

PLAYERS

OF LIFE
GUADALAJARA

JULIO 2020
\$40 MEX \$2.50 US \$3.50 CAN
54
7 503007 253002



DAN LA CARA POR JALISCO

TRANSPORTE Y LOGÍSTICA
Las empresas que te conducirán al éxito

PANEL DE MARKETING
Líderes de diferentes industrias detallan estrategias

RODO PADILLA
El artista que puso a Jalisco en la mira

LAS CÁMARA Y ORGANISMOS COMPROMETIDOS
CON LA INDUSTRIA TAPATÍA NOS PRESENTAN
SUS ESTRATEGIAS PARA APOYAR A MANTENER
LA ESTABILIDAD EN LA ECONOMÍA LOCAL



Sueña tu éxito

ESCRIBE TU HISTORIA



UNIVA
La Universidad Católica



Marco Treviño
Actor
Egresado **UNIVA**

• León • Querétaro • Tepic • Uruapan • Puerto Vallarta • Zamora

LEGACY

VERTICAL LIVING

Reiventando la exclusividad,
el lujo y experiencias extraordinarias



VISÍTANOS Y CONOCE NUESTRO
DEPARTAMENTO MUESTRA

AV. EMPRESARIOS 195, PUERTA DE HIERRO.
ZAPOPAN, JALISCO.



LEGACYTOWER.MX

[f /LegacyTowerGdl](#) [@legacytower](#) [/legacytower](#)



AMADISSIMO.COM





AMADI&SIMO®


MIDTOWN
JALISCO

AV. ADOLFO LÓPEZ MATEOS NTE. 2405, ITALIA PROVIDENCIA, C.P. 44648 GUADALAJARA, JAL. MÉX.





JULIO 2020

Carta editorial

Arranca la segunda mitad del año y con ella un primer semestre que nos trajo cosas difíciles, diferentes, inesperadas y complicadas, pero al mismo tiempo nos colocó en una situación de tomar los retos que se están presentando para convertirlos en oportunidades de vida y de éxito.

Sin duda todos estamos tratando de adaptarnos a esta nueva realidad con la esperanza de que acabe pronto la pandemia, aunque es imposible predecir cuánto va a durar y qué consecuencias dejará, en estos meses y días he estado reflexionando de la importancia de la lealtad, el compromiso, el ser buenos seres humanos, la unión, la empatía y un sinfín de valores que son los esenciales para la supervivencia de los seres humanos. La pandemia nos recordó que somos frágiles y susceptibles y que lo verdaderamente importante no viene de lo material o de lo pasajero, si no de lo que perdura.

Grupo PLAYERS se suma a esta ola de rápida innovación y movimiento apegados a nuestra misión principal como empresa: Fortalecer y conectar a nuestros socios comerciales con audiencias exclusivas a través de la generación de contenidos tanto online como offline siendo la plataforma de negocios y estilo de vida con mayor impacto en las ciudades en donde tenemos presencia.

Hablando acerca de lo que encontrarás en esta edición te presentamos en esta portada a 4 líderes al frente de las Cámaras y Organismos de Jalisco que dan la cara por el estado y nos proponen estrategias para mantener una actitud positiva y economía en movimiento.

En un mundo globalizado que se une por mares, carreteras y aire te presentamos a empresas que dedican sus servicios a, independientemente de pandemias, transportar y apoyarte a todo lo relacionado con el comercio exterior en temas de importación, exportación y regulación o transparencia de trámites.

Los invitamos a que sigan nuestros diferentes proyectos: La revista impresa, la página web www.playersoflife.com, nuestras redes sociales en Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn, PLAYERS On Air, PLAYERS' Talks y PLAYERS' Restaurant Choice.♥

**This too shall pass,
Alejandro Martínez Filizola**



Alejandro Martínez Filizola
Director General de Grupo PLAYERS

PLAYERS
OF LIFE
GUADALAJARA

DIRECTOR EJECUTIVO
Daniel Gómez Álvarez
e: daniel.gomezalvarez@playersoflife.com

GERENTE COMERCIAL
Andrés Lafaire
e: andres.lafaire@playersoflife.com

GERENTE DE CUENTAS CLAVE
Myriam Alfaro
e: myriam.alfaro@playersoflife.com

ASESOR COMERCIAL
Guillermo Ramírez
e: guillermo.ramirez@playersoflife.com

GERENTE EDITORIAL
Almendra Covarrubias
e: almendra.covarrubias@playersoflife.com

GERENTE DE DISEÑO
Armando González
e: armando.gonzalez@playersoflife.com

BRANDED CONTENT EDITOR
María José González
e: mariajose.gonzalez@playersoflife.com

COORDINADORA DE MARKETING
Leyda Mar
e: leyda.mar@playersoflife.com

GERENTE EDITORIAL DIGITAL
Juan Pablo Benavides
e: juan.benavides@playersoflife.com

CONSEJO EDITORIAL
León Reffregger, Carlos Arteseros, Karina Ley, María José Arregui, Luis Fernando González, Abel Intriago, Daniel Blum, Mario Rizo, Myriam Ibarrola, Moisés Michán, José Olivares, Nidia Zavala

GERENTE DE DISEÑO DIGITAL
Nancy Martínez
e: nancy.martinez@charmoflife.com.mx

ADMINISTRACIÓN
Daniela Márquez
e: daniela.marquez@playersoflife.com

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

DISTRIBUCIÓN
Héctor Enserado

Como la Naturaleza lo crea

Castaño, Chapa de Madera Natural



Chapas de Madera Natural y Precompuesta

Calle Presas 3 Bodega 9
Los Fresnos, Naucalpan
Edo. de Méx 53250

T +52 (55) 5343 1204
T +52 (55) 5343 1246
T +52 (55) 5343 1268

www.verolegno.com.mx

No tenemos Sucursales ni Distribuidores

@verolegno.com.mx





JULIO 2020

DIRECTORIO CORPORATIVO

DIRECCIÓN GENERAL

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

Alejandro Martínez Filizola
e: alejandro.martinez@grupoplayes.com.mx
@AlexMtzFili

EDITORIAL

HEAD EDITORIAL PRINT
Rocio Castillo
e: rocio.castillo@grupoplayes.com.mx

HEAD EDITORIAL DIGITAL & BRANDED CONTENT
Victor Blankense
e: victor@grupoplayes.com.mx

DISEÑO

GERENTE DE DISEÑO
Alejandra Martínez Quiroz
e: alejandra.quiroz@grupoplayes.com.mx

GERENTE DE DISEÑO DIGITAL
Salma Salum
e: salma.salum@playersoflife.com

ADMINISTRACIÓN

DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA
Adriana Martínez
e: adriana.martinez@grupoplayes.com.mx

GERENTE ADMINISTRATIVA
Erika Vargas
e: erika.vargas@grupoplayes.com.mx

ASISTENTE DE DIRECCIÓN GENERAL
Olympia Hernández
e: olympia.hernandez@grupoplayes.com.mx

AUXILIAR CONTABLE
Cinthia Dueñas
e: cinthia.duenas@playersoflife.com

MARKETING, RELACIONES PÚBLICAS Y ESPECTÁCULO

HEAD OF MARKETING
Alexis Navarro
e: alexis.navarro@grupoplayes.com.mx

SUBGERENTE DE MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS
Nereida Portillo
e: nereida.portillo@grupoplayes.com.mx

SUBGERENTE DE ESPECTÁCULO Y RELACIONES PÚBLICAS
Roberto González Caravantes
e: roberto.gonzalez@grupoplayes.com.mx

GERENTE DE DISEÑO DE MARKETING
Alejandro Alcalá
e: alejandro.alcala@grupoplayes.com.mx

SISTEMAS

GERENTE DE SISTEMAS
Iveth Ramos
e: iveth.ramos@grupoplayes.com.mx

RECURSOS HUMANOS

GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS
Monzerrath López
e: monzerrath.lopez@grupoplayes.com.mx

COORDINADOR DE RECURSOS HUMANOS
Jaqueline Montero
e: jaqueline.montero@grupoplayes.com.mx

PLAYERS EN MÉXICO

CORPORATIVO
Tels: (871) 192 3434,
(871) 192 4767,
(871) 228 0030 y 31
Av. Ocampo 240 ote.
Col. Centro 27000
Torreón, Coahuila

MONTERREY
(81) 80 00 78 06
IOS Torre Campestre
Ricardo Margain Zozaya #575,
Torres D Santa Engracia 66267
San Pedro Garza García, Nuevo
León

GUADALAJARA
(33) 800 07 360
IOS Andares Patria
Av. Patria #2085, Col. Puerta
de Hierro 45116
Zapopan, Jalisco

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

REPRESENTACIONES DE VENTAS

CIUDAD DE MÉXICO
Rafael del Castillo
e: rafael.delcastillo@grupoplayes.com.mx



PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 5 No. 54. Fecha de publicación: 1 de Julio de 2020. Revista mensual, editada, publicada y distribuida por Grupo PLAYERS. Av. Ocampo 240 ote., Col. Centro, 27000 Torreón, Coahuila, México. Editor responsable: Rocio Castillo Carpio. Reserva de derechos: 04-2009-092408373300-01. Reserva de título INDAUTOR: 04-2012-053009512000-102. Certificado de Licitud de Título y Contenido: 15631. Título de Registro de Marca: 1005840. 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.playersoflife.com



Más de 15 años enfocados en
soluciones de capital humano

- Análisis y Estudios
- Socioeconómicos y laborales
- Outsourcing de Personal
- Administración de Nóminas (Pay Roll)
- Outsourcing y Operación
- Logística de Flotas
- Promotoría e Impulso Comercial
- Reclutamiento y Selección de
- Puestos Operativos,
- Ventas y Administrativos
- Procesos Logísticos Factory Talent
- Administración Contable y Fiscal
- Call Center
- Safety and Security
- Comedores industriales



Oficinas Guadalajara

☎ (33) 364 782 82
☎ (33) 388 089 00
☎ 01 800 123 0021

Oficinas CDMX

☎ (55) 556 381 10
☎ (55) 556 381 36
☎ (55) 556 381 50

Oficinas Monterrey

☎ (81) 834 226 96
☎ (81) 834 236 81

Oficinas Tijuana

☎ (664) 634 609 6
☎ (664) 634 299 4

Oficinas Bajío

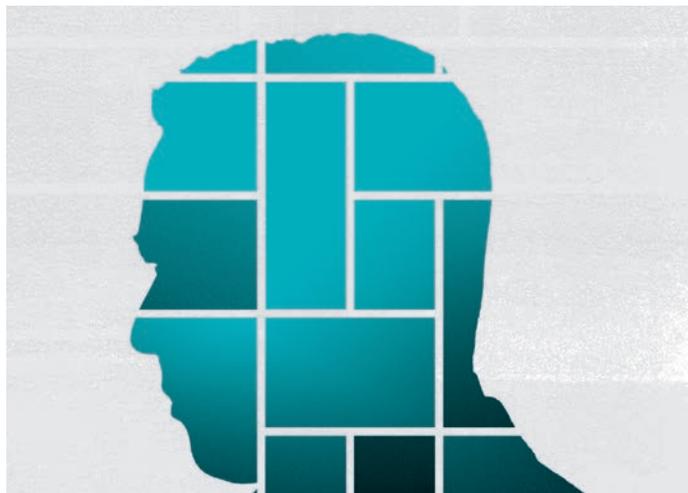
☎ (477) 167 6221

ventas@humanservices21.com
www.humanservices21.com



JULIO 2020

Contenido



HISTORIA DE ÉXITO

Te presentamos a Sergio González Velasco, Presidente de la Cámara de Joyería Jalisco; al Ing. Xavier Orendáin De Obeso, Presidente del Consejo Directivo de la Cámara de Comercio de Guadalajara; a Carlos Villaseñor Franco, Presidente de Coparmex Jalisco; y al Ing. Rubén Masayi González, Coordinador del Consejo de Cámaras Industriales de Jalisco. Conoce las estrategias que llevan a cabo desde su trinchera para apoyar a mantener la economía de Jalisco activa.

> 32



SPOTLIGHTS

14 EN EXCLUSIVA
Rodo Padilla

16 PERFILES
Julio Márquez

18 COMPROMISO SOCIAL
Nosotros Por Los Niños Con Cáncer

20 DELICATESSEN

TRANSPORTE, LOGÍSTICA Y AGENCIAS ADUANALES

- 24 Mudanzas Henry
- 25 En-trega
- 26 Cajasa
- 27 International Ground Logistics Transportes
- 28 Ampm
- 29 MultiAduanas Agentes Aduanales
- 30 ITB Group
- 31 Grupo Agraz

PANEL DE MERCADOTECNIA

- 39 Universidad Panamericana
- 40 ITESO
- 41 UNIVA
- 43 Grupo Pasta
- 44 La Borra del Café
- 47 Grupo Guía
- 48 Inverti
- 49 Idex
- 50 Grupo Casgo
- 51 Grupo Brada
- 52 Mercedes Benz Star Patria
- 53 Hyundai
- 53 Mazda
- 54 Vanrenta
- 54 Audi

ACTUALÍZATE

- 56 ADVANCE
Mochomos
- 58 ADVANCE
¿Quién dice que hay que vivir según las normas?



CARRERAS A BENEFICIO DE:



CORRE
VIRTUALMENTE
¡POR LOS NIÑOS
DE MÉXICO!

*desde cualquier lugar
de la República Mexicana*

CARRERA IOS OFFICES
5K & 10K
VIRTUAL 2020

fecha: DOMINGO
23 AGO
DE 2020
DURANTE TODO EL DÍA

*Utiliza tu caminadora o hazlo
al aire libre tomando las medidas
de precaución indicadas por la OMS.*

inscripción:

● DONATIVO 100%

\$150 MXN

FAMILIAR 4 PAX: \$500 MXN

● DONATIVO 50% + KIT

\$300 MXN

FAMILIAR 4 PAX: \$1,000 MXN

¡Inscríbete y conoce los detalles!

