015

## MÉTODO DE APRENDIZAJE

En la UP cada seis meses obtienes una especialidad, en año y medio obtienes el grado de Master y tres Especialidades. Los programas de posgrado realizan investigación aplicada en los negocios de nuestros alumnos proponiendo soluciones a los principales problemas de sus negocios, nuestros profesores te darán todas las últimas estrategias y herramientas de dirección de empresas para mejorar tu toma de decisiones y llevar a las empresas a un mayor crecimiento y desarrollo



UNIVERSIDAD  
PANAMERICANA  
Campus Guadalajara

Calzada Circunvalación Poniente 49  
Ciudad Granja, 45010 Zapopan, Jal.

www.up.edu.mx  
posgradosupgdl.com  
(33) 1368-2247 y 2248  
333-808-4232

/UPGuadalajara  
@UPGdl  
lbeltran@up.edu.mx





UNIVERSIDAD  
PANAMERICANA

CAMPUS GUADALAJARA



POSGRADOS



PRÓXIMO INICIO FEBRERO 2016

#### POSGRADOS EMPRESARIALES

- **Maestría en Comercialización Estratégica.**  
Especialidad en Planeación Estratégica Comercial  
Especialidad en Comunicación Enfocada al Cliente  
Especialidad en Comercio Minorista y Ventas
- **Maestría en Contraloría.**  
Especialidad en Finanzas Corporativas  
Especialidad en Gestión Empresarial  
Especialidad en Impuestos
- **Maestría en Finanzas.**  
Especialidad en Finanzas Corporativas  
Especialidad en Finanzas Bancarias y Bursátiles  
Especialidad en Gestión Empresarial
- **Maestría en Gestión Estratégica del Talento.**  
Especialidad en Gestión del Cambio e Innovación  
Especialidad en Dirección y Administración del Capital Humano  
Especialidad en Gestión Empresarial

#### POSGRADOS INGENIERÍAS

- **Maestría en Ingeniería.**  
Al estudiar dos de las especialidades siguientes:  
Especialidad en Dirección de Operaciones  
Especialidad en Dirección de Sistemas de Calidad  
Especialidad en Optimización de Sistemas Productivos  
Especialidad en Manufactura Avanzada  
Especialidad en Automatización y Control  
Especialidad en Diseño y Tecnología  
Especialidad en Efectos Visuales  
Especialidad en Ingeniería y Gestión de Proyectos.
- **Maestría en Negocios e Innovación Tecnológica.**
- **Maestría en Administración de la Construcción.**
- **Maestría en Estructuras.**

#### POSGRADOS HUMANIDADES

- **Maestría en Comunicación Estratégica.**  
Especialidad en Comunicación Corporativa y Relaciones Públicas  
Especialidad en Comunicación y Mercadotecnia Política  
Especialidad en Publicidad Digital, Marcas y Redes Sociales
- **Maestría en Neuropsicología**

#### INFORMES E INSCRIPCIONES

MBA. Livier Carolina Beltran Pérez  
Subdirección Vinculación Empresarial  
Posgrados UP  
13 68 22 00 Ext. 4153  
lbeltran@up.edu.mx

Lic. Manuel Santana Espinosa  
Dirección Vinculación Empresarial  
Posgrados UP  
13 68 22 00 Ext. 4156  
msantana@up.edu.mx



# UNIVA

Saber más, para ser más

**M**ás de 15 mil alumnos estudian en el Sistema UNIVA. Sus docentes deben contar con grado de Maestría y los programas que ofrece se verifican con procesos de evaluación de calidad, garantizando una oferta de Licenciaturas y Posgrados que cumple con importantes estándares académicos. Su historia inició en 1962, con el Instituto Pío XII, primera escuela de periodismo en Guadalajara, fundada por Monseñor Doctor Santiago Méndez Bravo. En 2005 se constituyó como Universidad Católica y para el 2007 obtuvo el Decreto SEP de Excelencia. Tiene sedes en Guadalajara, Vallarta, Querétaro, León, Aguascalientes, La Piedad, Uruapan, Zamora, Colima, Lagos y Tepic.

## MÉTODO DE APRENDIZAJE

Su modelo educativo centrado en el alumno proporciona competencias en las dimensiones personal, académica, profesional y social.

## ÚNICO en la UNIVA

Las características relevantes que distinguen a la UNIVA son:

En UNIVA Campus Guadalajara, los alumnos tienen acceso a las instalaciones del Centro de Desarrollo Físico Integral (CEDEFI), que cuenta con gimnasio, alberca semi-olímpica, canchas para siete disciplinas deportivas y consultorios de Nutrición, Psicología del Deporte y Médico.

### ¿Qué siembra la institución en el alumnado?

Un alto sentido de responsabilidad, capacitación, respeto, confianza en sí mismos. El deseo de integrarse a la sociedad para contribuir a una vida de calidad para todos.

### LICENCIATURAS

- Médico Cirujano
- Nutrición
- Psicología
- Administración de Empresas
- Gestión de Empresas Turísticas
- Contaduría Pública
- Producción Audiovisual

- Relaciones Internacionales
- MKT Integral
- Ciencias de la Comunicación
- Publicidad
- Ingeniería Mecatrónica
- Ingeniería Arquitecto
- Periodismo

### MAESTRÍAS Y DOCTORADOS

Maestrías y doctorados en las áreas económico administrativas, salud, sociales e ingenierías.

### OFERTA EDUCATIVA

Bachilleratos generales bilingües y tecnológicos. Licenciaturas escolarizadas mixtas y a distancia. Maestrías, doctorados y diplomados

### EDUCACIÓN CONTINUA

Diplomados cursos y talleres. Diseño de programas a la medida de las necesidades empresariales de capacitación



EGRESADO

**René Zúñiga Bazaldúa**  
Director General Azteca Jalisco

“Al permitirme la posibilidad de trabajar y estudiar simultáneamente, UNIVA me impulsó para desarrollarme con un firme liderazgo en el ambiente laboral, desarrollándome como persona y profesional”



Av. Tepeyac 4800, Fracc. Prados Tepeyac, 45050 Zapopan, Jal.

- www.univa.mx
- (33) 3134-0800 / 01-800-3690-900
- / UnivaGuadalajara
- @SistemaUNIVA

# ¿Harías del mundo la mejor marca?

MERCADOTECNIA UNIVA



La dinámica social actual requiere saber posicionar ideas y conceptos de valor. Tú puedes ser ese experto en *marketing* que contribuya a que las organizaciones y los grupos consigan sus metas.

## LA UNIVA CUMPLE 54 AÑOS.

Esta Casa de Estudios es reconocida por su prestigio en el ámbito de las Ciencias Económico-Administrativas y Negocios Internacionales; el compromiso permanente, el currículum y la actualización de nuestros maestros lo hacen posible.

ACÉRCATE A LA UNIVA

## LICENCIATURA

ESCOLARIZADA

10 cuatrimestres  
MERCADOTECNIA  
INTEGRAL

## IMPULSO

PROFESIONAL

Licenciatura con horarios  
para gente que trabaja  
MERCADOTECNIA

## UNADIS

Universidad a Distancia  
MERCADOTECNIA  
EMPRESARIAL

## MAESTRÍA

MERCADOTECNIA



GUADALAJARA LA PIEDAD ZAMORA VALLARTA LAGOS TEPIC LEÓN COLIMA AGUASCALIENTES QUERÉTARO URUAPAN

01(33) 3134 0800 / 01 800 3690 900  
[www.univa.mx](http://www.univa.mx)

 **UNIVA**  
La Universidad Católica



# TECNOLÓGICO DE MONTERREY

Espíritu emprendedor con sentido humano

**E**l Tecnológico de Monterrey se distingue por ofrecer un modelo educativo de vanguardia, enfocado en potenciar las habilidades de los alumnos para desarrollar competencias que les permita enfrentar los retos del siglo XXI. Los alumnos reciben una formación integral con sentido humano, basada en la ética y la ciudadanía. Mantiene una exitosa vinculación con egresados, empresas e instituciones; promueve la internacionalización de alumnos y profesores, y fomenta los proyectos de colaboración y programas estratégicos.

## MÉTODO DE APRENDIZAJE

El ambiente del Tecnológico de Monterrey ofrece al estudiante múltiples oportunidades para participar activamente en su proceso de formación personal y profesional. Esto se logra generando experiencias retadoras e interactivas de aprendizaje dentro y fuera del salón de clases; incorporando flexibilidad en el cómo, cuándo y dónde aprender, y con el apoyo de profesores inspiradores, innovadores y vinculados con su profesión.

## ÚNICO en el Tec de Monterrey

Las características relevantes que distinguen al Tecnológico de Monterrey, son:

- Modelo educativo de vanguardia, enfocado al desarrollo del espíritu emprendedor
- Formación con sentido humano
- Prestigio de la institución que se construye a partir de las acciones de nuestros egresados
- Vinculación con egresados, empresas e instituciones



EGRESADO

**Angel Mejía**

Director General  
de Inventive Power, SAPI de CV

“El Tec de Monterrey sembró en mí el espíritu de emprender y de tener un compromiso con la sociedad en mi actuar”

## AULAS EDUCATIVAS

Sistema especializado con equipamiento de vanguardia en mobiliario y tecnología para el aula y la enseñanza.

## ÁREAS DEPORTIVAS Y CULTURALES

El deporte y la difusión del arte son uno de los temas de mayor importancia para la institución.

## INCUBADORA DE BASE TECNOLÓGICA

Centro especializado para el desarrollo de tecnologías, donde los alumnos pueden aprender y desarrollar sus ideas.

## CARRERAS PROFESIONALES

- Negocios y Administración
- Humanidades y Ciencias Sociales
- Tecnologías de Información e Informática
- Medicina y Ciencias de la Salud
- Ingeniería

- Biotecnología, Agricultura y Alimentos
- Arquitectura, Arte y Diseño

## MAESTRÍA Y DOCTORADOS

- EGADE Business School, MBA
- Master in Business Administration
- EIC, Maestrías en Ingeniería
- Posgrados en Línea



Av. Gral. Ramón Corona No. 2514,  
Col. Nuevo México,  
Zapopan, Jal.

admisión.itesm.mx

(33) 3669-3000

/TecCampusGDL

@TecCampusGDL

Posgrados y diplomados

www.egade.mx

www.gda.itesm.mx

www.gda.itesm.mx/educacionejecutiva



# UAG

Libertad de Cátedra y Autonomía Universitaria



EGRESADO

**César de Anda Molina**  
Presidente de la Organización  
Mundial del Huevo

“Me enorgullece formar parte de esta Institución llena de historia y valores”

### Las características relevantes que distinguen a la UAG son:

Su modelo permite no sólo terminar los estudios de Licenciatura en menor tiempo, sino que además es posible obtener una Especialidad y hasta una Maestría, todo en un promedio de cuatro años y seis meses. Cuatro de cada 10 de sus estudiantes cuentan con algún tipo de beca o apoyo económico.

