

# PLAYERS

OF LIFE

GUADALAJARA

MAYO 2021  
\$40 MEX \$2.50 US \$3.50 CAN  
7 603007 253002 63



Brando Angulo

Claudio de Angelis

Denisse de Alba

Ana Corcuera

Chuy Bracamontes



## THE TRENDING STARS

EL MARKETING DE HOY / Las agencias que te llevan hacia tus objetivos estratégicos.  
TECNOLOGÍA QUE REVOLUCIONA / Compañías "top" para transformar tu empresa.  
ARTÍCULO ESPECIAL / ¿Por qué "El medio somos nosotros" en el mundo digital?



## stay•ca•tion

/,stā'kāSHn/ - Sustantivo Informal

Del inglés "stay" y "vacation": vacaciones en donde, en lugar de viajar, te quedas en casa o en tu ciudad para realizar actividades de ocio.

Si quieres relajarte dentro de **Guadalajara**, te invitamos a visitarnos y disfrutar de nuestra **alberca climatizada al aire libre**, con increíbles vistas panorámicas de la ciudad. En **Hilton Guadalajara Midtown** estamos listos para recibirte con los estándares de limpieza e higiene de nuestro programa **Hilton CleanStay**.

En Habitación Estándar reservando con la tarifa marcada como "Revive México", sujeta a disponibilidad. La tarifa puede variar de precio dependiendo el día en el que se hace la reservación y la fecha de estancia, incluye 16% de IVA y 3% de ISH. Desayuno Härth en nuestro restaurante incluido para las personas registradas en la reservación, estacionamiento en cortesía para 1 automóvil por reservación.

# La Mejor Escapada: Staycation



**TARIFA DESDE**  
**\$2,188 MXN**  
impuestos incluidos

**Desayuno y  
estacionamiento  
incluidos.**

Reserva en en  
[bitly.com/ReviveMexico-GDLGM](https://bitly.com/ReviveMexico-GDLGM)  
o llamando al 33 4160 0160

  
**Hilton**  
GUADALAJARA MIDTOWN

  @HiltonGuadalajaraMidtown  
@HarthGuadalajara

Av. Adolfo López Mateos 2405, Col. Italia Providencia. Dentro de Midtown Jalisco

Make a  
Difference.

**PLAYERS**  
TALKS

PRESENTADO POR  
**RappiPay**

Evento digital

**Martes 15 Junio**  
**17:00 hrs.**

  
**Hilton**  
GUADALAJARA MIDTOWN

 **SPORT CITY**

**wework**

 **NETWORKS**  
connecting the world

**zoom**

  
**Nóvament**  
cultura estratégica para crecer

# Speakers



TRAYECTORIA  
EMPRESARIAL

**CARLOS  
Ruiz V.**

Fundador y Director  
Creativo de CLOE



**MARISA  
Lazo**

Fundadora y Directora  
de PASTELERÍAS MARISA



**ALEJANDRO  
Litchi**

Presidente Ejecutivo de NICE



REGÍSTRATE AQUÍ

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



# MOCH



THE LANDMARK

GUADALAJARA

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

[Mochomos Guadalajara](#) [@mochomosgdl](#)

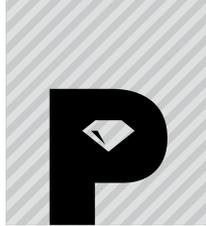




OMOS

*ways*

*machamos*



MAYO 2021

# Carta editorial

**S**omos privilegiados por vivir en nuestra actualidad, gracias a la tecnología todo ha mejorado en cuanto al acceso a información, eficientizar tiempos y procesos, así como en las maneras de comunicarnos y de cómo conectar con los demás; por lo que creo fielmente en la gran responsabilidad que recae en el uso que damos a las valiosas herramientas con las que contamos hoy en día para realizar nuestras diferentes actividades, tal como lo dijo el economista y ganador del premio Nobel de la Paz, Muhammad Yunus, “La tecnología es importante, pero lo único que realmente importa es qué hacemos con ella”. Considero de gran valor destacarlo e invitarlos a cuestionarlo cada vez que le damos uso, y en las páginas de esta edición abordamos algunas de sus distintas vertientes.

En portada, conoce a Denisse de Alba, Chuy Bracamontes, Brando Angulo, Ana Corcuera y Claudio de Angelis: The Trending Stars, ellos marcan la diferencia a través del contenido que generan para el mundo digital y con el que llegan a un sinfín de usuarios. En entrevista descubrirás cómo llegan a convertirse en las personalidades que son hoy en día en las diferentes plataformas en las que participan, cuándo se percatan del impacto que tiene cada una de sus publicaciones, a dónde quieren llegar, así como muchos detalles más.

Por otro lado, la mercadotecnia ha vivido una transformación importante y, sobre todo, acelerada en los últimos años, dado el profundo impacto que tienen dentro de los resultados de cada empresa, en nuestro especial Marketing de Hoy encontrarás a las agencias que, sin duda, serán las mejores aliadas para guiar a tu empresa a lograr los objetivos estratégicos trazados para este 2021.

Ni qué decir en cuanto a la evolución en temas tecnológicos, por lo que en el apartado dedicado a este sector presentamos a las empresas especializadas más influyentes que ayudarán a transformar tu compañía.



Foto: Laura Luna

Alejandro Martínez Filizola, cofundador de Grupo PLAYERS

Finalmente, el artículo especial El Medio Somos Nosotros explica la gran implicación que tiene el uso de redes sociales en los cambios a nuestro alrededor, al igual que el gran poder que tiene cada clic que hacemos en las diferentes plataformas digitales, así como nosotros mismos con todo lo que compartimos desde nuestras computadoras y dispositivos móviles. ♦

**PLAYERS**  
OF LIFE  
GUADALAJARA

**DIRECTOR EJECUTIVO**  
Erik Alvarado Peña  
e: erik.alvarado@playersoflife.com

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

**GERENTE EDITORIAL PRINT  
Y BRANDED CONTENT**  
María José González  
e: mariajose.gonzalez@playersoflife.com

**COORDINADORA DE MARKETING**  
María Fernanda Godínez  
e: fernanda.godinez@playersoflife.com

**ASESORES COMERCIALES**  
Diego Llamas  
e: diego.llamas@playersoflife.com

**Joshua Cazares**  
e: joshua.cazares@playersoflife.com

**GERENTE EDITORIAL DIGITAL**  
Cristina Madrigal  
e: cristina.madrigal@playersoflife.com

**DISEÑO EDITORIAL DIGITAL**  
Jorge Rojas  
e: jorge.rojas@playersoflife.com

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

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

**FOTOGRAFÍA DE PORTADA**  
Guillermo Flores Fotografía

**DISTRIBUCIÓN**  
Iván Valdez

**CONSEJO EDITORIAL**

Abel Intriago · Carlos Arteseros · Daniel Blum · José Olivares · Karina Ley · León Refregreger · María José Arregui · Mario Rizo · Moisés Michán · Myriam Ibarrola · Nidia Zavala

Somos la materia prima de  
Arquitectos y Diseñadores

Arq. Juan Carlos Baumgartner | SPACE

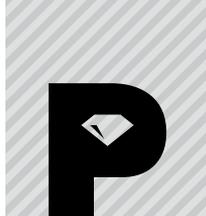


Chapas de Madera Natural y Precompuesta

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

[www.verolegno.com.mx](http://www.verolegno.com.mx)

Fotografía por: Alejandro X. Carras & Juan Gabriel Estramparini



MAYO 2021

## 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 BRANDED CONTENT**  
Victor Blankense  
e: victor@grupoplayes.com.mx

**HEAD EDITORIAL DIGITAL**  
Sergio Eduardo Rodríguez  
e: sergio.rodriguez@grupoplayes.com.mx

**HEAD EDITORIAL PRINT**  
Samantha Gallinar  
e: samantha.gallinar@grupoplayes.com.mx

### DISEÑO

**GERENTE DE DISEÑO**  
Salma Salum  
e: salma.salum@grupoplayes.com.mx

### 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

### MARKETING, RELACIONES PÚBLICAS Y ES- PECTÁCULO

**GERENTE DE MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS**  
Pamela Tirado  
e: pamela.tirado@grupoplayes.com.mx

**DISEÑO DE MARKETING**  
Annette Hernández  
e: annette.hernandez@playersoflife.com

### SISTEMAS

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

### RECURSOS HUMANOS

**SUBGERENTE DE RECURSOS HUMANOS**  
Brisa Favila  
e: brisa.favila@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

**MAZATLÁN**  
Alejandra Hernández  
e: alejandra.hernandez@playersoflife.com

Impreso en:  
**Celsa Impresos**  
CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015

PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 5 No. 170. Fecha de publicación: 1 de Mayo de 2021. 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

SPORT CITY SPORT CITY  
com.mx

LA CLAVE DE LA

EXCLUSIVIDAD

ESTÁ EN SPORT CITY ANDARES

#ENTI #ENTI #ENTI #ENTI #ENTI #ENTI #ENTI #ENTI #ENTI #ENTI

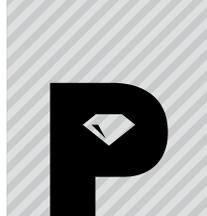


¡INSCRÍBETE!



OBTÉN TU **MEMBRESÍA EXECUTIVE** Y ACCEDE A TODOS  
LOS **BENEFICIOS ESPECIALES** QUE TENEMOS PARA TI:  
PROGRAMAS DE ENTRENAMIENTO, NUTRICIÓN, ALBERCA Y MÁS.

DESCARGA Y OBTÉN  
TU PASE DE CORTESÍA



MAYO 2021

# Contenido



**20** HISTORIA DE ÉXITO  
THE TRENDING STARS

**22** THE TRENDING STARS  
Chuy Bracamontes

**24** THE TRENDING STARS  
Denisse de Alba

**26** THE TRENDING STARS  
Claudio de Angelis

**28** THE TRENDING STARS  
Ana Corcuera

**30** THE TRENDING STARS  
Brando Angulo

## AGENCIAS

37 INTEGRATTO  
38 HUMANO  
40 NIMBUS  
42 HAUTEV

## LA PROPUESTA

45 PABLO LEMUS  
46 CARLOS LOMELÍ  
48 JOSÉ FARGIE  
50 PEDRO KUMAMOTO  
52 SERGIO BARRERA

**32** ARTÍCULO ESPECIAL  
El medio somos nosotros

## TECNOLOGÍA

55 METROCARRIER  
56 WEST TELCO  
58 SOFTTEK  
59 COMPUSOLUCIONES

## ACTUALIZATE ADVANCE

60 Carl's Jr.  
62 HomeLab

**65** PUNTO DE VISTA  
La importancia de la  
mercadotenia en tiempos  
de crisis

**64** CONSULTING  
El empoderamiento de  
la mujer y el liderazgo  
empresarial femenino

**66** TRABAJO  
La ciencia y tecnología como  
detonante del desarrollo  
y sostenibilidad de las  
empresas



*¡Ya abrimos!*

# IOS OFFICES LEÓN

OFICINAS CORPORATIVAS, ESPACIOS Y CONTRATOS FLEXIBLES



## IOS OFFICES FORO 4

Calle Manuel J. Clouthier 304, Piso 4,  
Fracc. Hispanoamericano, León, Guanajuato, 37125  
8003000467 | [info@iosoffices.com](mailto:info@iosoffices.com) | [www.iosoffices.com](http://www.iosoffices.com)

*¡Nosotros  
te impulsamos!*

# Mandolás: El vino seco que impulsa el presente de Tokaj

Conseguir elaborar un vino nuevo es todo un acontecimiento y para la bodega Oremus ha sido un gran descubrimiento. El vino seco Mandolás fue creado en la región de Tokaj en Hungría respaldado por el grupo Tempos Vega Sicilia.

Desde 1602 la tradición vinícola de esta región húngara había sido la elaboración de vinos dulces, hasta que en el año 2000 la bodega lanzó por primera vez este vino seco, siendo Oremus la pionera después de 400 años en crear un vino a partir de la uva Furmint.

La uva Furmint es un fruto autóctono de Tokaj; la región es conocida por sus vinos dulces que se elaboran a partir de esta uva que se pasifica por las características propias de la región. “La uva se reseca por la humedad, la altura, las lluvias y los vientos; es hasta mediados de septiembre que aparece un hongo de forma natural que se llama podredumbre noble el cual ataca a la uva provocando su pasificación; sin embargo, concentra la azúcar, pero también la acidez; más tarde el hongo muere y el fruto está preparado para ser recogido y comenzar la elaboración; todo este proceso es único y característico de Tokaj”, detalló

en entrevista Antonio Menéndez, Director General de Tempos Vega Sicilia.

Para la bodega Oremus, Mandolás es un vino diferente que buscó romper con el pasado y dio impulso a un nuevo presente de la región húngara.

La elaboración de este vino se realiza justo antes de que la uva sea atacada por el hongo. La uva Furmit se recoge a finales de agosto y principios de septiembre; pasa por un proceso tradicional donde hay una fermentación alcohólica, una láctica y se concentra en la barrica por aproximadamente seis meses. La barrica es de madera húngara, su contenido es de 136 litros, mucho más pequeña en comparación con una barrica normal de 225 litros; para finalizar el vino se deja reposar entre seis y nueve meses en la botella, dando lugar a este vino seco Mandolás.

“El vino es fresco con acidez muy alta, muy diferente a otro vino blanco, con una personalidad muy definida, con mucha fruta cítrica y en boca tiene un paso muy suave, mucho más fructuoso, más mineral. En calidad es excelente, por primera vez en la historia un vino húngaro fue incluido en el Top 100 de Wine Spectator este año”, afirmó Antonio.



## Tempos Vega Sicilia

Es un grupo que está compuesto por cinco bodegas, cuatro de ellas son españolas y su especialidad es el vino tinto; el corporativo tiene una bodega más en Hungría, especialista en vinos blancos en su mayoría dulces, a excepción de Mandolás que ha revolucionado el mundo vinícola.

## Maridaje

- Mariscos
- Ensalada de verduras
- Sopa
- Cremas
- Foie gras



De venta en:  
🌐 [www.vinoteca.com](http://www.vinoteca.com)  
📱 [vinoteca\\_mexico](https://www.instagram.com/vinoteca_mexico)

Antonio Méndez,  
Director General de Tempos Vega Sicilia



Laura Guerra

📍 Ave. Fundadores 4001 Local 105,  
Monterrey Nuevo León, C.P. 64920

📞 81 8344 1454

🌐 [www.jinzai.com.mx](http://www.jinzai.com.mx)

📱 Jinzai.Mx @ bejinzai

**//** Enfoque + innovación”: Repite ésta fórmula en cada una de las empresas del grupo, a pesar de estar enfocadas en segmentos de negocios muy diferentes, mantienen en ellas el mismo común denominador: la integración de tecnologías exponenciales en los procesos `core`. La diversidad de los negocios del grupo ayudó a enfrentar los retos de la pandemia y la reforma que regula la subcontratación laboral en una de las 4 empresas del grupo Jinzai, sin embargo, los productos y servicios que estaban fuertemente apalancados en tecnologías exponenciales fueron los que llevaron al grupo a tener un incremento de 211% en ingresos y un 131% en su EBITDA vs 2019.