CARRERAIOS.COM / TROTIME.COM

alestra*  **PLAYERS** enlace

CIUDAD DE MÉXICO • ESTADO DE MÉXICO • MONTERREY • GUADALAJARA • TIJUANA
CANCÚN • PUEBLA • VILLAHERMOSA • MÉRIDA • QUERÉTARO • LEÓN • CULIACÁN

*¡Compártenos tu
pasión por el running!*



@CARRERAIOS

#CARRERAIOS

#PORLOSNIÑOSDEMEXICO

Un impacto al espíritu y el corazón

Rodo Padilla, reconocido por sus famosas esculturas de “gorditos”, se adentra en su esencia y nos platica sobre sus dos proyectos: Talleres Rodo Padilla, y su colección personal De Los Niños Es El Reino De Los Cielos, en la que logra plasmar con profundidad su ser

A pesar de ser conocido por la mayoría de sus seguidores y los turistas que viajan a Tlaquepaque exclusivamente con la ilusión de conocer el taller de Rodo Padilla, lugar en el que se hacen los famosos gorditos, y con suerte conocerle a él; el artista no comenzó su carrera con estos emblemáticos personajes.

“La realidad de las cosas es que nunca quise hacer gorditos. Yo comencé haciendo tazas para café, y me iba realmente bien exportando todo lo que hacía. Mis productos, o el 98% de ellos, se iba a Estados Unidos”, comienza a relatar con un tono melancólico el aclamado escultor. “El pago que recibía era en dólares, lo cual era conveniente. Sin embargo, en el 93, el peso mexicano se fortaleció ante el dólar y ya no me era conveniente recibir los cheques en dólares. Por esto, comencé a perder ganancia hasta llevar el negocio a la quiebra”, platica.

Tras ese tropiezo en el camino, dejó su taller a sus empleados y puso su mente a pensar en qué haría ahora él. “Como consecuencia de la quiebra, no tenía dinero para la liquidación de mis empleados, por lo que les dejé el taller. Les dije que les dejaba hornos, equipos, y todo lo que necesitaban para seguir produciendo. Pero, como soy un enamorado de la cerámica, me puse a pensar qué hacer”, comenta el artista.

“Le dije a mi esposa que iba a diseñar figuras que, a partir de una forma geométrica u orgánica, pudieran transmitir el carácter de un mexicano. Eso fue lo que quise hacer. Tomé la esfera, tomé las formas orgánicas como la gota de agua, el cono; y con eso comencé a hacer a los diferentes personajes que representan para mí la esencia de un mexicano”, agrega.



Detrás del nombre de “gorditos”, el artista da total crédito a la gente que adquiriría sus piezas. “La gente le puso el nombre de “gorditos”, por eso se llaman así; yo lo que buscaba era representar un mexicano que naciera de una forma geométrica. Con el tiempo diseñé más piezas con formas tomadas de otras figuras como la manzana, la uva, el huevo y el pino de boliche. Todo eran formas, no gorditos; y ¡eso fue lo padre! La gente llegaba y me decía que alguno de mis mexicanos se parecía a su tío, a su papá, etc. Con esto comenzó una parte”, explica.

“Mi plan original era trabajar en casa y hacer las figuras yo solo, pero sucedió algo inesperado: el peso mexicano volvió a devaluarse. Con esto, me acerqué a los que habían sido mis empleados para hacerles saber que ya podían volver a tener utilidades exportando. Ellos insistieron en que regresara para volver a trabajar conmigo, quisieron volver a tenerme como patrón. Con esto decidí retomar lo que había dejado, continúe mi proyecto de personajes mexicanos –o gorditos- y todo tuvo gran aceptación para mi sorpresa”, añade.

Talleres Rodo Padilla, nació de esta nueva etapa en la carrera del galardonado artesano. “En este punto, tenía las tazas y los gorditos. A partir de esto nació Talleres Rodo Padilla en el que contraté gente, capacité personas que no tenían idea de nada de artesanía, y hoy son artesanos consolidados. Traje a trabajar conmigo personas que venían de laboratorios, tiendas, y encontré gente muy hábil; tomé gente de Tlaquepaque que vive cerca del taller, y son personas que hasta el día de hoy siguen trabajando conmigo y pertenecen a Talleres Rodo Padilla”, acota Padilla.

El proceso de creación de cada una de las piezas que se realizan para Talleres es único, y es trabajado en conjunto por Rodo Padilla y los artesanos. Detrás de cada gordito hay trabajo creativo, dibujos, molduras y una prueba para que el resultado final sea digno. “El proceso de creación comienza conmigo diseñando, dibujo y coloreo también. Ya sea que yo lo modele o me ayude por alguien de mis artesanos que ya me conocen, y entonces lo hagan ellos y yo supervise”, comenta.

Lo que más disfruta el artesano de su trabajo diario es todo lo que conlleva el proceso. “Soy un enamorado de la cerámica y sus procesos, del diseño, de México y del ser humano. Dios nos ha creado, me ha hecho capaz de amar y valorar a la gente en general, pero sobre todo a la que está cerca de mí. Crear una pieza figurativa es una experiencia padrísima. Tengo mi línea personal a la que he llamado De Los Niños Es El Reino de Los Cielo, que habla mucho de lo que tengo en el interior, lo que siento por Dios, por la vida; simplemente, por todo. Actualmente me dedico más a esta línea, sin dejar del lado diseñar piezas para Talleres Rodo Padilla o gorditos.”

Rodo Padilla reconoce no tener una pieza predilecta, ya que cada una de sus creaciones tiene algo especial para él. “No te puedo decir que una pieza sea mi favorita porque hay muchas, diferentes líneas y etapas. De momento, mis predilectas son las que creo en lo personal porque hablan mucho. A veces, sí son esculturas muy intensas, y hasta cierto punto difíciles. Los gorditos, por otro lado, me divierten muchísimo, me gusta diseñarlos, modelarlos, a pesar de tener un grupo de talentosos artesanos que me ayudan a hacerlos.”

Su talento ha conquistado la mirada en México y el mundo por la calidad de expresión que se ve impresa en cada una de sus piezas. “Las piezas que pertenecen a mi línea De Los Niños Es El Reino De Los Cielos hablan de lo que hay en mi corazón de una manera profunda. El gordito habla de una representación de lo que para mí es el mexicano en su carácter y su vida cotidiana”, comenta.

Tras el nacimiento de Talleres Rodo Padilla a principios de 1994, se dividió en dos diferentes proyectos, ambos con éxito. “La diferencia entre Talleres y Rodo Padilla, es que en Talleres se hacen todos los diseños que creo y mis colores, desarrollados en casa, se utilizan los hornos y el equipo para trabajar hechos ahí mismo. En Talleres tengo un grupo de artesanos altamente capacitados que tienen un tiempo conmigo, quiero mucho, y hasta nos hemos convertido en familia. Rodo Padilla, por otra parte tiene su individualidad. Tengo 10 años haciendo piezas dentro de la línea De Los Niños Es El Reino De Los Cielos, con oportunidad de presentarlas en Nueva York, Miami, Las Vegas, etc. Además, gané el Premio a la Escultura otorgado por la Feria de Arte de Nueva York”, cuenta el galardonado.

Al querer saber qué depara el futuro para Rodo Padilla, y cuáles son los planes que se tienen, el artista hace mucho hincapié en vivir en el presente. “Realmente no sé qué viene para Rodo Padilla en un futuro. Hace 23 años tuve una experiencia con Dios que transformó mi vida y los planes que yo tenía, todo el futuro como lo tenía planeado se derribó y fue cuando comencé a dejar mi vida en manos de Dios. A través de mi relación con Cristo, dejando fuera cualquier religión ya que no soy practicante ni pertenezco a ninguna, cambié y acepté que el plan lo tiene él, no yo. He dejado mi vida en sus manos, y el resultado ha sido bueno. Jamás imaginé en ser un artista, tener una galería propia o estar cerca de exponer mis piezas en galerías internacionales importantes; yo soñaba con un tallercito de 100 metros cuadrados y no más. Al pensar en qué voy a hacer, no lo sé; pero, sí sé que el futuro viene de fincar un presente que se vive al día. Quiero crecer más en amar al prójimo, a mi familia; y en el trabajo mejorar la calidad de expresión. Que cada pieza que yo haga impacte al espíritu y el corazón del que lo observa. Entonces, vivo en el presente, no tengo preocupaciones por lo que atravesamos ahora y confío en que saldremos adelante”, concluye Rodo Padilla. ♦

♥ Vivir es
maravilloso

UN ALIADO PARA TU EMPRESA

Julio Márquez por medio de capacitaciones online y presenciales, se une a la visión de tu compañía para ayudar a generar resultados extraordinarios en ella

20 años

de experiencia
en capacitación y consultoría

3,000

cursos, talleres, seminarios
y consultorías impartidas

Colaboración con más de

500
empresas

en México y 12 países

- Galardonado con Premio Estatal
de Psicología 2019

- Certificación como Consultor Top Master por la
Cámara de Comercio de Guadalajara

www.juliomarquez.com.mx

Con una cartera interesante de clientes en los que se incluyen empresas como Mercedes Benz, Cementos Holcim, Omnilife, Seguros Monterrey NYL, Lapisa, Consorcio ARA, entre otros; el reconocido conferencista nos platica en exclusiva para PLAYERS of Life un poco de la historia detrás de su éxito.

“Soy psicólogo de profesión. Siempre estuvo en mi mente, desde mis estudios, llevar la práctica al mundo empresarial e industrial. Sin embargo, al graduarme de la universidad en 1998, apliqué para un puesto en Coordinación de Recursos Humanos en una empresa inmobiliaria, y para mi sorpresa me ofrecieron comenzar por falta de experiencia como vendedor de casas de interés social. Acepté, y en los primeros 6 meses quedé como el mejor vendedor, de ahí finqué varios de mis principios para hablar del tema de las ventas”, comienza a relatar su trayectoria previo a su primer contacto con el mundo de las conferencias Julio.

“A finales de 1999 vi un anuncio en el periódico que llamó mi atención automáticamente, ya que decía algo como: se buscan psicólogos, comunicadores terapeutas, especialistas, motivadores o afín, para proyecto de impartición de conferencias para diferentes instituciones; era una empresa Colombiana con socios de León, Guanajuato. Nos postulamos alrededor de 40 personas, para finalizar siendo contratados solo 4. Ahí comenzó mi carrera profesional como conferencista. Fue una experiencia increíble en la que tuve la gran oportunidad de conocer excelentes personas”, continúa.

Su nombre ha adquirido tanta fuerza en el medio, que hoy en día es este su reconocida marca. “Al comenzar a trabajar para distintas compañías, y con la firme convicción de querer emprender una empresa, me acerqué a expertos en marketing para evaluar qué nombre debía tener mi producto final. Con el consejo de estos expertos, sumado a un momento de introspección, tomé la decisión de iniciar con mi nombre como marca, ya que la gente me buscaba, adquiriría mis servicios, regresaba para adquirir más y me recomendaba con mi nombre propio”, explica el empresario.

A pesar de existir una conferencia o curso especializado a partir de las necesidades únicas de cada empresa, el mensaje general o eje rector siempre es el mismo. “Los temas son muy importantes partiendo de lo que necesita y desea el cliente. Sin embargo, la base siempre se mantiene en todo lo referente al Desarrollo del Potencial Humano. Muchas empresas se acercan a mí pidiendo temas técnicos enfocados en su totalidad a las ventas, el trabajo en equipo o la productividad; en estos casos indudablemente expreso la necesidad de trabajar como prioridad el SER: valores, comunicación, pensamientos, emocionalidad, y actitud; temas con trascendencia que impactarán en consecuencia de una forma increíble en el HACER y TENER de las personas”, agrega.

Con una trayectoria de 20 años y presencia en gran parte del territorio nacional, así como 12 países, Julio nos comparte cuáles son los retos y oportunidades. “La mayoría de los retos en la industria de la capacitación, entrenamiento y adiestramiento, es la sobre oferta de posibilidades, y el hecho de que muchas de ellas no cuentan con la experiencia o preparación necesaria para generar acuerdos y llegar a los resultados pactados. Por eso, mi reto personal, y como empresa es cumplir lo que dice mi slogan: Visión – Acción – Resultados; adentrarme en conocer la empresa que confía en mí para lograr realmente sintonizarme con su visión y necesidad, y así llevarlos a un plano teórico claro, pero sobretodo práctico, con acciones específicas por aplicar en lo personal y laboral, que se manifiesten en resultados tangibles y específicos”, acota.

Como todas las industrias, Julio Márquez es consciente de que los cambios por la nueva normalidad implican reinventarse, por lo que ha migrado su conocimiento a un modelo online. “Sabemos que la vida está dando un giro importante en muchos sentidos y en todos los niveles, la industria de capacitación no será la excepción. Por esto, tras una larga investigación y gran preparación, pude desarrollar un modelo de capacitación online al que llamé AMA (Aprendizaje Multisensorial Aplicado), una metodología e-learning teórico-práctico de aprendizaje acelerado, vivencial, y divertido con pocos pasos de implementación”, explica.

AMA es el resultado de años de estudio e investigación con una orientación en base a PNL (Programación Neurolingüística), Coaching Ontológico y Ejecutivo, de cambio paradigmático en pensamiento y acción. “Al final, el colaborador vivirá toda una experiencia de aprendizaje y la empresa contratante se verá beneficiada en muchos aspectos”, concluye. ♦

Metodología AMA (Aprendizaje Multisensorial Aplicado)

1. Se aplica un DNC (Diagnóstico de Necesidad de Capacitación) a los colaboradores.
2. En base al resultado de interés se realiza el ajuste con las necesidades específicas de la empresa.
3. Se genera un plan de acción y resultados a producir para implementar la capacitación online.
4. Se aplican un mínimo de 7 microaprendizajes apoyados de diferentes herramientas y recursos por medio de WhatsApp o Telegram.
5. Con lo anterior, se potencializa el aprendizaje al aplicar, conversar y enseñar.
6. Se realiza una retroalimentación en vivo online.

www.juliomarquez.com.mx



Por la niñez de Jalisco

Unidos por un mismo objetivo, nació la asociación Nosotros por los niños con cáncer, A.C. para brindar apoyo a los menores que enfrenten una batalla contra el cáncer

Maravillados ante la gran labor que realiza la asociación tapatía Nosotros por los niños con cáncer A.C., nos acercamos a ellos para conocer más acerca de lo que hay detrás. “La asociación es una institución sin fines de lucro que nace ante la necesidad de apoyar a niños diagnosticados con cáncer, segunda causa de muerte en niños hasta catorce años en nuestro país”, comenta Karla Plasencia, quien se encarga de comunicación y ha crecido de cerca con la fundación.

Con más de 20 años de experiencia, la asociación se caracteriza por un abordaje integral

del menor y su entorno para poder garantizar la mejor atención y un óptimo resultado. “Tenemos la misión de proporcionar a los niños con cáncer de escasos recursos atención médica, psicológica y apoyo integral, a ellos y sus familiares, para lograr una recuperación física y emocional”, menciona.