En la UAG forman profesionales exitosos conjuntando el arte, la ciencia, la educación, la cultura y la tecnología para el crecimiento profesional, intelectual, moral, social y físico de sus estudiantes. El 3 de marzo de 1935 un grupo de jóvenes encabezados por Carlos Cuesta Gallardo, Ángel Leña Álvarez del Castillo y Antonio Leña Álvarez del Castillo, apoyados por profesores universitarios y gran parte de la sociedad tapatúa, se opusieron a la educación socialista y deciden formar la Universidad Autónoma de Guadalajara (UAG), naciendo así la primera institución universitaria privada de México. La UAG cuenta con más de un millón de m<sup>2</sup> de instalaciones académicas, deportivas y de servicios.

### CAMPUS

1. Ciudad Universitaria
2. Instituto de Ciencias Biológicas
3. Colegio Lomas del Valle (Campus Acueducto y Campus Santa Anita)
4. Prepa UAG
5. Escuela Antonio Caso Campus Zapopan
6. Campus Nayarit
7. Campus Colima
8. Campus Tabasco
9. ÚNICO
10. ÚNICO Campus Tepatlitlán
11. Hospital Dr. Ángel Leña, Área Clínica

### MAESTRÍAS Y DOCTORADOS

Doctorado en Administración  
Maestría en Energía Renovable  
Maestría en Ciencias Computacionales (dentro del Programa Nacional de Postgrados de Calidad Conacyt)

### CARRERAS PROFESIONALES

- Derecho
- Administración
- Ingeniero Empresarial Agropecuario
- Arquitectura
- Diseño de Interiores y Paisajismo
- Ingeniero en Biotecnología
- Ingeniero Civil
- Comercio Internacional
- Ciencias de la Comunicación
- Administración Financiera
- Diseño Industrial
- Ingeniero Industrial y en Sistemas
- Mercadotecnia y Relaciones Comerciales
- Psicología
- Entre otras

### MÉTODO DE APRENDIZAJE

El Modelo Vanguardia Educativa de la UAG, pone en ventaja a sus egresados, ya que se incorporan al campo laboral con mejores competencias, mayores grados académicos y en menor tiempo.



Av. Patria 1201, Col. Lomas del Valle,  
C.P. 45129, Zapopan, Jal.  
Apartado postal 1-440

- ✉ correo uag@uag.mx
- 🌐 www.uag.mx
- ☎ (33) 3648-8824
- 📘 / UAG.MX
- 📱 @UAG\_Oficial



# UNIVERSIDAD MARISTA GUADALAJARA

Elige bien, elige ser Marista

La Universidad Marista de Guadalajara (UMG) asume la “universalidad”, desde una perspectiva cristiana humanista: en la apertura y respeto a todas las expresiones del pensamiento humano; la integralidad del conocimiento; el beneficio del conocimiento y la cultura; el acceso a la educación superior; la vinculación humana con el conocimiento.

Considera que la educación también es un medio para desarrollar integralmente a los estudiantes, por ello la profesionalización de su carrera, el servicio social, los espacios para la expresión artística, la promoción de la actividad física y deportiva, así como las actividades apostólicas, son fundamentales para el logro formativo de sus alumnos. Se vincula con distintos sectores de la sociedad con los cuales logra establecer relaciones, creando un mayor número de oportunidades para el aprendizaje de los estudiantes respecto de sus competencias profesionales.

## MÉTODO DE APRENDIZAJE

Enfoca los procesos educativos desde los primeros semestres buscando que sus estudiantes se acerquen y aprendan con la realidad social y laboral, de tal modo que teoría y práctica estén vinculadas. Aprender haciendo y sirviendo es el sello en la UMG.



## OFERTA EDUCATIVA

### Ciencias de la Salud y Humanidades

- Derecho
- Educación y Desarrollo Institucional
- Nutrición / Nutrición y Gastronomía
- Psicología

### Ciencias Económico-Administrativas

- Administración y Dirección de Negocios
- Comercio Internacional
- Contaduría Pública y Finanzas
- Mercadotecnia y Publicidad

### Ciencias Exactas y Aplicadas

- Animación y Videojuegos
- Arquitectura
- Diseño Gráfico
- Ingeniería Aeroespacial
- Ingeniería Cibernética y en Sistemas Computacionales
- Ingeniería Industrial y en Sistemas Organizacionales



Marcelino Champagnat 2981  
Fracc. Loma Bonita  
45050 Zapopan, Jal.

- [www.umg.edu.mx](http://www.umg.edu.mx)
- (33) 3540-3900 y 01-800-0000-UMG (864)
- [info@umg.edu.mx](mailto:info@umg.edu.mx)
- /UniversidadMarista Guadalajara
- @UMaristaGdl



CAMPUS GUADALAJARA



## POSGRADOS

- Derecho Constitucional y Amparo
- Derecho Penal
- Administración de Empresas
- Impuestos
- Sistemas Computacionales
- Gobierno y Administración Pública

Inscripciones  
abiertas  
CUPO LIMITADO

## DIPLOMADOS

- Habilidades Gerenciales
- Calidad y Productividad
- Dirección de Capital Humano
- Administración Pública
- Mercadotecnia y Ventas
- Sistema de Justicia Penal Acusatorio y Oral
- Sommelier Profesional
- Tecnología en Alimentos y Desarrollo de Proyectos

## SISTEMA EMPRESARIAL LICENCIATURAS SEMI-ESCOLARIZADAS

- Derecho
- Comunicación
- Mercadotecnia
- Administración
- Comercio Internacional
- Contaduría
- Sistemas Computacionales
- Turismo

Viernes de 7 pm a 10 pm y  
Sábados de 7 am a 4 pm

Informes:

3682 0550/ 01 800 008 2435

 /UCGDL

[www.ucg.edu.mx](http://www.ucg.edu.mx)



# THE AMERICAN SCHOOL FOUNDATION OF GUADALAJARA, AC

Casi un siglo educando

**T**he American School (ASFG) fue fundado en 1908 por Miss Delia A. Walsh. El colegio se mudó a la Colonia Providencia en 1959. Noventa años después, bajo el liderazgo de Robert Trent se enfatizaron la tecnología, la excelencia académica y el mejoramiento de las calificaciones en pruebas estandarizadas necesarias para el ingreso a instituciones universitarias en el extranjero. Asimismo, se logró un convenio con la UNAM que permite que los alumnos al graduarse obtengan un certificado de bachillerato mexicano y un diploma de *high school*. La institución recluta profesores extranjeros preparados con al menos un grado de maestría, por lo que cada vez un mayor número de alumnos son admitidos a universidades de prestigio; por ejemplo, el 30% de los graduados en el 2015 fueron admitidos a universidades reconocidas en México y el extranjero con ofertas de ayuda financiera y becas por casi 3 millones de dólares. En el año 2015, David McGrath, el Director actual del colegio busca fomentar la diversidad en el alumnado, así como remodelar las actuales instalaciones del colegio con un plan estratégico de expansión que durará los próximos 10 años, fecha en la cual se espera contar con un sofisticado y moderno campus de clase mundial.







### ACTIVIDADES DEPORTIVAS

Fútbol y basquetbol  
Voleibol  
Atletismo  
Natación  
Karate  
Porristas



### ACTIVIDADES CÍVICAS

Honores a las banderas de México y Estados Unidos  
Cursos sobre valores y desarrollo humano  
Servicio a la comunidad



### GREEN DAY

Grupo de trabajo multidisciplinario (padres, profesores y alumnos) en busca de que la comunidad del ASFG sea sustentable: eliminación de 70 mil botellas de plástico de un solo uso en un año, paneles solares para calentar agua de la piscina y varias actividades para ahorrar energía



### ACTIVIDADES CULTURALES

Pintura, escultura y música, banda y teatro  
El Art Fest, que promueve la expresión artística de estudiantes, pintores y escultores

## OFERTA EDUCATIVA

Institución educativa bilingüe de inmersión total al inglés para los niveles de Preescolar/Early Childhood a Preparatoria/High School (grados 1-12)

“The American School busca formar estudiantes con metas definidas, pensadores críticos y creativos, comunicadores efectivos y ciudadanos comprometidos”

**David McGrath**  
Director



## EQUIPO DOCENTE

**Plantel:** 171

**Nivel de educación:** Posgrado

**Certificaciones:** Departamento de Estado de EU; Miembro de la Asociación de American Schools of México; ASOMEX y de la Asociación de Colegios en México, el Caribe, Centroamérica y Colombia (Tri-Association); AdvancED (EU) y College Board

## EJEMPLO DE FORMACIÓN

“La relación con los profesores era enriquecedora, pues distinguían nuestras expectativas y potenciales, y nos ayudaban a desarrollarlos. Aprendí el valor de la lectura y me enamoré de ella. Descubrí mi vocación y estudié Filosofía y Literatura. Con los conocimientos que obtuve en el American School, mi esfuerzo y dedicación, fui aceptada y becada al 100% en la Universidad de Yale, para cursar dos carreras simultáneamente”

**Ana Paula Rueda Molina**

Estudiante de Licenciatura en Literatura y en Filosofía en la Universidad de Yale



**Claudia Grossi / Community Relations and Development Director**  
Colomos 2100, Col. Providencia  
44640 Guadalajara, Jal.

