

WWW.PLAYERSOFLIFE.COM

PLAYERS®

OF LIFE

GUADALAJARA

JUNIO 2022

\$40 MEX \$2.50 US \$3.50 CAN



ISSN 1523-0072 76

CAMBIA EL PARADIGMA DE LA COMUNICACIÓN CLÍNICA

JULIO RAMOS DE LA MORA LLEVA LA MEDICINA A LA PANTALLA



AGENCIAS
Conoce a los creativos
que marcan tendencia

ARTÍCULO ESPECIAL
¿Por qué es imprescindible
el 'marketing'?

TODOPODEROSO
Elon Musk: el hombre
del momento



CAMPOMAR

Compartiendo

DESDE

GUADALAJARA | PUERTO VALLARTA

🔍 www.campomar.mx

📷 📺 @campomarmx

CAMPOMAR®

la mesa contigo

DESDE 1979

MONTERREY | PUEBLA | LEÓN



SUREM

BACANORA STEAK HOUSE

*Al mencionar este anuncio
recibe un coctel de cortesía*

RESERVACIONES 33.2237.2284

VIDAL LIFE PLAZA Av Guadalupe 4955, Jardines del Tepeyac, Zapopan, Jal.

surem.com.mx  



Costilla Braseada 24 horas

Vivimos en un mundo en el que la comunicación ha tenido una importante evolución; las actividades de la vida cotidiana han cambiado considerablemente en los últimos años y con ellas también cambiaron las herramientas, las formas y, por supuesto, las maneras en que conectamos con nuestro entorno.

Bien se dice que lo que no se comunica no existe, o bien, si no te comunicas, otros lo harán por ti. Es por eso que hay una gran responsabilidad en los mensajes que mandamos al mundo, a la comunidad o a nuestro sector de mercado. Entiendo que el poder de la comunicación es indiscutible, que hacerlo bien y asertivamente es todo un arte, además de una necesidad humana puesto que es, a través de ella, que expresamos nuestros deseos, nuestros sentimientos y lo que queremos que se sepa sobre nosotros o nuestras empresas.

El connotado abogado austriaco, Peter F. Drucker señaló que “lo más escuchado en la comunicación es lo que no se dice” y, en ese sentido, las agencias de marketing juegan un papel primordial para que, mediante sus campañas, la comunicación masiva sea la correcta y que los mensajes sean los ideales.

Hoy encontrarás en nuestras páginas a esas agencias de servicios creativos que permanecen a la vanguardia y que son las mejores aliadas de tu empresa para lograr esos objetivos trazados para 2022.

En portada te presentamos a Julio Ramos de la Mora, especialista en nefrología y comunicador de la salud, quien se ha dedicado llevar un mensaje de prevención en temas clínicos y se ha convertido en la referencia en su campo médico. Además, podrás leer artículos de especialistas y líderes en cada sector en el que se desempeñan.

Finalmente, nuestro artículo especial “El marketing, la herramienta que tu empresa necesita, explica las razones por las que una agencia te puede llevar a conectar con tus clientes potenciales y por ende al desarrollo de tu compañía. ▼



Alejandro Martínez Filizola
Cofundador de Grupo PLAYERS

PLAYERS[®] OF LIFE GUADALAJARA

CONSEJO EDITORIAL

Ana María Arreola · Brando Angulo · Carlos Villaseñor Franco · Carmina Haro · Daniela Cordero · Diego López de Lara · Edgardo López · Erika Cid · Esteban Alzati · Federico Díaz · Gustavo Santoscoy · Ignacio Ramírez Iván Carmona · María José Arregui Lazo · Myriam Ibarrola · Raúl Uranga Lamadrid

DIRECTOR EJECUTIVO

Erik Alvarado Peña
e: erik.alvarado@playersoflife.com

GERENTE COMERCIAL

Myriam Alfaro
e: myriam.alfaro@playersoflife.com

ASESORES COMERCIALES

Diego Llamas
e: diego.llamas@playersoflife.com

Joshua Cazares
e: joshua.cazares@playersoflife.com

Cynthia López
e: cynthia.lopez@playersoflife.com

Nelly Esquivias
e: nelly.esquivias@playersoflife.com

GERENTE EDITORIAL PRINT

Gerardo Esparza
e: gerardo.esparza@playersoflife.com

GERENTE DE DISEÑO EDITORIAL PRINT

Andrea Armendariz
e: andrea.armendariz@playersoflife.com

DISEÑO DIGITAL

Jorge Rojas
e: jorge.rojas@playersoflife.com

BRANDED CONTENT EDITOR

Erica Donaji Martínez Lobato
e: donaji.martinez@playersoflife.com

ADMINISTRACIÓN

Daniela Márquez
e: daniela.marquez@playersoflife.com

COORDINADORA DE MARKETING

María Fernanda Godínez
e: fernanda.godinez@playersoflife.com

DISTRIBUCIÓN

Iván Valdez

FOTOGRAFÍA

Melina Mariscal
e: melina.mariscal@playersoflife.com

FOTOGRAFÍA DE PORTADA

Michelle Freyria

GIVERNY
ACUARELA RESIDENCIAL

EL PILAR DE TU TRANQUILIDAD

Departamentos en Zona Real
de 1, 2 y 3 recámaras
desde 3.6 mdp

DE LOS CREADORES DE

ANDARES

DESARROLLADO POR

GRUPO DMI

333 253 0684

acuarelaguadalajara.com



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
Yovanna García
e: yovanna.garcia@playersoflife.com

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

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

DISEÑO

PRINT
Dalia Soriano
e: dalia.soriano@playersoflife.com

DIGITAL
Mario Saucedo
e: mario.saucedo@playersoflife.com

ADMINISTRACIÓN

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

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

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

MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS

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

COORDINADOR DE SISTEMAS
Joaquín Batres
e: joaquin.batres@grupoplayes.com.mx

RECURSOS HUMANOS

GERENTE DE RECURSOS HUMANOS
Brisa Favila
e: brisa.favila@grupoplayes.com.mx

ANALISTA DE RECURSOS HUMANOS
Andrea Mejía
e: andrea.mejia@playersoflife.com

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) 2188 0412
WeWork
Avenida Circuito Frida Kahlo 303
Valle Oriente, 66278
Monterrey, Nuevo León

GUADALAJARA
(33) 2101 0475
WeWork
Avenida De Las Américas #1254,
Country Club 44610,
Guadalajara, Jalisco

REPRESENTACIONES DE VENTAS

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

Somos la materia prima de
Arquitectos y Diseñadores

Foto: Aljitraco X Garza S. | @aljitraco1122



Arq. Fermín Espinosa Martínez
Factor Eficiencia | Arquitectos-Constructores

verolegno
chapas de madera



Chapas de Madera Natural y Precompuesta

T +52 (55) 5343 1204
T +52 (55) 5343 1246
T +52 (55) 5343 1288

www.verolegno.com.mx

**30****JULIO RAMOS DE LA MORA**

El nefrólogo y comunicador revoluciona la promoción de la salud en todo el país

56**ARTÍCULO ESPECIAL**

Estaciona el DeLorean, súbete a un Tesla

22**EN EXCLUSIVA**

Rocío Ruiz, Vicerrectora de la Universidad Panamericana

24**EJECUTIVOS EN ASCENSO**

Luis Villagrán, CEO de Grudicom

26**FINISH**

Karen Hernández, tenista profesional

28**AS BAJO LA MANGA**

Christian González Lacroix, director comercial de Sportcity

AGENCIAS DE MARKETING

- 44 Mishtech
- 46 WeProm Marketing
- 48 Alquimia
- 50 Coven
- 52 Carestream
- 54 KYO Media Marketing
- 58 Fulminante Films

**88****MERCADOS**

La comunicación en la era digital

90**TRABAJO**

Jalisco, punto de encuentro

12**HECHO EN MÉXICO**

Juan Beckman Vidal, presidente del consejo de José Cuervo

14**TRAVESÍA**

Los Cabos, el acuario del mundo

92**NEGOCIOS**

Tres oportunidades para el turismo postpandemia

GALERÍAS, AHORA Y SIEMPRE

¡El encuentro
es aquí!



 /@galeriasguadalajara

 /@GaleriasGDL



COCHES ELÉCTRICOS, COHETES Y EL SECRETO DE ASIMOV

Elon Musk, el empresario que le da un nuevo rumbo a la humanidad

Con una clara visión de lo que el futuro aguarda para la humanidad, Elon Musk, CEO de Tesla y SpaceX, entre otras empresas, ha dedicado gran parte de su vida a crear los vehículos del futuro para circular tanto en las calles como en órbita con miras a conquistar Marte en algunos años más.

Desde sus primeros años de la adolescencia, el nacido en Sudáfrica mostró talento por las computadoras. De hecho, a los 12 creó un videojuego y lo vendió a una revista que trataba esta clase de temas. Con todo este potencial, en 1988 obtuvo el pasaporte canadiense con el fin de salir de su país natal para aprovechar las oportunidades que había en Estados Unidos, y de paso evitar realizar el servicio militar el cual apoyaba la política del 'apartheid'.

Una vez en territorio canadiense, Musk entró a la Universidad de Queen en Kingston, Ontario. No obstante, en 1992 fue transferido a la Universidad de Filadelfia donde recibió el título de física y economía en 1997. Sin embargo, no veía un futuro prometedor en este camino; de hecho, consideraba que el internet tenía más potencial de transformar a la sociedad que estas materias.

Por ahí de 1995, fundó Zip2, que ofrecía mapas y directorios de negocios a periódicos en línea. Cuatro años después, la compañía fue comprada por Compaq en 307 millones de dólares. Así las cosas, adquirió capital para fundar X.com, una empresa de servicios financieros 'online', que posteriormente se transformaría en PayPal, especializándose en transferencias electrónicas de dinero. En 2002 eBay adquirió a esta compañía por 1.5 mil millones de dólares.

TODO INICIÓ CON LA INSPIRACIÓN DE ISAAC

Musk siempre ha estado convencido de que, para que la humanidad pueda sobrevivir, es necesario que se convierta en una especie que trascienda más allá de la Tierra y sea capaz de conquistar otros planetas. Aunado a esto, a él no le parecían adecuadas las cantidades estratosféricas invertidas para lanzar cohetes.

Bajo este argumento, en 2002 fundó Space Exploration Technologies (SpaceX) con la intención de producir cohetes más asequibles y reusables. Desde entonces, ha desarrollado distintos proyectos donde destacan el Falcon 1, Falcon 9, Falcon Heavy, entre otros. Por otro lado, está el Super Heavy-Starship, con el cual pretende lograr dos cosas al menos: una, transportar a personas de una ciudad a otra en menos tiempo (por ejemplo, de Nueva York a Tokio en tres horas) y dos, construir bases en la Luna y en Marte.

Además de impulsar a la humanidad hacia las estrellas, Elon siempre estuvo interesado en los carros eléctricos. Por ello, en 2004 se convirtió en uno de los principales fundadores de Tesla Motors, que más adelante quedaría solo como Tesla, junto con Martin Eberhard y Marc Tarpenning. En 2006 presentó el Roadster, primer modelo que podía recorrer 394 km con una sola carga. A medida que se fue capitalizando la empresa, se fueron desarrollando nuevos modelos hasta llegar a los que hoy se conocen.

¿Qué inspiró a Elon Musk para llegar hasta donde hoy se encuentra? Habrá quienes echen en saco roto el poder de la lectura, pero él no es una de esas personas ya que es fan de la ciencia ficción. Desde joven quedó cautivado con la trilogía de 'La Fundación' de Isaac Asimov, saga que fue clave para crear SpaceX.

¿Cuál será tu próxima lectura? Quizás ahí esté el secreto para esa empresa que fundarás. ♦



EL TEQUILERO MILLONARIO

Juan Francisco Beckmann llevó
al tequila al más alto nivel

Don Juan, como se le conoce regularmente, tiene una gran historia de vida que representa todo un ejemplo a seguir; ya que desde muy joven comprendió que los grandes proyectos deben cultivarse poco a poco, con paciencia y trabajo, tal como lo aprendió en los campos de Tequila, Jalisco, en donde el agave azul madura mediante un ciclo de seis años.

El tequila es digno de reconocimiento a nivel internacional y, es en gran parte, gracias a la Casa José Cuervo. En ese sentido, existe un personaje que llevó a la reconocida tequilera a cotizar en la Bolsa de Valores, alcanzando así uno de los más grandes logros de nuestros tiempos.

Juan Francisco Beckmann Vidal es el Presidente del Consejo de Administración de Becla, propietaria de la empresa produce la bebida. José Cuervo tiene más de 220 años de existencia ya que data de 1795, cuando José María Cuervo recibió del Rey Carlos IV, el permiso para producir vino de mezcal.

Tras el retiro de su padre, Beckmann tomó las riendas de José Cuervo a los 30 años de edad para convertirla en la destiladora de tequila más importante del mundo. Es egresado de la Licenciatura en Contaduría por el Tecnológico de Monterrey y cuenta además con Maestría en Administración Empresarial por la misma institución educativa.

Manteniendo firme la creencia de llegar a las ligas mayores, Beckmann realizó, en 2017, una Oferta Pública Inicial en la Bolsa Mexicana de Valores con un éxito rotundo, ya que alcanzó una capitalización de 18 mil 600 millones de pesos.

De acuerdo con la revista Forbes, es poseedor de un patrimonio calculado en cinco mil 200 millones de dólares, lo que lo sitúa como el sexto hombre de origen mexicano más rico, según el ranking de la reconocida publicación.

Por otra parte, Juan Francisco Beckmann es miembro independiente del Consejo de Administración del Grupo Financiero Banamex, del Grupo Peñoles y de Aeroméxico. También forma parte importante del Consejo Coordinador Empresarial, del Consejo Mexicano del Comercio Exterior y del Instituto Mexicano para la competitividad.

Con un amplio sentido de la responsabilidad social, está involucrado en diferentes organizaciones sin fines de lucro como la Asociación Adopte una Obra de Arte, el Colegio San Ildefonso, el Museo Nacional de Arte, el Museo Dolores Olmedo, el Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza, la Operación Sonrisa del Tecnológico de Monterrey y la Fundación José Cuervo entre otros.