Conscientes del impacto social que conlleva su labor, el equipo que conforma la asociación se distingue por su preparación y entrega al proyecto. “Desde su comienzo, la visión de la asociación ha sido ser aquella que destaca en todo momento por brindar la mejor atención para los niños con

cáncer, contando con personal altamente capacitado, por ser confiable, siempre transparente, y sobre todo, por tener un alto impacto social”, agrega.



Para hacer un donativo:

Banco del Bajío:
Cuenta 2275253
Clabe
030320227525302017

HSBC
Cuenta 4053678967
Clabe
021320040536789679

www.cancermexico.org.mx





16,500

quimioterapias

proporcionadas desde la fundación de asociación



“Con el trabajo organizado de un Consejo Rector, conformado por quienes fundaron la asociación en 1999, sustentamos el valor que implica acompañar al niño y su familia durante los años que dure el tratamiento contra el cáncer. Además, somos orgullosamente la única asociación que apoya con el pago de quimioterapias a jóvenes mayores de 18 años”, acota Karla.

A pesar de estar centralizados en la atención de niños del Estado de Jalisco, la asociación también ha atendido menores provenientes de otros estados de la República Mexicana. “Hemos atendido a lo largo de 20 años a 1,300 niños y jóvenes, no solo del Estado de Jalisco, sino también de otros estados de la República Mexicana. Nuestros niños y jóvenes son atendidos en el Hospital General de Occidente SSA. Actualmente, al mes de junio 2020, tenemos 45 niños en tratamiento y 60 en vigilancia”, platica.

Como todo proyecto, este también ha tenido que superar retos de diferentes magnitudes para su mejora constante. “El mayor reto que hemos tenido como asociación es ofrecer a los niños y sus familias una infraestructura hospitalaria en la que se les pudiera brindar una atención cálida y de calidad, con normas de seguridad necesarias para salvaguardar su sistema inmunológico comprometido”, añade.

“Ante este reto, en 2012 construimos en el Hospital General de Occidente, en co-inversión con el Gobierno del Estado y Grupo ACTINVER, la “Unidad Hemato-Oncológica Pediátrica Nosotros por los niños con cáncer”, y a finales de 2019 terminamos una ampliación de esta área derivada de la gran cantidad de niños; esto es hoy una realidad gracias a varios patrocinadores. La Presidenta Mercedes Esperalba de Domínguez está en espera de poder la formal inauguración”, agrega.

“En esta unidad se les da a los niños de manera ambulatoria atención médica, terapia psicológica, consulta de nutrición, aplicación de quimioterapia, se les realizan procedimientos de diagnóstico y de tratamiento; además de tener una amplia área lúdica. Todo esto, con el fin de que su experiencia en el

hospital sea positiva, situación que favorece el apego al tratamiento y baja los niveles de estrés en los niños”, explica.

Nosotros por los niños con cáncer, A.C. cubre el cien por ciento de los gastos de tratamientos que, en promedio, duran 24 meses. “Nos encargamos de cubrir el 100% de los gastos derivados de esta enfermedad. Este es otro reto al que nos enfrentamos constantemente. Para cumplir este objetivo tenemos diferentes programas como atención médica en el Hospital General de Occidente con un médico paliativista, cuyo sueldo es cubierto en su totalidad por nosotros. Por otro lado, el pago de atención psicológica para el niño y su familia, la cobertura de quimioterapias, medicamentos de soporte, y estudios de laboratorio y diagnóstico incluyendo radioterapia. Además de proporcionar de manera gratuita albergue y transporte para menores provenientes del interior del Estado o de otra parte de la República, despensas y educación continua a padres de familia sobre el manejo de la enfermedad”, relata.

Apoyados por diferentes patrocinadores recurrentes, la asociación siempre busca recaudar más para poder brindar ayuda a la mayor cantidad posible de menores a salir victoriosos de la batalla contra el cáncer. “Nuestras principales fuentes de ingreso son patrocinadores que donan mensualmente, eventos sociales, deportivos y culturales, que durante todo el año hacemos con el fin de recaudar fondos para solventar todos los apoyos que con gran orgullo proporcionamos. En cuando a donativos en especie, recibimos únicamente despensas. Además, quisiera aprovechar la oportunidad para agradecer a todos nuestros patrocinadores, ya que sin ellos, la importante labor que hacemos no sería posible”, puntualiza.

Comprometidos con ser los mejores aliados de los guerreros que buscan librar la batalla contra el cáncer, Nosotros por los niños con cáncer, A.C., puede ser la manera que has estado buscando de poner tu granito de arena y apoyar a mejorar la calidad de vida de los niños de Jalisco.♥

Summer Cocktails



THE LONDON NO.1



5 WAYS TO ENJOY THE SEASON

La mixología se ha convertido en uno de los recursos más solicitados por los amantes del buen vivir. Recetas, atrevidas mezclas de sabores, colores y aromas forman parte de las grandes propuestas que puedes encontrar en los bares de tu ciudad, pero ahora que el verano ha llegado te recomendamos que te ilustres en el arte de los *drinks* y sorprendas los gustos más exigentes de tus invitados.

El gin se ha popularizado de tal manera, que ha permitido que lo puedas encontrar en cualquier parte del mundo en licorerías, restaurantes y clubes. Su sabor y aroma particular a hierbas, le permite jugar con ingredientes dulces, frutas que impregnan la bebida y especias que remarcan su acidez. Pero siempre existirá el clásico gin tonic, mezcla de este destilado y la burbujeante agua tónica. Entre los famosos que la hicieron popular, están el líder británico Wiston Churchill, que algunas veces solía combinarlo con vermut. La Reina Madre, Isabel I, además de grandes artistas como Ernest Hemingway y Scott Fitzgerald que la hicieron parte de sus obras. Este verano destapa tus ideas y descubre lo que puedes lograr al mezclar sabor, aromas y color. ♦



BOMBAY
SAPPHIRE



TANQUERAY



BEEFEATER



BOODLES

De venta en:

- www.vinoteca.com
- vinoteca_mexico



TRANSPORTE Y LOGÍSTICA



AGENCIAS ADUANALES



En este especial presentamos las piezas clave para transportar la producción de tu empresa, su proceso de gestión, así como para importar y exportar: las compañías de Transporte y Logística, así como las Agencias Aduanales.

En las siguientes páginas conocerás a algunas de las mejores empresas de con presencia en nuestra región que se encargan de realizar estos procesos para ahorrar tiempo e inversión para que tu equipo se enfoque en lo que mejor saber hacer. Con su trayectoria y experiencia, no cabe duda trabajar en conjunto con alguna de ellas será grato.



TANGIBLE
CÉLULAS DE VENTAS ESCALABLES



“No queremos enseñarte a vender, queremos ser tu departamento de ventas”.

 33.25.77.59.35
www.ventastangibles.com

- Única inversión de implementación
- Comisionamos de lo que vendemos
- Sin igualas mensuales
- Exclusividad de giro



Mudanzas Henry

Cuidamos lo tuyo como si fuera nuestro

Mudanzas Henry es una empresa 100% mexicana que nace a principios de 2012 a raíz de la combinación de habilidades de dos hermanos: Leonardo y Álvaro Parra. Después de varios años siendo cargadores, hoy son una empresa consolidada que ofrece servicio local y foráneo, en unidades de distintas capacidades.

Ofrecen servicio de mudanzas residenciales con los más altos estándares de calidad, cuidando cada detalle y manteniendo siempre como mayor prioridad, la satisfacción total del cliente.

SERVICIOS

- Mudanza residencial.
- Empaque y protección de muebles con plástico, cobijas, cartón, esquineros, burbujas y distintos materiales.
- Armado y desarmado de muebles.
- Fletes y mudanzas locales y foráneas.
- Almacén de mercancía por tiempo indefinido.



EN LA OPINIÓN DE
Álvaro Parra Jaime
Director General Mudanzas Henry

SEGURIDAD

¿Cómo asegura la compañía que el producto transportado llegará a su destino en condiciones apropiadas?

Toda mudanza conlleva un riesgo; sin embargo, la clave está en realizar correctamente cada procedimiento para disminuir dichos riesgos casi en su totalidad. El correcto empaque, la especial atención en artículos frágiles, el acomodo estratégico en el camión y un equipo de trabajo bien organizado y comprometido con la calidad del servicio, lograrán ser la combinación perfecta para una mudanza exitosa en todos los sentidos. Nuestro secreto es cuidar tus cosas como si fueran nuestras.



☎ 3331665363
 🌐 www.mudanzashenry.com
 ✉ alvaroparra@mudanzashenry.com
 📱 Mudanzas Henry
 📷 @mudanzashenry



EN-TREGA

Comprometidos en cada envío

En-trega tiene sus orígenes en el año 2009, siendo los directivos la tercera generación de una familia dedicada al autotransporte de carga. Su inicio de operaciones tiene lugar en Guadalajara, teniendo como primera ruta destino la Ciudad de México.

Con un inicio de fuerza laboral de 18 personas, hoy son una orgullosa familia de más de 550 colaboradores, con servicio en 7 estados de la República Mexicana y un portafolio de seis tipos de servicios.

SERVICIOS

- Paquetería y Carga consolidada
- Camión completo
- Distribución y almacenaje
- Servicio Internacional



Av. Adolf Horn Junior #700.
Fraccionamiento Real del Valle. C.P.
45654. Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco.
(33) 30 40 22 70
3315847680

www.en-trega.com
paqueteriaentrega
en_trega
paqueteria_entrega



EN LA OPINIÓN DE
Lic. Carlos González
Director General Adjunto

SEGURIDAD

¿Cómo asegura la compañía que el producto transportado llegará a su destino en condiciones apropiadas?

Hemos apostado por la constante capacitación de nuestros colaboradores, tener las herramientas y tecnología de punta para hacerles más fácil su labor, y ellos a su vez, aseguren que cada envío llegará libre de daños.

100% de nuestros tráilers cuentan con suspensión de aire y tiene capacidad para hacer doble estiba a través de barras logísticas y bolsas de aire dentro del tráiler. Gracias a esta inversión, hoy podemos presumir un 99% de entregas libres de daños.



SOMOS UNA PLATAFORMA DE SERVICIOS

CAJASA

MÁS QUE UN CAMIÓN, UNA PLATAFORMA INTEGRAL DE SERVICIOS

Camionera de Jalisco forma parte de Grupo Amher, que cuenta con más de 70 años en el mercado, con una cobertura de más de 10 estados de la República Mexicana. CAJASA inició sus operaciones en el 2006, comercializando camiones marca International. Desde entonces nos hemos enfocado en la construcción de una plataforma de servicios para apoyar a las empresas Jaliscienses. Hoy somos una solución integral para las flotas, contribuyendo a mantener la carga en movimiento.

SERVICIOS

- Renta diaria y de largo plazo de camiones
- Taller certificado cummins
- Taller de servicio dedicado para flotas
- Venta de refacciones para todo tipo de camión.
- Venta de camiones nuevos de carga y pasaje.
- Telemetría
- Venta de seminuevos
- Equipamiento de cajas y adaptaciones especiales
- Taller de colisión
- Rescate carretero



www.cajasa.com.mx
+52 (33) 3668-5410
33 1894-8577
@CAJASAMX
/CajasaCamionesInternational

Sucursales:
· Guadalajara
· Tepatitlán
· Puerto Vallarta
· Manzanillo



EN LA OPINIÓN DE
Javier Pérez Amarante

Director

Carlos Pérez Amarante

Director

TECNOLOGÍA

¿Cómo asegura la compañía que el producto transportado llegará a su destino en condiciones apropiadas?

La era digital mejora los negocios, ahora los camiones no solo tienen que entregar, sino que deben reportar cuándo y cómo lo hacen, es por eso que las unidades International cuentan con OnCommand, el único sistema en México con un ejecutivo a su servicio monitoreando sus unidades, incrementando seguridad y reduciendo costos.

Este año de retos, los invitamos a conocer las innovaciones tecnológicas del nuevo camión LT de International, diseñado para ganar más y generar grandes ahorros.



International Ground Logistics (IGL)

"Yes, we can do it"

Es una compañía creada para desarrollar el mercado terrestre, especializada en la transportación de licores, dando servicio a más de 50 marcas de licores mexicanos.

La empresa cuenta con un amplio conocimiento en transportación terrestre y está posicionada fuertemente para desarrollar de manera eficaz tus negocios en México, USA y Canadá.

IGL fue fundada en 2017 por Héctor Banda y Lizette Soltero, en Guadalajara Jalisco, con solo tres integrantes; actualmente cuenta con un equipo profesional de 12 personas, con oficinas también en Monterrey y Nuevo Laredo.

Esta empresa 100% mexicana, se distingue por el servicio que proporciona a sus clientes, brindando un seguimiento eficaz y oportuno, destacándose por cumplir con sus entregas en tiempo y forma, además de contar con excelentes tarifas.

SERVICIOS

- Transportación
- Agencia aduanal
- Almacenaje y distribución
- Seguro de mercancía y custodia
- Transporte de mercancía peligrosa y sobredimensionada

IGL
International Ground Logistics

📍 Ruyard Kipling 4880, Jardines de la Patria, Zapopan, Jalisco
 📞 33 2306 0452
 📠 33 2306 0453
 🌐 www.igl.mx
 📧 IGL_MX
 📌 IGL-International Ground Logistics
 📧 contacto@igl.mx



EN LA OPINIÓN DE
Lizette Soltero

Director de Operaciones

Héctor Banda

Director Comercial

SEGURIDAD

¿Cómo asegura la compañía que el producto transportado llegará a su destino en condiciones apropiadas?

IGL lleva a cabo una serie de procesos de seguridad desde que se recolecta la mercancía hasta su entrega en destino final, asegurando su correcto manejo de acuerdo al tipo de mercancía que será transportada, teniendo visibilidad del embarque durante todo el trayecto, asegurándonos de tener fotos al momento de cargar, enviando gente de confianza al momento de esta, además contamos con el equipo de sujeción adecuado para que el producto a transportar viaje de manera segura.



Grupo ampm

Soluciones Logísticas a tu medida

Grupo ampm fue fundada en 1990 por el Lic. Pablo Moreno Valenzuela, iniciando operaciones en la ciudad de Guadalajara. En el transcurso de los años, han pasado de ser una empresa con presencia local hasta llegar a ser reconocida como una de las empresas más importantes del país en el sector de transporte y logística.