### TRANSFORMACIÓN

Jinzai RH fue pionera en el 2018 al utilizar la Inteligencia Artificial para crear su primer empleado virtual: S.O.P.H.I.A (Software Operativo de Planeación Humana con Inteligencia Artificial), hoy S.O.P.H.I.A realiza múltiples puestos: Agente de Contact Center, Reclutador, Ejecutivo Comercial y Ejecutivo de Servicio al cliente. Ahora te puedo confirmar que “Sí hay empleados Multi Task y Multi empresas, pero son virtuales como S.O.P.H.I.A”, señaló Laura Guerra, Fundadora y CEO de Grupo Jinzai. Hoy S.O.P.H.I.A trabaja en las 4 empresas del grupo, tiene funciones y roles diferentes en cada una, aplicando la misma tecnología y con la misma inversión. El crecimiento es exponencial, tanto en la productividad como en la eficacia de la función que desempeña.

Otra oportunidad de negocio fue agregar la realidad virtual y realidad aumentada (realidad mixta) para el reclutamiento y selección de choferes por medio de un simulador inmersivo en Realidad Virtual, estas tecnologías exponenciales que nos ayudaron a disminuir los costos en pólizas de seguros del personal de transporte hasta un 70%, bajar el riesgo de accidentes viales, generar una cultura de prevención, cortesía y prudencia en los procesos que involucran personal de transporte y seguridad.

“Contamos con tecnología de última generación para que las empresas puedan gestionar sus entrenamientos, certificar a su personal, y prepararlos constantemente por medio de una plataforma en línea y personalizada para cada uno de nuestros clientes”, explicó Laura. Además, la empresa cuenta con una aplicación que ofrece un servicio muy peculiar el cual ofrece gestionar al personal en punto de venta por medio de geolocalización, métricas, y visibilidad 24/7 en tiempo real. “Tenemos una aplicación que gestiona al personal que se encuentra laborando en campo, si quieres saber que está pasando con tu equipo, te metes a la app y rápidamente puede ubicarte en los puntos de su localización y además está rankeada su eficiencia”, detalló.♥

### DISCIPLINA Y EXPERIENCIA

Gracias a su liderazgo, preparación y emprendimiento, Laura ha sorteado de manera positiva todos los retos que ha tenido a lo largo de su carrera profesional y al fundar su empresa. Inició su vida laboral a los 16 años en McDonald's donde asegura que aprendió la cultura de servicio, la constancia, la disciplina y el trabajo en equipo; A los 24 años decidió formar su propia compañía, hoy Grupo Jinzai integra 4 exitosas empresas: Jinzai Mercadeo en Punto de Venta, Jinzai Contact Center, Jinzai Sorting, Picking and Packing y Jinzai RH. Con cerca de 7,000 empleos directos e indirectos, brindan servicios en México, Estados Unidos y LAR.

Este año Grupo Jinzai que lidera Laura Guerra, festeja sus primeros 25 años de exitoso crecimiento de la mano de sus clientes, colaboradores y socios de negocios.

# EL MUSEO DE LA TECNOLOGÍA

## Deutsches Museum



Situado en una isla formada en el río Isar, de Munich, Alemania, el Deutsches Museum, fundado en 1903, es considerado el más grande e importante museo de ciencia y tecnología. Además, es uno de los centros líderes en investigación en lo que a cultura moderna se refiere.

Su fundador, el ingeniero Oskar Von Miller, tuvo la intención de brindar a los visitantes una experiencia didáctica relacionada con la ciencia, la tecnología y la ingeniería, por lo que cuenta con objetos interactivos, simuladores, pantallas táctiles y un sinnúmero de aparatos electrónicos con los que se puede aprender de una manera totalmente divertida.

El Museo Alemán posee más de 100,000 objetos, de los cuales se exhiben 28,000 de los campos de la ciencia y la tecnología. Las exposiciones abarcan diferentes ramos y especialidades que van desde la minería hasta la física atómica, desde muestras de las primitivas cuevas de Altamira, España hasta modelos magnificados de la célula humana. Se extienden desde la edad de piedra hasta la actual era digital.

Unas de sus piezas más destacadas es el primer avión motorizado construido por los hermanos Wright, el submarino U1 y el primer automóvil construido por Karl Benz. También muestran algunos de los objetos más importantes en los ramos del transporte, maquinaria y herramientas de poder.



En su extensión de terreno de 4.7 hectáreas se dividen 50 secciones en las que se relata, mediante valiosos objetos o aparatos, la historia de la evolución de la humanidad, principalmente la tecnológica. Se dice que para recorrerlo todo se necesitan invertir ocho días aproximadamente.

Un recorrido por sus instalaciones es sin duda una gran experiencia, y, aunque se aconseja tener tiempo disponible, al interior de sus paredes y salas se relata toda una vida de conocimiento en el que se funden la prehistoria con las historias antigua y moderna de la humanidad.▼

# LIDERIZANDO LA NUEVA ERA DEL TALENTO BASADO EN LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL



¿ESTÁS PREPARADO PARA EL MUNDO DIGITAL?  
¡CONOCE A SOPHIA!



**TALENT ATTRACTION**

Reclutamiento Masivo y Especializado

**HEADHUNTING**

RECLUTAMIENTO ESPECIALIZADO

**JINZAI DRIVR**

Tecnología exponencial enfocada a RRHH

**JINZAI [LMS]**

powered by Teachit

Learning Management System

**JINZAI <ISDI>**

Digital Business School

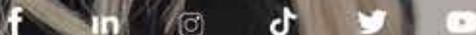
Te ayudamos a crear los empleados del futuro: Soporte técnico, Atención a clientes, Reclutadora virtual, Ejecutivo comercial, etc.

**Felices de escucharte.**

Workspace Fundadores  
Ave. Fundadores 4001 Local 105  
Monterrey Nuevo León MEX  
C.P. 64920

+52 800 0000 JIN

[www.jinzai.com.mx](http://www.jinzai.com.mx)





Denisse de Alba

Brando Angulo

Claudio de Angelis

Chuy Bracamontes



Ana Corcuera

# The Trending Stars

Ellos destacan como creadores de contenido en las diferentes plataformas digitales en las que, sin duda, marcan tendencia, a través de ellas llegan a un sinfín de usuarios a los que cautivan con sus personalidades únicas, y, sobre todo con el mensaje que difunden, ya sea para aprender sobre algún tema en específico o para entretenernos con su creatividad y simpatía.

A continuación, presentamos las historias de Chuy Bracamontes, Denisse de Alba, Claudio de Angelis, Ana Corcuera y Brando Angulo. En entrevista conversaron sobre sus inicios en el mundo digital, por qué se dedican a esto, cómo desarrollan sus publicaciones, su interacción con la audiencia y la gran responsabilidad de llegar a miles de personas.

Entrevista: María José González

Arte: Mayra Manzanera

Producción digital: Cristina Madrigal

Fotografía: Guillermo Flores

Backstage: Melina Mariscal



# CHUY BRACAMONTES

# Vida en familia



Cuenta: **@jesusbravan**

Red: **Instagram**

No. de seguidores: **44,9k**



**E**ste tapatío de 32 años de edad, se caracteriza por compartir contenido sobre su día a día, viajes y vida en familia con su esposa, Lorenia y su pequeño hijo, Jesús.

Chuy menciona que el gran impacto que ha tenido en redes sociales se ha dado de forma natural, ya que nunca pensó que fuera a ser algo que tuviera trascendencia, sino que su objetivo siempre ha sido compartir su vida, lo que le gusta y lo que le importa.

“Yo soy muy natural, realmente, no lo trato de hacer como un tema de ingresos, o un tema de negocios, simplemente es estar sacando mi vida personal y mi vida familiar”, menciona.

La primera vez que tuvo noción del impacto que provoca su contenido fue durante un evento en Colima, “hice una publicación donde iba a asistir a un evento de una marca y realmente vi el impacto que tuve ahí, entonces realmente sí me sacó de onda estar en otro estado donde no tenía idea y ver mucho movimiento”, expresa.

El impacto que considera que genera en él su audiencia es que se ha vuelto más consiente antes de hablar, escribir, o subir una foto.

Esto no lo ve como su principal actividad ya que también se considera una persona comprometida con el medio ambiente; un fanático del deporte; además de tener su propio negocio, una agencia de relaciones públicas; y trabajar para una empresa de consultoría y reclutamiento especializado.

**“Realmente eso, ser un poquito más pensando el tema del contenido al ser una persona pública, influenciar a las personas de una manera positiva, tratar de pensar un poquito más las cosas para que tengan una meta y un fin positivo”, expresa.**

Sus metas digitales para cerrar este año son trabajar con marcas importantes internacionales, y tener más de interacción con sus seguidores, sin perder nunca su naturaleza y espontaneidad.

Considera que el tener presencia en plataformas digitales le ha permitido tener grandes beneficios como conocer gente importante que siempre había admirado, y trabajar con marcas que siempre veía lejanas.



# DENISSE DE ALBA

# Amor por la moda y el estilo



Cuenta: @dealbadenisse  
Red: Instagram  
No. de seguidores: 96,4k



**E**sta tapatía consultora de imagen y coordinadora de moda, especializa su contenido en brindar consejos para lograr looks a la moda con prendas accesibles.

**“Crear outfits con prendas clásicas, básicas o fáciles de conseguir y cómo reutilizar el closet y sacarle el mayor provecho sin necesidad de estar comprando; también comparto lifestyle, viajes, restaurantes y un poquito del día a día de manera natural”, comparte.**

Su sección favorita es “Cool Spots”, en la que comparte lugares como cafeterías y restaurantes para salir a desayunar en Guadalajara.

Empezó en el mundo de la moda hace aproximadamente 10 años, pero no fue hasta el 2016, cuando decidió dedicarle más tiempo a las redes sociales, subir publicaciones e historias todos los días.

La primera vez que tuvo noción del impacto que provoca su contenido en miles de persona fue hace dos años a través de la interacción que tenía con sus seguidores, pero lo comprobó en un evento que tuvo.

“Fue hace muy poco en un bazar que hice de ropa y accesorios de segunda mano, de hecho antes de hacer el bazar tenía un poco de miedo si iba a ir gente o no, o si recorría el horario para hacerlo de menos tiempo y llegó muchísima más de lo que pensé, hubo fila y

tiempo de espera y todo y dije ‘ay Dios, sí, sí hay un impacto’”, recuerda.

Comenta que su contenido ha variado mucho a través del tiempo, ya que antes lo hacía de una manera más casual, “sin ponerle como tanta armonía en el perfil, ahorita todo el contenido lo trato de hacer como con un mismo hilo, que siga una misma línea, más armónico todo con una mismo estilo y la estrategia pues creo que en redes es muy importante dar contenido, pero de calidad, no poner por poner, o hablar por hablar, sino es mejor calidad, que cantidad es mi idea, entonces al final no subir fotos solo porque sí, sino que puedas dar una buena recomendación, un buen spot, buen outfit, igual en una historia, no rellenar solamente”, expresa.

Además de dedicarse a redes sociales y tener colaboraciones con marcas, también hace producciones de moda para campañas de publicidad.

Una de sus metas para este año es lanzar su marca de ropa de lino, “Sal Morena”.

“Hacer una combinación entre mi perfil y la marca que estoy sacando, poderle dar ese impulso. Otra meta es ser mucho más organizada, y seguir buscando esa calidad y formalidad en contenido, marcas, y publicaciones que hago”, comparte.

Considera que el tener presencia en redes sociales la ha llevado a conocer personas increíbles, “aprender muchísimo de cada persona que te vas topando en la vida, abrirse a nuevas experiencias, agradecer en cada momento, disfrutar, me ha llevado a viajar a diferentes lugares, hacer amistades que valoro demasiado, conocer marcas increíbles y el detrás de cada una, lo que más me gusta es trabajar con marcas mexicanas, lo disfruto muchísimo, todos los lunes hago “#LunesLocal”, donde comparto diferentes diseñadores, marcas locales, todo mexicano”, añade.

Concluye diciendo que el tener presencia en redes le ha permitido abrirse, expresarse y mostrar cómo ve la vida a su manera, ser más empática y agradecida.

“También como el quitarme ciertas penas, ciertos miedos porque al final no nos llevan a nada, y lo más importante, ser y dejar ser”, termina.

# Gusto por el buen comer

**E**l objetivo de este tapatío amante de la gastronomía mexicana, es crear un vínculo entre la comida y una gran comunidad de glotones.

Claudio menciona que Buen Diente nació hace tres años en la agencia de relaciones públicas que maneja, con la idea de crear una herramienta para los restaurantes.

“Fue cuando nos empezaron a preguntar acerca de cuánto cobramos por los servicios y fue cuando dijimos ‘vamos empezando con unos paquetes de publicidad’ y poco a poco los mismos clientes nos fueron diciendo sobre el impacto que tenían las publicaciones”, recuerda.

Actualmente que se dedica de tiempo completo a esto, su meta es lograr que sus seguidores se enteren de la existencia de algún restaurante o de algún platillo en específico, mediante mucha interacción con su audiencia.

“Porque no son solamente mis gustos, sino que también la gente va recomendando cosas que les van gustando y el final creo que ahí es donde nos vamos poniendo todos de acuerdo, y yo creo que los padres de este blog es que los contenidos son propuestas de todos los que formamos parte de esta comunidad, se pone bastante bien”, expresa.

Aunque no se ha capacitado de alguna manera en particular, menciona que siempre ha sido un apasionado por la comida, y que ha aprendido de personas relacionadas en el medio, como chefs y periodistas gastronómicos que llevan años en este mundo.

Sus metas para este 2021 son crecer en seguidores y a seguir creando contenido valioso para su audiencia.

“Nosotros lo trabajamos con tres hilos de historias por semana, además de estos hilos

de historia, nos enfocamos mucho en las encuestas, lo que la gente está pidiendo para también seguir creando esa partecita de contenidos”, menciona.

Para Claudio, el gran logro que ha tenido en redes es a tener seguidores tanto a nivel nacional como internacional.