☎ (33) 3648-2407

🌐 [www.asfg.mx](http://www.asfg.mx)

✉ [claudia.grossi@asfg.mx](mailto:claudia.grossi@asfg.mx)

📱 /asfg.mx



# LICEO DEL VALLE

Educando con la familia para la vida

El Liceo del Valle es un centro de formación escolar para varones fundado en 1975 por un grupo de padres de familia que, preocupados por la educación de sus hijos, decidieron trabajar para construir una organización sin fines de lucro que propiciara, además de una excelente preparación académica, una formación integral tendiente a forjar hombres con personalidad y carácter; con espíritu magnánimo y emprendedor. El objetivo de su sistema educativo es formar personas íntegras capaces de responder a su misión vital y que transformen su entorno social. Dirigido por el Doctor Enrique Berrueta Álvarez, se diferencia por generar felicidad en la exigencia, forjar familias sólidas que inspiran, desarrollar un modelo formativo 360 grados con eje en la persona y buscar la perfección en lo ordinario.

## OFERTA EDUCATIVA

Elementary School  
Middle School  
High School

## ACTIVIDADES ÚNICAS

Preceptoría familiar  
Formación integral de padres  
Campamentos Padre-Hijo  
GAC (Global Assessment Certificate)  
Progrentis (Programa de Lectura)



## EQUIPO DOCENTE

**Plantilla:** 120 profesores  
**Nivel de educación:** Licenciatura y Maestría para los grados superiores  
**Certificaciones:** ICELT (In-Service Certificate in Language Teaching), Kid Power, Método ELI (Enseñanza Libre de Improvisación) y certificación internacional del MERI (Miami Educational Research Institute) para aplicar el Aprendizaje Cooperativo en el aula

### ACTIVIDADES DEPORTIVAS

Fútbol  
Basquetbol  
Beisbol  
Taekwondo  
Atletismo

### ACTIVIDADES CULTURALES

Pintura  
Teatro  
Orquesta  
Robótica  
Brain games

### ACTIVIDADES CÍVICAS

Sociedad de Alumnos  
Programa intensivo de Responsabilidad Social  
Banda de Guerra Escolta



Av. Paseo del Valle 500  
Colinas de San Javier, Guadalajara, Jal.

(33) 3648-0500  
www.liceodelvalle.edu.mx  
admisiones@liceodelvalle.edu.mx  
/liceodelvallegdl  
@liceodelvalle

# CUMBRES SAN JAVIER

## INSTITUTO CUMBRES SAN JAVIER

Educación para enfrentar el mundo, formación para cambiarlo



### OFERTA EDUCATIVA

Preescolar  
Primaria  
Secundaria  
Bachillerato  
Programas de Intercambio Internacional

### EQUIPO DOCENTE

Plantel: 115 profesores  
Nivel de educación:  
Licenciatura y Maestría.  
Certificaciones: AvancED, ICIF, Bachillerato Anáhuac y SEP

### ACTIVIDADES ÚNICAS

TAI: Torneo Académico Interscholástico  
Torneo de la Amistad: torneo deportivo donde participan todos los colegios de la red  
PIBA: Premio Internacional Bachillerato Anáhuac, es un torneo académico a nivel bachillerato  
Liga de Robótica



Es parte de la red internacional de colegios Semper Altius con más de 60 años de experiencia implementando el modelo de Formación Integral, desarrollado por los Legionarios de Cristo. Su programa académico brinda a cada alumno las herramientas necesarias para desarrollar todo su potencial, a través del bilingüismo, el proyecto tecnológico, las actividades deportivas y el área de formación espiritual y humana. Su misión es formar personas íntegras, trabajando en conjunto con sus familias, para que sean líderes de acción positiva y constructores convencidos de la justicia y el amor según los principios del humanismo cristiano. Actualmente el Padre Fernando Torres Luna, LC es su Director General.



### ACTIVIDADES DEPORTIVAS

Fútbol  
Basquetbol  
Atletismo  
Taekwando  
Natación



### ACTIVIDADES CULTURALES

Teatro  
Guitarra  
Danza  
Ajedrez  
Música



### ACTIVIDADES CÍVICAS

Escolta  
Participación Social  
Retiros Espirituales  
Campamentos



Calzada del Servidor Público 3030  
Col. Ex Hacienda la Mora  
45138 Zapopan, Jal.

☎ (33) 3832-1929 y 1930  
🌐 [www.cumbressanjavier.edu.mx](http://www.cumbressanjavier.edu.mx)  
✉ [informes@cumbressanjavier.com](mailto:informes@cumbressanjavier.com)  
📘 / Instituto Cumbres San Javier  
📱 / @soyCSJ  
📍 / Cumbres San Javier  
🏠 / Instituto Cumbres San Javier



# COLEGIO ALEMÁN DE GUADALAJARA

Niños felices, jóvenes capaces, adultos responsables

Es una institución reconocida en México y el extranjero por su calidad académica y sólida trayectoria, formando alumnos para desempeñarse excelentemente en cualquier ámbito educativo y profesional local, nacional e internacional. Fundado en 1979 por familias alemanas y suizas. En 2009 obtuvo la distinción otorgada por el Gobierno Alemán como “Colegio Alemán de Excelencia” (Exzellente Deutsche Auslandsschule), misma que fue refrendada el 3 de octubre del 2014, tras la inspección que realizó el Ministerio de Educación de Alemania. Actualmente sus instalaciones abarcan 110 mil m<sup>2</sup>. La institución encabezada por un director alemán se caracteriza por promover la excelencia y una educación integral certificada internacionalmente, en un entorno multilingüe impulsado por la multiculturalidad.

## OFERTA EDUCATIVA

Kindergarten  
Primaria  
Secundaria  
Bachillerato

## ACTIVIDADES ÚNICAS

Oktoberfest, un festival donde la comunidad alemana en Guadalajara se reúne en un ambiente familiar para promover la multiculturalidad en el Colegio Alemán.  
Cucuruchos  
Pascua  
Carnaval



## EQUIPO DOCENTE

**Plantilla:** 99 profesores alemanes y mexicanos  
**Nivel de educación:** Licenciatura, Maestría y formación pedagógica especializada en Alemania e Inglaterra  
**Certificaciones:** Certificado de Bachillerato de la SEP, Diploma del Bachillerato Internacional (IB), Sprachdiplom I y II (certificación de dominio del idioma alemán), FCE y CAE (avala el dominio del idioma inglés)



### ACTIVIDADES DEPORTIVAS

Copa Humboldt  
Torneos Intercolegiales  
Sportfest  
Maratón Lunar



### ACTIVIDADES CULTURALES

Semana de Proyectos  
Campamentos de liderazgo  
Concursos de debates  
Noche y mañana musical  
Concursos de teatro, declamación y pintura, entre otros  
Drachenfest (Papelotes)



### ACTIVIDADES CÍVICAS

Asambleas representativas  
Honores a la bandera  
Unificación Alemana



Bosques de los Cedros 32, Fracc. Las Cañadas, 45140 Zapopan, Jal.

☎ (33) 3685-0136, 0700 y 0157  
🌐 [www.colegioalemanguadalajara.edu.mx](http://www.colegioalemanguadalajara.edu.mx)  
✉ [enlace.interno@colegioalemangd.com.mx](mailto:enlace.interno@colegioalemangd.com.mx)  
📘 /ColegioAlemanGuadalajara



**Dirección:**  
Bosques de los Cedros 32, Fracc.  
Las Cañadas C.P. 45140,  
Zapopan, Jalisco.

**Tel.:**  
3685 0136  
3685 0700  
3685 0157

**Correo:**  
[enlace.interno@colegioalemangd.com.mx](mailto:enlace.interno@colegioalemangd.com.mx)

# Niños *felices* Jóvenes *capaces* Adultos *responsables*

Contamos con la certificación de

**"Colegio Alemán en el Extranjero de Excelencia"**

así como con el programa de Bachillerato incorporado a la Secretaría de Educación Pública y con la autorización para implementar el Programa del Diploma de la Organización del Bachillerato Internacional





# CLAIRMONT SCHOOL

Superación y triunfo

**C**lairmont School es una institución trilingüe (español, inglés y francés), reconocida por su calidad educativa entre las mejores escuelas de Jalisco. El colegio se caracteriza por la excelente atención que brinda a cada estudiante al contar con un grupo por grado, y asimismo por sus certificaciones internacionales. Su proyecto educativo con filosofía humanista y laica, a la vanguardia en idiomas y tecnología, busca la formación de líderes con valores y capaces de afrontar los retos del mañana en un mundo globalizado. Su programa de Liderazgo Positivo busca que los egresados tengan una preparación que les permita desempeñarse exitosamente en un mundo globalizado y acorde con las demandas actuales. Son trilingües, emprendedores, utilizan nuevas tecnologías y tienen una amplia responsabilidad social.

## OFERTA EDUCATIVA

Estimulación Temprana  
Preescolar  
Primaria  
Secundaria

## EGRESADO

En mis nueve años como alumno del colegio la preparación académica que recibí fue importante para obtener muchos logros y estar bien encaminado al éxito como líder y emprendedor, los valores que aprendí me enseñaron a ser un hombre íntegro y con principios muy sólidos.



Diego Andrés Gómez Barranco



## EQUIPO DOCENTE

**Plantel:** 35, altamente comprometidos con la enseñanza y certificados según su especialidad  
**Nivel de educación:** todos con Licenciatura y 20% con Maestría  
**Certificaciones:** SEP, Universidad de Cambridge, Universidad de San Diego, SOLACYT, Amco y perteneciente a Red Unesco



### ACTIVIDADES DEPORTIVAS

Fútbol rápido  
Basquetbol  
Voleibol  
Baile  
Yoga



### ACTIVIDADES CULTURALES

Taller de Vida Saludable  
Ajedrez  
Oratoria  
Coro

Guitarra  
Arte  
Mecatrónica



### ACTIVIDADES CÍVICAS

Campamento a Canadá  
Educación Financiera  
Horario Extendido  
Por las tardes, manejo de Educación en la Fe (opcional)



San Juan Bosco 4759 Lomas de Guadalupe  
45020 Zapopan, Jal.  
(a una cuadra de Av. Clouthier)

☎ (33) 3629-0470  
✉ informesypromocion@clairmontschool.com  
🌐 www.superacionytriunfo.com  
📌 /clairmontschoolguadalajara  
📌 /clairmontschoolguadalajara

# SUBIRÉ BUSINESS SCHOOL

Detrás de los libros, está lo que sueño ®



## ACTIVIDADES ÚNICAS

Desde Preescolar hasta Bachillerato, paralelamente se brinda una formación financiera con programas prácticos que lleven al alumno del conocimiento del sistema monetario hasta la puesta de su propia empresa. Los padres de familia empresarios son parte de los programas educativos, colaborando en su actualización mediante conferencias, visitas y servicio social.