Sin duda, el enfoque y su visión de negocios han sido clave en el éxito obtenido. Hoy en día José Cuervo es reconocido mundialmente y, gracias a eso, el tequila es de las bebidas predilectas en el extranjero. ♦

EL ACUARIO DEL MUNDO

Visita Los Cabos y sus maravillosos paisajes

Bañados por los cálidos rayos de sol de la península sur de Baja California, Los Cabos son uno de los principales centros turísticos de la actualidad. La región cuenta con dos partes bien definidas: Cabo San Lucas y San José del Cabo, estas dos ciudades se encuentran en ambos extremos de un corredor turístico y comercial, una carretera de 32 kilómetros rodeada de campos de golf y hoteles resort de clase mundial, además de ser escenario de los más bellos paisajes desérticos y playas, combinación que no se encuentra en otras partes del mundo.

El Mar de Cortés fue llamado por el explorador francés, Jacques Cousteau, como el acuario del mundo, gracias a su maravilloso ecosistema marino; puedes nadar con mamíferos en Cabo Dolphins, practicar snorkel o bucear. En el Parque Nacional Marino Cabo Pulmo, puedes apreciar los arrecifes vivos o los peces tropicales de la región.

Si buscas algo más relajado, puedes tomar un tour en barco con fondo de cristal al majestuoso Arco, la famosa formación rocosa que marca el fin de la tierra. Actualmente, Cabo San Lucas cuenta con algunos de los complejos turísticos más lujosos del mundo, una marina de primera clase y el torneo de pesca más grande del mundo. Además de eso, sigue siendo el destino favorito de las celebridades en busca de privacidad y de miles de personas que vienen a disfrutar de su vida nocturna, la mejor pesca deportiva y una amplia variedad de actividades. Sus protocolos de salud y seguridad están avalados por el Gobierno Federal de México con la certificación “Punto Limpio”, además de contar con los sellos de aprobación del Consejo Mundial de Viajes y Turismo con la insignia ‘Safe Travels’ que certifica los protocolos de higiene en toda la región.

Su temperatura es cálida durante todo el año, por lo que es un destino ideal para visitar en invierno y, para llegar, puedes volar directamente al Aeropuerto Internacional de Los Cabos o trasladarte por carretera desde San Diego, California.♦





LA ESPIRITUALIDAD DETRÁS DE LA DANZA DE SHEN YUN

Inspírate en cada movimiento para encontrar tu paz interior

Cuando acudes a un evento de danza observas a los bailarines, ves cómo dan sus pasos y se coordinan entre ellos para dar un espectáculo que eleva los sentidos. Pero ¿te has puesto a pensar que dentro de toda esa práctica y esfuerzo hay un porqué detrás, como si se tratara de una historia que cobra vida en el interior de cada bailarín? Es algo que va más allá de la disciplina y la constancia.

Si has tenido oportunidad de disfrutar de Shen Yun, un espectáculo de danza china, quizá te diste cuenta de que hay una conexión espiritual poderosa basada en una disciplina conocida como Falun Dafa, una práctica que combina enseñanzas ancestrales y ejercicios de meditación, centrándose en tres pilares: verdad, compasión y tolerancia.

Incluso se sabe que el texto principal, así como en otras tradiciones y creencias, se conoce como Zhuan Falun, el cual en ocasiones forma parte de la danza que disfrutaron los asistentes al evento.

Falun Dafa es un estado mental que le da rumbo a la vida diaria, siempre con la intención de que quien lo practica busque ser una mejor persona, asuma su responsabilidad y de paso tenga una preocupación genuina por el prójimo.

Mientras danzan en pleno espectáculo, los bailarines, con la precisión de sus movimientos, tienen por objetivo llevar un mensaje inspirador que le brinde esperanza a cada uno de los asistentes. Sin duda, esto cae de perlas cuando hay semanas pesadas en el trabajo o la situación política, económica y social a nivel nacional o mundial resulta algo convulsa.

En situaciones así, algo que se puede hacer es aspirar a esa claridad y paz mental para poner las cosas en perspectiva. Nada como relajarse por unas cuentas horas con el fin de hacer los ajustes necesarios en la vida para lograr cambios positivos y duraderos. La inspiración puede venir de cualquier parte y hay que aprovecharla cuando se presente.

NUNCA CLAUDICAR

En 1999 el Partido Comunista de China inició una persecución contra los practicantes del Falun Dafa, después de que decenas de millones lo llevaran a cabo en los parques públicos. Ante el temor de que esta ideología se propagara y se saliera de control, el gobierno intentó erradicar este movimiento.

A pesar del tiempo transcurrido, donde ha habido encarcelamiento, tortura e incluso asesinatos masivos, los practicantes se mantienen fuertes en sus convicciones anti violencia para resistir los embates por parte de las autoridades. ♦

DOS VINOS PARA DISFRUTAR EL INICIO DEL VERANO

El verano está en la puerta y con su llegada se antoja descorchar una botella de vino y disfrutar del día. Con el calor, además puedes refrescarte y maridar una buena cosecha de blanco.

Si el antojo es pertinaz, te recomendamos abrir un blanco español como el Muga Blanco. Este es perfecto para maridar con pescados a la plancha y mariscos. Además, es ideal para degustar por copas, como entrante o junto a un pequeño aperitivo en una terraza o en algún espacio al aire libre, para que el atardecer sea el acompañante inesperado.

El Muga Blanco presenta un agradable color amarillo pajizo, y es intenso y complejo en el gusto olfativo, con aromas florales (flores blancas, jazmín), de fruta de hueso (melocotón), cítricos (pomelo, limón), pera, manzana y plátano. La entrada en el paladar es muy suave y equilibrada. En boca se nota su



mineralidad y frescura, con una acidez muy bien integrada, lo que le aporta longitud y un final muy largo con recuerdos a vainilla y cítricos.

Ahora, que si lo tuyo es el vino con más carácter al paladar, la apuesta debe ser por una botella de La Rioja Alta Gran Reserva 904. Este tinto una de las joyas que salen de la bodega La Rioja Alta, que suma ya más de un siglo de tradición en el mercado.

Su elaboración surge a partir de las mejores cepas de las mejores cepas de tempranillo y graciano que crecen en el suelo español. Es considerado un como una representación “a la sutileza, la elegancia, la finura, y la delicadeza, para ser más claros: representa a la seda. El significado de 904 hace alusión al año que fue creado el vino, en 1904”.

Respecto a su cata, es intenso y complejo dominado por “aromas de frutas, confitura de moras, frambuesas rojas y piel de naranja, con notas especiadas y balsámicas. Fino y elegante en boca, fresco, vivaz con sabores equilibrados, taninos pulidos y sedosos. Final amable y delicado. Donde reaparecen las notas cítricas y balsámicas”.

Lo puedes disfrutar acompañado de carnes rojas y blancas en todo tipo de cocción, vegetales a la plancha o grillados, embutidos, quesos y pastas. Ideal para una comida que se alargue y pueda transformarse en cena. Suma un postre de chocolate para coronar la experiencia.♥



VINOTECA

De venta en:
www.vinoteca.com

[@vinoteca_mexico](https://www.instagram.com/vinoteca_mexico)
[f Vinoteca México](https://www.facebook.com/VinotecaMexico)



La mejor

ES QUE ES

MOCHO

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



DE TODO
MOCHOMOS

MOS *Way*

RSVP 33 1514 5753 [#MOCHOMOS GUADALAJARA](#) [@MOCHOMOSGDL](#)

UNA VICERRECTORA CERCANA A SUS ESTUDIANTES

La doctora Rocío Ruiz Mendoza impulsa a los jóvenes de la Universidad Panamericana

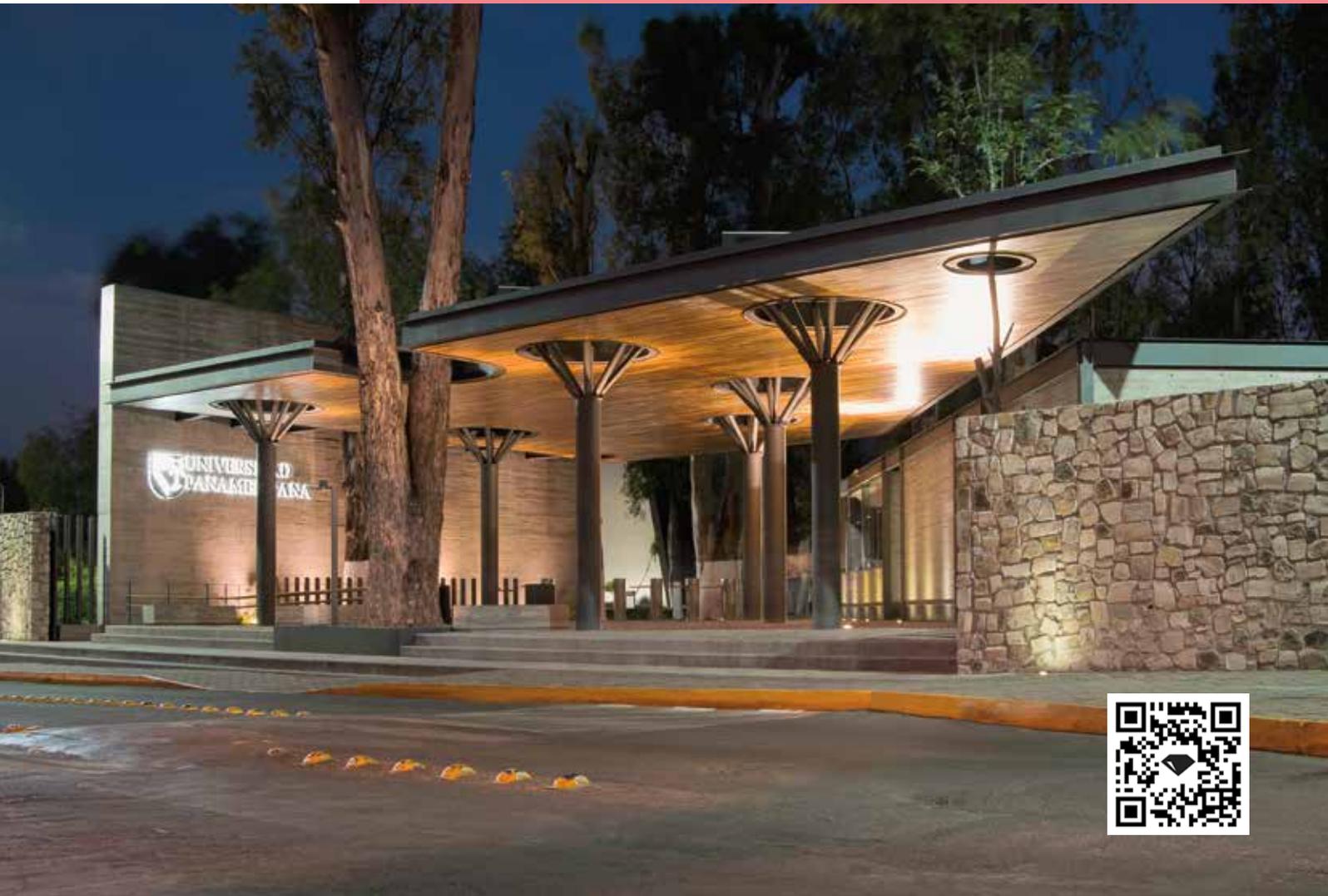


De inspiración periodística, la doctora Rocío Ruiz Mendoza dejó de lado la noticia del día a día para entender los hechos antes que contarlos. Su trayectoria, que comenzó en la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, la ha llevado por espacios donde destaca su capacidad de reflexión análisis. Su voz, que se ha escuchado desde periódicos hasta en el Vaticano, ahora dirige Vicerrectoría de alumnos en Universidad Panamericana.

“La vida me fue empujando a distintos lugares y terminé uniendo el periodismo con la comunicación, con la historia, y luego, finalmente, con la educación”, señala la académica.

Doctora en Ciencias de la Educación en el Instituto Internacional de Ciencias de la Educación de la Universidad de Navarra, con sede en Castelgandolfo, Italia, llegó a la academia debido a que “había un interés y una pasión por la idea que todos los jóvenes tienen en esa edad de perseguir la verdad. La pedagogía viene a ser parte, entonces con estos dos ejes yo dije, ‘es lo mismo, solo que ahora es persona por persona’. Son dos públicos distintos, métodos distintos, dos técnicas distintas, pero que van en el mismo sentido”.

Tras dar cátedras y mantenerse activa en el universo de la academia, la Universidad Panamericana llegó con una oferta para que se sumara a la institución. Su estancia en la educación superior es algo que la llena de orgullo debido a la evolución y crecimiento constante del humanismo y las capacidades del alumnado.



“Nosotros decimos que hay un trayecto muy evidente del alumno. Nunca es el mismo el que recibes que el dejas. Desde luego tenemos un perfil de ingreso y un perfil de egreso, pero nosotros queremos acompañarlos durante su tiempo de maduración y les damos las herramientas educativas, cuáles son las herramientas educativas desde un proyecto de formación integral”.

La doctora Ruiz se emociona al hablar de ese proyecto, ya para ella es “donde hacemos la formación que no tiene reglas, porque lo que estamos formando ahí es el uso de la libertad en los alumnos. El uso de todas esas otras habilidades blandas que no se aprenden en los datos duros y ellos les van aprendiendo gracias a diversas disciplinas”.

Añade que refiere su móvil nunca ha sido económico, “mi móvil son los proyectos, en ese sentido sí puedo decir que fui la primera vicerrectora de la Universidad y creé esta Vicerrectoría, en la que estamos manejando muchas ofertas para el alumno, tenemos unos 12 departamentos educativos”.

UN ESPEJO EN EL CUAL REFLEJARSE

Ejemplo en su trayectoria profesional y personal, la doctora Ruiz Mendoza ahora es el espejo en que se pueden reflejar las alumnas de la universidad. Si bien ella no ha tenido ningún inconveniente en su profesión por ser mujer, destaca se ha preocupado por escuchar y atender las inquietudes que aquejan al género.