**“Entonces de tener una presencia quizá estatal o un poquito nacional porque sí nos sigue gente de Monterrey y Ciudad de México, ahorita, que ya nos ven en otros países, está muy interesante”, expresa.**

Considera que el estar presente en redes le ha permitido generar cada vez más empatía con las personas.

“Porque he visto que lo que le gusta uno, no le gusta otro, entonces el cambiar un poquito la forma de expresarte, de empezar a decir ‘eso está bueno’ y ‘eso está malo’, por me gusta o no me gusta, porque ya vi que en el universo de la comida cabemos todos, y hay personas a las que no les va a gustar y no por eso está mal, simplemente no es del gusto de esa persona, entonces quizá el aprender a hacer mucho más humilde en las opiniones de comida y decir ‘me gusta, no me gusta’ en lugar de ‘está bueno, o está mal’”, concluye.



Cuenta: **@buendientegdl**  
Red: **Instagram**  
No. de seguidores: **100k**





# CLAUDIO DE ANGELIS



# ANA CORCUERA

# Estilo de vida saludable y natural



Cuenta: **@vivesanobyanacorcuera**  
Red: **Instagram**  
No. de seguidores: **47,5k**



Como una creyente del poder que tiene la sanación mediante los alimentos, Ana Corcuera crea su contenido basándose en su propio estilo de vida natural y saludable, brindando a sus seguidores recetas y consejos para ayudarles a encontrar un balance en su vida.

Ana cuenta que empezó a crear contenido para plataformas digitales hace dos años, con el objetivo de impartir cursos de comida saludable, “de ahí vi la necesidad de las personas, sobretodo ahorita como la tendencia de redes sociales, empecé a subir ahí todo el contenido de recetas, tanto para niños, como personas a las que les interesa el ejercicio, adultos, como un poquito de todo, y ahí fue cuando empecé a subir más mi Instagram”, recuerda.

La primera vez que tuvo noción del impacto que estaba provocando su contenido en miles de personas, fue cuando hizo un reto de 10 días en enero de 2018.

“Enero siempre es el mes que todo el mundo quiere empezar con un estilo de vida saludable, creé el reto de 10 días que te incluye el kit con los productos, fue un ‘boom’, ahí fue cuando empecé, fue mi primer reto y ahí dije ‘la gente tiene mucha necesidad, de saber comer saludable, pero rico a la vez’, como que siempre encontrabas algo que era no sé, súper estricto, o a lo mejor como muy a la plancha, muy insípido todo, entonces traté de crear un reto de lo más delicioso, rico, que a la gente le guste, se motive y así con eso fue cuando despegué”, recuerda.

Ana es diseñadora de interiores de profesión, pero fue hace 7 años cuando decidió cambiar su estilo de vida por uno más saludable y sustentable.

“Yo era la más carnívora del condado, era nada que ver como soy ahorita, fui a un retiro a Oaxaca, y ahí fue cuando cambié, fueron tres semanas de estar comiendo vegano, meditando yoga, fue así como un parteaguas en mi vida y ahí me cambió absolutamente todo, fue cuando empecé con todo esto y ahí empecé a certificarme como trofóloga, health coach, alimentación consciente, y ahí dije ‘esto es lo mío’, definitivamente, digo no que me haya equivocado de carrera todo suma,

pero siento que esto fue lo que me encantó”, menciona.

Desde ese entonces no consume carnes rojas y basa su alimentación en plantas, “al principio sí fui vegana así a nivel extremo, después siento que no fue lo mío tampoco por el tema social también mucho, porque es muy difícil, yo admiro demasiado a las personas que son así, pero como que traté más bien de abrir mi mente”.

Actualmente, a sus 29 años de edad, es esposa y mamá de una bebé llamada Isabel, por lo que se las ingenia para compaginar ambas actividades.

“Trato de tener un balance en todo, entonces pues mi estilo de vida así es por eso pues se me ha hecho muy fácil seguir con las redes porque me hago un desayuno y lo subo, o la comida, o la cena, o algún postre que es para mí, subo, por eso se me ha hecho fácil hacerlo como tiempo completo, pero a la vez también tengo mis espacios”, comparte.

Considera que algo que caracteriza su contenido es la naturaleza y espontaneidad con la que lo realiza; se organiza creando contenido cada semana para irlo administrando, aunque también comparte las recetas que va cocinando en su día a día.

Sus metas para este 2021 es sacar dos retos más, lanzar un sazón vegetal, aumentar su número de seguidores y hacer colaboraciones con marcas.

Ana menciona que el tener presencia en el mundo digital la llena de motivación día con día, le encanta que cada vez más personas sientan bienestar con ellos mismos y busquen su ayuda para cambiar hábitos.

“Me ha hecho saber más lo que puedes lograr si te propones, la personalidad también siento que me ha cambiado, antes era como súper penosa, como que no me atrevía a hablar en público, era súper introvertida y ahorita siento que si haces las cosas que te gustan y con confianza puedes llegar muy lejos sin necesidad de trabajar, motivándote día con día y está padre que a la gente pues le guste lo que hagas y a ti te encante todos los días, es como una motivación más”, finaliza.

# Apasionado por los bienes raíces y el emprendimiento

**A**ctualmente, a sus 36 años de edad, es director de Brada Grupo Inmobiliario y un creador de contenido en el que su audiencia encontrará las herramientas que necesita para aprender sobre bienes raíces y emprendimiento.

La idea de incursionar en redes sociales nació formalmente en enero del 2020, con el objetivo de ayudar a sus seguidores a desarrollar proyectos con poco capital.

“Dije ‘la mejor forma de comunicar a mucha gente y de conectar, son las redes sociales, entonces creo que el crear una marca personal conecta más con la gente, podía crear un mensaje mucho más poderoso y literalmente llegar a miles y cientos de personas que puedes ayudar, eso fue lo que me motivó, más la pandemia que sabía que todo el tema digital se iba a exponenciar y que sí pasó, entonces el objetivo sí se cumplió”, expresa.

Brando menciona que su misión es enseñar a que cambien su vida a través del emprendimiento o de las inversiones, ya que cree que hoy en día con menos capital, las personas pueden ser parte de inversiones que antes solo estaban destinadas a gente de mucho dinero.

La primera vez que tuvo noción del impacto que estaba provocando su contenido en miles de personas, fue cuando empezó a recibir muchos de mensajes de agradecimiento.

“Aunque me lleguen muchísimos mensajes, yo tengo una regla, aunque tengo equipo de marketing, yo contesto todos los mensajes, intento sí aconsejarlos de verdad, mi idea es ayudar pues tienes que contestar con cada persona con sus dudas, son muchas personas las que me han escrito ‘por ti emprendí’, literalmente ahorita un chavo va a sacar una fintech y dijo ‘por ti la hice, me motivaste, vi tu historia’, entonces pues estar en redes es difícil porque hay ‘hate’ también, pero esos mensajes de ‘hice algo por ti’, ‘cambié mi vida por ti’, ‘tomé una decisión por ti’, pues vale la pena, y lo seguí con más justo, ahí estoy todo el tiempo aconsejando lo que puedo”, comparte.

Además de Instagram, tiene también presencia en Facebook, Tik Tok y Spotify, con un podcast en el que da a conocer historias reales de éxito y fracaso de emprendedores que están trascendiendo en sus industrias, además de brindar herramientas prácticas para facilitar el

camino hacia un emprendimiento exitoso.

Brando considera que las redes sociales le han ayudado a impulsar su empresa y a conocer las necesidades en el mercado.

“Ahorita tengo como una sensibilidad y un contacto muy padre con la gente que apenas está empezando, que tiene sus pequeños ahorros, y con eso me doy cuenta de cómo es el mercado, qué necesidades tiene la gente, qué le gusta, de qué quiere que hable, de qué voy a hacer mis próximos edificios, qué productos son los que necesita la gente ahorita”, comparte.

Menciona que su contenido y estrategia en redes ha evolucionado a través del tiempo, con cada vez más herramientas y consejos útiles para su audiencia.

“Lo que la gente quiere es que le ayudes, yo inicialmente en las redes hablaba mucho de mí, en el momento en el que me di cuenta que yo no soy el héroe de mis redes, yo soy el guía y a la gente que está en redes debo guiar y ayudar, en ese momento creció muchísimo, se empezaron a hacer algunos videos virales, ahí fue el despegue, me he ido adaptando a contenido que le va gustando a la gente, cada vez hago videos más específicos de lo que la gente me pide y siempre con el afán de ayudar”, menciona.

Su meta para este año es seguir creciendo en seguidores, “mi idea es crecer orgánicamente con gente que sí de veras quiera seguir aunque sea muy lento, quiero llegar al medio millón de seguidores en todas las redes al final del año, esa es la meta, difícil, pero tienes que poner un número y sobretodo que se mantenga ese contacto y seguidores de calidad y gente que sí de verdad está enseñando, no crecer por crecer, eso es tonto”, comparte.

Brando considera que el tener presencia en redes sociales le ha dejado muchos contactos y amigos nuevos, “mucha gente que admiro, que valoro y que he aprendido muchísimo, nuevas amistades, muchos contactos de negocios y sobretodo el sentir que si estoy generando algo para la comunidad, creo que estoy transmitiendo un montón de mensajes, que estoy ayudando ya cada vez a más gente, antes ayudaba en una conferencia a 100 personas, ahora puedo ayudar en un video a 100 mil, exponencias tu mensaje a miles de personas”, concluye.



Cuenta: **@brandoangulomx**

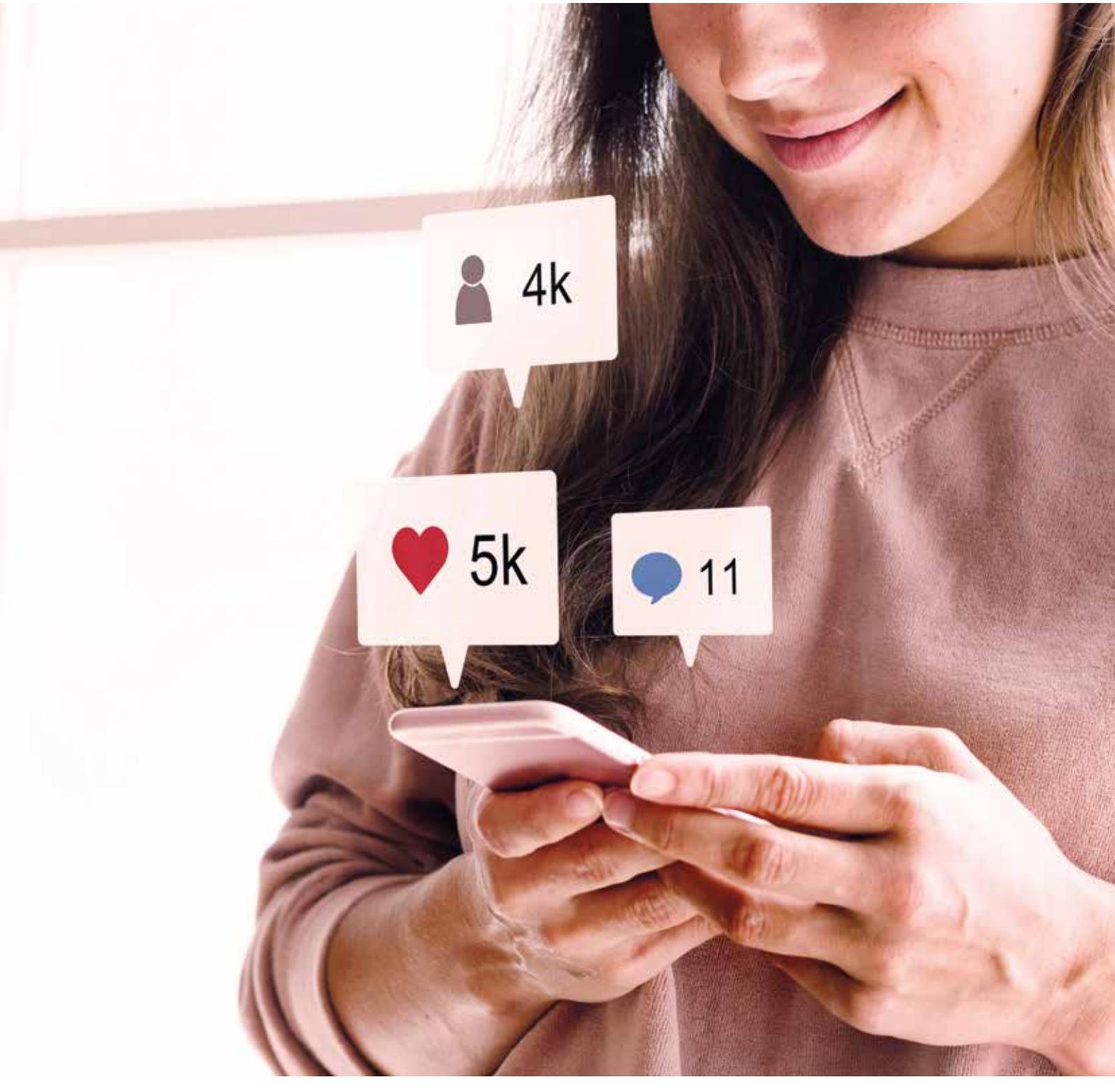
Red: **Instagram**

No. de seguidores: **119 k**





# BRANDO ANGULO





# El medio somos nosotros

**S**in duda, 2016 es un año que marca para siempre a las redes sociales. Donald Trump gana las elecciones gracias a una campaña basada básicamente en condicionar la opinión de sus posibles votantes vía noticias falsas, principalmente publicadas en Facebook. Un monstruoso equipo (Cambridge Analytica) recolectó datos de los posibles votantes norteamericanos, hizo una big data (declaró tener por lo menos 5 mil datos de cada posible votante norteamericano) en la cual vía algoritmos, presentaba a usuarios de Facebook norteamericanos ‘fake news’ de acuerdo a sus preferencias de lectura en dicha red social; es decir, que un usuario que buscaba muy seguido noticias deportivas de repente se topaba “casualmente” con una nota en Facebook que hablaba sobre apoyos de Trump para un nuevo estadio para su equipo favorito y otra donde decía que Hillary Clinton (adversaria de Trump en esas elecciones) pensaría en cobrar impuestos muy altos a los deportistas más exitosos y mejor pagados lo que pudiera provocar que dichos héroes deportivos pudieran buscar jugar en otros países. Ambas noticias falsas, pero en 2016 solamente 2 de cada 10 personas verificaban las notas que leían en Facebook. Recomendamos los documentales The Big Hack y The Brexit que hablan de lo anterior.