Con más de 30 años de experiencia en el mercado, su objetivo es ofrecer soluciones logísticas a sus socios comerciales y clientes mediante servicios seguros, rápidos y confiables en la República Mexicana.

SERVICIOS

- **EXPRESS:** Mensajería masiva: envíos de sobres, revistas, material publicitario y especiales. Paquetería especializada: recolección, logística inversa, distribución y entregas especializadas para empresas de ecommerce.
- **SMART:** Renta de mensajeros para actividades de: entregas, verificaciones, ecommerce, volanteo, promotoría, encuestas y procesos internos.
- **SUPPLY:** Almacenaje y distribución, administración de inventarios, custodia de productos, armado, surtido, kiteos, ensamble de piezas e inspección de calidad.



📍 Santo Domingo No. 142, Col. Fracc. Industrial San Antonio. C.P. 02760 CDMX.
☎ 800.123.2676
🌐 www.grupoampm.com
📘 Grupo ampm
📷 Grupo ampm
📧 @Grupo_ampm
🏢 Grupo ampm / Soluciones Logísticas
✉ contacto@grupoampm.com



EN LA OPINIÓN DE
Pablo Moreno Valenzuela
Director General

TECNOLOGÍA

¿Cuáles son los sistemas de punta con los que cuenta la empresa?

"Dromos"

Rutas dinámicas

Dromos es nuestro nuevo sistema de ruteo y monitoreo, con él calculamos todos los días las rutas óptimas con base en la proximidad, densidad y horarios de entrega de nuestros clientes.

Nos ayuda a:

- Mejorar el servicio de entregas a los clientes
- Entregar más en menor tiempo
- Seguimiento y control del operador y de los paquetes en tiempo real
- Bajar costos de combustible y mantenimiento



Multi.Aduanas

Multi.Aduanas es una empresa fundada en el año 2005 por el IQ Agustín H. Sánchez Cervantes y el LCI Jose Fco. Alonso Bahena para ofrecer los servicios de gestión aduanera y logística, principalmente a empresas del ramo textil y químico. A partir del 2014, LCI Agustín E. Sánchez Rodríguez fue nombrado Director de Logística. Actualmente, la empresa cuenta con 7 ejecutivos administrativos y más de 100 asociados, que conforman la parte operativa en las 15 aduanas donde opera la empresa.

Somos una agencia aduanal y despacho de logística internacional que brinda servicios de importación y exportación incluyendo los medios de transporte marítimos, aéreos y terrestres de las operaciones de comercio exterior; cubriendo los despachos aduanales de mercancía de difícil clasificación arancelaria como: productos químicos, productos tóxicos y peligrosos, textiles, equipo médico, maquinaria de gran tamaño e instalaciones industriales; y vinos y licores.

SERVICIOS

- Recolección en origen de la mercancía en las fábricas de los proveedores
- Fletes marítimos, aéreos y terrestres
- Despachos aduanales seguros y rápidos en 12 aduanas del país
- Trámites ante dependencias de gobierno como COFEPRIS, Secretaría de Economía, Semarnat, etc.
- Manejo de mercancías en Almacén Fiscal
- Auditorías Arancelarias

Multi.Aduanas
AGENTES ADUANALES

📍 Av. Miguel Hidalgo y Costilla #2316 Int. 5
 📞 3331919863
 ✉ customer.service@multiaduanas.com.mx
 📘 Multiaduanas Agentes Aduanales.
 📷 multi.aduanasmx

EN LA OPINIÓN DE

Agustín Sánchez Rodríguez

Director de Logística de Multi.Aduanas

TECNOLOGÍA

¿Cómo asegura la compañía que el producto transportado llegará a su destino en condiciones apropiadas?

Manejamos un monitoreo con los corresponsales en cada país de origen, donde mantenemos un tracking 24/7 con actualizaciones en tiempo real.

Gestionamos un predespacho, donde inclusive antes de que la mercancía arribe al destino, ya se tiene avanzado la gestión documental para agilizar los despachos y así reducir costos y tiempos de entrega.





ITB GROUP // INTERNATIONAL TRADE BUSINESS MEXICO GROUP S DE RL DE CV

**La distancia más corta entre tu mercancía y el éxito
Permítenos hacer mas liviana tu carga una sola llamada
un solo proveedor logístico una solución integral**

Fundada en 2009 por Pedro Ruíz, Oswaldo García y Misael Esquivias, ITB Group es una empresa de logística en Guadalajara, Jalisco, con cobertura territorial en las principales aduanas del país como CDMX, Monterrey, Nuevo Laredo, Querétaro, entre otras.

ITB Group está formado por un grupo de empresas mexicanas conformado por profesionistas con aptitudes y conocimientos para brindarte soluciones y servicios de la mejor calidad enfocados a la comercialización de productos nacionales y extranjeros. Además, cuenta con agencia aduanal interna, teniendo así los clientes la ventaja de un asesoramiento correcto en procesos de comercio exterior, y por lo tanto, las mejores opciones de logística, gestión y trámites aduanales. En fin, tu carga será más liviana con una sola llamada, un solo proveedor logístico, y una solución integral.

SERVICIOS

- Importación por las principales aduanas del país
- Despacho aduanal de importación y exportación
- Seguros de mercancía y contenedores
- Unidad de verificación administrativa (UVA)
- Fletes nacionales con unidades propias
- Fletes internacionales FCL y LCL aéreos y terrestres



EN LA OPINIÓN DE
Lic. Pedro Ruiz
Director General

E-COMMERCE

¿Cuáles son los principales beneficios que recibirán empresarios y/o emprendedores dedicados al comercio a través de plataformas digitales?

La gente está cambiando sus hábitos de compra. Un estudio realizado por la Asociación Mexicana de Internet (Amipci), arrojó que México tiene 51.2 millones de usuarios en Internet, de los cuales, el 50% han realizado una compra en línea.

Las ventajas para los empresarios son: reduce costos, lealtad con los clientes, facilidad para atender al cliente, mayor alcance de público, seguridad para el emprendedor; que eventualmente, todo esto se traduce en ganancias. Especialmente en tiempos de pandemia, empresarios y emprendedores tienen a su alcance una amplia gama de oportunidades que se convierten a su vez en opciones para los consumidores.



Av. Mariano Otero 5034
Col. Paseos Del Sol
33 15 22 54 62 // 3316184892
ITBGroupMx/
ITBGROUPMX
www.itbgroup.mx
pedro.ruiz@itbgroup.mx



GRUPO AGRAZ

Ayudando a su empresa a cumplir sus compromisos en tiempo y forma

En el 2012 se funda Grupo Agraz por Alan Agraz Huitron en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, quien tras haber trabajado un par de años como un profesional independiente atendiendo diferentes empresas importadoras y exportadoras decide dar un siguiente paso y consolidar una empresa de servicios de comercio exterior. Se le da el nombre de Grupo Agraz haciendo alusión a que iba a sumar las voluntades de varios proveedores de servicios logísticos y agencias aduanales, con el fin de crear un servicio integral de logística aduanera que facilitara a las empresas Pymes hacer importaciones y exportaciones de forma rápida y sencilla. Grupo Agraz detectó que había un segmento en el mercado que demandaba servicios más especializados y con mayor atención. Para atender este mercado se desarrollaron ventajas competitivas fuertes como un seguimiento 24/7 y la asignación de ejecutivos especiales para cada empresa, logrando así ser una empresa con una alta tasa de retención de clientes.

Con el seguimiento 24/7 en todas las operaciones, Grupo Agraz se especializa en reducir el drama en operaciones de importación y exportación, simplificando el comercio internacional por medio del profesionalismo y excelente servicio por parte de su equipo.

SERVICIOS

- Transporte aéreo, terrestre y marítimo
- Despacho aduanal
- Seguro de carga
- Servicios puerta a puerta
- Lista de nuevos proveedores en China
- Inspección de fábrica en China

CLIENTES



PLATAFORMA DIGITAL

- Videos testimoniales
- Botón de WhatsApp
- Formulario para cotización



CLIENTES
SATISFECHOS:
100



OPERACIONES
POR AÑO:
200



PRINCIPALES
PAÍSES EN TRANSACCIÓN:
Estados Unidos, China, Taiwan,
Alemania, España, Colombia



“ PANORAMA MÉXICO 2020

Creemos firmemente que países como Estados Unidos tendrán una pronta recuperación, ya que han invertido fuertes cantidades de dinero en salvar su economía, por lo tanto todo empresario con capacidad exportadora e importadora debería buscar con más atención hacer negocios con Estados Unidos. Por otro lado, las relaciones entre China y Estados Unidos cada vez están peor, lo que nos abre una importante oportunidad para atraer negocios a México como la manufactura, entre otros. También, sería rentable toda inversión que pudiera realizarse utilizando dólares americanos como principal moneda.”

Alan Agraz

Director General
Grupo Agraz



Grupo Agraz
ASESORÍA | LOGÍSTICA | COMERCIO

📍 Cuauhtemoc #17, Buenavista, CP: 45640, Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco.
☎ (33) 3333 8353 / (33) 2310 4234
🌐 www.logisticaaduanera.com.mx
📘 GrupoAgraz
✉ info@grupoaग्रaz.com



DAN LA CARA POR JALISCO

LOS REPRESENTANTES DE LAS CÁMARAS Y ORGANISMOS QUE HACEN MÁS FUERTE A JALISCO NOS COMPARTEN DESDE TU TRINCHERA QUÉ ESTRATEGIAS TIENEN ANTE LA SITUACIÓN GENERADA POR COVID-19. CÓMO IMPULSARÁN EL DESARROLLO ECONOMICO DE NUESTRA REGION E INVITAN A LA SOCIEDAD A TENER UNA PARTICIPACIÓN ACTIVA PARA EL BIEN COMÚN.



CÁMARA DE COMERCIO DE GUADALAJARA

Egresado de Ingeniería Civil por la Universidad Panamericana, con una sólida formación en Gestión Empresarial y Liderazgo por el Instituto Panamericano de Alta Dirección Empresarial (IPADE) y el Columbia Business School, el Ing. Xavier Orendáin De Obeso es Director de varias empresas que forman parte de un corporativo familiar dedicado a la construcción comercial e industrial, con presencia en Guadalajara, Monterrey y Ciudad de México.

Como un líder comprometido con México y Jalisco, ha sido integrante activo de diferentes organizaciones como: Consejo Social de Colaboración para el Desarrollo Urbano, Unión de Crédito del Sector Comercio, Consejo del Observatorio Ciudadano Jalisco Cómo Vamos, y creador de Nunca Te Rindas, fundación que apoya a empresas y profesionistas en crisis; entre otros.

Como Presidente del Consejo Directivo de la Cámara de Comercio Guadalajara desde 2018, el Ingeniero Xavier Orendáin reconoce la pandemia de COVID-19 como un desafío para innovar, continuar, resistir y estar juntos. Bajo su conducción, la Cámara de Comercio Guadalajara ha apoyado activamente a las empresas jaliscienses en esta crisis, con 20 acciones divididas en tres ejes: ambiente de negocios, cercanía con las empresas y un apoyo activo a la comunidad.

Ambiente de negocios

- Apoyo a las medidas sanitarias de las autoridades, privilegiando la salud de la gente.
- Impulso de un Pacto por la Estabilidad y el Empleo, conformado por iniciativa privada y el sector obrero sindical, para salvaguardar empleos y el ingreso de las familias.
- Posicionamientos claros en la opinión pública para demandar a la federación apoyos para empresas y trabajadores.

Cercanía con socios

- Campaña de comunicación permanente: #JuntosSomosMásFuertes
- Reestructura de servicios: obtención de liquidez, red de negocios, consultoría jurídica, seguro hospitalario, entre otros, en un programa denominado Aliado.
- Distribución de información de valor: noticias de COVID-19 en tiempo real, datos de salud, normatividad oficial, etc.
- Desarrollo de micro-sitio Herramientas Mipymes, con información legal, fiscal, Webinars y tips para sobrellevar la crisis originada por la pandemia.

Presidente del Consejo Directivo

ING. XAVIER ORENDÁIN DE OBESO

- Check Up de Salud Empresarial, un autodiagnóstico para medir el grado de exposición al riesgo de la empresa.
- El Centro de Formación Empresarial ha ofrecido al momento más de 50 Webinars.
- Creación del programa Reconstruye Tu Negocio, con cursos virtuales y mentorías para acelerar el cambio en los modelos de negocios a la nueva realidad.
- Asesorías a todas las empresas en los trámites para gestionar los apoyos económicos otorgados por el Gobierno Estatal y para la obtención del distintivo de apertura en la Fase "0" de la reactivación económica.
- Desarrollo de protocolos sanitarios para la reactivación económica en los sectores de comercio, servicios y turismo.
- Alianzas para la aplicación de pruebas para detectar COVID-19 en empresas.
- Ajuste en la imagen institucional para los nuevos tiempos.
- Creación de Mercalisco, una nueva forma de comprar y vender completamente en línea.

Apoyo a la comunidad

- Instalación de un comité de reacción inmediata para atender la emergencia sanitaria y reducir riesgos en las instalaciones.
- Campañas de apoyo al comercio local con #DependeDeMí.
- Proyección de mensajes positivos en la fachada del edificio de la Cámara.
- Impulso a Jalisco Sin Hambre.
- Lanzamiento del Pacto por la Integridad y por el Bien Ser de Jalisco.

“Al igual que millones de organizaciones en el mundo, la pandemia sacó lo mejor de nosotros. Nos reinventamos para cumplir con nuestra razón de ser: brindar un servicio de excelencia a nuestros socios, nuestra comunidad y estado, en los momentos más difíciles”, comenta el Presidente de la Cámara de Comercio Guadalajara, el Ingeniero Xavier Orendáin De Obeso. ♦



COPARMEX JALISCO

Como Presidente 2020-2022 de Coparmex Jalisco, Carlos Villaseñor ha pertenecido a esta organización desde 2007 desempeñando puestos como miembro del Consejo Directivo, Consejero Delegado de Energía, Tesorero y Vicepresidente. Comprometido con los empresarios de Jalisco, hoy que enfrentamos una nueva normalidad, tiene claro la relevancia de avanzar al valor compartido y la unidad.

Como empresario, el Presidente siempre ha tenido claro la importancia de los valores y el compromiso con los colaboradores. “A lo largo de mi trayectoria de más de 10 años en la institución he impulsado la importancia de los valores, y hoy como Presidente de Coparmex Jalisco, y ante una contingencia como la que estamos viviendo, no debe ser la excepción”, comenta el empresario.