“Esta mañana vino una alumna de Ingenierías para preguntarme cómo había llegado a dónde estoy. Me dice, ‘quiero que me ayudes en este camino, porque quiero ser secretaria de Educación’”. Además, explica que ya cuenta con “un equipo de chicas con las que estoy trabajando porque acaban de formar un grupo estudiantil de defensa de la mujer”.

Apunta que aunque no le tocó escalar nada o romper algún techo de cristal, asume la responsabilidad de ser ejemplo de sus alumnas.♦



LA TRAVESÍA DE UN EMPRENDEDOR

Luis Villagrán, a la conquista el mercado europeo

Emprendedor nato, Luis Villagrán comenzó desde muy joven a construir sus sueños. Director general del conglomerado de empresas Grudicom, desde siempre apostó por sí mismo y ahora quiere llevar sus proyectos a Europa.

Ingeniero en sistemas computacionales, su primer trabajo lo tuvo mientras era estudiante y deportista de alto rendimiento. “Yo desarrollaba software a unas grúas de un tío de parte de la familia de mi papá. También desarrollaba software para administrar ventas de inmuebles en una constructora aún estando en la escuela. Ganaba para la gasolina porque además tenía beca deportiva al 100%. Entonces pues estudiaba y entrenaba todos los días y en las noches me dedicaba unas horas a trabajar”, señala Villagrán en entrevista.

La cultura del esfuerzo lo llevó a asociarse con un primo para impulsar una empresa de seguridad privada. La visión del joven lo hizo entender que los mexicanos querían, cada vez más, sentirse más seguros y protegidos.

“En ese tiempo estudié que el consumo del café noté venía muy al alza, lo mismo el alcohol de nicho y el consumo de alimen-

tos veganos. Pero la tendencia que más me llamó fue que era muy notoria la necesidad de seguridad. Así que con un primo comenzamos con nuestros primeros clientes para proveer una empresa de seguridad”.

Con eso en mente, es que comenzó a expandirse con el nombre de Grudicom. El camino transitado lo ha llevado a tener un conglomerado de 16 empresas enfocadas en giros diversos. “Es una financiera, una consultora, una empresa de limpieza, una más de jardinería. También tenemos una constructora que trabaja a altas tensiones con una tecnología italiana para la extracción de ceniza en seco para las plantas termoeléctricas de carbón, y varios proyectos más”.

El proyecto surge por esa necesidad de no quedarse quieto y expandir sus ideas. “Estamos en 11 ciudades del país y queremos llegar a más lugares. Ya estamos por desembarcar en Madrid. Empezamos en España porque es muy similar en operaciones a México. Exploramos otros mercados de seguridad, pero nos convenció el español por las similitudes y porque ellos son los que tienen los grandes corporativos de seguridad, son el modelo a seguir”.

PASIÓN POR EL DEPORTE

La aventura llega en un momento ideal para Luis Villagrán y compañía. Con el grupo consolidado, ahora quieren “competir en ese nicho de mercado, queremos ser un parteaguas. Si bien ellos son los que dominan el mercado con sus empresas, ahora queremos una especie de reconquista y ofrecer nuestra experiencia. Vamos por una sede, una sucursal, por así nombrarla, en la capital”.

La pasión por el deporte no lo ha abandonado pese a que ahora se dedica de tiempo completo a los negocios. Y como hombre de negocios, busca que otros se acerquen a lo que le apasiona construyendo espacios para el ejercicio.

“Estamos haciendo un desarrollo de un complejo deportivo diferente, con multidisciplinas deportivas como fútbol, padel, fútbol americano y hasta una plataforma de práctica de golf”.♦



ENCIENDE LA PASIÓN POR EL DEPORTE BLANCO

**Karen Hernández, ex tenista profesional,
forja a los nuevos talentos**

Se podría decir que Karen Hernández nació con una raqueta en las manos. También que supo desde siempre que estar en una cancha de tenis era lo que el destino le tenía predestinado. De padre y abuelo tenistas, ambos en circuitos profesionales, su trayecto comenzó desde pequeña.

Lo que no estaba en el destino era el talento exponencial que tenía. Y de la mano de su padre el desarrollo fue casi natural, no sin altibajos.

“Decidir que quería ser tenista fue algo complejo y al mismo tiempo muy satisfactorio por el hecho de que mi papá era mi entrenador cuando yo estaba chiquita. A veces era muy complicado el dividir papá y entrenador en la casa. Entonces si por x o y, en el entrenamiento no salían las cosas como yo quería o como él quería, pues era difícil lidiar con eso”, explica entrevista Karen.

Pese a ello, la ahora entrenadora menciona que sus primeros triunfos se dieron gracias a ese esfuerzo siempre constante en las chanchas.

“Ese sobreesfuerzo me ayudó a ser campeona, nacional e internacional, ganar Olimpiadas Nacionales y representar a México también en un junior, que es como un mundial de menores de 18 años. Gracias a todo el entrenamiento logré irme a una academia de tenis a los 14 años. Y creo que mi papá también se dio cuenta que ella no era tan sano el seguir entrenando juntos y tuvimos la oportunidad de que un amigo de mi papá nos pudo patrocinar la academia en Tampa, en Florida”.

A partir de entonces, su carrera se convirtió en una exigencia de alto rendimiento fuera de México.

DE JUGAR A ENTRENAR

La transición de pasar de jugadora a entrenadora se dio de forma natural. Luego de estar en circuitos internacionales se ha convertido en mentora de los interesados en ser parte del deporte blanco.

“Volverme entrenadora fue una decisión sencilla. Al principio me quería ir a la maestría Alemania en logística, pero decidí quedarme con la pasión. Dije, la verdad es que me apasiona mucho lo que hago ayudando a México, ayudando a los alumnos que quieren llegar lejos, que a lo mejor no tiene la oportunidad de irse al extranjero por ahora y si yo puedo dejar mi granito de arena por qué no hacerlo. Me hace muy feliz hoy en día lo que hago”.

Su experiencia ahora sirve para que otros aprendan de lo que ella ya vivió. “Entrenar me permite seguir transmitiendo todos mis conocimientos. Aportó mucho el hecho de haber estado en el extranjero, de competir a nivel profesional internacional y me gusta mucho ver sus progresos. Logro hacer una conexión no solo de entrenadora, sino de personas. Creo que al final somos humanos y no hay nada mejor que conectar con las personas”.

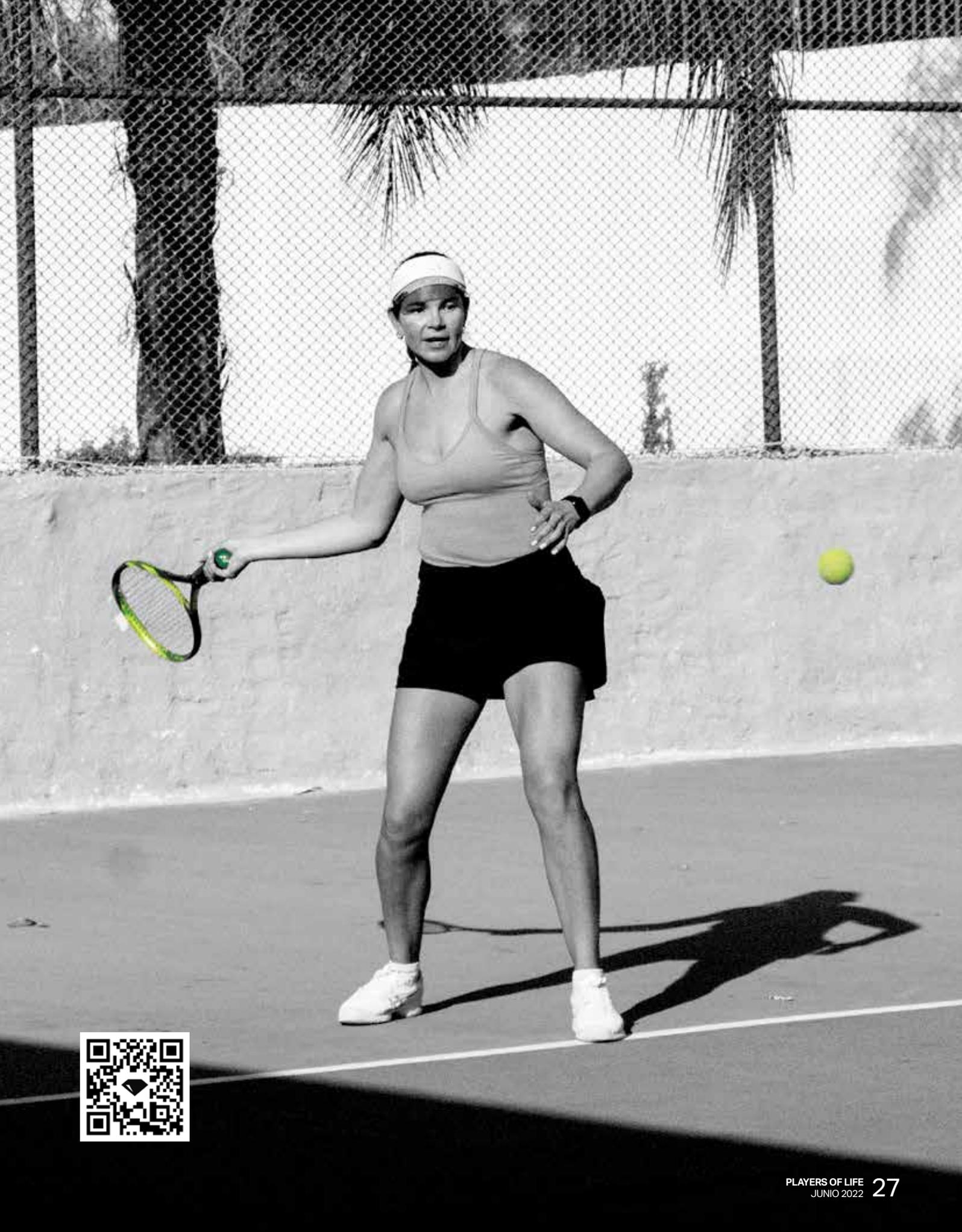
Y, además, no está cerrada a entrenar a cualquier apasionado de la raqueta y la arcilla o el césped. “Cada alumno me refleja cosas que me recuerdan a mí en competencia. Soy una maestra que está abierta a dar clases hasta señores de 60 años o pequeños de tres años que lo que quieren es ser campeones hasta niños de competencia que ya desde ahorita están a nivel nacional”.

LA IMPORTANCIA DE LA SALUD MENTAL

El tenis mundial supo la importancia de atender el estrés y los temas psicológicos gracias a la campeona Naomi Osaka, quien decidió poner pausa a unas competencias para atender su salud. Lo que se sabía puertas adentro, vio la luz gracias a los reflectores de la deportista, pero es algo constante que también vivió Karen Hernández.

“Cuando estuve en Estados Unidos, lo único que sí sentía diferente era la parte mental, no mi rendimiento en las canchas. En México todavía creo que ya han trabajado más, pero existen muchos tabús sobre los asuntos psicológicos deportivos y la fortaleza mental. Siento que a mí sí me faltó mucho eso; yo veía superiores a los otros contrincantes por el simple hecho de tener otra nacionalidad, me hacía chiquita. Se volvió como un reto algo complejo y ahorita lo veo hacia atrás y siento mal el hecho de no haber buscado ayuda psicológica en ese aspecto”.

Señala que el proceso mental se convirtió en debilidad solo al momento de competir, porque “entrenando me sentía muy valiente, muy fuerte, y ya cuando llegaba la competencia, me decía que no iba a poder. Había juegos que por la misma desconfianza no logré dar ese salto, siento que yo misma me sabotaba”.♦



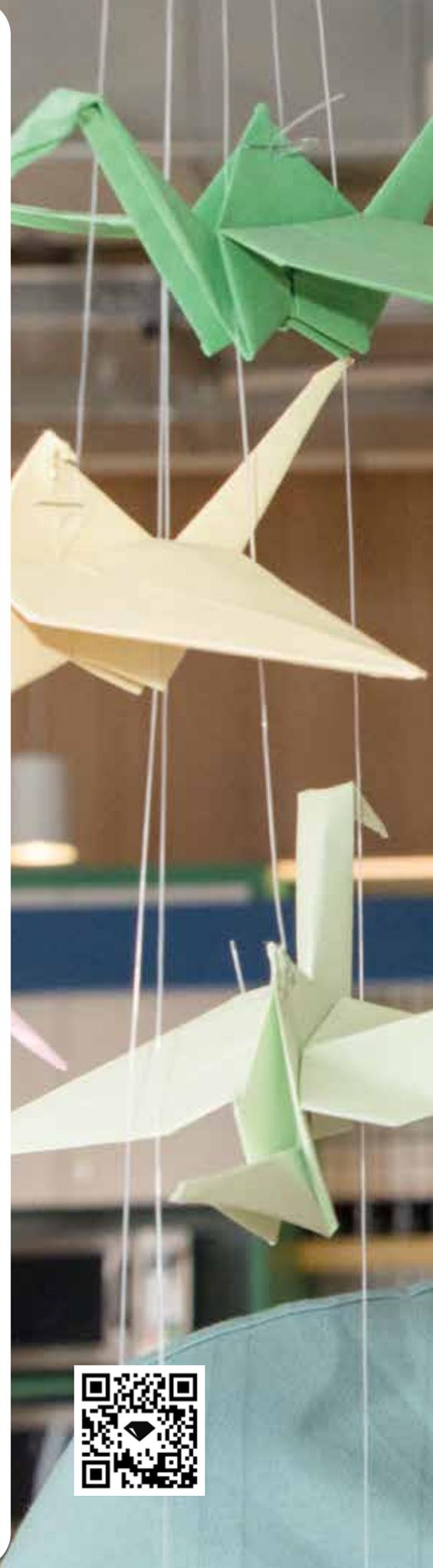
INSPIRA Y CONTAGIA FELICIDAD

Christian González Lacroix busca crear líderes

Ser el director comercial y de mercadotecnia de Grupo Martí para Sport City es algo que Christian González Lacroix disfruta con una pasión única. El transmitir un mensaje de salud y bienestar por medio del ejercicio es algo que se ha convertido en uno de sus leitmotiv. En un país con graves problemas de salud, el deporte debe ser algo más que un pasatiempo. Eso lo sabe Christian, quien se dedica en cuerpo y alma a vender la idea de la inspiración y la salud. “En Grupo Martí la misión que tenemos es llevar a todas las partes de México, a todas las familias mexicanas, un beneficio de salud y que tengan acceso al ejercicio. Hemos apostado por la tecnología y tenemos una aplicación, espacios adecuados y, además, un acercamiento único para que todos tengan los mejores resultados”, apunta. Alejado del estereotipo de ejecutivo de traje y corbata, González Lacroix apela siempre al trabajo en equipo. Se describe a sí mismo como un apasionado por “crear y encontrar el talento que cada una de las personas llevan dentro, asegurando el cumplimiento de objetivos y crecimiento tanto personal como profesional de cada uno de ellos”. Recalca que busca “formar equipos exitosos, pero no los puedes formar si no ves por su bienestar y su felicidad”.