Hoy, en 2021, cinco años después de esos acontecimientos políticos, se da un ‘boom’ en todas las redes sociales. La lección fue: ya no se necesita ser un medio de comunicación prestigiado para informar, así como tampoco se requiere ser una tienda física para vender un producto. La vorágine del marketing digital explotó y hoy lo que vemos es que todos podemos ser un producto. El enfoque cambió, ya en YouTube no queremos tener el alcance o los ‘views’ de Yuya o Wervevertumorro, nos alcanza con tener la audiencia necesaria en el sector donde queremos informar, vender y entregar nuestro mensaje. Se terminó la obsesión por los miles de ‘likes’ y comentarios de donde fuera.

Las agencias de publicidad que manejan grandes marcas también han cambiado mucho su forma de publicitar vía redes sociales. Se han humanizado, la marca que logre vender al consumidor final una experiencia y no un producto son las que están triunfando. Antes todas las marcas competían por ser anunciadas por los artistas de moda, hoy quienes insisten con esa fórmula no están teniendo los resultados que, por ejemplo, arroja McDonald’s con su “Es hora de volver a encontrarnos” o la de Starbucks “Every name’s a story”, que muestran a gente común y corriente extrañando a los suyos, gente con sentimientos más allá de querer un café o una hamburguesa; incluso la marca se muestra poco apareciendo únicamente en momentos claves del anuncio, lo cual lo redondea de manera genial.

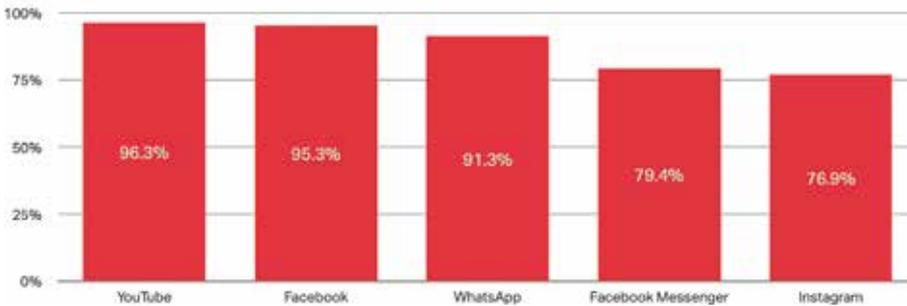
El motivo por el que las grandes marcas y sus agencias se han “humanizado” en sus campañas en redes sociales es muy sencillo: saben que hoy cualquier usuario de las plataformas es un probable anunciante de su marca, si la publicidad le gusta la compartirá, si el anuncio y el producto lo convence pues con más ganas tendrá la marca alcances y vistas sin costo. Es mucho más posible que uno comparta un anuncio en el cual se puede ver participando o que le llegue al corazón, que en alguno que simplemente muestra a una modelo bellísima o a una majestuosa celebridad.

Pues sí, todo el ‘boom’ en las redes provocado por las campañas políticas de Trump y del Brexit en 2016 desembocan en lo que estamos viviendo actualmente en estos días, el empoderamiento de todos nosotros como canales de comunicación en las redes sociales. Esto nos abre áreas de oportunidad para potenciar nuestros negocios, así tengamos una empresa con gran infraestructura u operemos desde casa ya sea a través de una computadora o creando productos de manera artesanal, si sabemos comprender lo que hoy en día sucede desde nuestros celulares, nos daremos cuenta de que el medio ahora somos nosotros. Hay que aprovecharlo.

### Principales plataformas digitales utilizadas por los mexicanos

El acceso a internet en nuestro país avanza a paso veloz y con la pandemia su evolución fue mayor. Hoy en día somos 71% de la población mexicana los que navegamos en la Word Wide Web, predominantemente a través de dispositivos móviles, lo que a su vez ha generado más visitas a sitios web y un mayor uso de las redes sociales en México, traduciéndose en 100 millones de usuarios activos de las diferentes plataformas que existen para conectarnos con otras personas. Actualmente, un 77.2% de la población nacional accede a las redes sociales, lo que representa a 100 millones de personas en México que hace uso de las diversas plataformas de 'social media'.

Queda posicionado en el primer lugar de preferencia YouTube con 96.3% de personas que navegaron en la red de videos de Google. Le sigue Facebook con el 95.3% de las visitas, luego WhatsApp se lleva un gran pedazo con el 91.3%, mientras que Messenger de Facebook fue usado por el 79.4% de los mexicanos y en quinto lugar aparece Instagram con el 76.9% de personas afirman haber hecho uso de esta plataforma en diciembre de 2020.



### Inversión en publicidad en redes sociales

A nivel mundial la publicidad en redes sociales ha recibido una inversión por parte de las marcas que equivale a 84 mil millones de dólares, mientras que en el caso de la publicidad para medios impresos la cantidad se ha situado en 69 mil millones de dólares.

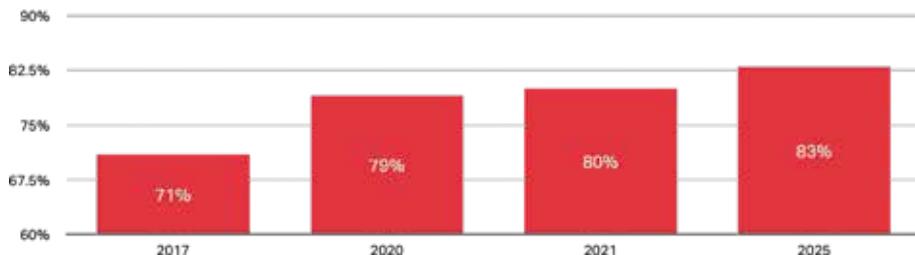




### Inversión en pauta publicitaria digital en México

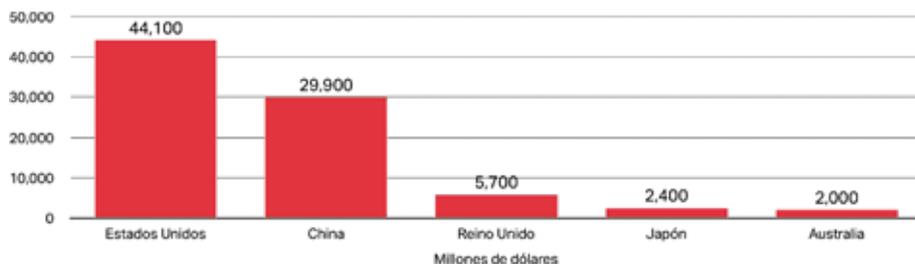
La inversión en pauta publicitaria digital creció 28% de 2015 a 2016, cuando alcanzó \$19,055 millones de pesos en el mercado mexicano. De acuerdo con el Estudio de Inversión en Comunicación en Internet, desarrollado por IAB México y PwC México, este tipo de publicidad logró una participación de 24% en la inversión total de medios.

En 2017 el 71% de la inversión destinada a la publicidad en redes sociales fue en dispositivos móviles, alcanzando el 79% en 2020. Se espera que la publicidad móvil llegue al 80% en 2021 y al 83% en 2025.



### Previsión de inversión en redes sociales en el mundo

Por mercados, Estados Unidos es líder en inversión en redes sociales, con una previsión de 37.800 millones de dólares en 2020, un crecimiento del 4,5% respecto al pasado año. En 2021, las previsiones indican que llegará a los 44.100 millones. Tras EE.UU. se encuentra China con un gasto de 24.900 millones en 2020, un crecimiento del 11,3%. Reino Unido (5.700 millones), Japón (2.400 millones) y Australia (2.000 millones), completan el top 5.



Desde la perspectiva de las marcas, el gasto publicitario fue 27.6 mayor en el tercer trimestre, en comparación con el mismo periodo del año pasado. En general, el gasto publicitario de 2020 se situó por debajo de los niveles de 2019 durante los primeros meses de la pandemia, marzo y abril; sin embargo, dicho gasto aumentó en el mes de mayo a niveles superiores a los del año anterior, y permaneció en el mismo nivel a lo largo del tercer trimestre.

Fuentes: Star Breakers, Forbes México, Merca 2.0 y Milenio

### Negocios surgidos o fortalecidos con el 'boom' de las redes sociales

- Plataformas de envío
- Plataformas de 'streaming'
- Educación en línea
- Tiendas tecnológicas

En los últimos 5 años el eCommerce es el único modelo de negocio que no ha sufrido retroceso alguno.

Fuente: Forbes México



# EL MARKETING DE HOY

EN ESTE ESPECIAL COMPARTIMOS EL SERVICIO QUE LAS AGENCIAS DE MARKETING ESTÁN BRINDADO, DESARROLLANDO CAMPAÑAS DIGITALES QUE OFREZCAN OPORTUNIDADES COMERCIALES A SUS CLIENTES; MENCIONANDO LAS MARCAS CON LOS QUE HAN LOGRADO EXCELENTES RESULTADOS; ASÍ COMO LOS LOGROS Y RECONOCIMIENTOS QUE HAN TENIDO A TRAVÉS DE SUS AÑOS EN EL MERCADO.

# Integratto

## Love Thru Ideas



**E**sta agencia está convencida de que las ideas tienen el poder de transformar y no sólo refiriéndose a la manera en cómo una campaña puede impulsar una marca, sino a la manera en cómo una marca puede volverse relevante y útil para las personas.

Desde el 2007, tiene como objetivo dejar de hacer spam para conectar mejor con la gente y lograr contribuir al ser humano detrás del consumidor.

### EL TRABAJO DE LA AGENCIA

Su trabajo tiene reconocimiento a nivel internacional, siendo nombrados Agencia Regional del Año (en México) 2020 por Topfice.

También ha sido premiado en importantes festivales a lo largo del mundo como El Ojo de Iberoamérica, en Argentina; El Sol de España; el Festival of Media de Estados Unidos; y diversos festivales en México como el Círculo Creativo.



Chava Gómez, Director General Creativo

**“Las marcas necesitan demostrar que son valiosas y útiles para la gente; y esto requiere de nuestra parte como agencias, generar creatividad más relevante; mejor conectada y más cercana”.**

**Chava Gómez**

Director General Creativo

### CLIENTES

- Hershey's
- Jack Daniel's
- Elite
- Carl's Jr
- FEMSA
- Sello Rojo
- Nine West
- MetLife
- HSBC
- C&A
- Polaroid
- PISA



www.integratto.mx

integrattocc

33 8995 1421

info@integratto.com.mx



### LA HISTORIA DETRÁS DEL ÉXITO

**Objetivo de la campaña:** Encontrar un territorio diferenciado para Pelon y lograr conectar con el consumidor.

**Descripción:** A través de un concepto creativo y de manera estratégica lograron desarrollar una campaña que conectara con los mexicanos.

**Logros alcanzados:** 290% más de alcance vs el planeado en Facebook y un 121% más que en Instagram, incremento de ER 315% y optimización de 139% en CPM vs año anterior.

### SERVICIOS ESTRATÉGICOS DE LA AGENCIA

- Posicionamiento de marca
- Desarrollo de Conceptos Creativos
- Diseño e implementación de Campañas Online / Offline
- Estrategia y Compra de Medios
- Producción de Contenido Audiovisual (notfound.studio)

# Humano

## MKT DIGITAL AND PR

**E**sta agencia experta en crear estrategias comerciales de comunicación a través del uso de herramientas digitales y relaciones públicas, nació en el 2009 bajo el nombre de Creative Company. Fue en el 2016 cuando sus fundadores decidieron cambiar su nombre a Humano debido a que consideran que representa más su misión y visión. Hoy en día cuentan con una experiencia de 12 años contando historias a través de conexiones, momentos y experiencias.

### LA HISTORIA DETRÁS DEL ÉXITO

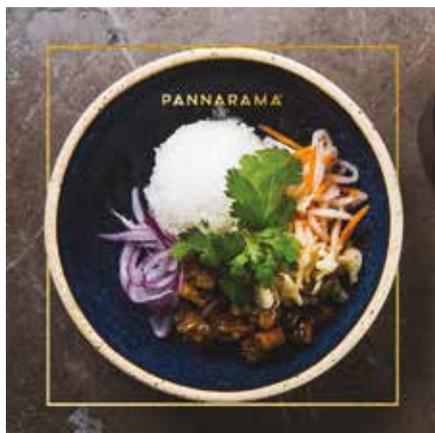
Humano tuvo sus inicios como agencia de relaciones públicas. Con los años se consolidó como una de las más importantes en la ciudad. Para adaptarse a los cambios del mercado arrancaron su departamento de Marketing Digital y tras cinco años de profesionalización, éste se convirtió en el principal negocio de la agencia creciendo un 200% en el 2020 año de la pandemia. La mancuerna que generan las relaciones públicas con las cuentas digitales se convirtió en el principal diferenciador de la agencia y su ventaja competitiva.

#### CLIENTES

- Vogue Magazine
- Hyatt Regency
- Andares
- Cerveza Corona
- Herradura
- Dolce Natura



Luis Fernández del Valle y Jorge Iván Lazcano



**“Ponemos a las manos de nuestros clientes las herramientas digitales más sofisticadas en el mercado para lograr sus metas comerciales”**

#### DIRECTORES FUNDADORES:

- Lic. Luis Fernández del Valle, Director General y Relaciones Públicas
- Lic. Jorge Iván Lazcano, Director Administrativo y Marketing Digital

#### ESTRATEGIA

- Desarrollo de modelos de negocios digitales
- Digital Media Buying
- Content Marketing
- Conversion rate optimization
- Influencer Marketing

HUMANO

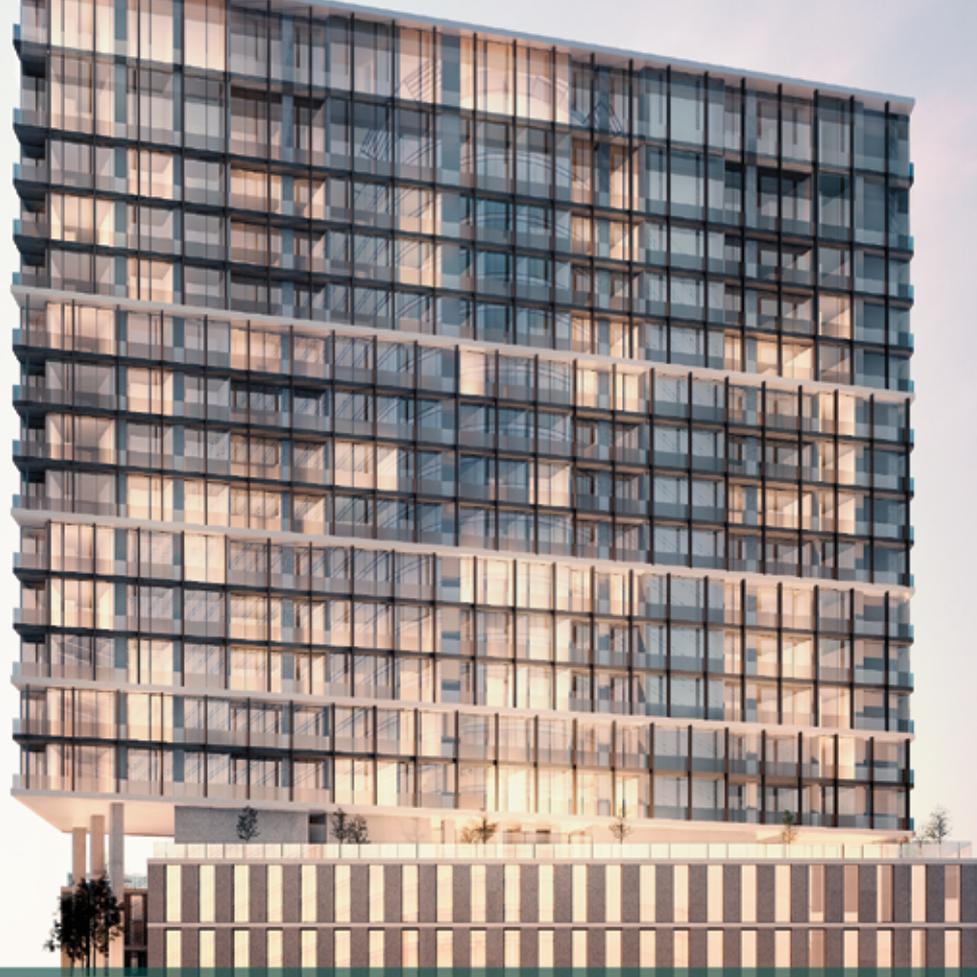
www.humano.cc

@humano.cc

Humano Experience Marketing & PR /MKT Digital

33 3377 9184

luis@humano.cc



Av. Cvn. Jorge Álvarez del Castillo 1433, Country Club,  
44610 Guadalajara



# ESSENTIA

Country



# Nimbus Crea

Hacemos más ruido que una tormenta

La filosofía de esta agencia de marketing y publicidad es generar conexiones creativas por medio de la mercadotecnia.