## CERTIFICACIONES

SuBire® Business School aplica pruebas externas internacionales de calidad educativa (PEICE), como: College Board, PISA, IELTS, TOEFL y Cambridge, para asegurar la calidad de sus alumnos.

## OFERTA EDUCATIVA

Maternal  
Kinder  
Primaria  
Secundaria  
Preparatoria



Inspirado en los modelos contemporáneos de Europa y Norteamérica, denominados “Business School”, hoy en México surge el primer y único modelo educativo que guía al educando, desde el Preescolar hasta el Bachillerato, por un camino de educación en el éxito. Es decir, en una sumersión didáctica que modele su espíritu para construir novedosos esquemas que lo acerquen a un pensamiento emprendedor y humano. Su objetivo es lograr la integración de la instrucción académica de excelencia, desarrollando habilidades, destrezas y competencias empresariales con el arte, el deporte, la cultura y la vida del campo, en un ambiente bilingüe y de valores católicos. Los padres de familia empresarios son parte de los programas educativos, colaborando en actualizarlos mediante conferencias, visitas y servicio social.



## ACTIVIDADES DEPORTIVAS

Futbol Americano  
Tenis  
Atletismo  
Natación  
Futbol  
Gimnasio  
Hockey de Sala  
Taekwondo  
Voleibol



## ACTIVIDADES CULTURALES

Teatro  
Guitarra  
Danza  
Ajedrez  
Música









## ACTIVIDADES CÍVICAS

Escolta  
Participación Social  
Retiros Espirituales  
Campamentos



Av. Paseo de la Estrella 1425  
Fraccionamiento Solares

 (33) 3001-4800  
 [www.SuBire.mx](http://www.SuBire.mx)  
 [apreciado@subire.mx](mailto:apreciado@subire.mx)  
 [/colegiosubire](https://www.facebook.com/colegiosubire)  
 @subiregdl  
 SuBireGDL



## IPADE

### Segundo año en Río Country Club

El Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE), escuela de negocios de la Universidad Panamericana, cumple dos años de haberse cambiado a su actual sede en el Río Country Club, y no solo celebra su aniversario, también festeja haber obtenido el tercer lugar como Obra del Año, otorgado por la revista digital *Obras Web*.

Esta Institución lleva más de tres décadas de presencia en Guadalajara, y fue la primera en ofrecer programas de educación especializada en dirección de empresas en el país. El propósito de los programas del IPADE es formar líderes con visión global y

responsabilidad social para apoyar al desarrollo socioeconómico de México.

La construcción de la nueva sede significó una inversión de 200 millones de pesos, y su edificación se dio en dos etapas. Como resultado, las instalaciones son innovadoras y funcionales. Están equipadas con la tecnología que permite 45% de ahorro de energía, con el aprovechamiento de las condiciones climáticas del lugar, así como de cuidado del agua y un ambiente propicio para la educación de los estudiantes.

Además este año se inauguró el Programa de Alta Dirección, donde a los alumnos se les enseñará como utilizar la innovación, identificar oportunidades de negocios para diferenciarse de las otras compañías y mejorar el nivel de competitividad de una empresa. Está dirigido a empresarios de gran nivel, y se espera que surjan y se implementen 50 proyectos de innovación.♥

**"Esta Institución lleva más de tres décadas de presencia en Guadalajara, y fue la primera en ofrecer programas de educación especializada en dirección de empresas en el país"**





# PODER MÉXICO

EL MEDIO INDEPENDIENTE  
PARA UN FORO INTELIGENTE

[www.podermexico.com](http://www.podermexico.com)



RADIO



TV



PODCAST



NOTICIAS



SOCIAL



MÚSICA



CONFERENCIAS



Pedro Ferriz  
Hjar



Pedro Ferriz  
de Con



Patricio de la  
Fuente

NOTICIAS



Gustavo  
Fuentes

FINANZAS



Alicia  
Alarcón

ESTILO DE VIDA



Doré Ferriz  
Hjar

HOGAR



Jorge  
Contreras

TECNOLOGÍA



Alexandra  
Stergios

DEPORTES



César  
Montoya

ESPECTÁCULOS

@Poder\_México

Poder México

Búscanos como Poder México  
y descarga nuestra App en:



# EDUCACIÓN

## Análisis de caso de las universidades

Hoy las universidades de América Latina enfrentan diferentes retos, que de ser atendidos y resueltos adecuadamente, serán una ventaja competitiva en el mundo global de la educación, y más importante, en el entorno donde operan.

Por Luis Ortiz  
Managing Partner en London Consulting Group  
luis.ortiz@londoncg.net

### Principales desafíos de las universidades

- ▶ Ofrecer un producto o servicio percibido de gran valor a un precio razonable
- ▶ Atraer y mantener el talento
- ▶ Controlar sus egresos y obtener el mayor retorno sobre su inversión en instalaciones, equipo y docentes
- ▶ Promover la educación continua (posgrado, ejecutiva, diplomados) para ampliar la comunidad que atiende
- ▶ Emplear eficazmente los nuevos medios tecnológicos disponibles
- ▶ Lograr que el estudiante se identifique plenamente con su *alma máter*
- ▶ Hacer investigación científica y tecnológica de alta calidad; vincular a las universidades

- con las empresas; y resolver el problema del financiamiento universitario
- ▶ Preparar al estudiante para integrarse exitosamente al mundo del trabajo
- ▶ Fomentar una relación con los estudiantes que continúe después de graduarse
- ▶ Identificar prospectos filantrópicos que apoyen la filosofía de la institución
- ▶ Otorgar becas al personal idóneo

Para lograr los objetivos mencionados es fundamental contar con instituciones altamente eficientes, con procesos académicos, administrativos y comerciales definidos e implementados, recursos optimizados y el monitoreo constante de las operaciones, que mejore el control en todas las áreas de la organización.

## SOLUCIONES Y BENEFICIOS

### DETALLE DE SOLUCIÓN

#### MARKETING, VENTAS

- ▶ Modelo de proyección de ingreso en unidades y valores, que permite la programación anual de los recursos de la institución.
- ▶ Desarrollo del Plan de Marketing, teniendo en cuenta directrices estratégicas, análisis interno y externo (mercado, competencia, precio), presupuesto y plan de actividades.
- ▶ Diseño e implementación de los modelos comerciales enfocados en el cumplimiento de objetivos de ventas, incluyendo días típicos, generación de indicadores y seguimiento a la gestión operativa, generando la cultura de *accountability*.
- ▶ Implementación del modelo de *fundraising* que asegure la captación de recursos.

#### ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS, COMPRAS

- ▶ Modelos de planeación financiera.
- ▶ Modelo de compras que asegure la utilización de un proceso confiable en el que se utiliza el mejor proveedor en cuanto a calidad y precio.
- ▶ Modelo de control presupuestal que garantiza el manejo efectivo y constante de los egresos de la institución.
- ▶ Implementación de modelos e indicadores para medir y gestionar la rentabilidad de cada programa.

#### ACADÉMICO, ADMINISTRATIVO

- ▶ Diseño e implementación del modelo académico que vele por el cumplimiento de las políticas definidas por la rectoría.
- ▶ Modelo de programación de recursos basado en la cantidad de estudiantes matriculados.
- ▶ Modelo de administración basado en el control del flujo de efectivo (precios, descuentos, becas, cobranza activa, clientes, etc.)
- ▶ Herramienta de monitoreo educativo para supervisión de actividades académicas (calidad).
- ▶ Modelo de recursos humanos que asegure la contratación del personal idóneo en conocimiento y perfil, de acuerdo a lo requerido por la institución

#### DESARROLLO DE HABILIDADES DE GESTIÓN

- ▶ Realización del programa de desarrollo de habilidades de gestión.
- ▶ Modelo de acompañamiento individual (*coaching*) y ejecución de la feria de proyectos.

### BENEFICIOS

- ▶ Incremento en el porcentaje de estudiantes matriculados y penetración del mercado medido por colegios y preparatorias.
- ▶ Mejoramiento en el índice de fidelización de ex alumnos en programas de posgrado.
- ▶ Aumento de llamadas de telemarketing salientes para la prospección de diplomados y cursos del área de educación continua.
- ▶ Incremento de donativos para actividades filantrópicas.
- ▶ Generación eficiente de EEEF.
- ▶ Incremento de rentabilidad por programa.
- ▶ Disminución de horas extras.
- ▶ Disminución de las cuentas de gastos.
- ▶ Control del presupuesto de egresos.
- ▶ Disminución de secciones.
- ▶ Incremento en: asistencia de cate-dráticos, puntualidad de clases y asistencia de estudiantes.
- ▶ Disminución de días del cierre contable y de cartera vencida.
- ▶ Control sobre el manejo de descuentos y becas.
- ▶ Incremento en las habilidades de gestión del personal de niveles gerenciales.
- ▶ Desarrollo de proyectos de alto impacto, diseñados e implementados directamente por el personal de la organización.

## TESTIMONIOS



*"Adicional a los beneficios cuantitativos, se optimizaron y estandarizaron los procedimientos que soportaban nuestros planes de crecimiento de mediano y largo plazo, monitoreándolos a través de indicadores clave"*

**Roger D. Valladares**

Presidente Asamblea de Asociados  
UHT (Honduras) / ROI 5 a 1



*"Entre los resultados generales del proyecto, destaca, entre otros, el mapa de relaciones entre direcciones y gerencias, que permitió la definición de entregables y los respectivos tiempos para cada actividad transversal, mejorando considerablemente su seguimiento y desempeño"*

**José Antonio Guinea**

Gerente General Corporativo, Grupo UCAL  
Toulouse (Perú) / ROI 3 a 1



UNIVERSIDAD DE MONTERREY (MÉXICO)



UNIVERSIDAD CATÓLICA BOLIVARIANA SAN PABLO (BOGOTÁ)



UNIVERSIDAD DE LA SABANA (COLOMBIA)



UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO (COLOMBIA)



GRUPO UCAL TOULOUSE (PERÚ)



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA (HONDURAS)



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO (PERÚ)



ASOCIACIÓN DE GERENTES GUATEMALA (GUATEMALA)



UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR (GUATEMALA)

# shape your business

## DISCOVER THE SHAPE OF YOUR POTENTIAL

Most times looking at things in a different perspective will uncover new questions to ask and opportunities to pursue. Your business should be a living entity, growing, shifting and evolving. Make change your ally and get your company to achieve its true potential. It could be just a matter of perspective.