Carlos Villaseñor, socio fundador y actual Director de Grupo IRM, cree firmemente que el compromiso de las empresas debe ir enfocado en la colaboración y creación de valor compartido, cumpliendo no solo con sus accionistas, sino con colaboradores, clientes, proveedores y sociedad en general, como se menciona en el manifiesto Davos 2020.

“Sin duda estamos frente a una crisis, no solo sanitaria, sino económica y social, que afectará a los más vulnerables y hará más grandes las brechas de desigualdad que existen en todo el mundo. En ese sentido, como empresarios tenemos un reto y compromiso muy grande; continuar apostando a nuestros colaboradores, confiar en nuestro país, proteger el empleo y los ingresos familiares”, agrega el Presidente.

Coparmex reitera su compromiso con los empresarios de Jalisco en estos momentos y genera una estrategia para promover la recuperación de la economía, entre otros temas de importancia. “Emprendimos una estrategia que atiende a dos frentes, uno interno y de impacto a las empresas, y otro externo para promover una recuperación económica, salvar el empleo y el ingreso. La primera nos llevó a reinventar nuestros cursos a un entorno virtual para dotar de habilidades y herramientas a las empresas para hacer frente a la contingencia. La segunda, fue de intenso trabajo

Presidente

CARLOS VILLASEÑOR FRANCO

y comunicación con todos los órdenes de gobierno para que los efectos negativos impacten en menor medida las empresas y colaboradores”, explica Carlos Villaseñor.

“Con ello dimos un salto en la forma de ver la manera en que se relaciona nuestra sociedad y la importancia de la cohesión y la comunicación”.

El reto a superar apenas comienza, y el Presidente tiene claro eso. “Estamos en la primera parte de esta contingencia, y por supuesto que la tarea no será sencilla y no se logrará únicamente con el compromiso y esfuerzo de las empresas, de quienes reconozco su actuar, que incluso en un entorno político adverso, polarizado, y prácticamente sin apoyos sustanciales, han sido responsables y comprometidas con los empleos”, comenta.

Con una propuesta de reflexión, unión y empatía el mensaje de Carlos Villaseñor hacía los tapatíos es claro. “Esta situación nos debe llevar a la reflexión de la importancia del trabajo colaborativo, de la unión, pero sobre todo, de la empatía. Es momento de que las ideologías, los colores y las aspiraciones políticas desaparezcan, y se comience a trabajar en una estrategia clara de recuperación económica; pero sobre todo, social. Es tiempo de que empresas, colaboradores y sus familias, crezcan al mismo tiempo con mejores oportunidades para lo que viene. Sin embargo, será imposible llegar a este punto sin el apoyo e involucramiento del gobierno”, insiste.

El empresario jalisciense invita a la población a no rendirse, ya que los meses por venir, serán cruciales para la superación de la situación que atravesamos actualmente. “En los próximos meses el único enemigo a vencer deberá ser los efectos del COVID-19. ¿Cómo lo lograremos? A través del trabajo colaborativo entre empresas, organizaciones sindicales, el gobierno, las universidades, y por supuesto, la sociedad civil. La nueva normalidad debe ser un momento de cambio y progreso, de entender como país que debemos ir en la misma dirección. Es momento que las empresas le apuesten a México y a sus habitantes como impulsadoras del desarrollo y el progreso social”, explica el Presidente de Coparmex.

“Apostemos por las personas y mejoras en la sociedad, solo de esa forma tendremos empresas prósperas y exitosas. Es momento de alinear la capacidad de innovación de las empresas con el talento de la sociedad para generar valor social”, puntualiza Carlos Villaseñor, actual Presidente Coparmex Jalisco.

En Coparmex trabajarán de la mano con las empresas y colaboradores con un enfoque que privilegie a la persona, la pasión y con ello el progreso. ♦



CÁMARA DE JOYERÍA JALISCO

Presidente

SERGIO GONZÁLEZ VELASCO

Un hecho es que vamos a tener cambios definitivos de los esquemas globales del comercio al por menor. Estamos viviendo una redefinición del contexto económico y social mundial, y como industria, primero deberemos atender la parte de la prevención sanitaria”, comparte González Velasco.

El Presidente asegura que la propuesta hacia el mercado debe estar apuntalada fuertemente en los valores que representan la salud y la vida en familia, además de la importancia de la previsión de organizaciones ante la incertidumbre.

Por otro lado, el empresario reconoce la importancia de mantener acciones ejemplares como sector. “En la joyería, como sector productivo, de prevaeciente importancia en nuestra entidad, tenemos la responsabilidad de proyectar acciones ejemplares de aplicación social y económica”, subraya.

“Jalisco con su oferta empresarial, turística y comercial debe proyectarse como un destino seguro mediante un trabajo conjunto que incluya acciones, equipamiento e infraestructura de aeropuertos, transportes, recintos, hoteles y servicios”, asegura el Presidente de la Cámara de Joyería.

“Lo segundo será la redefinición de visión de mercado ante los cambios en el comportamiento del consumidor, y en este sentido será obligada una mayor digitalización de los sectores”, añade.

“Las pequeñas unidades de negocio que integran mayoritariamente nuestra planta productiva, encaran una realidad que las obliga a una mayor profesionalización y tecnificación de sus procesos, para responder a la demanda potencial de los canales digitales, reforzando alianzas con nuestros brazos logísticos”, agrega González Velasco.

“La meteórica dinámica del mercado implica una diversificación y previsión financiera

de vital importancia dentro de una visión empresarial moderna”, continúa.

“Desde las instituciones empresariales, concebimos la formación humana y la tecnificación como pilares indispensables para construir la industria con sentido social y competitividad global, que llevará a nuestra nación al desarrollo que refleje su grandeza”, explica el empresario.

Además, el Presidente insiste en la importancia de una vinculación positiva entre sectores. “La vinculación de los sectores productivos en conjunto con la academia y gobierno en acciones concertadas será la fórmula para reaccionar a fenómenos que por su imprevisibilidad y alcance trastocan en su totalidad el rumbo de la sociedad.”

“Queda establecida la necesidad de generar estructuras organizacionales flexibles que atiendan a mercados diversos con capacidad de reacción ante amenazas súbitas. Ante la inminente ola de despidos en nuestro país, la joyería se presenta como una excelente opción de autoempleo y emprendimiento, al ofrecer rentabilidad, liquidez y seguridad financiera”, acota.

Asimismo, González Velasco llama a la población a unirse en conciencia y responsabilidad para fortalecer el futuro de nuestra entidad. “Hoy tenemos un llamado a la conciencia y responsabilidad colectiva. La fortaleza y solidaridad del mercado interno son cruciales para superar el desafío que representa la coyuntura económica global y en este sentimiento se habrán de apoyar en nuestras acciones promocionales, abrazando siempre los sentimientos en nuestras estrategias de mercado.”

Al frente de Cámara de Joyería Jalisco, institución líder del sector joyero en México, está Sergio González Velasco, un empresario jalisciense con más de 35 años de trayectoria en la industria joyera.

González Velasco se incorporó al gremio joyero como vendedor independiente, formando un grupo de distribuidores ingresó a la producción y comercialización al mayoreo de joyería fina, en equipo con fabricantes del sector, atendiendo al mercado a nivel nacional.

Su amplia experiencia e iniciativa lo han llevado a formar parte de Cámara de Joyería Jalisco desde hace más de 20 años, impulsando y promoviendo proyectos como JOYA Emprende, Expo JOYA, Grupo de Calidad, entre otros.

Como actual Presidente de la institución, ha encaminado su gestión con el impulso de tres pilares fundamentales: la formación, la tecnificación y la institucionalidad. ♦



CONSEJO DE CÁMARAS INDUSTRIALES DE JALISCO

Winston Churchill decía que las dificultades dominadas son oportunidades ganadas. Si bien es cierto que el COVID19 representa un enorme reto para la economía global, también debemos verlo como una oportunidad para reconfigurar a la industria y al mundo empresarial en general”, comenta el Coordinador del Consejo de Cámaras Industriales de Jalisco.

A pesar de que el virus de Covid-19 tardó en llegar a México, las consecuencias se temían desde finales de 2019. “En diciembre, cuando se registró por primera vez la presencia de este virus en Wuhan, China, lo veíamos como algo lejano en México, pero ya comenzaba el temor en la industria por la suspensión de envíos de materia prima y la exportación de algunos otros productos”, explica el empresario.

“Las medidas de Aislamiento Social y el cierre de giros no esenciales iniciaron antes en Jalisco que en el resto del país”, nos recuerda el Coordinador.

“El 18 de Marzo 2020 será una fecha que quede en la historia con un hecho más que recordar, como el día en el que todo se detuvo.”

El Consejo de Cámaras Industriales de Jalisco apuesta en este momento por los diferentes sectores y manifiesta que Jalisco No Para. “Jalisco No Para, y muestra de ello es el sector restaurantero, industria que implementó estrategias como #AquíNadieTruena. El aislamiento social representó el cierre de negocios para algunos, pero muchos más hicieron uso de la tecnología para llevar alimentos a domicilios”, añade Masayi González.

Por otro lado, reconoce los esfuerzos de la industria del vestir para innovar y mantener su economía activa. “El sector del vestir también buscó la alternativa que le permitiera seguir operando, ya que su actividad es considerada “no esencial”, pero algunas fábricas comenzaron a elaborar prendas sanitarias y cubrebocas para lograr sobrevivir al virus, que además de la salud, ha afectado la economía.”

“Nos unimos con las otras cúpulas empresariales de Jalisco y con los organismos de trabajadores para levantar la voz y solicitar apoyos por parte de las autoridades para auxiliar a nuestros agremiados. Recibimos poca respuesta de las autoridades federales, pero en el Estado logramos involucrarnos en el diseño del Plan de Reactivación Económica, y fuimos quienes aportamos los lineamientos para el Protocolo de Acción para el Sector Industrial ante el COVID-19 que deben seguir las empresas para su operación en esta “nueva normalidad”,” explica el ingeniero.

Coordinador

ING. RUBÉN MASAYI GONZÁLEZ

“El sector industrial ha sido el principal promotor de acatar las disposiciones de la autoridad, ya que si todos aportamos desde nuestro cuidado personal, el combate al virus será más efectivo y las operaciones podrían reanudarse más rápido. Desde el primer día aplicamos el trabajo en casa para el personal de mayor riesgo, así como la Sana Distancia y el uso de protecciones personales que, en algunos casos ya se venía usando como en la industria alimenticia, pues el cuidado de la salud, la inocuidad y las medidas de seguridad deben seguirse siempre”, añade.

En la Industria de Jalisco, de acuerdo a un sondeo realizado por el Consejo de Cámaras Industriales durante este periodo de suspensión de actividades no esenciales sólo operó el 58 por ciento de las empresas, en algunos casos como los muebleros y los joyeros, no tuvieron otra opción más que cerrar y esperar el momento que la autoridad les permita volver a operar. “Por ello hemos insistido en cumplir con los protocolos, para que cuando sea el momento, reanuden operaciones sin poner en riesgo a la población y a sus propios trabajadores.”

“Sin duda alguna este periodo en el que se detuvieron los pasos agigantados que daba Jalisco en materia económica derivado de la pandemia de COVID-19, pareciera ser un freno obligatorio del que difícilmente podríamos salir con el mismo ritmo que se tenía, pero debemos verlo como una oportunidad para reconfigurar a la industria, para retomar medidas que se habían dejado de lado y darle valor a las personas, a la salud y una aplicación correcta de las nuevas tecnologías” concluye de manera optimista el Coordinador Rubén Masayi. ♦



Scotiabank festeja tu graduación.

Para que celebres este momento, recibe un **certificado digital de \$300 pesos** con tu **Cuenta de Scotiabank**.

#MasCercaQueNunca

Tú decides, nosotros te asesoramos:

Scotiabank[®]



Vigencia del 1 de julio al 31 de agosto de 2020 o hasta agotar existencias. Consulta términos y condiciones de la promoción en scotiabank.com.mx/terminos
Consulta términos, condiciones, comisiones y requisitos de contratación en scotiabank.com.mx
Productos ofrecidos por Scotiabank Inverlat S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Scotiabank Inverlat.

¿Por qué una buena estrategia de marketing podría ser la salvación en momentos de recesión?





MBA. María Begoña Cota Mendia

Directora de la carrera de Administración y Mercadotecnia de la Facultad de Empresariales de la Universidad Panamericana Campus Guadalajara

2020: el año que nos cambió.

Prácticamente todo lo que cada persona, negocio, empresa y organización teníamos planeado para este año ha dado un giro rotundo de manera acelerada y, como si fuera poco, con altos niveles de incertidumbre. Es probable que en alguna clase de administración del riesgo nos hayan hablado de esas "amenazas no controlables", y que deberíamos tener un "Plan B" para manejarlas, pues buenas noticias: ¡hoy tenemos la fortuna de vivirlo en vivo y a todo color!

De esto no se libra nadie, ninguna organización y, claro está, ningún mercadólogo. Hemos visto en las últimas semanas cómo han reaccionado muchas marcas. Algunas de manera creativa en su comunicación, incluso cambiando sus logotipos y slogans; otras asociando su responsabilidad social por medio del cambio en su línea de producción y en general todas por medio de actos de solidaridad en este mar que estamos navegando todos juntos.

Sin embargo, todo eso no es suficiente. Es cierto que en un inicio fueron buenas tácticas de rápida respuesta ante el cambio de paradigma, pero una serie de tácticas sin una estrategia, es navegar sin rumbo. Pero, ¿por qué precisamente una estrategia de marketing es la que puede llegar a ser la salvación en un momento de crisis? Existen muchas razones para dar respuesta a esta pregunta, explicaré las más relevantes y que ninguna empresa ni organización, sea cual sea su giro y tamaño debería de pasar por alto.

Lo primero y quizá lo más importante, porque es el marketing la vía de entrada de toda la información de lo que pasa "allá afuera", siempre lo ha sido y ahora más que nunca debe tomar este rol estelar: si no sabemos cómo está cambiando el entorno y nuestros clientes, ¿cómo esperamos cambiar nosotros para atenderlos mejor? ¿Cómo puedo seguir siendo relevante si no ajusto mi oferta de valor?

De la mano va el segundo punto. El consumidor tendrá nuevos intereses y preocupaciones, tanto él como sus hábitos ya no serán los mismos después de vivir un momento de crisis, como en este caso la cuarentena y todas sus implicaciones. Es el buen estratega de marketing, quien va a entender a este nuevo consumidor, va a saber qué quiere, cómo y cuándo lo quiere, e incluso, cuánto está dispuesto a pagar por ese producto o servicio que cubrirá sus necesidades y nuevos deseos.