INQUIETUD POR EXPLORAR TODAS LAS ÁREAS

Además, no se queda sólo con la responsabilidad de representar a un grupo con presencia nacional, también ha comenzado a construir un proyecto propio. Su inquietud es tal que su apuesta por hacer llegar un mensaje positivo se convirtió en una serie de conferencias para cualquiera que esté interesado en cambiar su forma de ver y venderse ante el mundo. Tras años en el mundo comercial, Christian señala que existe una pulsión de ventas en todos. Se trata de algo más que un intercambio monetario, es algo más emocional, un latido que nos hace estar interesados en cosas, personas o pasiones. “Vendemos sin saber que lo hacemos: desde cosas hasta sentimientos”. Con la conferencia “¿Quién ch\$%gados eres tú?”, quiere que las personas se pregunten qué están haciendo ahora mismo para construir a su yo del futuro. También desarrolla contenidos en todas sus plataformas, desde compartir consejos, escuchar a sus seguidores o mostrar su día a día, todo con la intención de ser una inspiración para quien busca transformarse. Y, por si fuera poco, continúa en su proceso de escritura para compartir todas sus experiencias por medio de una plataforma escrita. “Ya estoy afinando mi libro, siempre estoy trabajando, soy muy inquieto, no me gusta estar estático, porque estoy siempre fuera de la oficina”. ♦







JULIO RAMOS DE LA MORA: NEFRÓLOGO, COMUNICADOR Y DISRUPTIVO

**El doctor se ha convertido en un fenómeno
mediático en el sector de la salud**



Entrevista: Gerardo Esparza

Arte: Andrea Armendáriz

Backstage: Melina Mariscal

Disruptivo, emprendedor, carismático y, sobre todo, especialista en cada área en la que se desenvuelve. Los adjetivos para definir a Julio Ramos de la Mora suelen ser precisos al momento de hablar de su trabajo. Especialista en nefrología, conductor de televisión y radio y a punto de convertirse en inversionista inmobiliario, el doctor ha expandido su influencia gracias a su constante labor mediática y profesional en el sector salud.

Director general del Centro del Riñón y parte del equipo de especialistas del hospital Country 2000, su presencia en la televisión ocurrió casi por accidente, aunque siempre con la intención de propiciar una conversación accesible enfocada en temas clínicos. Fue invitado a un programa en el que querían su imagen para poder comercializar en el mercado sanitario.

“Nunca había estado de manera formal como conductor de un programa y me di cuenta que nada más querían utilizar la imagen para revivir algunas marcas. Querían el programa para vender, no para hablar de temas médicos y eso no me gustó, aunado a que su nivel de producción no era el mejor”, apunta Ramos de la Mora.

Su presencia fue menor a 90 días debido a que “no movían las redes sociales, no había muchas cosas necesarias y no era el mensaje que quería transmitir. La verdad que me desilusionó y hablé con ellos para explicarles mis motivos para ya no seguir con ese proyecto”.

A partir de entonces, decidió comenzar con una producción propia, con inversión de su bolsillo, para mandar un mensaje sobre la importancia de la salud entre su audiencia.

“A mí siempre me interesó resaltar la importancia de los cuidados médicos, que la población aprendiera, de una forma sencilla, de asuntos relacionados con su salud, que es algo que descuidamos habitualmente. Entonces, tras la primera experiencia, decidí crear mi propio concepto televisivo”.

El programa, en el que se hace acompañar de su esposa, la doctora Anahí Camacho, “La dama de los rayos X”, y varios especialistas, lleva el nombre de Torre Médica, y es el único espacio dedicado 100% a hablar sobre temas clínicos.

“Quien nos ve no sólo descubre o conoce sobre su salud, también tiene la confianza de que es un programa serio, que no es un programa que venda algún producto milagro o literatura clínica barata. Esa no es nuestra intención y nunca lo será”.

LA NECESIDAD DE PREVENIR

La trayectoria de Julio Ramos de la Mora, “El Doctor Riñón” o “El Doctor Sonrisas”, es un ejemplo de que el querer es poder. Hijo de una familia de clase media tapatía, de padre médico militar y madre profesora de primaria, la vocación la tuvo desde pequeño.

Tras ser parte integral de varios hospitales de especialidades, decidió apostar por su propia empresa. Fundó el Centro del Riñón (CDR) y con el paso de los años lo convirtió en el lugar de referencia para tratamientos nefrológicos.

El lugar es un refugio para pacientes renales. Aquí, se dejan de lado las incertidumbres gracias a la calidez del personal y del médico a cargo. Además, hace labor de convencimiento para quienes buscan un órgano gracias a los mensajes dispersos en todo el CDR.

“No es sencillo darte cuenta que tienes que apostar por ti, por tus proyectos. Decidí vender mi consultorio y poner todo mi capital en el Centro del Riñón. Antes estuve en una etapa muy bonita en el Country 2000; ahí fui el responsable de la unidad de hemodiálisis, empecé a coordinar y ser parte del programa de trasplantes como parte del comité”.

La importancia del Centro del Riñón es de tal magnitud debido a las cifras de insuficiencia renal que tiene el país. Sólo en Jalisco es la segunda causa de muerte, con una tasa de fallecimientos de 49 por cada 100 mil habitantes. Sólo es superada por las enfermedades cardiovasculares.

En México son alrededor de 12 mil decesos por año como causa directa. La cifra se eleva a 80 mil muertes por año si se consideran los casos acompañados por diabetes o hipertensión.

Aunque existen terapias para paliar el padecimiento, la insuficiencia renal se considera una enfermedad catastrófica debido a que el único remedio es el trasplante de riñón. En todo el territorio nacional hay más de 17 mil personas que esperan un órgano; en Jalisco superan los cuatro mil 500 pacientes.

Además, según especialistas del Hospital Civil de Guadalajara, “la enfermedad renal crónica se ha convertido en un problema de salud pública en nuestro país. Se estima que uno de cada diez mexicanos tiene algún grado de enfermedad renal crónica; esta cifra sube a casi tres por cada diez mexicanos adultos en personas con diabetes o con hipertensión arterial”.

De ese tamaño es el reto que enfrentan los nefrólogos, de ahí la apuesta por llevar un mensaje preventivo, porque como dice el doctor Ramos de la Mora, “es mejor prevenir que dializar”.



APOSTAR POR SÍ MISMO

Ante el panorama de la salud en México, no sorprende que Julio Ramos insista en llegar a más mexicanos por medio de todas las plataformas posibles. Hace meses comenzó a hacer mancuerna con el comunicador Pablo Latapí para llegar a las ondas radiales con el proyecto “Los grandes médicos de la gran Guadalajara”.

En ese espacio se habla de perfiles que apuesten por una ética profesional única, “que sean ejemplo de médicos con un perfil de responsabilidad en su desempeño profesional”.

Sabedor que todo trabajo necesita relevos generacionales, Julio Ramos de la Mora ya alista sus siguientes proyectos para comenzar a soltar las riendas de lo que ya construyó. Y está siempre en busca de alguien para sumar a su equipo, siempre y cuando cuente con requisitos que él considera indispensables.

“Aún estoy evolucionando para después delegar. Me faltan metas por cumplir antes de decir: basta. Y no he encontrado a alguien con la actitud para pasar la estafeta. No se trata sólo de enfocarse en lo médico, aunque es lo medular”.

PRESENCIA MEDIÁTICA

La faceta de comunicador y médico especialista lo ha llevado por los caminos del espectáculo. Atendió Luis de Alba, icono de la comedia de los años 70 y 80; a Julio Preciado, cantante de música regional mexicana; y al último ídolo de la canción mexicana: Vicente Fernández.

“Con todos soy muy estricto, porque ponen su salud en mis manos. He tenido que lidiar con esas situaciones porque no es sencillo que las personas muy conocidas accedan a atenderse con un médico que también es comunicador. En el caso de Vicente Fernández el señor desarrolló un problema renal que termina un tratamiento en diálisis, el cual fue mi responsabilidad médica a lo largo de todo este trayecto”.

Esos escauceos con el reconocimiento masivo no lo descolocan, al contrario, insiste en que se trata siempre de dar certeza a sus pacientes, ofrecer un tratamiento que les dé mayor calidad de vida y un trato humano. ♦





EL MARKETING, QUE TU EMPRESA



LA HERRAMIENTA NECESITA

La mercadotecnia ayuda a que llegues a tus potenciales clientes

El mundo cambió de manera radical luego de que un virus saltó al cuerpo humano y contagió a miles en todos los países. La sociedad se cerró a cal y canto para evitar propagar una enfermedad desconocida hasta entonces. En esa transformación, los hábitos de consumo cambiaron para siempre. Las empresas tuvieron que reinventarse y apostar por un entorno digital, que aunque ya estaba presente en el día a día, se potenció tras la pandemia.

Para todos los empresarios el marketing se volvió una herramienta indispensable si querían llegar a más consumidores. Solo en México, antes de la crisis de salud, las ventas digitales representaban 4.6% del Producto Interno Bruto (PIB). Para 2020, según las cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), dio un salto para llegar a casi el 6%. En números fríos, según el organismo, el “Valor Agregado Bruto (VAB) generado por el comercio electrónico en 2020 fue de un billón 360 millones de pesos”.

Gran parte de ese incremento se debió a la manera en que las marcas comunicaron sus bondades. El marketing volvió a mostrar lo importante que es cuando se trata de vender. Para los especialistas de la Universidad de Negocios ISEC, “es importante porque ayuda a las marcas a investigar cuál es su público objetivo y compartir un servicio, producto o idea de manera efectiva. Sin la mercadotecnia, un producto de belleza, un servicio de hospedaje o un servicio de comida se promocionarían exactamente igual. Sin expertos en mercadotecnia, las empresas y negocios no prosperarían y se quedarían en el olvido. En cuanto a las personas, estas tardarían más tiempo en encontrar un producto o servicio, y desconocerían cuál les conviene más”.

Ana Franco, profesora investigadora del Tec de Monterrey en el campus Sinaloa, explicó para Conecta que “la mercadotecnia te ayuda a conocer a tus consumidores por medio de investigaciones profundas sobre sus necesidades, gustos e intereses. No solo es conocer al consumidor, también es importante ver que están haciendo nuestros competidores y por qué el consumidor los prefiere a ellos”.

La doctora en Administración con especialidad en Mercadotecnia también apuntó que es vital analizar a los competidores, “pues de esta manera podemos hacer comparaciones entre empresas y poder llegar a una respuesta sobre el porqué los consumidores prefieren a la competencia. No hay más, quienes sobreviven en el mundo de los negocios son compañías que han establecido sus precios o diferenciación”.

En ese mismo sentido, relató que una vez identificada tu competencia, debes desarrollar estrategias de diferenciación. “No desarrolles estrategias como dueño de tu empresa o basándote en tu opinión personal, desarróllalas basadas en investigación, analiza que hay en el mercado, cuáles son las demandas, en qué áreas la competencia no satisface a los clientes”.



ANTE UN ENTORNO CAMBIANTE

Por su parte, el doctor Noel Capón, profesor de Mercadotecnia Internacional en la Universidad de Columbia, durante la conferencia “Mercadotecnia del siglo XXI”, con alumnos del Tec de Monterrey en Cuernavaca y en entrevista para Conecta, destacó que aún hay “aspectos fundamentales del marketing que no van a cambiar, como su función fundamental: atraer, retener y hacer crecer a los clientes al ofrecer mayor y mejor valor que el que ofrecen los competidores”.

Explicó que el entorno “cambia en todos los aspectos: económico, político, social y tecnológicamente. De igual manera, cambia la gente, ahora los consumidores saben más, tienen más preocupaciones, conocen sus alternativas y desean mayor calidad”.



LA IMPORTANCIA DE UN PLAN DE MARKETING

Para la ENA Bussines School, es necesario que todas las empresas tengan un plan de marketing para poder destacar en un mundo cada vez más atento a lo que consume.

“Una empresa, por pequeña que sea, no puede dejar al azar su estrategia de ventas tanto de un producto como de un servicio. En esta tarea entra en juego el plan de marketing. Podrá estar escrito o no, pero las líneas a seguir y los objetivos que se marcan deben estar claros en el conjunto de la organización”, señala la institución.

Agrega que, para poder realizar un plan, se requiere de un trabajo previo de análisis sobre las características del negocio, “debe ajustarse a la situación económica y social del sector empresarial que corresponda, conocer cuál es el público objetivo al que se dirige el producto o servicio y evaluar cuál es el estado de las empresas de la competencia. Con estas premisas definir la estrategia será más sencillo que ensayar mediante prueba/error. Aún así, el plan de marketing es un elemento vivo que deberá estar en continua renovación para adaptarse a las cambiantes realidades tanto de los públicos objetivos como del mercado”.♦

MARKETING PLAYERS

— BY  MISHTECH

**El podcast que habla
del poder del marketing
en la solución de
problemas de los negocios**

Escúchanos en:



En colaboración con:

PLAYERS
OF LIFE



AGENCIAS DE MARKETING

Las agencias de marketing están tomando cada vez mayor relevancia, máxime en estos tiempos de la era digital. Ellas cuentan con las herramientas para desarrollar campañas disruptivas que ofrezcan diversidad de oportunidades comerciales a sus clientes.