Está conformada por talento joven con mucha pasión, que se desenvuelve en un clima creativo para crear campañas publicitarias que conecten al público con su marca.

Son especialistas en branding, sitios web, producciones audiovisuales y marketing digital.

Desde el 2016, año de su fundación, su objetivo es generar vínculos emocionales con las audiencias de las marcas.

## LA HISTORIA DETRÁS DEL ÉXITO

En el 2020 realizaron una campaña digital de influencer marketing para la marca BMW Corporativo. En la cual tuvieron el objetivo de aumentar el posicionamiento y crear un vínculo emocional a través del concepto "El camino sigue y está para caminarlo juntos". Entre sus acciones estuvieron, crear experiencias alrededor de las colaboraciones que contaron con la participación de Mariana Rodríguez, Conni Dávalos, Fer Urquiza, entre otros creadores de contenido de Instagram, logrando generar un tráfico de más de 2 millones de personas alcanzadas y el 30% de visitas al perfil de BMW.



Lanzamiento Audi Q2 2021



Cobertura de evento ampliación de planta industrial Grupo Recal



Campaña de reto verano Radical Nutrition



Alejandro Calderón, Director Operativo; Paola Nuñez, Directora Comercial; y Erik Jiménez, Director Creativo

Su objetivo como directores es ser la agencia más creativa de México con resultados tangibles para sus clientes.

**El trabajo de Nimbus Crea**

- Han trabajado con clientes nacionales e internacionales.
- Desarrollan a sus colaboradores tanto personal como profesionalmente.
- Están certificados con Facebook y Google Partners.
- Recibieron el galardón "Mi cámara te reconoce" por CCJEJ, y seleccionados internacionalmente por YLAI.

**SERVICIO ESTRATÉGICOS**

- Consultoría de marketing para equipos inhouse
- Marketing digital/redes sociales, posicionamiento en Google.
- Influencer marketing
- Branding
- Desarrollo web
- Video

**CLIENTES**

- BMW Corporativo
- Audi
- Gobierno de Zapopan
- Amazon
- Grupo Recal

**NIMBUS<sup>®</sup> Crea**

nimbuscrea.com

@nimbus\_crea /nimbus\_crea

33 2469 1394 33 3166 7079

hola@nimbuscrea.com

# CONTIGO DE CORAZÓN

en la prevención y detección temprana de enfermedades cardiovasculares



Unidad de  
Patología  
Clínica

El Laboratorio más confiable

Consulta a tu médico



Visita nuestro Facebook



Av. México 2341 CP 44650 Guadalajara, Jal.  
Centro de Atención Telefónica 33 3669 0310

[www.upc.com.mx](http://www.upc.com.mx)

 33 1848 5816

# HAUTEV

## LUXURY LIFESTYLE MANAGEMENT

Con un conjunto de habilidades, gran conocimiento y disciplina, HAUTEV logra vincular a las marcas de lujo con sus clientes objetivo, con una visión clara que busca innovar y producir ideas sofisticadas para desarrollar estrategias de acción integrales que permitan a sus clientes posicionarse de manera efectiva para la exposición, el reconocimiento y la experiencia del usuario, aumentando su lealtad y valor.

Desde el 2013, el año de su fundación, su objetivo es crecer exponencialmente, siendo la empresa líder en gestión de marcas de lujo, otorgándoles un diferencial competitivo, impulsando a cada marca.

### EL TRABAJO DE LA AGENCIA

- Han realizado lanzamientos exclusivos donde lograron posicionar a sus clientes de una forma jamás antes vista.
- Destaca por sus grandes logros con atención a los detalles donde las marcas cumplen sus objetivos de forma tangible.
- Han logrado vincular a las marcas más emblemáticas dentro de sus eventos.



Jaime Medina, CEO Fundador

**“Posicionar a nuestros clientes, exposición de marca, interacción de producto, experiencias de lujo, experiencias premium, atención a los detalles, vinculación de productos, creamos grandes historias”.**

### HAUTEV LUXURY EXPO

- **Cientes:** Ferrari, Maserati, Luis XVIII, Natuzzi Italia, Tutto Pelle, Jaguar, Tesla, Steve Madden, Mpi Helicopters, Liverpool, Jacob & Co, Tag Heuer, Remy Martin y Breitling.
- **Objetivo de la campaña:** Crear un encuentro entre marcas de lujo, un showcase donde se exhiben las principales marcas premium en un evento único lleno de experiencias, exhibiciones, test drives, vuelos en helicóptero y actividades de marca donde los clientes interactúan con los productos.
- **Plataformas digitales utilizadas:** Facebook, Instagram, Twitter y YouTube.
- **Logros alcanzados:** impulso y exposición de los productos y comercialización, ya que además de ser un evento de exhibición tiene fin comercial y los clientes tienen oportunidad de comprar en venta exclusiva, productos de ediciones especiales.

### CLIENTES

- Ferrari
- Audi
- BMW
- Lamborghini
- Fendi
- Aston Martin
- Natuzzi
- Alfa Romeo
- Performance
- Jaguar
- Boats
- Mini Cooper

# HAUTEV

<https://hautev.com>

[/hautev](#)

[/hautev](#)

[/hautev](#)

[/hautevmexico](#)

[/hautev](#)

[info@hautev.com](mailto:info@hautev.com)

Click like a player



www.playersoflife.com

# DECISIÓN 2021

Por Mario Ramos

📧 @marioamosg

**E**l 4 de abril iniciaron las campañas políticas para renovar las 125 presidencias municipales y las 38 diputaciones locales, aunada a estas elecciones, el 6 de junio también se llevarán a cabo los comicios para elegir las 20 diputaciones federales que corresponden a Jalisco.

Son 13 los partidos políticos que tienen registro en el estado para contender y buscar el apoyo de las 6'217,555 personas registradas en la lista nominal del INE. Existe la posibilidad de que entre 5 y 6 partidos políticos no alcancen el 3% de los votos que requieren para conservar su registro.

Las elecciones locales en Jalisco, tienen la particularidad de que en esta ocasión existen 3 nuevos partidos estatales (Hagamos, Futuro y Somos). Hasta el momento se observa que en general, los partidos con más posibilidades de triunfo son Morena y Movimiento Ciudadano, no obstante que en algunas zonas del estado, la contienda está entre MC y el PAN y en otros municipios, el PRI, el PRD, Hagamos y Futuro tienen una presencia importante que los convierte en uno de los principales competidores.

Las encuestas serias indican que en este momento todavía existe entre un 20 y un 30% de electores que aún no deciden por quién van a votar; eso genera aún la posibilidad de que gane alguno de los dos más fuertes competidores o de los tres como puede ser el caso de la presidencia municipal de Zapopan que la están disputando con muchas posibilidades MC con Juan José Frangie, Morena con Alberto Uribe y Futuro con Pedro Kumamoto. Podemos afirmar que en Zapopan aún no hay nada para nadie, incluso en las próximas semanas podríamos observar que la competencia se cierre a sólo dos de los candidatos y que tengamos un efecto de voto útil, es decir, que algunas personas opten por entregar su

voto al candidato que consideren tenga más posibilidades de derrotar al candidato que no quieren.

En el caso de Guadalajara sólo son dos los candidatos con posibilidades reales de triunfo, Pablo Lemus de MC y Carlos Lomeli, sin embargo, existe la incertidumbre de la resolución del Tribunal Electoral sobre la impugnación que presentó Morena alegando una posible ilegalidad en la candidatura de Pablo Lemus, toda vez que la ley electoral sostiene que la reelección de los presidentes municipales, sólo está permitida por un periodo adicional y que en este caso, se estaría en ese supuesto dado que Pablo Lemus ya tuvo dos periodos como presidente de Zapopan.

Hasta el momento, las candidaturas no se han caracterizado por decirnos cómo resolverían los problemas públicos. Lo que hemos visto en general, es pega de calcas en cruceros, historias sin contenido en Instagram y otras redes y candidaturas que intentan identificarse con el pueblo comiendo en los mercados o en los puestos de tacos. O también, candidaturas que intentan transmitirnos alegría, bailando o cantando, como si con esto la ruda y cruda realidad que padecen la mayoría de los hogares con problemas de salud, de seguridad o económicos van a desaparecer.

Lo más preocupante es que muchas candidaturas no están cumpliendo con las medidas sanitarias para prevenir los posibles contagios de COVID-19. Para ello, el INE emitió recomendaciones que pocos están siguiendo, por ejemplo: Priorizar actos de campaña a distancia, reuniones públicas en espacios abiertos, con aforo de personas controlado, con uso de cubrebocas y que se abstengan del contacto físico, entre otras.

Faltan todavía poco más de 40 días para que concluyan las campañas, esperemos que las candidaturas eleven el debate de propuestas y también que se detengan un momento a escuchar a la ciudadanía.



# PABLO LEMUS NAVARRO

“¡Ánimo, Guadalajara!”

**E**ste político, empresario y comunicador mexicano cuenta con más de cinco años de experiencia como servidor público siendo alcalde de Zapopan del 2015 hasta la actualidad.

Cursó la licenciatura de Administración de Empresas en el ITESO y la Especialidad en Alta Dirección de Empresas en el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas.

Como empresario, comenzó su carrera en Musical Lemus, empresa perteneciente a su familia. Luego, formó parte del consejo de administración de Multivalores Grupo Financiero (actualmente Grupo Multiva), y, posteriormente, se haría socio de Credicampo. Entre su trayectoria también se encuentra el haber sido conductor de un programa de noticias en Zona 3 Noticias, y el convertirse en presidente de la Comisión de Jóvenes Empresarios de Coparmex para después ser el presidente de dicho organismo.

Es esposo de Maye Villa con quien tiene cuatro hijos: Regina, Camila, Luciana y Juan Pablo.

Pablo, quien asegura no tiene militancia en ningún partido político, es candidato a la presidencia de Guadalajara, por Movimiento Ciudadano, en las próximas elecciones de junio 2021.



<https://pablolemus.mx>

[f](#) Pablo Lemus Navarro

[t](#) @pablolemus

[@](#) @pablolemusn

[contacto@pablolemus.mx](mailto:contacto@pablolemus.mx)

## TEMAS DE ENFOQUE

### ECONOMÍA

Una de sus principales propuestas es la reactivación económica, con acciones como: condonación de las contribuciones municipales en mercados, tianguis y negocios con giros A; brindando créditos por hasta 50 mil pesos con tasa cero de interés y 6 meses de gracia; e implementando programas de capacitación, emprendimiento y financiamiento, especialmente para jóvenes, mujeres y personas mayores.

### SALUD

Una de sus acciones será la creación de un programa de salud preventivo para los adultos mayores a través de las unidades médicas municipales.

### SEGURIDAD

Su misión es ver por la seguridad de los ciudadanos llevando a cabo acciones como: el fortalecimiento a la policía municipal con más patrullas y elementos, mejores condiciones salariales para los uniformados, capacitación y modernización tecnológica; designación de un comisario que sea policía de carrera y con experiencia; y con política de prevención del delito a través de acciones e inversiones dirigidas a programas que impulsen la educación, la cultura y el deporte.

### CULTURA

Su objetivo es la recuperación integral del Centro Histórico de Guadalajara para su reactivación cultural, económica y turística, así como la activación de Paseo Alcalde como un corredor cultural y gastronómico.



# CARLOS LOMELÍ BOLAÑOS

## Transformaremos Guadalajara

**E**studió medicina en la Universidad de Guadalajara y se ha desempeñado como un empresario con visión social, ayudando a la gente mediante el cuidado de la salud.

Menciona que siente un gran amor por la gente de Jalisco, es por eso que decidió involucrarse en la política y buscar un puesto para actuar por la comunidad.

Ha sido Diputado Federal y Delegado de Bienestar y ha acompañado al presidente Andrés Manuel López Obrador desde 2006, siendo candidato a la gubernatura de Jalisco en 2018.

**morena**  
La esperanza de México

**DR. LOMELÍ**  
PRESIDENTE DE GUADALAJARA

**LA ESPERANZA QUE VIENE**

<https://drlomeli.org/>  
[/DrCarlosLomeli](https://www.facebook.com/DrCarlosLomeli)

[@drcarloslomeli](https://twitter.com/drcarloslomeli)  
[@drcarloslomeli](https://www.instagram.com/drcarloslomeli)

## TEMAS DE ENFOQUE

### ECONOMÍA

Su misión es reactivar la economía popular de abajo hacia arriba, facilitando o condonando permisos a quienes son el soporte de miles de familias. Su objetivo es ser un gobierno facilitador, simplificando o eliminando trámites engorrosos y terminando con la corrupción en inspecciones y permisos.