North America  
Central America  
South America  
Caribbean

[londoncg.com](http://londoncg.com)

# PLANEACIÓN FINANCIERA

## Convierte tus sueños en metas

Sin duda tener objetivos precisos es uno de los elementos fundamentales para el éxito personal. El buen manejo de los recursos económicos sustenta logros que van más allá de lo material. De este tema conversamos con Guillermo Seañez, Director Comercial de Old Mutual, quien nos compartió importantes aspectos para conseguir nuestras metas.

Por Mariana Ramírez Estrada

La planeación financiera efectiva es el paso que nos lleva a obtener un equilibrio entre nuestros ingresos y gastos, con el cual es posible planear a futuro, estableciendo objetivos a corto, mediano y largo plazo. Con independencia de la cantidad de ingresos que se tengan, en México está muy arraigada la idea de que vivimos al día y eso nos lleva a la falsa creencia de que si ingresamos mayor cantidad de dinero estaremos generando más riqueza, pero usualmente lo que ingresamos lo gastamos e incluso gastamos más al utilizar los créditos, así que debemos replantear ese concepto y asimismo nunca colocar entre nuestros gastos el ahorro, como de pronto suele hacerse, pues en definitiva el ahorro no tiene la categoría de gasto.

### Importancia de analizar nuestros tipos de gastos más usuales

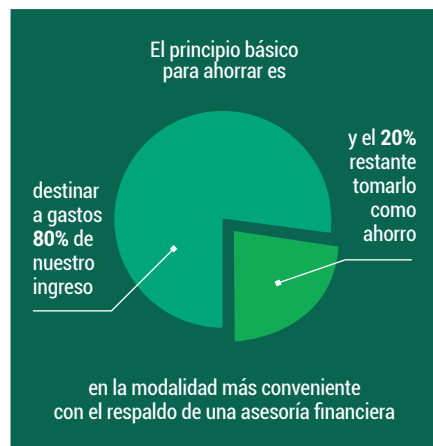
**-Recurrentes:** algunos de ellos son obligatorios (por ejemplo, servicios, hipoteca y colegiatura) y otros podrían reducirse con facilidad (idas al cine o planes de telefonía), siendo precisamente éstos últimos los que posibilitan el ahorro.

**-Hormiga:** en definitiva nos alejan del ahorro, ya que se trata de adquisiciones de bienes o servicios que en realidad no necesitamos.



**“Acceder a una buena asesoría financiera puede cambiar la vida de una persona”**

Guillermo Seañez  
Director Comercial de Old Mutual



**-Extraordinarios:** podrían dejar de serlo si contáramos con una cantidad destinada a imprevistos (por ejemplo, algún desperfecto en casa); aquí sucede mucho que “aprovechar” una oferta se convierta en este tipo de gasto, que al igual que el hormiga, suele ser innecesario y nos aleja del ahorro.

### Papel del *financial planner* o consejero financiero

En Old Mutual los *financial planners* están capacitados para poner al alcance de sus clientes métodos muy sencillos que los apoyen en su planeación, brindándoles una asesoría en que los ayudan a plantear sus metas y distinguir la mejor manera de lograrlas, considerando cantidades por ahorrar y plazos, tomando en cuenta montos de ahorro con que cuentan, efectuando así una planeación eficiente, basada en utilizar mejor los recursos y cuidar al máximo el uso de los créditos.

### El ahorro es cada vez más una costumbre en México

Guillermo Seañez señaló que por fortuna actualmente las personas piensan más en el ahorro, sin embargo, falta fomentar la constancia para que no rompan su planeación financiera, sobre todo con gastos imprevistos, pues es muy usual que al ver una oferta la tomamos, utilizando recursos que podrían ser destinados al ahorro. Asimismo enfatizó que otro elemento fundamental de la planeación financiera es sumar ahorros en especie, por ejemplo, si procuramos que nuestros hijos sean buenos estudiantes, existe la posibilidad de añadir al ahorro para su educación el otorgamiento de una beca.

Finalmente el Director Comercial de Old Mutual nos compartió que en su experiencia con clientes de 28 a 60 años, los sueños que más desean la mayoría de las personas se relacionan con educación (metas intelectuales), retiro (mantener un buen nivel de vida) y hogar (adquisición de la casa que desean para su familia).♥



# OLDMUTUAL

Hagamos Grandes Cosas Juntos



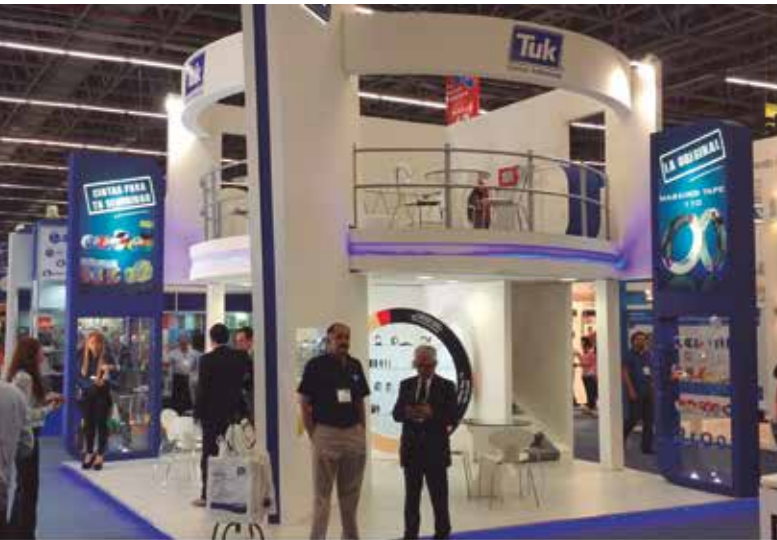
## PLANEACIÓN FINANCIERA OLD MUTUAL TE ACERCA A LO QUE SUEÑAS

**¿CUÁNTO NECESITAS  
PARA TENER LA JUBILACIÓN  
QUE QUIERES?**

Ingresar a: [www.oldmutual.com.mx](http://www.oldmutual.com.mx)

T. 01 800 0217 569

PLANEACIÓN FINANCIERA  
INVERSIONES | SEGUROS | AHORRO | PENSIONES



# EXPO NACIONAL FERRETERA

## En Guadalajara

Con la asistencia de más de 80 mil compradores de 30 diferentes países, y una ganancia de más de 500 mil millones de dólares, la Expo Nacional Ferretera fue todo un éxito.

Este año el evento fue realizado en Expo Guadalajara, con la presencia de mil 300 expositores, de los cuales 500 fueron extranjeros, presentándose un incremento en la asistencia de empresas taiwanesas y chinas.

Aparte de constituir una significativa aportación a la economía del sector ferretero, también sumó al sector hotelero y gastronómico, los cuales aumentaron sus ventas por el

número de visitantes extranjeros que atrajo.

La Expo Nacional Ferretera inició sus ediciones en 1989, ofreciendo productos nuevos, innovadores y de calidad. Su Presidente, Eduardo Casanova, admitió que ha sido un duro trabajo, pero ha valido la pena al concretar sus objetivos trazados.

Con duración de tres días, la mayoría de las empresas participantes lograron 70% de sus ventas anuales. La Expo Nacional Ferretera es considerada la más grande en toda América Latina y la segunda más grande en el ámbito de la ferretería, la construcción y los materiales eléctricos.♥

**60 mil m<sup>2</sup>**  
de exhibición

**Más de mil 300**  
empresas expositoras

**Más de mil 800**  
stands

**85 mil**  
visitantes

**23 mil 500**  
profesionales de la industria

**Más de 21 mil**  
compradores calificados

**Visitantes**  
de más de 30 países

**550 mil**  
productos ofertados

# ¡buen punto!



VICTORIA EJECUTIVO  
HOTEL



VICTORIA EJECUTIVO  
HOTEL



- 198 habitaciones estándar, 12 Junior Suite y 1 Máster Suite.
- Internet inalámbrico gratuito.
- Desayuno continental en cortesía.
- Estacionamiento bajo techo sin costo.
- Centro de negocios.

- Gimnasio totalmente equipado.
- Alberca techada.
- Restaurant Bar.
- Salas de juntas y salones de eventos con capacidad desde 20 a 400 personas.
- Atención a grupos y convenciones.

Av. López Mateos Sur. No. 1360  
esq. Lázaro Cárdenas, Guadalajara, Jal.

**01 800 800 8 777**

[www.victoriaejecutivo.com](http://www.victoriaejecutivo.com)



# RELACIONES PÚBLICAS

## Y redes sociales

Por Oscar Naveja  
Publirrelacionista  
Instagram @oscarnavejarpp

**R**eprobé Matemáticas, Estadística, Física y Química... ¿Qué tienen en común esas materias? ¡Números! Reprobar, reprobar y reprobar hizo que fuera conociéndome y conociendo más y más personas, que en un futuro, serían mis amigos, clientes y uno que otro seguidor. Lo mío no era ir a clases, sino convivir con los compañeros.

Parecería que toda la vida fui muy sociable, pero no. Nadie lo cree: era tímido, precisamente reprobar me hizo un poco más abierto y si algo aprendí durante esas materias que no comprendía, fue a entender lo

que me rodeaba: al profesor que se hacía el duro, a la compañera que estaba pasando por momentos difíciles, al estudiante del salón de al lado que era todo un líder, a la terrible empleada que cobraba las colegiaturas.

Nada me entretenía más que observar, tanto así que podía recordar la ropa que la gente usaba y eso me servía para que encontraran ese billete que no sabían en qué habían gastado. Podía identificar a muchas personas, pero la cuestión era, ¿podían ellas identificarme a mí? Tuvieron que pasar muchos años para que esto sucediera, así como trabajos, empleos, viajes y claro, fotografías en redes sociales.

En Guadalajara aún no comprenden el poder de esta herramienta. Las redes sociales nos ayudan en nuestras propias relaciones públicas. Perfiles con candados. Mucho miedo de recibir y aceptar que somos sociales, y que eso implica dar. No queremos dar. Somos personas con candados.