A través de los mensajes que envían al público logran excelentes resultados para posicionar a las marcas que representan. A continuación, reconocemos la labor y los logros que han tenido con el paso del tiempo, así como los premios obtenidos a través del tiempo.



LOS ROBLES

RESIDENCIAL

Un sueño por vivir

TERRENOS RESIDENCIALES
DESDE 250m²



Desarrollado por
GRUPO DMI

Comercializado por
ACTIVO
INMOBILIARIO

LICENCIA DE PREVENTA: 1204810199/2020/3-0026
ZAPOCAN, JAL.

losroblesresidencial.com



PREVENTA de TERRENOS

A partir de 500m²

Desde
Siete millones
doce mil quinientos pesos

Pagando de contado*

332-958-7918



SIN MARKETING MUJERES

En México el 75% de las PyMEs fracasan antes de cumplir los dos años de haber iniciado operaciones, el 80% antes de los cinco años y el 90% no llegará a los diez años.

“Las empresas sin un buen plan de marketing se van más a esfuerzos comerciales sin ningún tipo de sustento, donde no tienen actividades para generar conocimiento, de credibilidad, ni de diferenciación. Y ahí es donde empieza una batalla simplemente por tratar de vender siendo uno más de su industria.” “Tenemos un modelo único y sustentado para construir estratégicamente una marca, modelo que funciona a bases de fases y que justamente nos da ese punto de diferenciación y nos permite ver a las empresas en distintas dimensiones.”

Antonio Ramirez, socio director de MISHTECH®.

“En Mishtech nos diferenciamos al vernos como una consultora, más que solo hacer publicidad por hacerla, analizamos cada negocio y sus oportunidades para darle ese valor agregado a nuestros clientes.”

“Buscamos que los negocios de nuestros clientes valgan más, que trasciendan, que expresen su máximo potencial.”

Edgardo López Huerta, socio fundador y actual director general creativo de Grupo MISHTECH®.



*Soldado Bansky
Rodo Morfin / Director de Arte
en Grupo MISHTECH®.
@rodomorfin*

KĪNAL

Un santuario dedicado a ti
que buscas un momento de paz

Ritual hidrotermal + spa & salón

Reserva aquí:



Descubre Kinal Spa e **inspira tu día viviendo experiencias únicas** en un ambiente de relajación total e increíbles instalaciones.

A un lado del Hotel Hyatt Regency Andares Guadalajara



spakinal.com



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



[Kinal_Spa](https://www.instagram.com/Kinal_Spa)



[\(33\) 1514-5726](tel:(33)1514-5726)



Boulevard Puerta de Hierro 4965 Local UP3-1

WEPROM MARKETING

Desarrollo de negocios, marketing comercial y comunicación estratégica

Existe un universo en el que tanto la creatividad, como el marketing, la publicidad y los negocios convergen simultáneamente, convirtiéndose en un mismo elemento que se desarrolla por sí mismo. A ese universo se le ha otorgado un nombre: Grupo WeProm. ¿Cuál es su lema? **El poder de las grandes marcas.**

Bajo este lema, Grupo WeProm se ha especializado en desarrollar estrategias de marketing, comunicación y publicidad estratégica por medio de un equipo multigeneracional, multidisciplinario y multicultural.

Expertos en cada área, si hay algo que distingue a Grupo WeProm es su alto desempeño en el área empresarial dada la competitividad que tienen como grupo al contar con creativos, publicistas y mercadólogos junto con el soporte de ejecutivos de alto nivel que han trabajado con y en las más grandes empresas y agencias de publicidad a nivel nacional e internacional. ¿Te imaginas lo que pueden crear con ese nivel de experiencia y creatividad?

PRINCIPALES SERVICIOS

- Estrategias de posicionamiento de marca
- Servicios de investigación de mercados
- Creatividad publicitaria y planes en medios de comunicación
- Consultoría en desarrollo de negocios
- Creación y desarrollo de imagen de marca (Professional Branding)
- Producción audiovisual de alto impacto

GRUPO WEPROM MÉXICO

CONSULTORES EN DESARROLLO DE NEGOCIOS, MARKETING COMERCIAL, IMAGEN DE MARCA Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

www.WePromMarketing.mx

33 3459 0989

info@weprommexico.com

@weprommarketing

CAMPAÑAS POR RECORDAR



Proyecto Impetuosa



Soy Mujer Sentías



Ponte Slim



La Máquina del Tiempo

LA VOZ DEL EXPERTO

“Nuestras estrategias se basan en lo que haríamos por nosotros mismos si se tratara de nuestra empresa, la empatía empresarial es parte de nuestra ideología, es por eso que más que ser una agencia, somos los confidentes y estrategas de nuestros clientes”. Juan Carlos Ventura-Michel, CEO.





aire loft[®]
COLLECTION APARTMENTS



Departamento C

PREVENTA

DEPARTAMENTOS LOCK-OFF PARA INVERSIONISTAS

ESCRITURA GARANTIZADA POR FIANZA

FRENTE A COLOMOS

33 3661 0119
Celular · Whastapp

33 5980 8000
Oficina de Ventas

 
@aireloft



 REVISLA LA
DISPONIBILIDAD

www.aireloft.mx

ALQUIMIA



La transformación ha sido una temática recurrente en el discurso de Alquimia a través de los años, sin embargo ahora se ha vuelto más relevante que nunca. La velocidad con la que está cambiando la sociedad, los mercados y el planeta nos obligan a que la transformación no sea más un objetivo, sino un medio, un proceso vivo y constante.

Por eso Alquimia desarrolló el Marketing Transformativo^{MR}, combinando estrategias multidisciplinares, e interconectando recursos diversos para generar “valor sistémico, evolutivo”; es decir, para lograr que nazca, se viva y se desarrolle la transformación de manera constante, consistente y creciente.

A través de la Metodología Alquimia 5D^{MR} (Deep Dive, Decode, Departure, Do-do-do, Detonate) se diseña un ciclo virtuoso de transformación enfocada en la generación de valor:

Valor social: Buscando mejorar la vida de las personas y la comunidad, atendiendo su salud física, emocional, mental y económica.

Valor ambiental: A través del diseño de estrategias y modelos operativos sustentables.

Valor de marca: Generando vínculos significativos y poderosos a través de toda la cadena de valor.

Valor de innovación: Creando lo que no existe.

Valor tecnológico: Data, investigación e interpretación que permitan anticiparse a tendencias y necesidades de la marca, categoría, usuario y ecosistema en general.

Valor económico: Abundancia para la marca a través del desarrollo de modelos de negocio y estrategias de marketing y comunicación.

Ganadora de un premio EFFIE, por el trabajo realizado para el Fideicomiso de Promoción Turística de Riviera Nayarit, Alquimia es la única agencia mexicana que cuenta con su propia red, con oficinas en Guadalajara, Monterrey, Ciudad de México y León, además de representaciones en Texas y California. Trabajando para cuentas internacionales y nacionales como Heineken, Comex, Akron entre otras.



Desconéctate para Reconectarte

“El futuro del marketing se está transformando cada día. La única manera de mantenerse vigentes es aprendiendo a hacer de la transformación un modo de vida”

Alexandro Rodríguez Alvidrez, **Director General y Fundador de Alquimia Transforma.**



📍 Avenida La Paz 2572
 🌐 www.alquimiatransforma.com
 ☎ 33 3616 4130
 📱 Alquimia Transforma
 📧 @alquimiag

SPORT CITY



Andares

LO MEJOR DE MÍ



**DESCARGA
TU PASE AQUÍ**



#SPORTCITYACTIVA

¡INSCRÍBETE Y DISFRUTA!

CLASES EN GRUPO • ALBERCA • NUTRICIÓN • Y MÁS

¡INSCRÍBETE A SPORT CITY ANDARES!

TEL. 33 3638 0214 y 33 3560 2060

UNA AGENCIA DE OPERACIONES ESPECIALES

Marketing + Alianzas Estratégicas + Innovación en Modelos de Negocio



Con operaciones en Guadalajara, Ciudad de México y Monterrey, Coven es una agencia de marketing, alianzas estratégicas e innovación en modelos de negocio que nació con la intención de evolucionar el modelo tradicional que tienen las agencias de publicidad.

Para Carlos Gallegos Flores, director ejecutivo de Coven, a dos años de fundar el proyecto, pero con más de 10 años emprendiendo en marketing, ya cuentan con un equipo consolidado y “una personalidad de marca definida: sabemos a qué clientes vamos, sabemos qué les podemos ofrecer y ellos nos ayudan a dar pasos más firmes”.

Respecto al modelo de negocio de creative ventures, el director ejecutivo explica que así sus clientes “se convierten en socios y junto con Coven se desarrollan oportunidades de negocios que no están siendo atendidas porque ellos desconocen su existencia, les faltan recursos o no tienen planeación adecuada”.

Mientras que como agencia de publicidad, lo primero que buscan es que sus clientes confíen en ellos, en el papel que juegan en el mercado actual. “Queremos que aquellas categorías que desconfían de las agencias se acerquen a nosotros. Nos acercamos a quienes normalmente no pensarían en un publicista; por ejemplo, empresas de servicios especiales, B2B, abogados e industriales. Queremos cambiar la idea que en el medio se hacen cosas chistosas con palabras padres. Nos sentamos hablar con nuestros clientes en el mismo idioma. Así que trabajamos también con desarrolladores de tecnología, con instituciones académicas, proveedores de servicios con un perfil muy específico: esa es nuestra diferencia”.

Coven no sólo genera empatía con sus clientes y entiende su lenguaje, también les ayuda a desarrollar un “contenido que valga la pena consumir y cumpla objetivos comerciales; ya sea en redes sociales o relaciones públicas; medios masivos o en línea”.

SERVICIOS

- Posicionamiento estratégico
- Estrategia de marketing
- Agencia de publicidad
- Contenido digital

COVEN

- 📍 Boulevard Puerta de Hierro
5153, Paseo Andares
- 🌐 www.covencv.com
- 📱 Coven Creative Ventures
- 📷 @covencv



LA DETECCIÓN TEMPRANA
SALVA LA VIDA

Chécate la próstata



Unidad de
Patología
Clínica

Consulta a tu médico

El Laboratorio más confiable



Visita nuestro Facebook



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

www.upc.com.mx



33 1848 5816

PREMIADOS POR TRANSFORMAR EL MARKETING MÉDICO

Jorge Quant, VP Strategy and Marketing de Carestream, da un giro a la comunicación

Carestream, empresa líder en imagenología médica, logró transformar la forma de hacer marketing en el mercado de la salud de la mano de su VP Strategy and Marketing, Jorge Quant. Para ellos, la crisis sanitaria fue sólo el impulso para cambiar los paradigmas respecto a la forma de comunicar y presentar sus productos. Ahora, estas estrategias han logrado que sean reconocidos por los especialistas en mercadotecnia a nivel mundial.

Este año se han hecho acreedores al Silver Stevie Award en la categoría “Mejor Experiencia del consumidor business-to-business 2021”.

“Tomé la dirección mundial de marketing dos semanas antes de la pandemia, y justo en ese momento, todo lo que sabíamos de cómo hacer negocio se acabó; la forma cómo nos comunicamos con los clientes, cambió; tuvimos que reinventarnos. Estábamos acostumbrados a ir a expos, visitar clientes en hospitales y, de la noche a la mañana, tuvimos que reinventar no solo la forma de hacer marketing sino también encontrar nuevas formas de estar cerca de nuestros clientes”, explica Quant.



Pone un ejemplo para clarificar cómo se rompió el paradigma ante sus clientes y la forma de llevar sus productos y sus mensajes. “Desarrollamos nuestro ‘Hospital Virtual’ un entorno digital en donde nuestros clientes pueden ver nuestra oferta de soluciones y sus propuestas de valor en un ambiente muy cercano a la realidad. Lanzamos una plataforma de demostraciones remotas en vivo que nos permite mostrar a los clientes de toda la región nuestras salas de rayos x de manera remota en lugar de tener que desplazar gente y equipos”.

UNA NUEVA APUESTA DE MARKETING

Además, no se quedaron sólo con la parte virtual una vez que evolucionó el mercado. También han transformado el contacto con su cliente. “Buscamos tener un mayor balance entre lo que hacemos a nivel digital y lo que hacemos a nivel presencial para ser más eficientes; reconociendo que hay cambios significativos en la forma en que los clientes compran o adquieren lo que vendemos”.

Explica que el desarrollo del hospital virtual tuvo como objetivo que sus clientes pudieran experimentar, en un entorno completamente inmersivo, “todo el beneficio de nuestras soluciones. Maximizamos nuestros recursos digitales para poder habilitar a todas las fuerzas de ventas a tener ese tipo de conversaciones. Pasamos de una estrategia de ‘push marketing’ (“empujar nuestra propuesta al mercado”) a habilitar a nuestros clientes para encontrar y acceder nuestro contenido en sus términos, bajo demanda, en la palma de su mano. Ahora lo que tenemos que hacer las marcas es reconocer que el comprado, después de haber tenido esa saturación tan brutal de contenidos, necesita una nueva forma de adquirir los contenidos relevantes”.