### SALUD

Habrán medicamentos y consultas a costos accesibles para todas y todos. Van a llevar la salud a donde está la gente, en el transporte público y casas de la salud accesibles para los que trabajan día a día. Fortalecerán los servicios de la Cruz Verde, cuidando a quienes son primeros respondientes de la salud de los tapatíos.

### INFRAESTRUCTURA

Considera que un municipio debe dar los servicios básicos antes de pensar en cualquier otra cosa. Por eso, mejorará la recolección de basura, hará que las luminarias de Guadalajara vuelvan a funcionar y llevará agua, especialmente a las personas más necesitadas para que Guadalajara vuelva a servir a su gente.

### APOYO A EMPRENDEDORES

Crearán y mejorará el Instituto Municipal del Emprendimiento. Llevarán a cabo una gran campaña en barrios para la educación financiera y ayudarán mediante la gestión social y el trato justo y equitativo, a comercios, tianguis y emprendedores que privilegien a las mujeres, a las minorías, o a quienes tengan un objetivo de justicia social.

# Soluciones de impresión de la más alta calidad



**¡Contáctanos!**

☎ (33) 1927 0622

☎ (33) 3563 13 28

✉ [contacto@ideasprinted.com](mailto:contacto@ideasprinted.com)

f IdeasPrinted

📷 ideasprinted

# JUAN JOSÉ FRANGIE SAADE

## #ZapopanTienePresente

Cuenta con una amplia experiencia en el mundo empresarial y en el servicio público. A los 14 años de edad inició su primer negocio vendiendo dulces árabes elaborados por su mamá, debido a sus raíces libaneses. Fue tal el éxito que este negocio se convirtió en una fábrica que dirigió hasta 1990; también fungió como presidente y director de Chocolates Verona, abrió helados Wendy, y fundó Grupo Sandy's, del cual es presidente y director.

No siendo suficiente la vida empresarial en solitario, estuvo en Coparmex, donde a nivel nacional, fundó el grupo Jóvenes Empresarios, además de convertirse en vicepresidente de Coparmex Jalisco de 1999 a 2002, y presidente de 2003 a 2005.

En su trayectoria también se encuentra el haber sido presidente ejecutivo en Chivas, y formar parte de las organizaciones Estudiantes Tecos y Leones Negros de la UdeG.

Más adelante su vida tomó otro rumbo y durante cinco años se desempeñó como jefe de Gabinete del Gobierno de Zapopan encabezado por Pablo Lemus. Hoy es padre de Iker, Ashley y Chelsea y compite por la presidencia municipal de Zapopan por Movimiento Ciudadano.



🌐 <https://frangie.mx/>  
 🐦 @juanjosefrangie  
 📺 /juanjosefrangie

📧 @juanjosefrangie  
 📞 3333191899  
 ✉️ contacto@frangie.mx

## TEMAS DE ENFOQUE

### ECONOMÍA

Una de sus propuestas es reactivar la economía, por lo que tendrán una bolsa de 100 millones de pesos en créditos con tasas blandas. Empresarios y empresarias, principalmente micro y pequeños, podrán disponer de hasta 300 mil pesos. El Municipio será su aval y el dinero lo tendrán a más tardar en 72 horas. A las y los graduados les darán créditos para que cumplan sus sueños. Van a evaluar sus proyectos, los van a capacitar y les darán créditos a tasas blandas para que se conviertan en emprendedores y emprendedoras. Además, generarán una bolsa especial de 15 millones de pesos, con la cual las mujeres podrán reactivar sus negocios, accediendo a créditos de hasta 40 mil pesos sin intereses, a 48 meses y con cuatro meses de gracia.

### INFRAESTRUCTURA

Con el programa Calles sin tierra ni lodo, van a llevar pavimento o empedrado a 100 kilómetros de superficie. Será uno de los programas más importantes contra la desigualdad, pues esto permitirá mayor calidad de vida y la instalación de más negocios en colonias vulnerables y, por lo tanto, mayor creación de empleos.

### SALUD

Ampliarán el área de maternidad del Hospitalito para que todas las mujeres zapopanas de bajos recursos puedan tener a sus hijos e hijas en éste. También construirán una unidad Cruz Verde en la zona de la Venta del Astillero para llevar atención más ágil y efectiva a toda esta zona, principalmente en emergencias.

### CULTURA

Replicarán el modelo del Centro Cultural Constitución en el sur del municipio. Habrá una biblioteca itinerante para las escuelas y plazas públicas, para acercar la lectura a niñas y niños. Renovarán el espacio a un costado de la Casa del Autor para dar más oportunidades a expositores locales, nacionales e internacionales.



**GRUDICOM**  
SEGURIDAD PRIVADA

"SOMOS UN EQUIPO DE INGENIEROS ESPECIALISTAS EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN CON **MÁS DE 20 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL SECTOR**"

## Servicios



CONSULTORÍA Y SOPORTE TÉCNICO EN TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN



CABLEADO ESTRUCTURADO Y FIBRA ÓPTICA



CIRCUITO CERRADO DE TV.



CASAS INTELIGENTES (DOMÓTICA)



ALARMAS Y CONTROLES DE ACCESO



SERVICIOS ADMINISTRADOS

**Contáctanos**

 [grudicom.com](http://grudicom.com)  
 [ventas@grudicom.com](mailto:ventas@grudicom.com)  
 33 5980 1700

# PEDRO KUMAMOTO

#VotaAlArbolito

Es el primer diputado independiente en la historia del Congreso de Jalisco, y fue candidato al Senado de la República por Jalisco para las elecciones de 2018. Durante su gestión logró posicionar las iniciativas: “#SinVotoNoHayDinero”, con la que se redujo el presupuesto a los partidos políticos; “Fuera el Fuero”, para eliminar el fuero a los funcionarios jaliscienses; y la Ley de Hospitalidad al Migrante, para mejorar las condiciones de atención a migrantes en Jalisco.

Desde hace un año está felizmente casado con quien ha sido mejor amiga y compañera desde hace 10 años, es licenciado en Gestión Cultural por el ITESO y maestro en Políticas Públicas por University College London (UCL). Funge como conferencista, columnista, y profesor de legislación cultural y políticas públicas comparadas.

La convicción de Pedro Kumamoto y su equipo es lograr inspirar a las personas a nivel local, nacional e internacional a exigir que sus gobiernos lo hagan mejor. Actualmente es Consejero Político de Futuro y candidato a la Alcaldía de Zapopan en Jalisco.



f /PedroKumamoto  
 @pkumamoto

@pkumamoto  
 33 2766 9247

## TEMAS DE ENFOQUE

### ECONOMÍA

Pedro cree que tras la pandemia se necesita un liderazgo que pueda convocar a los actores de la iniciativa privada, la academia y las organizaciones civiles para un proyecto de reestructuración económica. Propone generar incentivos para la formalización, ordenamiento y articulación productiva del comercio en espacios abiertos, tianguis y mercados. Desarrollará talentos para fortalecer la base económica, a través de centros de inclusión y emprendimiento.

### INFRAESTRUCTURA

Forma parte de un proyecto independiente, por lo que considera que no tiene compromisos políticos que les impidan terminar con los cobros ilegales al sector de la construcción. Considera de vital importancia la actualización de planes parciales de desarrollo, la agilización de trámites y licencias, el combate a la corrupción y la promoción de más obra pública respetuosa con el medio ambiente.

### EMPLEO

Propone la creación de la primera escuela de innovación, tecnología y programación, para que esas 10 mil plazas que existen en el municipio sean ocupadas por jóvenes zapopan. Otro de sus planes es generar alternativas productivas para que el talento no abandone sus hogares. Generará las competencias necesarias para que esos trabajadores a los que las empresas han dejado ir a causa de la pandemia, puedan reintegrarse al mercado local.

### SOCIEDAD

Considera que hay mucha sociedad para tan poco gobierno, por eso su proyecto pone a las personas en el centro de las decisiones públicas y a las mujeres al frente. Cree en la fuerza de la comunidad, en que lo público sea un oficio de personas íntegras que sumen a gobiernos honestos, eficientes y transparentes.

# STRATEGO FIRMA



# CHECO BARRERA

## Quiero conectar contigo

Los últimos tres años de su vida ha trabajado como Regidor en el Ayuntamiento de Zapopan junto a Pablo Lemus. Estudió Relaciones Internacionales en el ITESO y abrió su primera empresa de relaciones públicas a los 19 años. Hoy en día es padre de Valentina, Checo y Victoria, y su misión es dejarles un mejor país.

Checo, quien afirma no estar afiliado a ningún partido político, se considera un emprendedor que toda su vida ha conectado con personas a través de las relaciones públicas e impulsado a emprendedores, por lo que como candidato del partido Movimiento Ciudadano (MC) por el Distrito 13 federal, una de sus principales acciones es apoyarlos.



[www.checobarrera.com](http://www.checobarrera.com)  
[@ChecoBarreraSepulveda](https://www.facebook.com/ChecoBarreraSepulveda)  
[@ChecoBarrera](https://www.instagram.com/ChecoBarrera)  
[@ChecoBarrera](https://www.tiktok.com/@ChecoBarrera)

[@Checobarrera.13](https://www.youtube.com/channel/UC...)  
 332 479 6131  
[contactoheco@gmail.com](mailto:contactoheco@gmail.com)  
[contacto@checobarrera.com](mailto:contacto@checobarrera.com)

## TEMAS DE ENFOQUE

### ECONOMÍA

Impulsará reformas y leyes en materia fiscal. Como parte de su agenda legislativa promoverá el apoyo a MiPyMes para que sigan adelante en la recuperación de la pandemia de Covid-19 y a contribuyentes por medio de la inclusión de nuevos rubros a la lista de gastos deducibles.

### APOYO A EMPRENDEDORES

Cree que las ideas se pueden cristalizar siempre y cuando exista un ecosistema de apoyos para que todas y todos tengan oportunidad de llevar a cabo sus proyectos. Una de sus principales batallas en el congreso será ampliar los presupuestos para estos rubros.

### EMPLEO

Trabjará en un proyecto de reactivación económica ya que considera que la pandemia trajo consigo una crisis económica nunca antes vista, muchos empleos se perdieron, muchas MiPyMes se han visto obligadas a cerrar por las condiciones actuales y las que siguen a flote han tenido que rascarse con sus propias uñas.

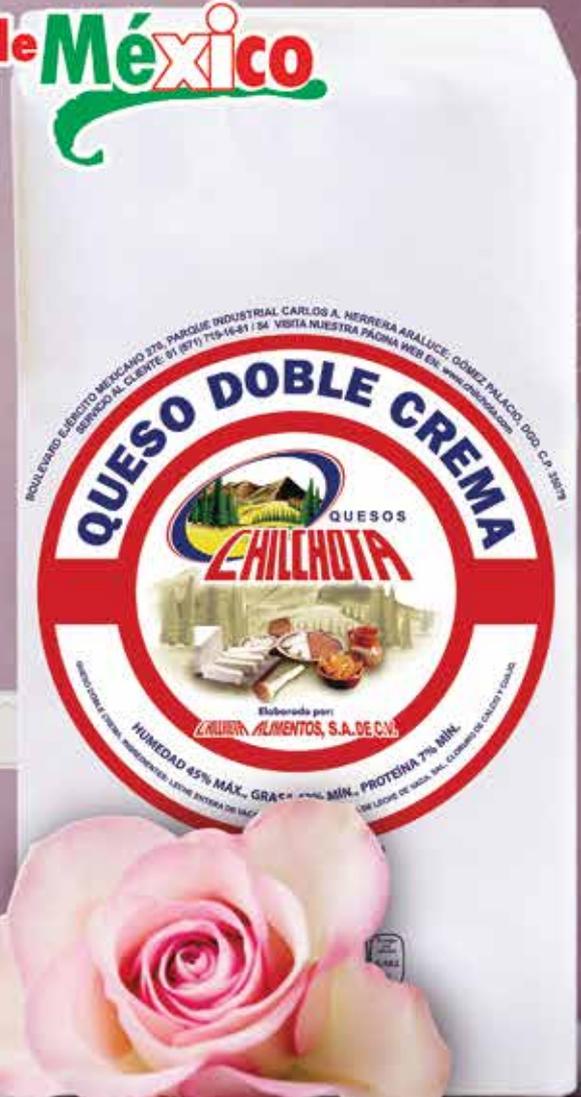
### EDUCACIÓN

Promoverá el aumento presupuestal a las escuelas de tiempo completo. Buscará reformar e incluir materias para el siglo XXI, como robótica, programación, nutrición y finanzas personales, y trabajará para que los gastos en educación como licenciaturas y posgrados sean deducibles de impuestos.



El Mejor  
**Sabor**  
para

**MALSA**



**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](http://www.chilchota.com)  
📱 ChilchotaMx



Distribuidor Autorizado



# EMPRESAS TECNOLÓGICAS QUE REVOLUCIONAN

EL USO DE LA TECNOLOGÍA SE HA CONVERTIDO EN UN ELEMENTO FUNDAMENTAL EN EL MUNDO DE LOS NEGOCIOS. CONOCE A LAS EMPRESAS DESARROLLADORAS DE SISTEMAS, PRODUCTOS Y OFERTA DE SERVICIOS DE TECNOLOGÍA, QUE FACILITAN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN, ADMINISTRATIVOS O COMERCIALES DE LAS COMPAÑÍAS.



# ho1a<sup>®</sup> Innovación

## SOMOS TU MEJOR ALIADO en Infraestructura de TI

Con tecnología de:



ho1a.com



## Dile ho1a a la Innovación de tu empresa

La empresa ho1a Innovación forma parte de Grupo Megacable desde el 2013 y es la división empresarial especializada en Tecnologías de la Información, con más de 30 años de experiencia integrando soluciones de alta tecnología e infraestructura de red en México (Cobertura Nacional). Se especializan en servicios administrados, comunicaciones unificadas, Redes Empresariales (Switching, Routing, wifi, y cableado estructurado) Cloud & Data Center, Seguridad Física y Lógica, Video Vigilancia inteligente, Internet de las cosas y Soluciones de TI.

En ho1a Innovación cuentan con un equipo de ingenieros altamente certificados y contamos con los mejores socios tecnológicos como Cisco, Avaya, AWS, Huawei, Fortinet, Microsoft, Dell Technologies, entre otros, que nos colocan como el mejor aliado en infraestructura TI.

### Soluciones de colaboración y comunicaciones unificadas (SaaS)

Con estas soluciones, tus colaboradores trabajan en tiempo real y con la mayor seguridad sin importar el sitio donde se encuentren. Ho1a Innovación cuenta con soluciones de colaboración a la medida de tu empresa para mantener la operación de forma local y remota. Conectando todos los dispositivos a través de aplicaciones y tecnología en la nube, enlazando voz, datos y video en una sola plataforma. Con la capacidad de organizar reuniones, salas virtuales y compartir documentos. Haz tu oficina virtual con ho1a Innovación.