Las relaciones públicas van tomando nuevos rumbos en la Perla Tapatía. Ya no solo las grandes marcas contratan a los RP, tam-

bién nos buscan arquitectos, doctores y chefs, para que seamos el vínculo que les permitirá dedicarse y hacer lo que saben, mientras nosotros hacemos lo nuestro: **conectar**. Y para lograr eso en nuestra ciudad, es necesario tener un historial que ayude a que el mercado meta se relacione con el producto, persona o servicio que desea atraer mayores seguidores, clientes o prestigio. Somos esas personas sin candados, que comprendimos el poder de las redes sociales, y cuando las menciono no me refiero a Facebook, Instagram o Twitter, sino al poder de decir “¡hola!, ¡adiós! o ¡gracias!”, palabras que realmente nos ayudan a sumar, a conseguir ese *networking* tan valorado en estos tiempos.

En Guadalajara, donde cada vez es más difícil encontrar conocidos que te regresen el saludo, es vital contar con publirrelacionistas que sirvan de enlace entre un “hola” y un “tengo lo que necesitas”.

Hola. Me llamo Oscar Naveja y soy Publirrelacionista. No soy muy bueno en Matemáticas, pero sé **sumar**. ¡Gracias!♥



# HAZ CRECER TU NEGOCIO

Estrena equipo de inmediato sin descapitalizarte

UNIFIN | Leasing<sup>®</sup>



[WWW.UNIFIN.COM.MX](http://WWW.UNIFIN.COM.MX)

Arrendamiento puro para materializar tus proyectos





**“El contenido es el rey, pero el contexto importa más”**

## MARKETING EN GUADALAJARA

**Cada vez más las marcas entienden el valor de las estrategias creativas en la ciudad**

Por Alejandro Vogt  
Director de Operaciones y Cuentas en Taste MKT

**H**oy las experiencias de marca son más importantes que nunca. Es fundamental ganar la atención entre una multitud de propuestas. Muchas marcas nos hablan, pero pocas captan nuestra atención.

Si el ATL (*Above the Line*) se refiere a la publicidad en canales de comunicación masivos como TV o carteleras, las estrategias BTL (*Below the Line*) son más enfocadas y apuntan a nichos específicos. ¿Y la “línea”? Ésa es otra historia. El término salió del área

de contabilidad de P&G alrededor de 1954. Ya actualmente las campañas TTL (*Through the Line*) han surgido porque los medios digitales y las nuevas formas de comunicar un mensaje han ido borrando esa línea imaginaria entre BTL y ATL.

La IMC o *Integrated Marketing Communication* (aplicar un mismo mensaje a través de todos los canales y disciplinas: relaciones públicas, promoción, redes sociales, publicidad en medios, etc.) es ahora la tendencia, ya que los medios “no tradicionales” ya no son tan poco tradicionales (Facebook, por ejemplo, se ha convertido en estándar) y los masivos han migrado a interactivos o han ido especializándose.

El contenido es el rey, pero el contexto importa más. La narrativa y la forma de comunicar un mensaje a través de nuevos medios son elementos cada vez más relevantes, ya que la creatividad juega un papel esencial para captar la atención del consumidor.

Afortunadamente en Guadalajara ya se empezó a entender esto y las marcas cada vez se preocupan más por el contenido de calidad; la creatividad comienza a valer cada vez más.

Contar historias e identificarnos con el consumidor es muy trascendental, y la experiencia es más valiosa que mil panfletos. Las marcas deben estar en busca de ejecutar algo memorable y con alta recordación, pues al final el esfuerzo vale la pena. ♥

# GRANDES IDEAS GRANDES PROYECTOS

**Viewhaus** líder en integración de proyectos de tecnologías de Audio y Video Profesional.

## SALA DE DIRECCIÓN CORPORATIVA

Integramos sistemas de audio, video y control centralizado en un ambiente estético y elegante.



Guadalajara, Jalisco.  
Tel: 33.3123.93.55 / 59  
Av. Guadalupe No. 850-A  
Col. Chapalita  
CP 44500

PROYECTOS • INTEGRACIÓN • AV PROFESIONAL  
[www.viewhaus.com.mx](http://www.viewhaus.com.mx)

# ¿SABES CÓMO MEDIR LA RENTABILIDAD DE UNA EMPRESA DE SERVICIO?

Por Carlos Rousseau

Aunque para todo emprendedor medir la rentabilidad de una empresa puede ser un paso muy obvio, no resulta tan sencillo cuando se trata de una empresa de servicios profesionales (ESP). Existe mucha literatura para medir el desempeño de empresas productivas, pero muy poca aplicada a ESP.

Por esta razón, nos pusimos la tarea de encontrar aquella fórmula que mide el desempeño de nuestra ESP. Encontramos que, al analizar de cerca la fórmula de Dupont, podemos llegar a un procedimiento simple y con un gran enfoque en el resultado para los accionistas.

La fórmula empleada por la corporación Dupont, en 1920, mide la rentabilidad de empresas productoras en función del retorno sobre capital (ROE). El cual combina los principales indicadores financieros con el fin de determinar la efectividad de la gestión de la empresa, al utilizar sus activos, capital de trabajo y apalancamiento financiero; de esta forma se crea valor para sus accionistas.

Partir el indicador de retorno sobre capital (ROE) o el ratio de utilidad/socios en tres distintas ecuaciones, nos ayuda a tener un mejor entendimiento de indicadores clave que una ESP debe cuidar. Es importante hacer comparativos entre estos indicadores y datos históricos, además de contrastarlos con nuestros competidores. ♥

## FÓRMULAS DUPONT

$ROE = \text{Márgen de Utilidad} \times \text{Rotación de Activos} \times \text{Multiplicador de Capital}$

$\text{Utilidad} / \text{Socios} = \% \text{ Utilidad} / \text{Ventas} \times \text{Ventas} / \text{Activos Totales} \times \text{Activos} / \text{Capital}$

## FÓRMULAS APLICADAS A ESPS

$ROE = \text{Márgen} \times \text{Productividad} \times \text{Apalancamiento}$

$\text{Utilidad} / \text{Socios} = \text{Utilidad} / \text{Fees} \times \text{Fees} / \text{Staff} \times \text{Staff} / \text{Socios}$



### EFICIENCIA OPERATIVA



Dupont: Medida en términos del margen de ganancia.

Aplicada: Se mide como el margen que se obtiene al lograr más utilidad sobre los honorarios cobrados.

### EFICIENCIA EN EMPLEO DE ACTIVOS



Dupont: Medida como la rotación total de la base de activos o qué tan bien los gerentes utilizan los activos de la compañía para generar ventas.

Aplicada: Medida como el resultado de honorarios que logra la base instalada de activos (staff de personas empleadas).

### APALANCAMIENTO FINANCIERO



Dupont: Se muestra como multiplicador sobre la base de capital o el porcentaje de financiamiento que obtiene la compañía sobre el capital de los socios.

Aplicada: Se da en función del nivel de staff general en relación al número de socios.

TU.....  
**AHORRO**  
 SE REFLEJA  
**AQUÍ** →



# TECNOLOGÍA MAGNUM

## EL LED DE LOS AIRES ACONDICIONADOS

El sistema exclusivo de eficiencia **MAGNUM LED** permite obtener el mayor confort, invirtiendo la mínima cantidad posible de energía.

**MAGNUM LED** le ayuda a ahorrar ya que su bajo consumo energético es igual a 2 focos encendidos.



Atributos	LED	MAGNUMLED
Tecnología de 3 <sup>er</sup> Generación	Si	Si
Ahorro / Estabilizado	★	50%
100% Confiable	★	✓
Ahorro Permanente	★	✓
Tecnología Verde	Normal	Máxima
Diseño exclusivo Mirage	★	✓
Certificado con la Máxima Eficiencia Mundial	★	✓



TECNOLOGÍA PARA TU CONFORT



## FRANCISCO ZINSER CIESLIK

CEO de Grupo Hotelero Santa Fe

licenciado en Administración de Empresas, con especialidad en Finanzas, por 33 años se ha dedicado al ámbito hotelero. Actualmente se encuentra al frente del Grupo que opera los hoteles Hilton Puerto Vallarta Resort All Inclusive, Hilton Guadalajara, Hilton Garden Inn Monterrey, Hilton Garden Inn Monterrey Aeropuerto y próximamente Hampton Inn & Suites Paraíso Tabasco, el cual además tiene su propia marca: Krystal con 10 hoteles.

### ¿Qué características esenciales definen y distinguen a Grupo Hotelero Santa Fe en su giro de mercado?

La empresa se caracteriza por su eficiencia operativa y altos márgenes de beneficios de utilidades. Se define como una compañía joven, apasionada, potente y dinámica, capaz de competir con hoteleras internacionales y hacer un excelente trabajo. Nos preocupamos por el medio ambiente, así como por nuestros compañeros y su bienestar, y nuestros inversionistas, pues nos interesa generarles los mayores retornos posibles.

Somos líderes del sector hotelero con ADN mexicano, propietarios de la marca Krystal, en el país por más de 35 años; marca de la cual estamos orgullosos por su presencia en las principales ciudades turísticas de México. Entre recursos propios y de inversionistas se han invertido aproximadamente 200 millones de pesos, contando con cuatro mil 159 habitaciones en 15 hoteles, de las cuales 53% son propias y el resto pertenecen a terceros, pero nosotros las operamos, como en el caso del Hilton en Monterrey y Guadalajara; procuramos que los hoteles que abrimos sean de familias locales.

### Durante su crecimiento en adquisición de distintas marcas de hoteles, ¿cuál es el momento clave de la empresa en que superan sus expectativas financieras?

En nuestros informes a la bolsa hemos obtenido resultados extraordinarios, el primer semestre del año reportamos un crecimiento de 26.5% en ingresos y en UAFIDA, contra el mismo periodo del 2014 hemos crecido 49.5%.

### ¿Cuál es la experiencia que tiene un huésped al elegir hospedarse con ustedes?

Precisamente lo que vendemos son el conjunto de experiencias aptas para el cliente en puntos fundamentales: hacemos el proceso de la mejor y más eficiente manera para optimizar el tiempo de nuestro huésped, además de atenderlo con calidez, sensación de importancia de su presencia en el hotel y por supuesto, calidad.