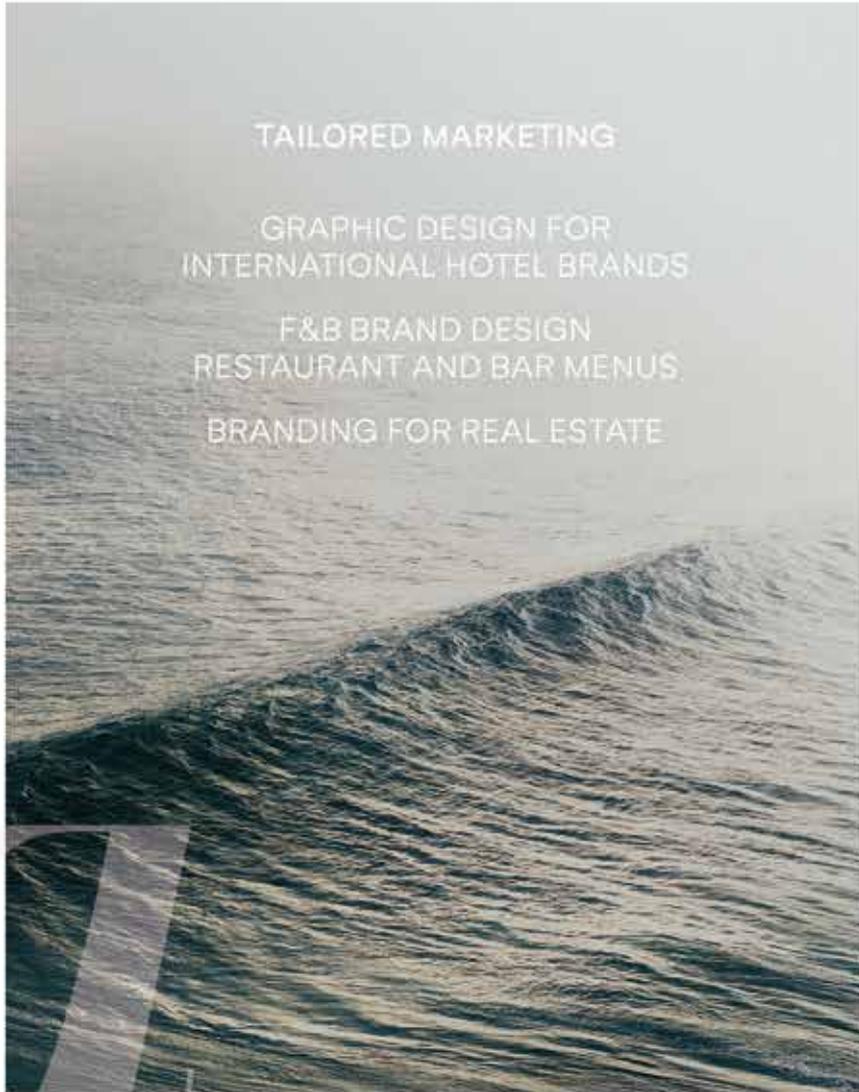
“Aprovechamos una circunstancia difícil para romper paradigmas y realizar cambios transformacionales en la forma de mercadear nuestras soluciones”

TAILORED MARKETING

GRAPHIC DESIGN FOR
INTERNATIONAL HOTEL BRANDS

F&B BRAND DESIGN
RESTAURANT AND BAR MENUS

BRANDING FOR REAL ESTATE



CONRAD
TULUM RIVIERA MAYA



aire | loft
LUXURY HOMES



aCINCO
COMUNICACION COMERCIAL

IG: @acincmx
contacto@acinc.mx
+52 33 2472 0319

KYO

MEDIA MARKETING

Agencia enfocada en la creación de contenido audiovisual: se dedican a entender la marca, el contexto y los procesos de los proyectos en los que colaboran, para alcanzar sus objetivos de comunicación, empleando las plataformas y herramientas digitales ideales.

CREYENTES DEL “CONTENT IS KING”

El entorno digital ha cambiado la manera en cómo se conciben las marcas: mediante qué formatos y en qué medios se presentan; los sonidos, las imágenes, las palabras y el mensaje con que conectan con sus usuarios. Lo que no ha cambiado es el impacto del contenido persuasivo, eficiente, claro y conciso, disruptivo y a la vez empático. En KYO comprenden todo esto y conjugan lo artístico y comercial para resignificar y consolidar la relación entre la marca y el consumidor.

AMANTES DEL MARKETING AUDIOVISUAL

El lenguaje audiovisual es un medio de fácil acceso que presenta mensajes multisensoriales, los cuales generan estímulos que perduran y se convierten, en nuestro caso, en el legado digital de las marcas. En KYO, están convencidos de que el contenido de este tipo, ejecutado adecuadamente, puede retratar la realidad, resignificarla o crear una nueva.



CAMPAÑAS POR RECORDAR



LISA Café Bar
Social Media Content



MÁS Beauty
Catálogo Productos de Belleza



ByC Clínica Dental
Sonrisas Editoriales Web



San Valentin
Monte Pantera

📍 Pompeya 2582 A, Col. Lomas de Guevara, Guadalajara
☎ 33 1690 0061

🌐 www.kyomediemarketing.com
✉ kyomediemarketing@gmail.com

📘 KYO
📷 KYO
📺 KYO

KYO®

MEDIA MARKETING



ORGULLOSOS
DE NUESTRA
Tierra



EVITE EL EXCESO

ESTACIONA EL DELOREAN, SÚBETE A UN TESLA

Por **Rodolfo Orozco**
Consultor de marca y publicidad
www.rodorozco.com
in [rodolfoorozco](https://www.linkedin.com/in/rodolfoorozco)

Pasé de transcribir a una máquina Olympia los textos para spots de radio, a rellenar contenidos para redes sociales en las casillas de una hoja de cálculo de Google en una MacBook Pro; de pensar en anuncios de plana completa para periódico, a idear un post con una imagen que se expresa en píxeles que caben en la palma de la mano, y pasé del “I want my MTV” de mi generación, al “quiero ser youtuber” de la actual.

En menos de treinta años la modernidad del mundo publicitario se instaló en una ciudad tradicional, cansina, con vocación casi exclusiva para el comercio, y que alguna vez intentó frenar el progreso del libre comercio al clausurar un par de senos abultados marca Wonderbra que competían en firmeza con los de la Minerva, y en moral, con la de algún presidente municipal de los noventa.

Una ciudad que sigue siendo la plaza piloto para probar productos de introducción. Quizá, esto es una hipótesis, porque el tapatío es de modas, como cualquier otro individuo en una sociedad de consumo, pero con una fidelidad solo por su gusto, para sin pudor alguno adoptar frapuccinos a costos descomunales. Aunque hay cosas de las que jamás se apartará: como las jericallas y las tortas ahogadas que hoy vía Rappi arriban a la puerta de las residencias verticales, que sí, son la tendencia inmobiliaria o nueva moda de vida en Guadalajara.

Los ochentas fueron el detonante de la era comercial que vivimos. Un lugar sin iPhones pero con Walkmans, donde Madonna es virgen de nuevo; donde a pesar del reto Pepsi, sigo prefiriendo la Coca. Volver al futuro hoy es estacionar el DeLorean y subirse a un Tesla.

Sin importar el revuelo que nos trajo hasta aquí, hay dos claves que siguen vigentes en todo ejercicio de publicidad y marketing, a pesar de algoritmos y métricas: las personas y la comunicación. La persona, como inicio y fin de cada ejercicio comercial. La comunicación,



que genera el vínculo. Además de dos factores que inciden en la compra: la promesa de la marca y la creatividad con la que se expone.

La importancia de la comunicación la ejemplifico exagerando una hipotética situación. Acabas de bajar de un avión en el aeropuerto de una ciudad remota de China. Tienes ganas de hacer pipí. Hay un mundo de gente. Unos, buscando maletas; otros, ofreciendo autos en renta. Hay letreros de hoteles, paseos y comida, todos literalmente en chino. De pronto frente a ti, encuentras unas rayas y círculos que forman un símbolo que parece mujer u hombre. Listo, ya sabes a donde dirigirte.

Eso hace la comunicación, facilita el camino del receptor a tu marca en medio de un mar de anuncios, posteos, logos, competidores, volantes, comerciales de televisión, tiktoks... Y lo hace posible cuando entiendes su necesidad.

En las terapias de marca que desarrollo con mis clientes enfatizo este punto: la necesidad. El detonante de toda decisión de compra: las personas no quieren productos, buscan satisfacer su necesidad. Las marcas que tienen claro la satisfacción que provocan en sus consumidores proyectan mejor sus ventas y generan mayores ganancias; ya que no desperdician tiempo y esfuerzo en convencer, sino que actúan o innovan en todo el ciclo comercial para que cada vez sea más sencillo su consumo. Para entender la necesidad de las marcas, junto con mis clientes y los colaboradores que tienen contacto directo con el comprador, realizamos un ejercicio deductivo para responder dos preguntas con las que podemos resumir cualquier necesidad y sobre las que todo consumidor se cuestiona para decidirse:

¿qué quiero lograr? ¿qué quiero evitar con la compra de este producto?

Ahora bien, la promesa es, además de un ofrecimiento único y diferente que las marcas establecen con los compradores, una forma de mantener y explotar su rentabilidad. Por ejemplo, los autos de gama alta por regla deben brindar tecnología, deportividad, seguridad y lujo; pero cada una de ellas se ha enfocado en una que los diferencie. Así: Audi ofrece tecnología, BMW deportividad, Volvo seguridad, Mercedes Benz lujo.

Del reconocimiento de la promesa depende la capacidad para incrementar el negocio. Volvo es la armadora de autos con más patentes de seguridad utilizadas por el resto de marcas de la industria automotriz. La promesa que puede ser la forma de actuar de la empresa y/o puede llegar a ser su estandarte o eslogan, como el caso de Bansí, cuya promesa ayudé a construir con la comprensión exacta de su esencia: un banco entre personas.

Por último, hablemos de la creatividad. Sin duda, el factor determinante para destacar del resto de opciones y la forma en que es posible que marcas e individuos dialoguen, se recuerden, se reconozcan. La creatividad, que más allá de ser una ocurrencia o chispazo de ingenio, debe ser una idea relevante para el receptor, esto es de acuerdo a su contexto, y lo suficientemente sorpresiva para sacarlo de la cotidianeidad, esperando que en su próxima elección nuestra marca esté encima de sus competidores. Pues, como dijera David Brierly: “Solo se recuerda lo que se siente”. Y de hacer sentir con un mensaje, sigue yendo este negocio.

QUÉ ES ABUT / PARA QUÉ SIRVE ABUT



- Abut Connecting Real Estate es una plataforma única y exclusiva para el ámbito de bienes raíces que conecta con agentes inmobiliarios independientes y empresas inmobiliarias para la compra, venta, traspaso y trueque de propiedades en todo México.
- El objetivo principal es ofrecer una herramienta completa y amigable entre los usuarios finales para comprar y rentar las diferentes propiedades que ofertan todos los agentes inmobiliarios.
- ABUT no es solo una aplicación, sino una herramienta de trabajo con soporte web, estadísticas y esquemas profesionales.
- ABUT es una herramienta con planes diseñados con características especializadas de la industria inmobiliaria, con alta eficiencia en las herramientas de la aplicación y paquetes económicos.
- Status de la App: Lista y terminada al 100%, a punto de salir al mercado

morquechohess
LUXURY REAL ESTATE

www.jorgemorquechohess.com
morquechohess
@jorgemorquechohess
@jorgemorquecho



Jorge Morquecho Hess

lleva cinco años innovando en el mundo Digital, desarrollando esta App Móvil desde hace cinco años, cuenta con tecnología de última generación, tiene tres socios, y va por otro socio en otra ronda de levantamiento de capital próximamente, para que estén pendientes inversionistas.



Fulminante Films

Let imagination fire

Te presentamos a los especialistas en hacer volar la imaginación y conciencia de los espectadores. Fulminante Films es la casa productora de cine, foto y video de Guadalajara que ha sorprendido a todos. La empresa ha logrado integrar el talento creativo y experiencia para desarrollar contenido perdurable para importantes marcas y agencias de marketing nacionales e internacionales.

La visión que tiene la dirección de la agencia respecto al mercado audiovisual tapatío, lo segmenta en dos extremos, por un lado están algunas casas productoras con años de experiencia ofreciendo un esquema de trabajo anticuado, caro y rígido. Por otro lado, existen las productoras “patito” o inhouse dentro de las mismas empresas o agencias, que son en su mayoría personas con poca experiencia que hacen publicidad audiovisual con poco rigor y entendimiento del mercado. En Fulminante Films por el contrario, son especialistas no sólo en la gramática audiovisual sino en saber la manera más efectiva de comunicar a través de las imágenes.

Fulminante Films con profesionales que han ayudado a muchas empresas en su expansión y crecimiento. Entienden a la perfección que deben adaptarse a las necesidades específicas de cada cliente y maximizar los recursos invertidos. “No es lo mismo un video corporativo para una Expo, un comercial para TV o un reel de Instagram. Hay que saber generar imágenes donde cada plano esté pensado y justificado, imágenes que vendan y que resuenen en la imaginación para siempre” Dice Fernando Cota, Director de Fulminante Films.

FOMENTANDO LA CREATIVIDAD

Concientes que el 90% de la información que llega al cerebro es visual, el video marketing genera mayor engagement, recordación e impacto. El material audiovisual supone ya más del 90% de todo el contenido que se consume en la red. Uno de los objetivos de Fulminante Films es mantenerse actualizados y a la vanguardia. Analizan constantemente los más exitosos comerciales y contenidos que se producen alrededor del mundo, lo visualizan con nuevas ideas





y estrategias, y lo aplican en su trabajo. Tienen la oportunidad de trabajar con muchos de los mejores creativos, copywriters, directores, agencias y clientes en México, Estados Unidos, Centroamérica y Alemania. Esto les ha hecho acreedores de varios premios; han ayudado a importantes marcas con millones de vistas y un poderoso engagement a través de los videos y fotografías que crean. Las agencias de marketing confían en ellos porque ayudan al crecimiento sostenido de sus clientes.

Uno de sus objetivos centrales es generar imágenes que creen emociones, fomentar empresas que proyecten, marcas que trasciendan. Fulminante Films se ha convertido en la Casa Productora más importante de Guadalajara.

EN VOZ DEL EQUIPO

“Los videos se comparten ya más que cualquier otro tipo de contenido. Es imperativo conocer a tu audiencia a la perfección para poder conectar de manera asertiva. Estamos convencidos de que en la parte visual, no sólo es importante el qué sino el cómo comunicues”.