### SOLUCIONES

- Colaboración y Comunicaciones Unificadas
- Redes Empresariales
- Seguridad Lógica (Ciberseguridad)
- Seguridad Física (Video Vigilancia Inteligente)
- Cloud y Data Center
- Servicios TI
- Megacable Data Center
- Ciudades Seguras
- Hotel Inteligente

# ho1a<sup>®</sup>

## Innovación

☎ 339690 6000

📞 339690 6001

🌐 www.ho1a.com

📱 ho1ainnovacion

📷 ho1ainnovacion

📺 ho1a Innovación

📺 ho1ainnovacion

📺 ho1ainnovacion

# West Telco

## Somos Profesionales en Tecnología

Desde el 2005, año en el que inició operaciones, esta empresa mexicana destaca por ser líder en distribución de soluciones de tecnología.

West Telco trabaja en función a tres divisiones principales: Comunicaciones Unificadas, Monitoreo y Gestión de Redes y Educación.

Se caracteriza por ser un mayorista boutique que ofrece confiabilidad y conocimiento en los productos de las marcas que representan con el objetivo de mantener una relación duradera para la generación de negocios a largo plazo.



### PRODUCTO O SERVICIO ESTELAR

El producto o servicio estrella que la compañía ofrece es Zoom, una plataforma de comunicaciones unificadas, fácil, confiable e innovadora que ofrece reuniones de video, voz, seminarios web y chat en computadoras de escritorio, teléfonos, dispositivos móviles y sistemas de salas de conferencias. Zoom ayuda a los usuarios y empresas a crear experiencias profesionales de video con las principales integraciones de aplicaciones empresariales y herramientas de desarrollo para crear flujos de trabajo personalizados.

### PRODUCTOS O SERVICIOS EN GENERAL

- Equipamiento para salas de videoconferencia
- Periféricos para videoconferencia
- Software de videoconferencia en la nube
- Software de gestión y monitoreo de redes
- Software de edición de video
- Cámaras para educación
- Pantallas interactivas
- Cámaras para pizarra digital
- Software para gestión de contenidos en video

### SOPORTE

Su prioridad como empresa es brindar a sus clientes asesoría que les permita mejorar y optimizar el uso de los productos y servicios de todas las compañías con las que trabajan. West Telco atiende directamente a las empresas que quieren revender sus marcas, sin embargo si tú o alguna persona están interesadas en convertirse en clientes finales, pueden contactarlos por medio de sus redes sociales y/o en la página web, y serás redirigido a uno de sus canales, por medio de su equipo de ventas.

# west telco

[www.westtelco.com.mx](http://www.westtelco.com.mx)

[/WestTelcoSoluciones/](https://www.facebook.com/WestTelcoSoluciones/)

[/West\\_Telco](https://www.instagram.com/West_Telco)

[/westtelco/](https://www.linkedin.com/company/westtelco/)

[/westtelco/](https://www.linkedin.com/company/westtelco/)

[/VideoconferenciasHD](https://www.youtube.com/channel/UC...)

☎ 33 3687 0745 📠 33 2470 0100

✉ informes@westtelco.com.mx



guillermo flores  
FOTOGRAFÍA



Retrato Corporativo

Estudio fotográfico en Guadalajara con más de 15 años de experiencia  
Fotografía y video profesional | Foto 360° y video con Drone  
Especializados en: Retrato | Hotelería | Producto | Publicidad | Arquitectura

---

¡Ven y conócenos!  
Contreras Medellín #464 col. Centro  
☎ 33 1241 5948 🌐 [www.memoflores.com](http://www.memoflores.com)

---



# Softtek

Softtek es una compañía con presencia internacional y la más grande de servicios de Tecnología de la Información con origen en América Latina. En 1982 fue fundada en México y en 1997 introdujo el modelo de servicios Nearshore con la creación del Centro Global de Entrega en Monterrey, el primero en su tipo en Latinoamérica. En 2000, Blanca Treviño tomó la posición como CEO y actualmente cuenta con 15 mil colaboradores, en las 30 oficinas que tiene alrededor del mundo, para dar apoyo con productos y soluciones que tiene la compañía, mismos que transforman el negocio para evolucionar de manera fluida y constante, desde la idea y construcción, hasta la ejecución de estrategias digitales.

## Premios y Distinciones:

- Súper Empresas, «Los Lugares Donde Todos Quieren Trabajar» (Expansión)
- Posicionada en el Ranking Negocio Inclusivo 2018 (Expansión)
- Major Contender y Star Performer en Enterprise QA PEAK Matrix Assessment (Everest Group)
- Certificación ISO 27001:2013
- “Socio Consultor del Año 2020” de Blue Yonder
- “Major contender en Intelligent Process Automation Solutions PEAK Matrix® Assesment 2021 (Everest Group)”
- “Certificación en CMMi V2.0 Nivel5”
- “Top 15 Sourcing Standout by ISG - Las Americas y Mercado Global”

## Centros Globales de Entrega:

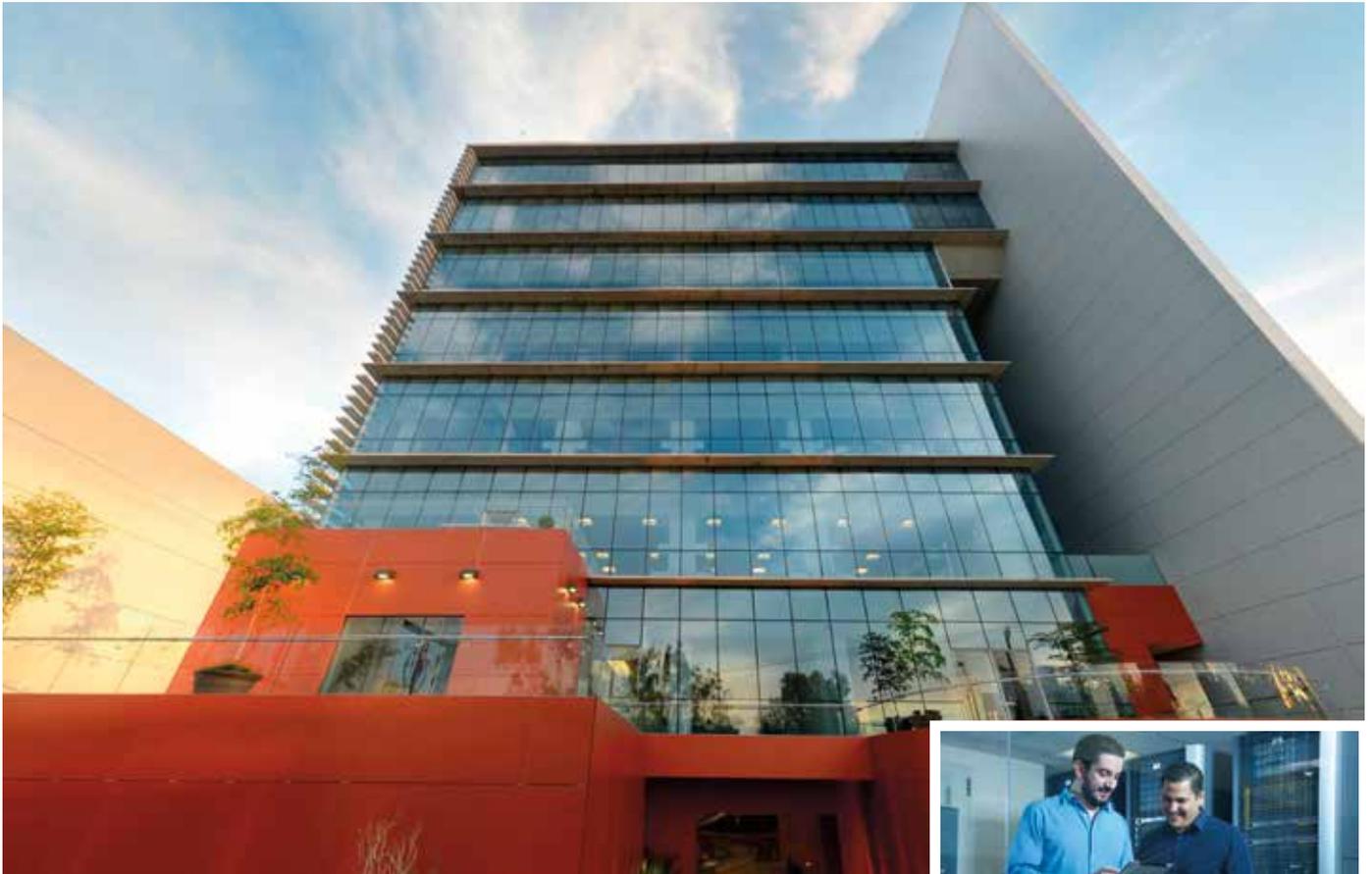
**Brasil:** São Paulo, Fortaleza  
**México:** Aguascalientes, Ensenada, Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara  
**España:** La Coruña  
**China:** Wuxi  
**Argentina:** La Plata  
**India:** Bangalore



www.softtek.com

@softtek

@softtekofficial



# CompuSoluciones

## Tecnología y soluciones que generan valor

**F**undada en 1985, CompuSoluciones, es una empresa mayorista que integra soluciones de tecnologías de información y comunicaciones con una filosofía de trabajo basada en valores.

Tiene una oferta comercial que va desde hardware, software, soluciones de seguridad, nube, virtualización, entre otras; hasta servicios profesionales de preventa e imple-

mentación para los distribuidores de TI. Promueve el desarrollo personal y profesional de sus colaboradores y de las personas con las que interactúa destacándose por sus procesos de punta tecnológica.

La empresa tiene presencia en Monterrey, Guadalajara, Ciudad de México y con cobertura en todo México.



### PRODUCTOS

- Soluciones de Hardware
- Soluciones de Software
  - Nube
  - Seguridad
  - Virtualización
  - Colaboración
  - Centro de datos
  - Analítica de datos
- Servicios profesionales de implementación



CompuSoluciones

### SOPORTE

Cuenta con un robusto equipo técnico que brinda soporte a través de una mesa de ayuda llamada CESA. Además de contar con una estructura de células autoadministradas que permiten dar una consultoría ágil y especializada.

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

CompuSoluciones y Asociados

CompuSoluciones

33 5000 7777

[mercadotecnia@compusuluciones.com](mailto:mercadotecnia@compusuluciones.com)



# Una batalla de porciones épicas se disputa en Carl's Jr.

La monstruosa Godzilla Big Angus Burger se enfrenta a la poderosa Kong Big Angus Burger por tu hambre.

¿#TeamGodzilla o #TeamKong? Con el estreno de la película Godzilla vs Kong a finales del mes pasado, Carl's Jr. trae esta épica pelea a tu mesa a través de dos deliciosas e impresionantes hamburguesas que debes de probar ¡ya!

Las nuevas Godzilla Big Angus Burger y Kong Big Angus Burger están disponibles, por tiempo limitado, en todos los restaurantes Carl's Jr. de México. A la par de estas increíbles hamburguesas también se lanzaron los vasos coleccionables de Godzilla vs Kong, los cuales puedes adquirir al agrandar tu combo. Son 4 diseños, visita tu Carl's Jr. preferido y arma tu colección.

Pero, ¿cuál de estas dos hamburguesas es la vencedora? ¡Tú lo decides! Aquí te contamos todos los detalles de su sabor y te lo advertimos, tienes que ir preparado para escoger tu equipo ya que su tamaño acabará con tu hambre. Recuerda probarlas cuanto antes.

## Godzilla Big Angus Burger

Triple carne 100% Black Angus no es suficiente, así que también le pusieron 3 rebanadas de queso americano y mucho tocino. Seguramente recuerdes esta hamburguesa de su primer lanzamiento en 2019. Pues ahora tienes nuevamente la oportunidad de deleitarte con el monstruo de medio kilo.

## Kong Big Angus Burger

Para los del equipo del gorila de la Isla Calavera, crearon esta poderosa hamburguesa también con triple carne 100% Black Angus, triple queso pepper jack, una picosita salsa mayo habanero y el plus... ¡Pan negro premium hecho a base de carbon activado! Un sabor i-ni-gua-la-ble que no querrás perderte.

¿Con cuál te enfrentarás primero?



**GODZILLA**  
BIG ANGUS BURGER



**KONG**  
BIG ANGUS BURGER



www.carlsjr.com.mx  
@carlsjrmex

Carl's Jr. México  
@CarlsJrMx



# ALMACENAJE Y CONTROL DE INVENTARIOS

## Almacenaje

- Almacenaje y distribución
- Administración de inventarios
- Custodia de productos

## Maquilas

- Armado, surtido, kiteos y ensamble de piezas
- Inspección de calidad

## Logística inversa

- Recolecciones
- Recuperaciones
- Pull back
- Reinstalaciones

## Refurbish

- Reacondicionamiento de productos



### CONTACTO COMERCIAL

55.5061.6800 | 33.3777.1111

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

Más información: [contacto@grupoampm.com](mailto:contacto@grupoampm.com)



## SERVICIOS A DOMICILIO

- Estudios de laboratorio especializados en enfermedades reumáticas, hemáticas, infecciosas, metabólicas, cardiológicas y pulmonares.
- Pruebas de COVID-19
- Rayos X
- Ultrasonidos
- Vacunas
- Consultas médicas de diferentes especialidades como geriatría e internista.

# HOMELAB

## Llega a tu vida

**E**ste laboratorio nació hace cuatro años con la misión hacer accesible el servicio de laboratorio e imagen para el sector de la población más vulnerable, para quienes no quieren salir de casa, o que cuentan con alguna enfermedad o limitación que les impide hacerlo.

Desde su fundación su principal objetivo es contribuir al diagnóstico, prevención y tratamiento de enfermedades de los jaliscienses con análisis clínicos que cumplan los estándares de calidad con los métodos, equipos modernos, tecnología de punta y personal altamente capacitado.

HOMELAB sabe que en estos momentos de incertidumbre y ante la nueva realidad causada por la pandemia, es aún más necesario contar con servicios a domicilio, pensando no solo en la comodidad de los pacientes, sino también en la salud y seguridad de la población, por lo que brinda una gran variedad de servicios médicos a domicilio, a un precio justo, sin costo extra por ir hasta donde el paciente se encuentre, evitando así largas filas, tiempo de espera y contagio por COVID-19.