En tercer lugar, pero no menos importante, una buena estrategia de marketing ayudará a renovar el modelo de negocio, desde entender el impacto de la crisis en su oferta de valor y en su operación, hasta buscar cómo acercarse ahora a los consumidores, no sólo en su comunicación sino incluso incluyendo nuevos canales que antes no eran ni siquiera considerados. Ésta estrategia puede ayudar a mitigar riesgos, a fortalecer la relación con los clientes, a capitalizar en las tendencias que el mercado exige y a salir adelante de manera organizada y planificada.

Al final, no olvidemos que una empresa sobrevive por sus ventas, pero éstas no se darán por sí solas. Para vender, necesitamos quién nos compre, y para que nos compren necesitamos conocer a ese mercado. No podemos jugar a adivinar toda esta información, o peor aún, ni siquiera tomarla en cuenta. Las organizaciones debemos de poner esfuerzos y recursos en generar una estrategia de marketing que conozca al consumidor, que comprenda el entorno cambiante, y que sea capaz de ofrecer una propuesta de valor mayor, a un precio justo, en los lugares correctos y con una comunicación uno a uno que sea auténtica y buscando un ganar – ganar.





Maestro Harum Chávez

Coordinador de la Licenciatura en Negocios y Mercados Digitales ITESO

Una crisis económica, inevitablemente trae consigo la pérdida de empleos, una caída en el poder adquisitivo del mercado y, en consecuencia, una disminución en la demanda de algunos bienes y servicios. Estas situaciones rompen con la cotidianidad, vuelven obsoletas algunas fórmulas y ponen a prueba muchas empresas. Esa prueba será superada exitosamente, por aquellas que comprendan las nuevas reglas del juego para los negocios, derivadas -entre otras cosas-, por la caída de indicadores macroeconómicos, la variación en el tipo de cambio, y las profundas transformaciones sociales y culturales que se presenten en el mercado. Ya si bien, poco podemos hacer para cambiar las nuevas dinámicas, en contraste, mucho podemos hacer en nuestro propio territorio, y justo ahí, tenemos una muy potente defensa: la evolución de la estrategia de marketing.

En la estrategia de marketing la empresa captura y expresa a través de *mix marketing* o del *customer journey* el *por qué* debe existir en el mercado, aun cuando existen múltiples competidores. Y si bien, antes de la crisis probablemente era un aspecto resuelto y exitoso, puede suceder que deje de serlo frente a un mercado transformado por la crisis. La crisis de salud y económica, provocada por el COVID-19 y las medidas de aislamiento social, han acelerado tendencias tecnológicas que, sin duda, tendrán un impacto sobre la estrategia de marketing. El Foro Económico Mundial señala que esta crisis impulsó las compras en línea, la distribución de productos a través de robots; el uso de la impresión 3D de productos; el trabajo remoto o *home office*; y la adopción del aprendizaje, el entretenimiento y

las consultas médicas *online*. Por lo tanto, es muy probable que nuestros clientes, a raíz de haber experimentado nuevas alternativas para solucionar sus necesidades, al regresar a la normalidad, no se comporten ni mantengan las preferencias que tenían antes de la crisis. Por lo tanto, nuestro negocio tampoco deberá ser ni ofrecer exactamente lo mismo que antes de la crisis.

De ahí que, necesitemos reinventar la estrategia de marketing, a partir del análisis de las necesidades que estará priorizando nuestro mercado, por ejemplo, Euromonitor Internacional señala que, los mercados estarán sensibles al cuidado de la salud de sus familias, por lo tanto, será importante generar alternativas que contribuyan al bienestar del consumidor y enfatizar en su comunicación, aquellos aspectos que las hacen saludables. Se prevé una caída en el ingreso de distintos segmentos de mercado, por lo tanto, será importante lanzar versiones de producto más pequeñas o reconfiguradas para ofrecer un precio menor. Se ha observado que incluso, los segmentos de mayor edad que presentaban fuerte resistencia a las compras en línea, al consumo de contenidos digitales y a utilizar métodos de pago *cashless*, se han visto en la necesidad de emplearlos, y se espera que después de la crisis, -para disminuir su exposición a los riesgos- opten por mantener esos comportamientos, sin dejar de lado que, para los segmentos más jóvenes, el ambiente y las transacciones *online* ya eran cotidianas. De ahí que, para las empresas será preciso mantener una presencia omnicanal, es decir, que utilicen todas las plataformas existentes para que el consumidor pueda establecer contacto con ellos y pueda realizar transacciones por la vía que le sea más sencillo.



Maestra Julia Samperio

Profesora Universitaria de Universidad UNIVAGuadalajara, experta en Marketing, Emprendimiento y Educación, así como Doctorante en Ciencias del Desarrollo Humano y Profesora Líder del Centro de Competitividad y Emprendimiento Sostenible UNIVA

"La meta del marketing es conocer y entender al cliente tan bien que el producto o servicio se venda solo."

– Peter Drucker

Uno de los conceptos más básicos de lo que es marketing según Philip Kotler, se refiere al proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y generan fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar su valor, esto, llevado a la práctica significa que las compañías tienen que ofertar un producto o servicio atractivo e innovador si, pero que también sea adecuado a las necesidades de su mercado meta para que este a su vez, le proporcione de vuelta a la empresa dos cosas principalmente: lealtad de marca y ventas.

Podría parecer ambicioso el generar en estos momentos, un acompañamiento hacia el cliente durante la crisis de salud cuando muchas empresas no están vendiendo, sin embargo, lo que se requiere hoy es estar presentes y generar estrategias para acercarse al consumidor en justa medida, a través de mensajes, llamadas, correo electrónico, pero sobre todo, por medios digitales como las diferentes redes sociales en las que participa cada negocio para generar resultados favorables en ventas más adelante.

Sin embargo, también hay una estrategia de comercialización en particular que puede ser clave para seguir vendiendo y es, el comercio electrónico ya que sin duda alguna, se ha vuelto para muchas empresas a nivel mundial la fuente de ingresos primaria, por lo que habría que innovar en los modelos de negocio para redirigirlos hacia los patrones de compra actuales.

La empresa primero debe realizar una exhaustiva revisión de sus estrategias en las cuales se considere el propósito de la marca o su razón de ser como eje rector para ser permeado a través del producto, servicio, la marca personal de sus directivos, la administración de recursos humanos, precio, distribución, publicidad y promoción, es decir, tanto adentro como afuera, generando un sólido valor integral de marca.

Hoy, más que nunca resulta importante colocar al ser humano en el centro para generar fuertes relaciones. En el caso de las marcas, esas relaciones se dan con sus clientes, que son personas a las cuales la empresa entiende y atiende y con las que se debe comunicar de manera clara, congruente y enfocada para lograr los objetivos corporativos que a la vez deben ser medibles, alcanzables y redituables.

Con la llegada del COVID-19, el marketing ha cobrado mayor relevancia, ya que los estrategas deben voltear a ver al nuevo proceso de compra del cliente, además del entorno cambiante que les rodea y, solo las empresas que sigan presentes y enfocadas en los cambios del mercado, lograrán su permanencia.

Por lo tanto, una buena estrategia de marketing puede salvar a la empresa a través de la planeación y la ejecución de acciones que precisen estar con sus clientes de manera cercana y empática, para que cuando el confinamiento termine, sean esas marcas que le acompañaron, las primeras que aparezcan en las decisiones de compra, habiendo ganado confianza, respeto y amor, y será entonces cuando quien haya invertido tiempo en ello, genere ventas revirtiendo el efecto de la posible desaparición creando una identidad sólida marcada por un antes y un después de los tiempos del COVID-19.

Es momento de regresar al inicio de la creación del negocio, porque, finalmente fue eso lo que detonó la idea que ha generado un cambio en la vida de muchos clientes, pero también del personal que ayuda en la co-creación de la empresa, reafirmando así un gran compromiso y asegurando la presencia en el mercado a través de un trabajo duro en tiempos difíciles. Hoy más que nunca los empresarios tienen que seguirse moviendo y adaptando al nuevo comportamiento del consumidor y el marketing otorga muchas herramientas para poder realizarlo.

¿Qué han implementado para continuar siendo un negocio sostenible y conservar los empleos de su personal?





Grupo Pasta



Nunca nadie se imaginó que el 2020 nos traería una pandemia que afectaría la operación de la humanidad global y por consecuente, la economía.

En Grupo Pasta, buscando contener los daños tanto como estuviera en nuestras posibilidades, creamos un plan de contingencia que nos permitiera apoyar a nuestra gente y a todas las familias que dependen del grupo.

En primer lugar, para nosotros lo más importante fue salvaguardar la salud de nuestra gente, al igual que sus familias, evitando así la propagación del virus. Por ello, nos dimos a la tarea de seguir los procedimientos establecidos por el Gobierno Federal, así como los del Gobierno Estatal.

Estos procedimientos correspondían a obedecer la campaña #QuédateEnCasa. Con esa decisión tomada, nos vimos en la necesidad de cerrar nuestras unidades, todas y cada una de ellas, sabiendo y teniendo consciencia que esto afectaría directamente a nuestro equipo, tanto en Guadalajara, como en Querétaro y León.

Se dice que al mal paso darle prisa, y por supuesto que también algo que se vería afectado sería nuestra economía, por lo que en cuanto todo esto empezó en nuestro país, decidimos cerrar para contener la propagación del virus, aplanar la curva y en conjunto con la sociedad, lograríamos una pronta apertura de los lugares y que la economía de Jalisco, se pudiera reactivar lo más pronto posible.

Durante estos meses de contingencia, en Grupo Pasta hemos mostrado nuestro compromiso con el equipo correspondiendo con nuestro deber hacia con ellos, confortando una crisis que, como se dijo antes, nunca imaginamos que podría suceder, pero a la que no podemos -ni debemos- dar la espalda.

Gracias a todos nuestros socios y colaboradores que sin otro interés, que no sea el de ayudar, hemos logrado, al día de hoy, salir delante de esta fuerte prueba que las circunstancias nos ha puesto.

Por supuesto, que también agradecemos infinitamente a nuestros clientes, que han esperado por nosotros y que sabemos que contaremos con ellos una vez que reanudemos por completo nuestros servicios, recibiendo los como siempre en esto que han convertido en su hogar en Guadalajara, Querétaro y León.

La Borra del Café

La estrategia ha tenido varios frentes:

Al inicio de la contingencia se proyectaron cuatro escenarios sobre el flujo de efectivo para la empresa, contemplando los distintos porcentajes de disminución de los ingresos y de esta manera activamos diversos escenarios de control sobre los egresos; conforme cada escenario se ha ido presentando, se han tomado las decisiones planteadas para cada uno.

El Consejo de Administración de la compañía, trabajó un plan financiero junto con los accionistas para crear estrategias de liquidez a fin de resguardar a la compañía y asegurar sus proyectos de inversión, de esta manera garantizar los empleos y el crecimiento de la empresa.

Se realizó la campaña interna llamada "Héroes que inspiran", para reconocer el esfuerzo y compromiso que todos nuestros inspiradores (colaboradores), están realizando al servir cada taza de café, y lo mucho que nos están ayudando a conservar los empleos que hoy tenemos y los que podremos ofrecer mañana.

Somos parte de la campaña #SalvemosEmpleos y #ConsumeLocal, que busca apoyar en la recuperación de la economía de nuestro estado; así como del movimiento #AquíNadieTruena, una red colaborativa con el mismo sentido.

A través de Facebook Messenger contamos con nuestro asistente virtual "Rita", quien te ayuda a simplificar tus pedidos mediante de la misma plataforma; ahora también

puedes elegir un servicio a domicilio o para recoger en tienda, con la facilidad de pagar de forma segura con tu tarjeta de crédito o débito.

Nuestro programa de lealtad también se transformó, actualmente facilitamos este servicio en Facebook Messenger, en donde se ofrece la posibilidad de comprar puntos y obtener hasta el doble, siendo esto de gran beneficio para nuestros clientes.

Creamos una tienda Online para ofrecer toda la experiencia de nuestro café en casa; se reforzó el trabajo de marketing digital y de venta a través de plataformas de delivery food.

Además, realizamos innovaciones a nuestro proceso de servicio de calidad e higiene, y se han implementado nuevas medidas de sanitización y de servicio.

Se ha mantenido comunicación directa con nuestros proveedores, con el fin de llegar a una negociación sobre los tiempos de pago, así como una posible disminución sobre costos, tales como insumos, rentas, servicios, entre otros.

Para el nuevo futuro, la empresa está realizando nuevas estrategias y transformándose, investigando a las posibles tendencias de consumo y preparando nuevas formas de inspirar.





Palominos



Palominos es el restaurante de carnes más antiguo de la ciudad de Hermosillo. Con 47 años de historia, hemos pasado por situaciones ajenas al negocio, ya sea por cambios en el mercado o por crisis económicas. Hoy estamos viviendo otro reto más, el cual, nuestra historia nos ha dado la experiencia para enfrentarlo.

Por otro lado, nos hemos dado la tarea de estar en constante investigación en el comportamiento de los mercados nacionales e internacionales, y de nuevas tendencias en la industria restaurantera a raíz de la pandemia. Es un conjunto de acciones lo que hasta hoy, han hecho que permanezcamos en el mercado y seamos un negocio sostenible.

En principio, se tenía que definir nuestra prioridad, la cual, para nosotros lo más importante es nuestro equipo de trabajo. Y por otro lado, seguir presente en la mente de nuestros consumidores.

Empezamos por implementar un nuevo modelo de negocio que consiste en hacer pedidos para llevar o para recoger en el restaurante. Se tuvo que ajustar nuestro menú para ser más asertivos con lo que nuestros clientes estaban buscando y también para que los platillos lleguen a los domicilios bien presentados y en la temperatura correcta. La idea es llevar un pedacito de la experiencia Palominos y que siempre sea una razón para reunirse, aun siendo fuera del restaurante. Se proponen kits, que son varios paquetes con diferentes cortes de carne a elegir, ya sea cocinados o

crudos y guarniciones. Cabe destacar que todos nuestros paquetes incluyen los ya reconocidos frijoles maneados; un sello de Palominos.