PRINCIPALES SERVICIOS

- Videos corporativos
- Spots comerciales
- Videos de ventas
- Contenidos Redes Sociales
- Videos de capacitación y RRHH
- Animación 2D y 3D
- Fotografía de producto
- Fotografía comercial
- Realidad virtual y aumentada
- Recorridos virtuales y 360
- Radio y TV
- Transmisiones en vivo

ALGUNOS CLIENTES

- BMW
- Wings Army
- Canoil
- Total Energies
- Qualitas

AGENCIAS

- Alquimia
- Esfera
- Latam Digital Marketing
- Publicis Dallas
- Leo Burnett GT



vimeo.com/fulminante

☎ 333 106 3524

✉ fernando@fulminantefilms.com

📷 @fulminantefilms

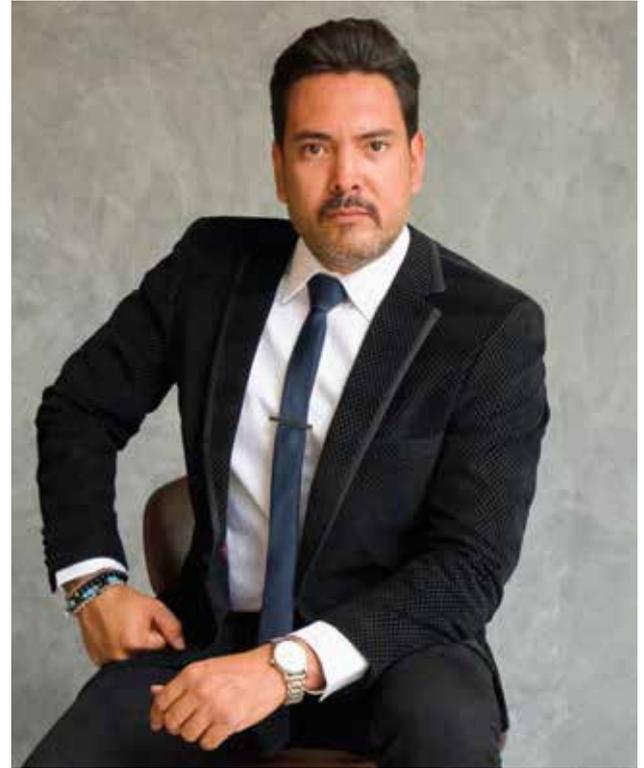
Fernando Cota

La magia de dirigir

Fernando Cota
Director Fulminante Films

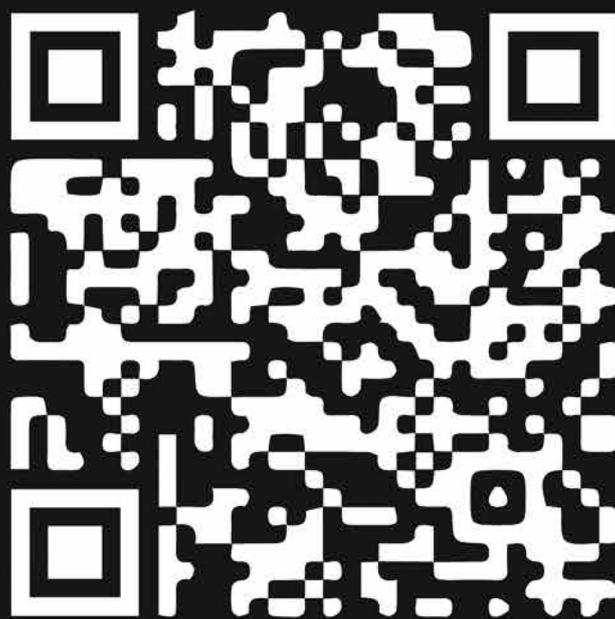
Fernando Cota es un director y productor con más de 17 años de experiencia. Reconocido por tener una enorme sensibilidad publicitaria, es además especialista en manejo de cámara y luz, y sabe lograr piezas publicitarias memorables. Licenciado en Ciencias de la Comunicación en el ITESO, cuenta con una especialización en Cine y estudios en EF School en Brighton Massachusetts y Boston College.

Fernando ha trabajado en más de 300 proyectos en el ámbito publicitario, corporativo y político dentro y fuera de México. Ha dirigido proyectos para marcas como Cuervo, BMW, Starbucks, Decameron y Coca Cola. Ha trabajado para productoras extranjeras como See Pictures y Standing Bear Productions, y agencias como Publicis Dallas, Leo Burnett y Alquimia México. Ha producido también proyectos de Cine y Televisión reconocidos en el Short Film Corner de Cannes y The New York Television Festival. Una de las mayores cualidades de Fernando es su vocación siempre orientada a las necesidades específicas de cada cliente para sacar lo mejor de su presupuesto.



WeMeet

¿No sabes dónde hacer
tu próximo evento?



Escanea y conócenos.

wework

INAUGURAN PARQUE INDUSTRIAL ELITE TOLUQUILLA



Localizado dentro de la zona del corredor industrial de Periférico Sur, el Parque Industrial ELITE Toluquilla inició operaciones con 23 naves industriales dirigidas a inversionistas y usuarios finales (empresas AAA para reparto de última milla tanto de bienes de consumo, componentes de manufactura y proceso ligero).

ELITE Last Mile Industrial Parks está conformado por un grupo de inversionistas regionales y capitalización propia, con visión de desarrollar espacios industriales “last mile” de alta gama superior a la existente, con equipamiento necesario para albergar empresas tanto nacionales como extranjeras con elevados estándares de infraestructura y requerimiento business park.

Actualmente, el Parque Industrial ELITE Toluquilla está rodeado de las principales tractoras logísticas, de especialización fulfillment para consolidación, almacenaje, desconsolidación y distribución tanto de bienes de consumo como de componentes de manufactura, siendo éste uno de los corredores industriales más importantes de la Zona Metropolitana de Guadalajara, pensado estratégicamente bajo la mentalidad de reparto de última milla, con acceso inmediato a las principales vías de comunicación con la región.

DETALLES TÉCNICOS

Superficie: 32,979 m² (en primera fase)

Inversión total: 300,000,000 MXN

(Involucra tierra, urbanización – desarrollo y levantamiento de naves)

Número estimado de empleos: 450 empleos directos potenciales a generar.

PRÓXIMOS PROYECTOS INMEDIATOS

- Parque Industrial ELITE Terrazas (Terminado)
- Parque Industrial ELITE Nextipac (En fase de término de urbanización y próxima inauguración)
- Parque Industrial ELITE Aeropuerto (En fase de urbanización)
- Parque Industrial ELITE Cortijo (En fase de comercialización de lotes y próximo movimiento de tierras)



Develación de placa



Luis Montes de Oca, fundador Elite



Roberto Arechederra, secretario de Desarrollo Económico de Jalisco



Tonatiah Zárate, director general del consejo de colaboración municipal



Sergio O'Farrill, fundador Elite



Jorge Suárez, presidente Asociación de Parques Industriales de Jalisco



Andrea Colín, directora de Atracción de Inversiones de Jalisco

ART COLLECTOR FORUM LLEGA A THE LANDMARK GUADALAJARA



Con motivo de su décimo aniversario, Manifesto presenta su primera galería llamada “Art Collector Forum”, con sede en The Landmark Guadalajara.

El “Art Collector Forum” es la primera galería artística que se atreve a innovar, apostando por el coleccionismo profesional y siendo una célula que mueve grandes espíritus y sus consecuentes obras.

Los asistentes a este recinto expositivo vivirán una experiencia innovadora en la que podrán apreciar la plástica en los distintos salones y eventos, así como con visitas guiadas programadas durante sábados y domingos.

Además, hay otros eventos que se tienen programados, como “Artist Talks”, las mesas de diálogo con expertos y críticos de arte, las catas especiales con Tequila 1800 en el Art & Tasting Room, los “Action Painting”, con artistas urbanos, y activaciones con las marcas asociadas del “Art Collector Forum”, donde el eje central de la plástica será el vínculo que la marca ha creado con la plástica mexicana.



LOS ESPACIOS

“Art Collector Forum” presentado por Manifesto cuenta con diversos espacios con objetivos puntuales para la presentación de cada una de las colecciones.

El salón de los Eméritos alberga a los artistas de más larga y sólida trayectoria.

En el salón del Alter-realismo se encuentran los creadores mexicanos. Aquí presentan sus discursos basados en universos paralelos donde la fantasía toca la realidad y viceversa.

The Lighthing Room by Construlita, un espacio donde esta marca engalana con una iluminación única, una obra emblemática de la selección que se estará presentando con la colección en curso.

La sala de los abstractos; aquí la escultura está presente en el centro de la galería.

El Art & Tasting Room 1800, en este espacio los amantes del arte viven por primera vez en la historia de la marca la oportunidad de maridar la experiencia estética con una degustación de Tequila 1800.

La Residencia, una sala donde un artista en residencia está trabajando y cada 15 días presentará su colección en un Vernissage sabatino.

El Laboratorio, un espacio underground, donde los urbanos presentan su propuesta plástica más reciente; aquellos creadores cuyo territorio es el Street Art conquistan el caballete y para brindar su talento sumando sus propuestas.

The Fine Art Multiple, un lugar donde se exponen trabajos originales múltiples de gráfica, como grabados y serigrafías, entre otros.

El Gabinete, aquí conviven las máximas propuestas plásticas con los instrumentos de escritura y la gama de más de 100 colores de tinta Montblanc.

La agenda de cada uno de los eventos programados en la galería se podrá consultar tanto en la página de Manifesto (www.manifestoart.com), como en sus redes sociales (IG:@manifesto.mx y fb:@manifestomx) y en los totems y pantalla en el centro comercial The Landmark Guadalajara.



**"SOLUCIONES
TECNOLÓGICAS PARA
ESPACIOS INTELIGENTES"**

NUESTROS SISTEMAS

- DOMÓTICA 
- CIBERSEGURIDAD 
- AUDIO 
- VIDEO 
- ILUMINACIÓN 
- VIDEO Y ANALÍTICA 
- ALARMA 
- CONTROLES DE ACCESO 
- REDES 
- CONTROL CENTRALIZADO 



Av. Valle de Atemajac 1730
Col. Jardines del Valle
C.P. 45138, Zapopan, Jalisco
T. 33 1606 3850

WWW.LOMDU.COM.MX

CUERNO ANDARES

A la conquista de occidente

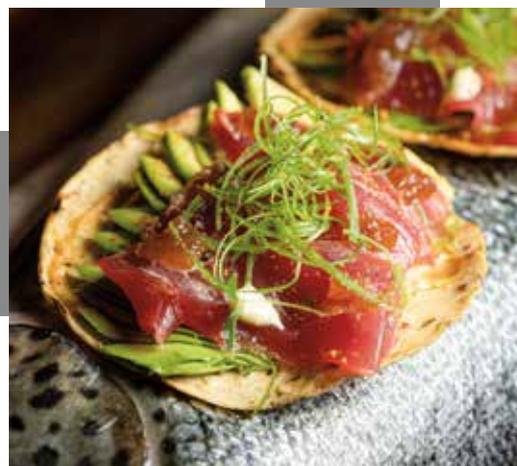
Todos los sentidos se avivan con cada visita a Cuerno Andares. Este concepto, definido como restaurante-bar top fine dining, combina la experiencia de un ambiente único con el excepcional sabor de la parrilla del noreste del país. Ingredientes, insumos y el menú en general destacan por su toque artesanal, respaldando el sabor con la experiencia y trayectoria que ha destacado a Grupo Costeño, creadores de este espacio.

El concepto de Cuerno llegó a tierras tapatías en meses pasados, para invitarnos a hacer una paísa y reconectarnos con los sabores tradicionales, mezclando en sus platillos las delicias del mar con la textura y sabor de los cortes de la más alta calidad. Ente sus platillos desfilan opciones para satisfacer los gustos más exigentes, desde un rib eye en su punto, un impactante Tomahwak o una espinita de rib eye con trufa, hasta los favoritos del mar con ceviche de atún de aleta azul, un chicharrón de pulpo y los ostiones a las brasas. Culmina tu experiencia saboreando alguno de sus increíbles postres, como el pastel de plátano que ha conquistado innumerables paladares.

Ya sea para conmemorar alguna fecha especial o por el simple gusto de salir de la monotonía, Cuerno se convierte en el destino en tendencia, un punto de encuentro que ya está en boca de todos. Prueba de ello son los reconocimientos que en su corta historia ha recibido, desde su apertura en Monterrey: En 2021 fue ganador del Six Star Diamond Award, hito histórico en nuestro país para un restaurante internacional dentro de la propia academia.

Tiki Bar: El placer de los sabores frescos

Cuerno Andares sorprende a los tapatíos con una propuesta muy original: Tiki Bar. Se trata de una barra diseñada con un estilo muy fresco y hawaiano, donde el principal diferenciador es la carta. Los protagonistas son los platillos frescos como sashimi, ostiones, almejas y ceviche, hasta cinco originales cocteles.



Explora el
menú aquí:



Cuerno Andares

📍 Blvd. Puerta de Hierro 4965,

Puerta de Hierro, Guadalajara, Jal.

☎ 33-1580-9868

📞 33 1538 3713

📌 /Cuerno-Andares

📍 @cuernoandares



UN
LUGAR
PARA
TI.

laperla.com.mx

📍 Av. Mariano Otero 3000
Col. Jardines del Sol
45050 | Zapopan, Jal.

f La Perla Gdl
@laperla_gdl
@laperlagdl

LA PERLA
VIVIENCIA URBANA - RETAIL - ARTE

INVERTI, EL LEGADO DE IGNACIO RAMÍREZ

Tres décadas revolucionando el mercado inmobiliario



Pionero como pocos en el sector inmobiliario, Ignacio Ramírez ha transformado a la Zona Metropolitana de Guadalajara gracias a su empeño y visión empresarial.