## INFRAESTRUCTURA Y TECNOLOGÍA

- Cuentan con equipo de punta con el cual pueden hacer diagnósticos precisos en enfermedades hematológicas, metabólicas, reumatológicas, entre otras.
- Su personal está altamente capacitado para la manipulación e interpretación de todos los equipos y resultados.
- Las unidades móviles cuentan con el equipo necesario para otorgar este servicio con la misma calidad que en el laboratorio.

## MENSAJE DEL DIRECTOR:



¿CÓMO EL LABORATORIO CONTINUARÁ ENFRENTANDO LA SITUACIÓN DEL COVID-19?

“Estamos preparados para seguir brindando atención a quienes no quieran exponerse, con nuestro servicio a domicilio. Todo esto siguiendo las medidas necesarias para proteger tanto la salud de nuestros clientes, como la integridad y bienestar del personal. Adicional a ello estaremos realizando pruebas gratuitas de detección de anticuerpos, los interesados solo tienen que revisar la mecánica en nuestras redes sociales”.

**Dr. Dorian Nieto**

Director Médico



📍 José María Vigil 2312, Local 1.  
Ladrón de Guevara, C.P. 44648  
Guadalajara, Jal.  
☎ 331 6459 263 / 331 9180 651 /  
331 9888 496 / 332 3891 412  
📞 3319180651

🌐 [www.homelab.mx](http://www.homelab.mx)  
📘 @HomeLab.mx  
📷 @homelab.mx  
📧 @HomeLabMx

# PLAYERS

OF LIFE

Creamos un canal en **Telegram** para transmitirte el contenido **más destacado de la región.**



**¡Te esperamos!**



# El empoderamiento de la mujer y el liderazgo empresarial femenino

Por Paola Nathalí Velázquez Razo

Director de Re-Aktus y Socio Regional de Nóvament en Guadalajara

El rol de las mujeres en el entorno empresarial y de los negocios ha evolucionado. En los últimos años hemos visto cómo cada vez ocupan más puestos de alto rango o destacan en actividades ordinariamente destinadas por el sexo masculino.

No obstante, aún existen retos y oportunidades por sortear, particularmente la equidad de género y la brecha salarial que aún se vive en los entornos empresariales, enfoque que va en función de implementar políticas que fomenten y promuevan el liderazgo femenino, diversidad de género e inclusión de las mujeres en las cadenas de valor en industrias donde la presencia de la mujer aun no es tan visible.

Datos de la ONU (2016) muestran que cerca de 1,300 empresas en 67 países se han comprometido a avanzar en el cumplimiento de los Principios para el Empoderamiento de las Mujeres. Estos principios van en función de establecer políticas para la instauración de políticas al interior de las empresas tales como impulso para el liderazgo, planes, presupuestos y estadísticas empresariales para promover el liderazgo de las mujeres, políticas de equidad e igualdad de género como principio y resultado en los negocios.

En un estudio realizado respecto a la participación económica de las mujeres en México se señala que sólo el 43% participa en el mercado laboral, en comparación con el 78% de los hombres. Además de persistir discriminación salarial y la violencia contra la mujer.

Otro dato relevante es la representación de las mujeres en el sector empresarial el cual no lograr superar el 20%, además de la tasa de emprendimiento muestra una brecha importante: por cada 10 hombres que emprenden, 8.3 mujeres lo hacen 23, sin mencionar que, de la fuerza laboral total femenina, 2.2% son empresarias, contra el 5.6% del género masculino.

También, cabe señalar que el porcentaje de mujeres en puestos de liderazgo y con responsabilidades directivas es de 29-26%. En las posiciones más altas, equivalentes a las direcciones generales en el sector público, el porcentaje de mujeres se reduce a 13% y tan solo 5% son presidentas de consejos directivos.

Pero ¿por qué son relevantes estos datos en el mundo empresarial? Porque las empresas deben apostar a delinear sus modelos de negocio instaurando políticas que impulsen el empoderamiento de la mujer en vías de reducir las brechas existentes en equidad de género y oportunidades de desarrollo.

En los últimos 5 años han surgido Asociaciones enfocadas a promover la igualdad sustantiva o programas que fomentan el empoderamiento femenino, pero ¿qué significa el empoderamiento y cómo puede ser aplicable en los negocios?



La comisión de mujeres y desarrollo (2007) señala que el empoderamiento es el proceso de adquisición «de poder» en el ámbito individual y colectivo, lo cual implica un incremento en la participación de la mujer en la toma de decisiones y acceso al poder en vías de fortalecer las capacidades y la dignidad individual y grupal.

En lo particular he tenido la oportunidad de haber participado en el aparato productivo laboral tanto en instancias educativas como privadas en lo empresarial y ahora que lidero una organización donde en su mayoría somos mujeres he instaurado prácticas en vías de fomentar principios para el desarrollo profesional basada en la equidad de género y en el desarrollo de oportunidades de crecimiento personal y profesional.

Asimismo, participo en importantes asociaciones en Guadalajara: AMMJE y Consejo Coordinador de Mujeres Empresarias que buscan impulsar y desarrollar las capacidades de la unión y trabajo en equipo, pero en particular representar y ser la voz que genere resultados para grupos de mujeres que aún en estos tiempos sufren de desigualdad y violencia laboral y familiar.

Existen grandes retos por resolver como empresas en lo que respecta el empoderamiento, concepto que no debe confundirse con el feminismo o la liberación de la mujer, implica en identificar el talento, ofrecer oportunidades de desarrollo y reconocer que las mujeres tienen talentos que si se identifican pueden generar resultados favorables en la rentabilidad de los negocios. ¿Qué deberíamos hacer como empresas? Impulsar políticas en función de la equidad, igualdad y desarrollo de la mujer en el ámbito empresarial y profesional en vías de acortar las brechas de desigualdad aun existentes y participar en programas que fomenten el desarrollo e impulso de las mujeres.

Aún quedan oportunidades pero en nosotros como empresas están los cambios que queramos aprovechar.



[www.linkedin.com/in/paola-nathal%C3%AD-vel%C3%A1zquez-razo-41756b44/](https://www.linkedin.com/in/paola-nathal%C3%AD-vel%C3%A1zquez-razo-41756b44/)

[paola.velazquez@novament.com.mx](mailto:paola.velazquez@novament.com.mx)

+52 1 33 1448 3633



# La importancia de la mercadotecnia en tiempos de crisis

Por **Violeta Corona Cabrera**

Consultora en Business Intelligence. Profesora de la Academia de Administración y Mercadotecnia en la Universidad Panamericana, Campus Guadalajara.

vcorona@up.edu.mx

La llegada del COVID-19 precipitó sin duda un cambio económico, cultural y comportamental que ha alterado la forma en que las empresas hacen negocios. Las industrias viven un momento de transformación profunda, donde lo único cierto es que las cosas nunca volverán a ser como antes. Es comprensible que, en medio de una contingencia como ésta, las entidades económicas luchen por su continuidad. Sin embargo, esa permanencia dependerá de las acciones que se tomen para cultivar una relación a largo plazo con sus clientes.

Lo que realmente deberá de preocupar a las compañías es demostrar empatía con sus compradores, quienes posiblemente se encuentran en sus hogares, preocupados por adquirir alimentos, ayudando a sus hijos en el proceso de aprendizaje remoto o bien, salvaguardando la estabilidad económica y la salud de su familia. En función de estas nuevas condiciones del contexto don-

de prevalece el miedo y la vulnerabilidad, las motivaciones de compra ya no obedecen a deseos, sino a necesidades básicas y de seguridad.

Las marcas están obligadas a replantearse su estrategia de comercialización. Aquellas empresas que ofertan soluciones que responden a las demandas actuales del mercado, como pueden ser las relacionadas con productos de consumo, higiene, farmacéutica y entretenimiento en el hogar, deben seguir ajustándose al nomadismo digital, donde se han comenzado a borrar las fronteras entre lo real y lo virtual. Alrededor del mundo, hemos sido testigos de cómo se incrementó la compra en línea en relación a la compra física. Si bien esta tendencia ya había iniciado hace algunos años, la actual contingencia vino a precipitar el proceso de adopción del comercio electrónico por segmentos que aún se mostraban renuentes a ello. Fidelizar a este nuevo consumidor

implica reconfigurar una experiencia holística de búsqueda, compra, uso y desecho del producto que integre el modelo online con el offline.

Ya sea consciente o inconscientemente, son muchas las compañías que están invirtiendo en mercadotecnia. Ejemplo de ello lo constituyen las empresas que han asumido acciones de responsabilidad social apoyando no únicamente a sus comunidades, sino también absorbiendo los costos que se derivan de cuidar a sus propios empleados. Estas iniciativas refuerzan valores de empatía y solidaridad que se asociarán con su marca, y que se permearán entre sus clientes internos y externos.

Es conveniente que las marcas que ya venían implementando tácticas de comunicación, revisen la línea a seguir a fin de que los mensajes resulten relevantes para su audiencia, puesto que hoy más que nunca, la exposición a medios es enfocada e intensiva. Los contenidos deben ser significativos, brindar ayuda a los clientes en la recuperación de la sensación de libertad y que resuelvan los problemas a los que se han enfrentado durante este tiempo.

No hay marcha atrás: nos encontramos en un punto de quiebre, donde únicamente quienes sigan replanteando su estrategia de mercadotecnia, podrán anticiparse a un entorno cambiante, regido por nuevos patrones de consumo.





# La ciencia y tecnología como detonante del desarrollo y sostenibilidad de las empresas

Por Ing. Carlos Villaseñor Franco  
Presidente de Coparmex Jalisco

Hoy en día el impulso de la innovación, la ciencia y tecnología debe de verse como un esfuerzo colaborativo entre el sector privado, el gobierno, los centros de investigación y las universidades con el objetivo de avanzar en la consolidación de empresas competitivas, productivas, socialmente responsables y sostenibles. Con esta sinergia los beneficios serán para clientes, proveedores, accionistas y por supuesto colaboradores en el entendido que la empresa los forma todos.

En este sentido es relevante contar con diagnósticos que nos muestren la realidad en inversión dentro de este tema, en donde desafortunadamente en México la inversión en ciencia y tecnología solo alcanza el 0.5 del producto interno bruto, por debajo del 2% que el Banco Mundial considera óptimo; destacando que en los últimos años los recortes han sido superiores al 10% del presupuesto que tenían con anterioridad, dejando vulnerable y sin incentivos a un componente de suma relevancia en la consolidación del desarrollo.

De igual forma el ecosistema tecnológico aún se encuentra en fases muy tempranas en la mayor parte del territorio nacional, sin embargo, Jalisco ha sido un referente en la materia gracias al trabajo de las empresas, los emprendedores y por supuesto las autoridades y las universidades.

Con este contexto se abre una gran área de oportunidad para afianzar el ecosistema de innovación y tecnología, mediante formas de colaboración centradas en:

- Trabajos de investigación y generación de información para mejorar la toma de decisiones en el sector productivo.
- Adaptación de los planes educativos de los tres órdenes de gobierno.
- Financiamiento, capacitación y vinculación.

Muestra de esta necesidad de cambios y adaptaciones lo hemos visto en distintos sondeos que hemos realizado en las empresas en donde la digitalización es un factor clave al momento de consolidar un negocio en particular el tema de ventas y transacciones, adicional a ello 97% de las empresas tuvieron que hacer adaptaciones tecnológicas en sus procesos de ventas y 70% continúa en adaptación de plataformas y aplicaciones para mejorar sus procesos

A un mes de que tengan lugar las elecciones es importante que las y los candidatos tengan una agenda clara para propiciar mejores condiciones en los ejes de innovación, ciencia y tecnología y con ello avanzar en la recuperación económica de las empresas y por supuesto de las y los colaboradores.



Nos **gusta** ser  
**AUTÓNOMOS**

Nos **mueve** la **innovación**,  
por eso hemos incorporado  
**novedosos programas académicos.**

Inicio de clases: **16 de agosto.**



ING. EN MANUFACTURA CIRCULAR



ING. EN CREACIÓN DE VIDEOJUEGOS  
Y ENTORNOS VIRTUALES



LIC. EN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL



LIC. EN NEGOCIOS DIGITALES

Valor  
para  
Trascender

[www.uag.mx](http://www.uag.mx) |       
33 3648 8463



Universidad  
Autónoma de  
Guadalajara



**Aires Acondicionados**

**INVERTER 2.0**  
Mayor eficiencia de energía  
a menor costo

Refrigerante  
ecológico  
R410A

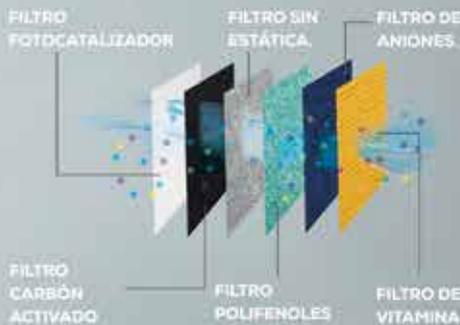
Disponible en:  
**1** **1.5** **2**  
Toneladas



**AUTODIAGNÓSTICO**  
DEL EQUIPO

**CONTROL**  
WIFI

## Tú decides el clima de hoy



### • 6 Filtros de aire:

- Que mejoran la calidad del aire.
- Atrapa partículas de polvo y elimina gérmenes, bacterias y virus, purificando el aire y evitando malos olores.
- Nutre el aire con vitamina C para mejorar la inmunidad de las personas.

**NUEVO**



Calentadores Instantáneos • Calentadores Solares • UPS • Purificadores de Agua

**evans.com.mx**

•Av. Palomar 569  
☎ 33 • 3455 • 2746  
naciones@evans.com.mx

•Av. Gobernador Curriel 1825-A  
☎ 33 • 1997 • 2332  
gcurriel@evans.com.mx

•Av. Cruz del Sur 3389  
☎ 33 • 3817 • 0996  
cruzdelsur@tiendaevans.com

Síguenos: EvansMéxico  
f e c h @ p b

•Av. Niños Héroes 1833-C  
☎ 33 • 2258 • 8613  
nheroes@evans.com.mx

•Terranova 662  
☎ 33 • 1990 • 1143  
terranova@evans.com.mx

•Av. Aviación 5272-A  
☎ 33 • 3816 • 9135  
aviacion@tiendaevans.com

**Ventas en línea**  
☎ 33 • 1500 • 8897  
contacto@evans.com.mx

•Av. López Mateos Sur 2997-A  
☎ 33 • 2258 • 8599  
bugambilias@evans.com.mx

•Av. Juan Gil Preciado 6363-A  
☎ 33 • 1977 • 2504  
tesistan@tiendaevans.com

Localiza tu tienda en:  
**tiendaevans.com**

**800 00 EVANS**  
3 8 2 6 7

**ENVÍO GRATUITO\***  
Solo ventas en línea  
\*Mínimo de compra \$2,000