Trabajamos con velocidad una estrategia de comunicación clara y directa reaccionando a los cambios en el negocio. Seguimos invitando a los clientes a que nos pueden visitar con todas las medidas sanitarias y asegurando un excelente servicio. La comunicación es transparente.

La administración de los recursos ha sido una pieza clave para lograr nuestros objetivos. Gracias a la buena relación que tenemos con nuestros proveedores, tanto locales como foráneos, hemos podido sobrellevar la crisis siempre ofreciendo la misma calidad en nuestros platillos. La administración en Palominos se lleva de una manera disciplinada, ordenada y sana, siempre asegurando que los inventarios sean los óptimos.

Hoy, se analizan y se buscan nuevas oportunidades para la mejora de las instalaciones para que estén en excelentes condiciones, siempre poniendo primero la seguridad de nuestro equipo de trabajo y de nuestros invitados. Palominos está a la vanguardia implementando todas las medidas sanitarias.

Creemos que es una oportunidad para seguir evolucionando y seguir innovándonos. Nuestra familia ha crecido en los últimos años abriendo sucursales en ciudades tales como Mexicali, Tijuana, Guadalajara, Ciudad de México y próximamente Culiacán y una segunda sucursal en Guadalajara. Nuestra misión es crecer la familia, que cada vez más personas vivan la experiencia Palominos.

¿Cómo comunicarás de forma efectiva la seguridad de adquirir un bien inmueble actualmente?





Grupo Guía

Capitalizar en la oportunidad de la década

Se ha hablado mucho del impacto devastador de la crisis sanitaria, tanto a nivel macroeconómico, en los bolsillos de las familias, así como de las grandes oportunidades en momentos de cambio y ajuste. También se ha hablado de los distintos esquemas de inversión en dólares, en oro, en la bolsa de valores, en capital de riesgo o en bienes raíces.

Es muy claro que, dentro de las diferentes formas de inversión, la de los bienes inmuebles ha sido la más resiliente y la más "saludable" y rentable en las últimas crisis. Sin embargo, todos mencionan los mismos cuatro criterios para decidir una inversión: el precio, la tasa en el préstamo, la seguridad y la plusvalía.

Creo que, en estos tiempos, el inversionista inteligente debe ampliar su espectro en otros tres aspectos muy importantes:

1. Cazar oportunidades. Buscar propiedades que, ya sea por ubicación, uso de suelo, ser parte de un gran desarrollo, etc., son excepcionales y salieron al mercado debido a las circunstancias actuales y que de otra forma no estarían a la venta.

2. Formas de pago. En esta temporada, lo que más beneficia a muchos clientes no es tanto el precio, sino la flexibilidad en la forma de pago. Los desarrolladores inmobiliarios están abiertos a recibir formas de pago más amigables para los clientes, con tal de asegurar la venta y recibir algo de flujo.

3. Inversiones en todo nivel de ticket. Siempre pensamos que invertir en bienes raíces es exclusivo del que tiene un ahorro sustancial o puede acceder a un crédito. Esta presión ya no es válida en el mundo actual. En plataformas como 100Ladrillos, puedes invertir online en un esquema de Crowdfunding y ser dueño de una propiedad con alta plusvalía y rentabilidad, desde \$5,000 pesos.

4. Encontrar tu propiedad ideal. Antes, nos limitábamos a enseñar lo que traíamos en nuestra cartera; ahora, gracias a plataformas como Wiggot, podemos poner el requerimiento de nuestros clientes y encontrar la propiedad de sus sueños.

Sin duda es un buen momento para invertir y como asesores inmobiliarios lo importante es saber comunicar el qué y el cómo a nuestros clientes y guiarlos en sus decisiones de inversión patrimonial. Y la mejor forma de lograrlo es a través de la orientación de un asesor profesional que, con base en la tecnología, los ayude a capitalizar en la oportunidad de la década.





Inverti

Actualmente el futuro es incierto, pero lo que sí sabemos con seguridad los bienes que tenemos nos ayudan y protegen ante una crisis.

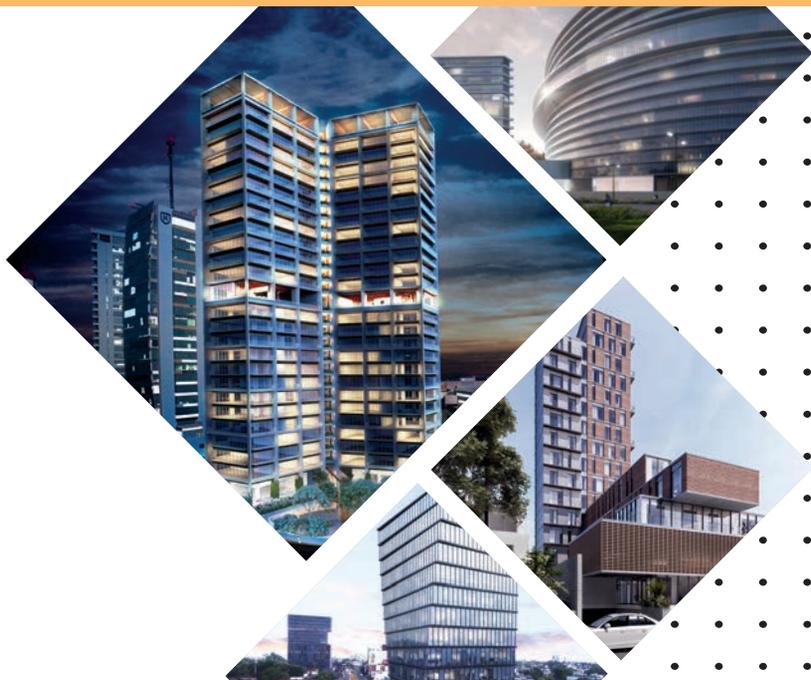
Muchas personas se preguntan por qué invertir en bienes raíces. La respuesta más sencilla que les puedo dar es que representa menor riesgo que algún instrumento financiero o bursátil, protege el valor del dinero contra monedas volátiles y al mismo tiempo la plusvalía de los inmuebles siempre genera rendimientos.

Comprar un inmueble te ayuda a protegerte en el futuro ante cualquier crisis económica porque la plusvalía siempre incrementará el valor de la propiedad. Así es como primero necesitas conocer los diferentes tipos de inversiones; residenciales, comerciales, industriales y terrenos,

invariablemente debes de evaluar la ubicación, precio, estado del inmueble, impuestos, rentabilidad y plusvalía de la zona, entre otras cosas. Este análisis lo puedes hacer con la ayuda de un asesor inmobiliario certificado y con experiencia para que tu compra sea la mejor inversión de acuerdo al mercado y a tu situación financiera.

Por otra parte, las preventas son muy buenas siempre y cuando tengas un buen enganche, ya que esto te ayudará a que aproveches el mayor descuento del desarrollo y así tu inversión irá incrementando conforme al avance de la construcción. Cuando tú inviertes en un inmueble, tu dinero está activo, ya que puedes ponerlo a la venta cuando tú lo decidas para aumentar tu patrimonio.

En conclusión hoy en día la manera más segura de invertir tu dinero es en tierra, en algo tangible, ya que su valor en el mercado siempre incrementará.





IDEX

Ante el entorno actual que vivimos, la adquisición de un bien inmueble representa una excelente oportunidad para proteger e incrementar el patrimonio familiar.

Existen muchos beneficios para quienes estén considerando hacerlo en este momento, especialmente en productos enfocados a vivienda, tanto si se piensa hacer como inversionista o como usuario final.

Para quienes quieren invertir patrimonialmente:

- Se ofrecen buenos rendimientos con un nivel de riesgo moderado en comparación a otro tipo de inversiones.
- Sirven para proteger el patrimonio contra inflación, al ajustarse los valores anualmente.
- Quienes adquieran hoy un bien inmueble terminado lo están haciendo con un descuento del 30%, considerando la variación al tipo de cambio que hemos vivido en los últimos meses y los impactos que esto tendrá en el costo de los nuevos proyectos.
- En los próximos meses habrán buenas oportunidades de compra.
- Se proyecta un incremento en la demanda para productos de vivienda en renta en algunos segmentos de la población, debido a esto se podrán generar buenos ingresos con el inmueble.

Para quienes quieren comprar como usuario final, aplican varios de los puntos mencionados anteriormente y algunos otros más:

- Se están liberando nuevos esquemas de financiamiento que permiten mejorar la capacidad de compra de las familias.
- Las tasas de los créditos hipotecarios han estado bajando y se proyecta que sigan esa tendencia hacia el futuro, con lo cual se puede adquirir una vivienda a 20 años con un costo financiero históricamente bajo.
- Una parte de los intereses del financiamiento se puede deducir, por lo que podemos comprar con costos financieros realmente accesibles.
- Ante un entorno complejo los bienes inmuebles pueden servir como una fuente adicional de recursos, como garantía para obtener liquidez.
- Algunos proyectos están diseñados para ofrecer las mejores condiciones para trabajar desde casa, esto te servirá para ser más productivo, e inclusive generarás ahorro por la renta de espacio de oficina.

En ambos casos existen muchos beneficios para la compra de un departamento, sin embargo, hay algunos temas a considerar antes de hacerlo:

- Asesórate de expertos que te pueden brindar información confiable para tomar la mejor decisión.
- Tómate el tiempo de comparar varias alternativas que se ajusten a tu presupuesto.
- Investiga a quien le estás comprando, acércate a empresas que cuentan con una buena trayectoria y te pueden ofrecer seguridad y confianza en tu compra.



Grupo Casgo

A raíz de la pandemia muchas industrias y sectores comerciales han tenido que familiarizarse con nuevas plataformas virtuales y han tenido, de alguna forma, que re-adaptar su modelo de negocio para sobrevivir a esta crisis.

En Grupo Casgo, aunque contamos con 27 años de experiencia en la industria de la construcción, no somos una excepción a esta dificultad. Hemos buscado la manera de reinventarnos a través de diversas plataformas digitales para brindar seguridad tanto para nuestros colaboradores y clientes como para nuestros proveedores y comunidad.

Como marca, ante una crisis como la que estamos viviendo, es importante transmitir seguridad y confianza con nuevas estrategias en el mundo digital.

Uno de los primeros puntos y de los más importantes para comunicar seguridad sobre la adquisición de bienes inmuebles, es el mapeo de las audiencias de interés para así considerar sus necesidades y preocupaciones. Esto es básico para conocer al cliente en época de crisis.

Identificar los segmentos que son de mayor oportunidad y que sean los más beneficiados en la acumulación de demanda y economía en el análisis de la base de datos existente de la empresa sería el siguiente

punto a considerar. Posteriormente se identifican los productos de bienes inmuebles con mayor potencial.

Toda marca siempre debe aprovechar el uso de canales de medios sociales y de CRM para dar la atención necesaria, comunicación clara y respuesta abierta en tiempo real para así asegurar la atención completa al cliente. A la vez, se optimiza la mezcla de canales de comunicación para responder a los cambios en el consumo de medios.

También, es necesario adaptar los mensajes y ofertas en tiempo real para responder a las necesidades y emociones cambiantes de nuestro mercado.

Otro punto clave es el facilitar la visibilidad y transacción en línea, muchos han desarrollado ya plataformas de e-commerce para atender y vender desde su página web. Algo importante es aprovechar y fortalecer las conexiones de salud y bienestar con citas en línea.

Y por último, y el que considero el punto más importante, es reevaluar la experiencia de compra que ofreces a tus clientes para dar un mayor valor personalizado y capacidad de respuesta.

Es momento de solidarizarnos como marcas y como consumidores, ver por nuestro bienestar económico, pero también por el del país. Son momentos de mucha incertidumbre pero son precisamente estos los que nos llevan a nuevas oportunidades de negocio y emprendurismo.



BRADA GRUPO INMOBILIARIO



En estos tiempos de incertidumbre hemos escuchado mucho que en las crisis es cuando se presentan grandes oportunidades. En el mercado inmobiliario estamos en una etapa en la cual la balanza se inclina en favor de los compradores, la falta de liquidez de muchas empresas desarrolladoras, así como la sobre oferta en el mercado, hacen que sea un buen momento de encontrar precios rebajados y esquemas de pago mucho mas flexibles a lo que se vio en el último año. Pero, antes de comprar un inmueble la pregunta clave sería cuál es tu objetivo.

Si la respuesta es para habitarlo, el momento no podría ser mejor, además de lo ya mencionado, nos encontramos con tasas de interés en créditos bancarios a la baja. Entonces, si tu estabilidad en ingresos te lo permite, es buen momento de adquirir alguna propiedad con crédito hipotecario.

Si tu objetivo es patrimonial, comprar para recibir renta a largo plazo, te recomiendo totalmente adquirir algún inmueble comercial en la Zona Metropolitana de Guadalajara. El retorno anual en rentas que te dará un inmueble habitacional es del 4.5% al 5%, un inmueble comercial te dará entre el 7% y el 10% en retorno en rentas; esto es casi el doble que un inmueble habita-

cional, y no tendrás que invertir en mejoras, ya que el inmueble comercial lo entregas a tu inquilino en la condición que se encuentre para que lo acondicione de acuerdo con las necesidades de su giro, y si eliges un buen inquilino, este te firmará un contrato a largo plazo, y esto hará que tu retorno sea más estable.

Si tu objetivo es especular, comprar en preventa a buen precio y esperar que tenga plusvalía para vender y obtener una ganancia, también es buen momento de negociar enganches bajos, para dar la menor cantidad de dinero posible antes de la reventa, y así elevar tu retorno por capital invertido a números muy atractivos.

Son buenos momentos para comprar, como siempre para no tener riesgo investiga bien a tu vendedor, para saber qué proyectos ha realizado y cómo les ha cumplido a sus clientes, si ha dado buen seguimiento en la postventa y si son desarrollos que siguen en buen estado y plusvalizándose. Las oportunidades son de quienes no se paralizan ante el miedo y la incertidumbre, espero tú seas de quienes se encuentran en este grupo.

¿Qué nuevas estrategias de venta y posicionamiento de marca harán para cautivar al consumidor?





Hyundai

Anivel global, la industria automotriz es un propulsor para el desarrollo de otros sectores de alto valor agregado. En México, no es la excepción. La industria automotriz es considerada como un sector estratégico, su participación en las exportaciones la coloca como la más importante, superando incluso al sector petrolero.

Adicionalmente, esta industria se ha constituido como precursora de la competitividad en las regiones donde se ha establecido, lo que se ha traducido, entre otros resultados, en empleos más calificados y mejor remunerados, así como en un mayor desarrollo del capital humano.