### ¿De qué manera logran mantener sus estándares de calidad, asegurando su posicionamiento entre los viajeros que eligen sus hoteles en los diferentes destinos donde se ubican?

Tenemos la fortuna de hacer un buen trabajo y tener clientes frecuentes en nuestros hoteles, por lo tanto es muy importante la capacitación del personal y entrenarlo en las reglas de oro del servicio. Recientemente nos enfocamos en el segmento de la mujer de negocios, buscamos que todos los elementos en contacto con el cliente sean agradables, nos centramos en los detalles, como decoración y comodidad.

### Como CEO, ¿qué planes de crecimiento tiene a futuro?

Este año compramos un hotel en Periférico Norte, el Krystal Satélite, también inauguramos el Hilton en Monterrey, Hampton Inn Tabasco y Krystal Urban de Guadalajara, muy bien diseñado y que cumple con todos los aspectos antes comentados.

### En el plano personal, ¿qué retos y obstáculos ha tenido al encabezar la empresa?

Siento gran responsabilidad al estar al frente de una empresa con más de dos mil colaboradores directos, al igual que con los inversionistas que confían en Grupo Hotelero Santa Fe y creen en nuestro proyecto, por lo cual mi reto es estar permanentemente al tanto de hacerlos sentir parte y dándoles resultados más allá de lo que esperan. Asimismo, ser muy cuidadoso en las elecciones que tomamos, porque mucha gente depende de esta fuente de trabajo.

### ¿De qué manera maneja esa responsabilidad?

Con dedicación y enfoque absoluto. Cuando trabajas en el camino aprendes de los aciertos y errores. Tener la información necesaria para tomar decisiones correctas y también formar un equipo extraordinario. En esta compañía a diario trabaja con pasión el mejor equipo hotelero del país, para cotidianamente cumplir con nuestra misión.

### ¿Tienen algún slogan o lema dirigido a los huéspedes?

Somos apasionados de hacer las cosas cada día mejor; ser orgullosamente mexicanos y tener un proyecto extraordinario dentro de una industria sorprendente. Nos convertiremos en la mejor empresa, líder en el sector en un lapso de tres a cinco años, y una extraordinaria opción para nuestros huéspedes, colaboradores e inversionistas. ♥



KRYSTAL  
URBANHOTELS®

VIAJA Y VIVE  
SIN COMPLICACIONES

\$ 1,099 MN

SÓLO HABITACIÓN  
SENCILLA O DOBLE

\$ 1,349 MN

HABITACIÓN SENCILLA O DOBLE  
CON DESAYUNO

Viajando del 1 de Noviembre hasta el 18 de Diciembre de 2015.

Tarifas por habitación por noche. Incluye impuestos.  
Sujeto a disponibilidad. Aplican restricciones.

INFORMES Y RESERVACIONES:  
(998) 848 8000,  
01 800 KRYSTAL (5797 825)

[reservaciones.kuc@krystal-hotels.com](mailto:reservaciones.kuc@krystal-hotels.com)

MALECÓN AMÉRICAS,  
CANCÚN, Q. ROO.  
FRENTE A PLAZA AMÉRICAS

KRYSTALURBAN - HOTELS.COM

# DIVIÉRTETE

## ¡Y baja de peso!

Por Patricia Rivera

**M**uchas veces nos sometemos a una dieta de reducción y terminamos dejándola porque no podemos seguir un régimen estricto. Al principio hasta somos capaces de llevar nuestra cena preparada a la casa de algún amigo, pero el tiempo y el sacrificio de mantenernos aislados de la sociedad termina con nuestros buenos propósitos.

Algunas estadísticas señalan que 48% de los adultos opina que comer en restau-

tes es una parte importante de su estilo de vida. Más de 50 billones de platillos anuales se sirven en restaurantes y cafeterías escolares. Con un poco de conocimiento sobre los principios para adelgazar podremos salir a divertirnos y pasear, y al mismo tiempo bajar de peso.♥

### Consumir porciones razonables

Generalmente las porciones en los restaurantes son muy grandes, así que una buena opción es compartir con tu acompañante o pedir para llevar la otra parte. Es mejor que pagues la orden completa y solo comas la mitad, a que termines por almacenarla como grasa dentro de tu cuerpo.

### ¿Qué comer en un restaurante?

- Comenzar con jugo de tomate, agua mineral con limón, vino blanco o tinto.
- Escoger solo una ración de alimentos que contenga carbohidratos.
- Elegir entre una tortilla, una rebanada de pan y una cerveza, o bien, comer tres cucharadas de algún postre.
- Iniciar por el plato fuerte (puede ser una ración de pollo, carne o pescado de aproximadamente 120 gramos).
- Evitar el consumo de carbohidratos o azúcares (papa, elote, betabel, ejote y zanahoria cocida).



### Tacos

- Dos tortillas o una cerveza
- Agua mineral
- Carne asada, cebollas, nopales y un poco de guacamole
- Elegir carnes magras como bistec, filete o deshebrada
- La porción de carne debe ser equivalente a la palma de la mano. Evitar barbacoa y carnitas, que contienen grasas animales
- Las salsas preparadas con tomates o jitomate, chile y cebolla son libres



### Japonés

- Elegir un rollo de sushi sin empanizar o ½ orden de yakimeshi (arroz con verduras)
- Se puede continuar con un teppanyaki (pollo o camarones a la plancha con verduras), una ensalada de pepinos con cangrejo o con brochetas de pollo o camarón



### Chino

- Esta comida contiene gran cantidad de almidones, por ello hay que tener mucho cuidado
- Evitar agrídulces y empanizados
- La mejor opción es chop suey y media orden de arroz



### Tortas

- Comer solo una tapa de pan y elegir un relleno sencillo: jamón, queso panela, pollo o carne deshebrada
- Evita las tortas de milanesa empanizada
- Beber agua embotellada o mineral con limón
- Acompañar de un consomé o una buena ensalada de hojas verdes



### Hamburguesas

- Comer solo una tapa de pan
- Pedir la hamburguesa sin queso y ponerle poca catsup
- Acompañar de una ensalada cruda con limón o a la italiana
- Evitar los tríos de papas fritas y refresco



### Internacional

- Cuando se tiene la oportunidad de escoger, este tipo de restaurante puede ser el mejor, por su gran variedad de platillos
- Optar por alcachofas, champiñones, espárragos, palmitos, etc., como botana
- Preguntar al mesero acerca de la preparación de los platillos y evitar cualquier receta que contenga harina o maicena
- Elegir una buena ensalada y aderezarla con aceite de oliva y vinagre en lugar de mil islas, rockefort y francés
- Acompañar con una buena copa de vino

**COME EN  
RESTAURANTES  
¡Y BAJA DE PESO!**



### Italiano

- Comenzar con un carpaccio como entremés o una ensalada de mozzarella con jitomate
- Al optar por pasta elegir solo ½ taza y pedirla preparada con jitomate, queso y champiñones, o con jitomate, pimienta y carne o mariscos
- Como carbohidrato puede pedirse una rebanada de pizza o dos trozos de focaccia



Disfrutar cada bocado y sobre todo, gozar de la vida, las amistades, la conversación que enriquece y llena ese espacio de nuestra vida, haciendo que nos sintamos vivos.





— Servicio —

Banquete • Candy Bar • Mobiliario • Coordinación • Decoración



[www.alcachofaeventos.com](http://www.alcachofaeventos.com)

 la alcachofa catering

 alcachofacatering

Contacto@alcachofaeventos.com  
Teléfonos: 322.85.51 y 322.85.40  
Celular: (533) 749.7844



## ACTIVATE

### Ejercicios que hacen la diferencia

Si quieres construir músculos más grande y fuertes, elige la mejor rutina de entrenamiento para ese objetivo. Levanta pesos pesados para construir masa muscular y aumentar la fuerza. Sin embargo, debes elegir un entrenamiento que ofrezca los ejercicios y la frecuencia adecuada para obtener el mayor beneficio.

Por Juan de la Torre

**E**lige ejercicios que apunten a los músculos que deseas hacer más grandes. Si estás diseñando un entrenamiento de cuerpo entero, incorpora ejercicios multi-articulares, como sentadillas (squats), con conjuntos de ejercicios que aíslen una única articulación, tales como extensiones de tríceps (triceps extensions).

**DE SEIS A 12 REPETICIONES POR SERIE PARA CONSTRUIR EL MÚSCULO**

**REALIZA VARIAS SERIES PARA MAXIMIZAR EL CRECIMIENTO MUSCULAR**

**EJERCITA LA FUERZA CON REGULARIDAD**

#### REPITIENDO

Para obtener el máximo provecho del levantamiento de pesas pesadas, realiza el número correcto de repeticiones. El ACSM recomienda realizar de seis a 12 repeticiones por serie para construir el músculo. Si prefieres levantar mucho peso, elige un peso que te permita realizar seis repeticiones. Además, alterna los entrenamientos de levantamiento de peso y pocas repeticiones con levantamientos de pesas un poco más livianas y de más de 12 repeticiones. Esto favorecerá al máximo el crecimiento muscular y disminuirá el riesgo de lesiones. Siempre trabaja con un observador, sobre todo si estás utilizando pesos pesados.

#### SERIES

Una serie es el número de veces que realizas un ejercicio en particular con un número dado de repeticiones. Se recomienda que realices varias series para maximizar el crecimiento muscular. Comienza haciendo dos series de cada ejercicio, luego suma una o más series a medida que tu cuerpo se adapte. Deja uno a dos minutos de descanso entre cada serie para darles a tus músculos el tiempo para recuperarse.

#### FRECUENCIA

Debes entrenar la fuerza dos a tres días por semana, si estás en un nivel principiante o nivel intermedio. Los entrenadores avanzados pueden ejercitar cuatro a cinco días por semana, pero no deben trabajar más de cinco días para evitar el sobreentrenamiento. Si pierdes un día de entrenamiento, simplemente continúa donde lo dejaste. No esperes hasta el próximo día de entrenamiento programado para continuar con tu entrenamiento.

# 25 Grupo ampm® aniversario



Estamos celebrando y otorgando honor a quien honor merece,  
porque tú, eres el verdadero protagonista de esta historia.

*¡Gracias por creer en nosotros!*

Una historia con resultados, un futuro de soluciones



Escanea y conoce  
nuestro spot.