Hyundai, la marca surcoreana dio a conocer que una de sus estrategias en el 2020, es sus lanzamientos de cambio de líneas como GRAND I 10, CRETA y ELANTRA; siendo Hyundai CRETA el producto estrella de la marca.

Dentro de los showrooms, Hyundai tiene un nuevo estilo de venta, donde cada uno de los dealers cuenta con pantallas, con las que el cliente podrá tener la experiencia de crear su nuevo auto, tendrá ahí la opción de ver la versión, el color, tipo de rin y equipamiento para, como resultado, ver cómo quedaría auto. Además, el interesado podrá cotizar en ese momento, solicitar un crédito y obtener respuesta inmediata sobre la aprobación del mismo.

Por otro lado, sumándose a la tendencia global digital, Hyundai aumentará sus esfuerzos en redes sociales dada la experiencia y buena aceptación de campañas anteriores.

Sin dejar a un lado la importancia de la ecología, Hyundai será una de las mejores opciones de movilidad híbrida en el mercado actual. IONIQ está ubicado en el rango más bajo de contaminantes entre los vehículos de combustión interna, teniendo una fusión que combina un motor de 1.6 litros con un motor eléctrico.

Con 6 años de su llegada a México, Hyundai se mantiene líder en el mercado siempre preocupado por la innovación, la ecología, comodidad y especialmente en lograr que todo cliente tenga una experiencia diferente hasta en el más mínimo detalle.

Mazda Guadalajara

Con la llegada de la séptima generación de Mazda a México con nuestra auto insignia Mazda 3 mediante una preventa limitada a mil unidades, al ser los primeros en disfrutar la emoción de manejar el renovado Mazda 3 con un motor 2.5 L tecnología SKYACTIV dándole el poder de 186 caballos de fuerza, con transmisión manual o automática de 7 cambios para continuar el dinamismo como nunca antes. Evolucionando el diseño interior como exterior y a la inspiración del diseño KODO. Nos enorgullece compartirlas que este 2020 Mazda recibió el premio con nuestro Mazda 3 HB y S en la categoría: World Car Design of the Year.

Continuando con la séptima generación, en noviembre del año pasado llegó el nuevo integrante de la familia, Mazda Cx-30 todo lo que necesitas vayas a donde vayas. Un auto que fluye con la elegancia de un coupé y acelera con la fuerza de una SUV, equipada con tecnología SKYACTIV, pionera en sus categorías, la versatilidad en movimiento que provoca es irresistible, ahorro en combustible; enamórate de la belleza de la nueva generación.

Este año, los esfuerzos como marca y red de distribuidores en conjunto resaltan como innovadores, valientes y dispuestos a cambios radicales. Las acciones destacadas realizadas hasta ahora son las siguientes:

- Planes de Marketing y apoyos nunca antes vistos en la historia de la marca.
- Servicios sin costo para nuestros clientes Mazda y personal de salud (en autos multimarca).
- Apartados web con inventarios en línea.
- Implementación de Facebook Lives con asesores o invitados especiales.
- Vídeos inspiracionales de producto y estilo de vida.
- Catálogos digitales de producto y servicios.

Estas y muchas más acciones han requerido de conocimiento, experiencia, sensitivity y sobre todo creatividad.

La dedicación que hemos tenido y trabajado como Mazda Guadalajara (Mazda Plasencia, Mazda Acueducto, Mazda Galerías, Mazda Américas y Mazda Santa Anita) ha logrado el lugar número 1 a nivel nacional en ventas y experiencia digital.

Buscamos que todas las herramientas y estrategias se convirtieran en el espacio perfecto para reinventarnos, crear vínculo humano con nuestros clientes, la forma en la que nos comunicamos y fascinamos a nuestros fans con la filosofía de la marca.





Vanrenta

En Vanrenta buscamos que nuestros clientes aprovechen al 100% su flujo de efectivo para reactivar su negocio sin descuidar la modernización de su empresa y sus activos fijos, por lo que diseñamos para las empresas una solución completa para lograrlo:

No compres, ¡Arrenda!

- Una solución hecha a la medida en la que podrás aprovechar:
- Estructura de arrendamiento puro flexible y a la medida.
- Plazos de 12 a 48 meses.
- Pagos iniciales bajos y hasta 100% deducibles.
- Rentas accesibles y hasta 100% deducibles.
- Bonos especiales y primer pago dentro de 2 meses.
- Seguro incluido, auto sustituto y servicio de concierge.

En Vanrenta no solo arrendamos vehículos, también tecnología, maquinaria y equipo.

¡Somos la empresa que hace simple y confiable el arrendamiento puro en México!

Audi Center Galerías

Sin duda alguna nos estamos enfrentando a un nuevo reto en la industria automotriz. A consecuencia de la situación actual del país, hemos cambiado nuestro plan de trabajo, enfocándonos más al tema digital, seguimos en contacto con nuestros clientes y prospectos a través de todos nuestros canales digitales (redes sociales, sitio web y aplicaciones móviles).

Contamos con un asesor web que responde de inmediato los leads que se generan en los diferentes medios digitales, brindando seguimiento en cotizaciones, citas, pruebas de manejo, para que nuestro prospecto pueda continuar con su proceso de compra.

Por medio de Audi Financial Service tenemos Audi Now, es un plan de financiamiento con mensualidades atractivas, y al final del plazo existen tres opciones: cambiarlo, devolverlo ó quedártelo.

En el área de post venta implementamos el servicio de recolección de autos a domicilio. Nuestro personal llega hasta la puerta del hogar de nuestros clientes por su Audi, cumpliendo con los protocolos de higiene correspondientes y la entrega es el mismo día. Además ¡contamos con pago en línea para servicios y refacciones!

En Audi Center Galerías mantenemos la distancia para seguir unidos.





QUESOS
CHILCHOTA
El Queso de México



El divertido sabor para quedarte en casa

PRODUCTOS LÁCTEOS VANGUARDIA
DISTRIBUIDOR

Servicio a domicilio:
☎ 33 2687 0604 y 33 2687 0605
CEDIS, Hernán Cortés 6935-1
Col. Francisco Sarabia
C.P. 45239, Zapopan, Jal.

☎ 33 3619 3651 y 3619 4716
Centro Comercial Abastos
Av. Lázaro Cárdenas #2305 Local E-3
Col. Las Torres C.P. 44920, Guadalajara, Jal.
(A un costado del Mercado de Abastos)

🌐 www.chilchota.com
📱 ChilchotaMx

Distribuidor Autorizado





VIVE LA EXPERIENCIA MOCHOMOS

Esta es la guía definitiva con lo que debes de pedir para disfrutar de mucho sabor

Gracias a su inigualable estilo contemporáneo y al succulento sabor que impregna en cada platillo, Mochomos se ha posicionado en el gusto de miles de comensales, satisfaciendo cada antojo y compartiendo especialidades de la más alta calidad.

Su amplia selección de entradas originales, la calidez de sus cortes y la variedad de platillos, despiertan en el comensal la curiosidad y necesidad de querer probar todo. Pero, ¡llevátela con calma! Para que puedas disfrutar de cada platillo, te dejamos una guía con aquello que debe ser un must en tu lista, la próxima vez que ordenes a domicilio algunas de sus creaciones. Sumérgete en esta lista de opciones y decídete a pasar un fin de semana diferente, pidiendo tu cena en Mochomos.

Primero que nada, ¿cómo ordenar?

La responsabilidad de Mochomos con sus clientes y su personal es enorme, por ello, estarán ofreciendo servicio Take Out o a domicilio a través de Rappi. Para hacer tu pedido puedes llamar al 8186470160 o enviar un whatsapp a 8180780660 El 100% de las ventas está destinada a los colaboradores de Mochomos.

También puedes adquirir un certificado pre-consumo de Grupo Costeño, con el que obtienes increíbles descuentos para disfrutar cuando todo vuelva a la normalidad. Con este certificado, apoyarás a las familias de sus colaboradores para que puedan conservar sus empleos e ingresos, ya que la venta total será destinada para ellos.

Ahora sí, ¿qué voy a pedir?

Para empezar... Abre apetito con alguna de las increíbles entradas, como la orden de carne Mochomos, diseñada para tres personas. Se trata de una exquisita carne deshebrada frita, acompañada de cebolla que lleva todo el estilo de la casa. Pero si lo tuyo son los quesos, deléitate con un fundido en chile verde, chorizo, chipotle u ostión... ¡Ufff!



Ya, ya hice hambre

Entonces es tiempo de pasar al plato fuerte. ¿Carne? ¿Mariscos? ¿Por qué no los dos? Empieza con lo clásico: Unos tacos de carne asada servidos ya sea en maíz o en harina y acompañados de una deliciosa salsa de la casa. ¡No puede faltar el guacamole!

Y si tu deseo de carne no ha cesado, no pasa nada, porque es la especialidad de la casa. Si quieres disfrutar de los cortes de la más alta calidad, gran jugosidad y sabor, entonces te recomendamos el Rib Eye de Mochomos. ¡359 gramos de puro sabor! Este delicioso corte es presentado con un marinado a las finas hierbas y la receta original de casa.

Ahora que si prefieres los mariscos, también tenemos una succulenta opción: Un especial que mezcla pulpo, camarón y callo fresco, con la receta original de casa basada en salsas negras.

¿Y si estoy a dieta?

¡No te preocupes! Del Campo, Mochomos, Tibia de la Huerta, Hongo Vegetariano, Torre de Betabel... La variedad de ensaladas te permitirá disfrutar de un sinfín de sabores. Aquí te recomendamos la Mochomos, una deliciosa combinación de espinacas, aderezadas con vinagreta balsámica y coronada con almendras, queso de cabra, arándanos y suprema de mandarina.



Mochomos Guadalajara
Avenida Patria 188, Puerta de Hierro,
45116, Zapopan, Jalisco
The Landmark
www.mochomos.mx
33 1514 5752 o 53
/Mochomos Guadalajara
mochomosgdl



¿Quién dice que hay que vivir según las normas?

Por **Javier Soto Morales**

Profesor de la Facultad de Derecho de la Universidad Panamericana

Socio Director de Sotoriolve-Abogados

Con esta pregunta, el fallecido Sociólogo de origen polaco Zygmunt Bauman, tituló una de las cartas que escribió para ser publicadas en una revista italiana y luego recopiladas en uno de sus libros, “44 cartas desde un mundo líquido” (PAIDÓS, 2011).

Como abogado postulante, profesor de licenciatura en derecho, padre de familia y ciudadano, ésta pregunta me llevó a reflexionar sobre el “sentido de propósito” de la existencia de las normas en una sociedad como la nuestra, cada vez más individualista, consumista, con una serie de retos existenciales que hoy “salen a flote”; bajo circunstancias de incertidumbre ante la adversidad de la pandemia del COVID-19 que estamos enfrentando globalmente, en nuestro México y en nuestra comunidad tapatá, con situaciones muy dolorosas en distintas ciudades del mundo.

En situaciones adversas, se conoce de “qué están hechas las personas”, las sociedades, las naciones; esto tiene una relación directa con la cultura de esas sociedades, entendiendo como cultura: “la forma de pensar y de actuar “ de una sociedad; es ahí donde cabe preguntarnos: ¿cómo es nuestra sociedad cara al cumplimiento de las normas?, ¿existe una sólida cultura jurídica en mi entorno?, ¿soy promotor y/o ejemplo del cumplimiento de la ley, reglamento o disposición que me aplica según el caso que debo atender o traigo entre manos?, ¿soy de los que día a día, busco el privilegio, llevando a la práctica aquel dicho común de qué: “hágase la voluntad de Dios en los bueyes de mi compadre”?, preguntas que con muchas otras más, nos llevan a darnos cuenta de que como personas, profesionistas, empresarios y ciudadanos, debemos de actuar con responsabilidad social, compromiso y esfuerzo para lograr una auténtica cultura de legalidad, basada en un ético actuar y con una consciencia de vivir en comunidad.

Resulta indispensable en nuestros días, tener el “sentido de urgencia “ para promover una cultura de la integridad en todos los ámbitos sociales de nuestro país, afortunadamente, cabe decirlo que con mucha es-

peranza, existen iniciativas ciudadanas que desde diversos sectores, promueven el vivir con congruencia, “el ser íntegro”, vivir acorde a valores universales, atendiendo a la dignidad de la persona humana, para lograr el bien común en una sociedad; siendo ahí donde se encuentra la relevancia de cumplir aquellas normas legítimamente promulgadas y que tengan como objeto: la mejora de la vida de las personas en lo individual y simultáneamente, el bien común, donde exista la armonía, el desarrollo de los ámbitos social, económico, cultural, entre otros; debiendo sancionarse de manera severa la corrupción, se combata la impunidad, tanto en nuestros políticos, como en aquellos que desde la iniciativa privada hacen igual o más daño, prevaleciendo así, la transparencia en el actuar de los gobernantes y la rendición de cuentas.

Revisemos con otra pregunta: ¿de qué estamos hechos como personas, profesionistas y/o empresarios?, hace falta cambiar nuestra manera de pensar y de actuar, urge modificar nuestra cultura cara a la norma, a la legalidad, al deber ser; actuando con responsabilidad social, veamos con amplitud de miras, dejando atrás nuestro individualismo y de ésta manera, encontraremos soluciones individuales que contribuyan en resolver problemas generados socialmente, ¿eres parte del problema o de la solución?.





REINVENCIÓN 2020

LEADERS FORUM

LO SABÍAMOS. LA REINVENCIÓN LLEGÓ.

PREPARAMOS **PLAYERS TALKS 2020** PARA QUE LOS MAYORES LÍDERES DE LA REGIÓN REFLEXIONARAN, DISCUTIERAN Y DISEÑARAN LA REINVENCIÓN QUE ESTÁN VIVIENDO.

NO ESTÁBAMOS EQUIVOCADOS, LLEGÓ MÁS RÁPIDO, MÁS DIFUSA, MÁS INSPIRADORA.

 **JUEVES 10 DE SEPTIEMBRE**
 **17:00 - 19:30 HRS**
 **ONLINE**

 /players.gdl  @players_gdl  players_gdl



west telco zoom





#vamosavernos en
MOCHOMOS



THE LANDMARK
GUADALAJARA

AV. PASEO DE LOS VIRREYES 45 INT P20-22
FRACC. PLAZA CORPORATIVA ZAPOPAN, ZAPOPAN, JAL.

RSVP: 33 1514 5752 o 53

 Mochomos Guadalajara  mochomosgdl

mochomos[®]