Mensajería Masiva

Soluciones Logísticas

Administración de Inventarios

Logística Integral

## CONTACTO COMERCIAL

☎ 01800.839.1519

[www.grupoampm.com](http://www.grupoampm.com)





1

# AMCHAM

## 5ª Cumbre de Empresarios

El 1 de octubre se realizó la 5ª Cumbre de Empresarios por la AMCHAM (American Chamber of Commerce of Mexico) en el Centro de Congresos EGADE del Tecnológico de Monterrey. El tema de este año fue "Big bang: how business breakthrough and emerge", donde los líderes de las empresas más exitosas explicaron cómo manejar las crisis y oportunidades. ♡

- 1. Rodrigo de la Torre y Eduardo Sartí
- 2. Mildred Ramo Ojeda, Enrique Presburger Cherem, Javier López Casarín y Mauricio Esquino
- 3. Javier Castañeda, Fernando Niño de Guzmán y Alejandro Pohls



Escanea el código con tu celular o busca el ID:10147 en [playersoflife.com](http://playersoflife.com)



#IMAPLAYER #SOCIALITE



2



3

# COPARMEX

## Día del Empresario

Personajes del ámbito económico y político, entre ellos el Gobernador Aristóteles Sandoval, se reunieron para celebrar el Día del Empresario, festejo organizado por Coparmex Jalisco. ♥



1



2



4



3

1. Arne Van Balen
2. José Luis González Íñigo, Juan Pablo Castañón Castañón, Aristóteles Sandoval y José Medina Mora
03. Juan Pablo Castañón Castañón, Aristóteles Sandoval, Marcela Michel López y José Medina Mora
4. Iliana Gamiz, Nicole Reich y Marisa Lazo



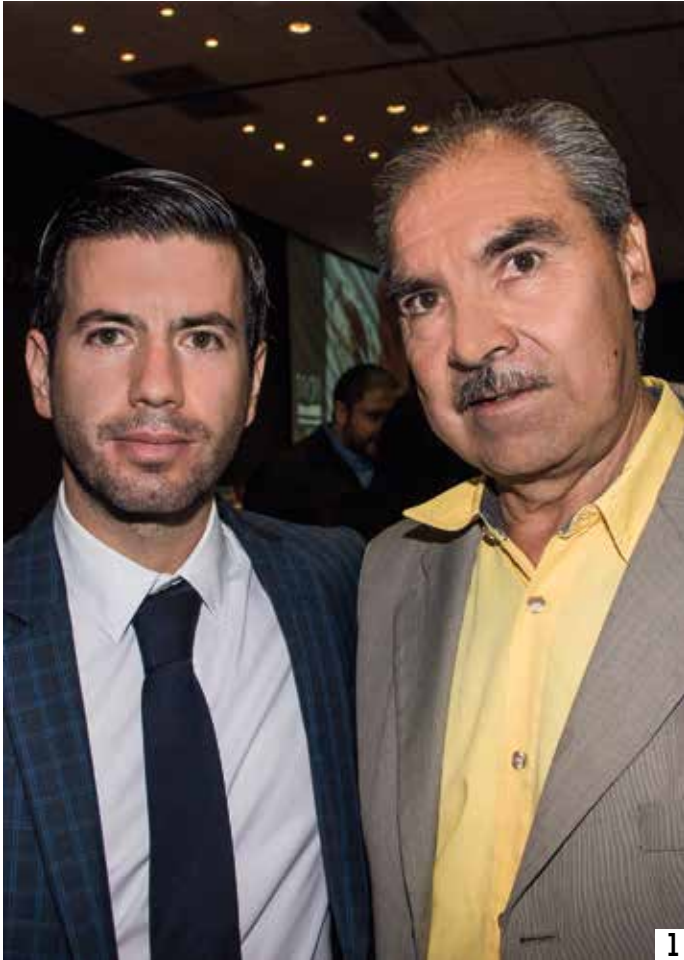
Escanea el código con tu celular o busca el ID:10111 en [playersoflife.com](http://playersoflife.com)



# JALISCO AL 1000%

## Foro juvenil

Por segundo año consecutivo se llevó a cabo Jalisco al 1000% organizado por el IJALDEM. Un foro donde se reúnen los jóvenes universitarios para tener un vistazo más real acerca de las oportunidades empresariales que deberán enfrentar al graduarse. ♥



1



2



4



3

- 1. Daniel Gómez Álvarez Moreno y Luis González Delgadillo
- 2. Dr. Ernesto Rosales, Armando Pérez y Dr. Héctor Salgado
- 3. Rafael Martínez, Liliana Hernández, Irma Esperza y Óscar de la Torre
- 4. Gustavo Padilla, Pedro Aguilar, Gabriela Villanueva y José Antonio Muedano



Escanea el código con tu celular o busca el ID:10209 en [playersoflife.com](http://playersoflife.com)



#IMAPLAYER

#SOCIALITE

# CAMPEONATO APEK

## Kartódromo Oscar Casillas

Por quinto año consecutivo se festejó el Campeonato Apek en el Kartódromo Oscar Casillas, con la asistencia de corredores provenientes de distintas partes de la República mexicana, quienes demostraron sus habilidades en el automovilismo. ♥



1



2



4



3

1. Lui Morales, Katia Andrade y Sandra Valadez
2. Mario Domínguez, Andrea Casillas, Ximena Duggan y Alexa González
3. Adolfo Anguiano, Ximena Duggan y Alexa González
4. Carlos Medina, Ximena Duggan y Alexa González



Escanea el código con tu celular o busca el ID:10249 en [playersoflife.com](http://playersoflife.com)



# OCDE

## Foro Mundial en Guadalajara

El Quinto Foro de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) se presentó en nuestra ciudad con el tema "Transformando las políticas, cambiando vidas". Éste es el primer año en que el Foro Mundial del organismo tiene como sede un país latinoamericano.♥



1



2



3



4



5

1. Miriam Sánchez y Diego Villar
2. Salvador Cárdenas y María González de Cossío
3. Mario Palma, Félix Vélez y Rolando Ocampo
4. Rubén Castillo, Bettyna Alfaro, Paulina Tapia, Carolina Zaragoza y Sergio Carranza
5. Salvador Arévalo y Hugo Córdova



Escanea el código con tu celular o busca el ID:10225 en [playersoflife.com](http://playersoflife.com)



#IMAPLAYER #SOCIALITE



# DE CIUDADELA

## A Urban Village Patria

Plaza Ciudadela dio un giro de 180 grados al transformarse en Urban Village Patria. Se trata de un lugar más ameno, con jardineras, velarias y conectividad entre modernos pisos.♥



1



2



3



4



5

1. Eduardo Bross, Benjamín Bross y Marcos Mulcahy
2. Vero Villalobos y Salvador Ávalos
3. Úrsula Mariaca, Luis Fuentes, Rodrigo Pinera, Hiram González y Armando Sámano
4. Pablo Javelly, Antonio Férrez y Joaquín Martín del Campo
5. Charbel Kuri, Isabel Cabrera y Enrique Martín



Escanea el código con tu celular o busca el ID:10230 en [playersoflife.com](http://playersoflife.com)



#IMAPLAYER #SOCIALITE



# CHARROS DE JALISCO

## Inicio de temporada

Los Charros de Jalisco inauguraron la temporada 2015-2016 con un estadio prácticamente lleno y una victoria de 5-2 frente a los Naranjeros de Hermosillo.♥



1



2



4



3

1. Fabiola Sandoval y Alejandro Meza 2. Maye Villa, Maricarmen Zuloaga y Marcela Morales 3. Oriana Torres, Abraham Vázquez, Paulina Peña y Fernando Romero 4. Gonzalo Plasencia, Roberto Cruz, Marisol Plasencia, Dalía Flores y Bárbara Elizondo



Escanea el código con tu celular o busca el ID:10207 en [playersoflife.com](http://playersoflife.com)

f t #IMAPLAYER #SOCIALITE

# GESTIÓN DE LA ENERGÍA

## MEJORA EL DESEMPEÑO ENERGÉTICO EN TU EMPRESA

Realiza medidas y proyectos de eficiencia energética que reduzcan tu consumo



Mide y controla el consumo de tus energéticos en tiempo real



Crea conciencia entre todos tus colaboradores para ahorrar energía

Aumenta la competitividad y productividad de tu empresa, cuida la energía y al medio ambiente.



**AHORRAR ENERGÍA  
AHORRA DINERO.**  
TE CONVIENE A TI, LE CONVIENE A MÉXICO.

Para más consejos, consulta:  
[conuee.gob.mx](http://conuee.gob.mx)  
Visita: [/CONUEE](#) [@CONUEE\\_mx](#)

**SENER**  
SECRETARÍA DE ENERGÍA



**CONUEE**  
Comisión Nacional para el Uso Eficiente de la Energía

SAMSUNG  
Galaxy S6 edge+ | Note5

EXPLORA EL POTENCIAL Y APROVECHA LOS BENEFICIOS DE

GALAXY Gifts

Free Premium & Exclusive Apps



CON UN MONTO  
MAYOR A \$6,000



Despegar.com

¿Se acerca un viaje? Aprovecha el cupón de \$550\* que Samsung y Despegar.com te obsequian.

\*No aplica para vuelos en Interjet, VivaAerobus ni Volaris. Para más información ingresa a <http://despegar.com.mx/promos/samsungs6-mx>



Wobi

Observa las mejores ponencias de los líderes de negocios. Disfruta por 6 meses una licencia premium con valor de \$1,160.

Disponible en Play Store como "Wobi Inspiration".

MÁS INFORMACIÓN EN THENEXTGALAXY.MX

NEXT IS NOW

Beneficios válidos del 4 de septiembre al 31 de diciembre de 2015. Para obtener el beneficio de algunas aplicaciones es necesario realizar el proceso de suscripción y/o compra. Todos los datos ingresados son responsabilidad del tercero. Estos contenidos están sujetos a disponibilidad y/o vigencia. El usuario acepta que Samsung México no tiene responsabilidad ni control alguno respecto a los contenidos o ejecución de las aplicaciones o promociones de un tercero. Promociones válidas para dispositivos adquiridos dentro de la República Mexicana. Las aplicaciones pueden variar dependiendo el modelo Samsung Galaxy que adquieras. Para más información ingresa a [www.thenextgalaxy.mx/s6](http://www.thenextgalaxy.mx/s6)