Con formación en Administración de Empresas con Especialidad en Planes de Negocios y Mercadotecnia, el jalisciense ha logrado en tres décadas potenciar sus negocios en un conglomerado que hoy ofrece servicios de gestión, desarrollo, consultoría, capital y real estate.

La historia de Ignacio comienza con una idea: desarrollar un complejo habitacional en un terreno propio. La tramitología para edificar ese primer proyecto lo puso ante una oportunidad única: conocer e incursionar en el mercado de proyectos inmobiliarios.

Es entonces que surge Inverti, empresa insignia del sector inmobiliario en Jalisco y México. En el occidente es el grupo empresarial que hay que buscar si se quiere edificar ya que realiza todo el proceso: desde asesorar para adquirir la tierra, tramitar los permisos de uso de suelo y construcción, así como generar la edificación hasta obtener y entregar las licencias para operación de giros.

Un plus es que también comercializan los espacios.

Sin duda, uno de los principales parte aguas en la trayectoria de la empresa fue el proyecto del Hotel Westin, ubicado en la zona de la Expo Guadalajara, una de las de mayor plusvalía y dinamismo en la ciudad.

El equipo de Inverti no sólo los asesoró para desarrollar el edificio en esa ubicación privilegiada, sino que se encargó de negociar el terreno y realizar los trámites necesarios. Este proyecto de la cadena hotelera Marriott International, que opera el Westin y es una de las más prestigiosas en el sector, representó una inversión de millones de dólares sólo en la construcción del complejo.

Desde entonces, Inverti ha realizado y colaborado en proyectos que cambiaron el rostro de la ciudad. Desde el complejo comercial The Landmark, torres habitacionales en Providencia, naves industriales y complejos de oficinas dispersos en la metrópoli, e incluso una torre de especialidades médicas. Actualmente asesoran y comercializan Legacy Tower, lujosa torre habitacional, el proyecto residencial vertical más importante en Distrito Andares.

Todo esto es posible debido la visión y el liderazgo de Ignacio Ramírez. El CEO de Inverti ha impulsado a su equipo

de trabajo para hacer más y mejores proyectos y que estos ofrezcan una calidad de vida incomparable.

Con su empeño, ha logrado formar un sólido equipo de trabajo en el que cuenta con abogados, urbanistas, ingenieros civiles, personal administrativo y de recursos humanos y logística, así como asesores comerciales, entre otros, todos dedicados a satisfacer las necesidades específicas de cada uno de sus clientes.

Con el paso del tiempo, Ignacio continúa disfrutando su trabajo. Le apasiona la gestión y ver finalizado cada proyecto en el que colabora. Además, su principal motivación sigue siendo derribar barreras y superar obstáculos para no tener límites si de concretar ideas se trata.

30 AÑOS DE EVOLUCIÓN

Inverti ha ampliado su cartera de servicios con el paso de los años. Lo que comenzó como un proyecto de edificación es ahora una empresa de 360 grados que abarca todos los procesos inmobiliarios.

- Consultoría

Análisis del mercado mediante la selección de las mejores opciones para inversión, desarrollo de proyectos, análisis de potencial de terrenos y comercialización de inmuebles.

- Gestión

Obtención de permisos y tramitología gubernamental para todas las fases del proyecto o desarrollo a cargo de un equipo multidisciplinario de expertos en el tema de gestión legal, desarrollo urbano y arquitectura.

- Real Estate

Asesoría especializada en representación de propietarios y usuarios, comercialización de inmuebles y búsqueda de las mejores opciones para inversionistas en producto inmobiliario.

- Capital

Inversión inmobiliaria con base en certeza legal, solidez financiera, experiencia comercial y máxima rentabilidad.

- Desarrollo

Proyectos inmobiliarios integrales con seguridad y equilibrio financiero, conocimiento y validación del mercado, construcción con visión sustentable y de comunidad, así como un estilo de vida vanguardista.





La gran variedad de ingredientes y los tradicionales procesos de cocción han caracterizado a la cocina sonorenses por siglos, protagonizada por los mejores cortes y un estilo de asado de gran sabor. Mochomos se ha convertido en el espacio de primer nivel donde podrás degustar este estilo de comida, encontrando entre sus platillos una combinación de mar y tierra a las brasas, postres con presentaciones extravagantes y bebidas que combinan a tono para regalarte la mejor de las experiencias culinarias.

Las reuniones de negocios, los festejos de cumpleaños, las celebraciones en familia y las cenas con amigos, cobran un sentido completamente diferente al realizarse en Mochomos. Los expertos de Grupo Costeño llevan tu visita a otro nivel y te consienten con el toque característico que solo este grupo ha logrado alcanzar.

Más de 80 platillos fusionan el sabor, textura y aromas de Sonora, cumpliendo los antojos de los paladares que buscan innovación y calidad. Disfruta de la inigualable combinación de elementos con un jugoso filete de cereza, remonta tus visitas al mar con unos camarones bañados o sabo-

MOCHOMOS

EL ARTE DE LA GASTRONOMÍA CONTEMPORÁNEA



rea la experiencia de la parrilla con el Rib Eye Mochomos. Deleita todos tus sentidos al combinar estos platillos con refrescantes bebidas, como el Clamato Mochomos que te llevará a revitalizar todos tus sentidos.

Mochomos reúne todos los elementos para que tu visita sea excepcional: atención personalizada, sabor y calidad en todos los alimentos, espacios con esencia y un concepto lleno de personalidad que te llevará a vivir algo imborrable.

Más de la experiencia Mochomos aquí:



Mochomos Guadalajara

Av. Patria 188, Puerta de Hierro, Zapopan, Jalisco

33-1514-5753

3330158344

/Mochomos Guadalajara

@mochomosgd



Ready for
Summer?

Your dream vacation
awaits in **Guadalajara**



Hilton
GUADALAJARA MIDTOWN

REFRENDAN APOYO AL SECTOR TURÍSTICO



Juan Carlos Mondragón, presidente de la Asociación de Hoteles de Jalisco

La Asociación de Hoteles de Jalisco refrendó el liderazgo de Juan Carlos Mondragón y tomó protesta a la nueva mesa directiva con la intención de seguir impulsando el turismo en el estado.

Al evento asistió el máximo responsable del turismo en el país, el titular de la Secretaría de Turismo, Miguel Torruco, quien afirmó que el sector ya comienza a alcanzar los niveles de 2019, cuando el sector significaba casi 30% del PIB turístico y generaba 9.7% del empleo.

Torruco señaló que Jalisco tiene “la infraestructura y calidad en el servicio suficientes para seguir abonando al crecimiento de su actividad turística, y la hotelería es parte fundamental, porque es una realidad que sin hoteles no hay turismo”.

Por su parte Juan Carlos Mondragón, se mostró dispuesto a trabajar de la mano con el gobierno federal gracias ejes rectores como la recuperación de seguridad y confianza en turismo local y extranjero; imagen y difusión de los destinos turísticos jaliscienses; políticas públicas acordes a los nuevos tiempos; mejorar y retener el talento en el sector, además de apostar por incrementar la infraestructura y servicios.

“Cuenta con Jalisco, con un sector comprometido y con una entidad que ha demostrado, con base en resultados, que somos ejemplo de esfuerzo y trabajo”.

Además, la secretaria de Turismo de Jalisco, Claudia Vanessa Pérez Lamas, comentó que la actual administración escucha las necesidades del gremio y trabajan en equipo para el desarrollo de la entidad.

“Siempre hemos estado en favor del trabajo en equipo, nos hacemos oír de forma respetuosa y sin perder nuestra unión. Tampoco perdemos los valores de trabajo en equipo y solidaridad, que han hecho de nuestro gremio, una de las organizaciones hoteleras más antiguas de nuestro país”.

CABANNA



10
años

||| CABANNEANDO |||

DELI **FUN** COOL **FRIENDS**
CASUAL **FOOD** UNIQUE
DRINKS FRESH **MUSIC**

CULIACÁN | CD. JUAREZ | CDMX | GUADALAJARA | SPGG N.L. | TIJUANA | MEXICALI

Reserva





Vestido: Benito Santos | Hair & Make up: Pepe Gutierrez

Comerciante nata, Karime Morquecho ha convertido cada proyecto en una oportunidad de crecimiento e innovación. Desde sus inicios como emprendedora, al vender su primer coche a los 15 años para invertir en su primer negocio, hasta ser speaker motivacional gracias a su trayectoria. El ascenso al éxito en los negocios es la historia a contar.

“Igual que un camaleón, soy un traje a la medida que se adapta a las necesidades reales al momento de generar un negocio”, señala en entrevista.

El terreno en el que se mueve como comerciante no se limita a un solo sector. A través de su experiencia se ha podido posicionar como una master en la creación de estrategias para ayudar a las empresas al momento de vender.

De herencia libanesa con experiencia en el comercio textil fue que la inspiró a incursionar en su primer objetivo como comerciante.

“A los 21 años fue mi primer crecimiento contundente al abrir tres tiendas de ropa, desde un concepto nuevo en la ciudad, generando alianzas con proveedores internacionales, al importar ropa de California y Australia. Fue todo un éxito”, cuenta Karime.

Hoy en día es Founder & CEO de la marca de ropa “Rocknrom”, especializada en prendas femeninas, empresa en la que al paso del tiempo ha evolucionado exponencialmente desde los famosos showrooms (Casa muestra) hasta tener presencia en redes sociales y tiendas en línea.

“El movimiento comenzó con una lista de contactos y fue un hit; todo fue creciendo hasta que influencers y celebridades me empezaron a buscar para representar la marca”.

MENTORA Y A LA CAZA DE NUEVOS NEGOCIOS

Su evolución dentro de los negocios la ha llevado a dar mentorías para compartir estrategias de valor al público interesado en el mundo del emprendimiento. Es así que ha sido invitada a diversos foros para contar su historia.

“Por mi personalidad no me gusta encasillarme, el comercio como tal en la compra venta se me da natural”.

Es por ello que es Founder & CEO de la marca Trenz 4k Hair Extensions, logrando ser pionera en el segmento. “Soy una empresaria que cree en generar oportunidades de venta”.

Cuenta que la realización de este negocio representó un proceso completo de estudio de mercado, para así poder crear una tecnología innovadora.

“No soy estilista, sin embargo encontré potencial en el producto para la investigación y la creación del tape 4k ultra invisible cabello 100% humano, actualmente registrado a mi nombre”.

Es así que Trenz figura como marca top en el mundo del estilismo y belleza a nivel nacional e internacional.

KARIME MORQUECHO, PASIÓN POR LOS NEGOCIOS

ADRENALINA POR EL COMERCIO

Karime a lo largo del camino ha seguido como pieza clave en el equipo de ventas del negocio inmobiliario familiar Morquecho Hess.

Comenta que ella cree que al momento de tratar con diferentes marcas y nichos comerciales, se abren las oportunidades de crear alianzas con personas visionarias para originar una red de venta global, uniendo talentos para producir modelos líderes de negocio.

“Crecí escuchando el lenguaje del comercio en mi familia, fui una niña que tuvo la oportunidad de dormirse en sus laureles, sin embargo siempre sentí la necesidad de ir más allá, con una inquietud por generar algo propio”.

La visión está en dar el paso firme a los nuevos escenarios comerciales para ayudarles a que sus productos tomen un ritmo competitivo dentro del mercado.

“Mi mente no para, me gusta generar oportunidades de negocio 24/7, es como una adrenalina y me encanta”, concluye.

IMAGINARNOS EL FUTURO

Por Dolores Tapia
Creadora escénica, comunicadora digital, amante
de la ciudad y promotora de las artes

Como habitantes de una ciudad somos provocadores de sentido, lo dijo en su tiempo, con otras palabras, el mismísimo Luis Barragán. Hoy, ante un presente postpandémico que nos exige ser más críticos, más dinámicos, más flexibles, el futuro de Guadalajara, si es verdad que nuestra mirada le influye, me seduce a raudales. Vivir en esta urbe es un verdadero acto de amor a los pequeños rituales; como el de la torta ahogada, la jericalla pa'l postre y por supuesto, el birote. A los tapatíos nos fascinan los grandes sueños alcanzados por nuestros coterráneos: Ximena Navarrete, “Chicharito”, Lorena Ochoa o Checo Pérez. Ambas dimensiones, lo minúsculo rizomático y lo grandioso cosmopolita, confluyen y juegan en una dialéctica paradójica. Como dijo Monsiviás: “Somos aquello en lo que creemos, aún sin darnos cuenta”. Tan natural como adorar a las Chivas, querer al Atlas y honrar por siempre a Rafa Márquez.

Nos hemos posicionado, aún en la crisis sanitaria, como el territorio creativo por excelencia. El periódico El Economista señalaba en octubre del 2021 que “la pandemia generó un aumento en la demanda de contenidos tanto en plataformas de entretenimiento como en videojuegos”, lo que nos coloca, pienso, en primera línea para nuevas inversiones. Seremos capital de estas industrias en Latinoamérica, lo dijo el presidente del fideicomiso de CCD, Antonio Salazar Gómez, lo replicaron varios medios y lo celebré yo.

Por si quedaba duda, en esta tierra, además del buen tequila, se dan buenos cineastas. Ahí está Samuel Kishi, de Zapopan, quien con su historia local/global se fue al Premio Goya, representando a toda Iberoamérica con el filme, bellísimo, por cierto: “Los Lobos”; una película que el mundo en-



tero, hoy, puede ver por HBO Max. Y como bajado de un olimpo celuloide. Guillermo del Toro nos abraza celestial como el heraldo jalisciense al que todos amamos, y al que el gobierno sí le hace caso. El cineasta auspicia aquí “El Taller del Chucho”; un estudio de animación, producción e innovación cinematográfica que impacta directamente en la región centro occidente de nuestro país, en este espacio el director de “El Laberinto del Fauno” hizo la filmación de “Pinocchio”, próxima a estrenarse en Netflix.

Y uno aquí, viendo los Arcos de la Minería, piensa: ¿Cómo nos activamos y proponemos en esta nueva era? Somos testigos del Festival Internacional de Cine de Guadalajara que en su edición 37 emerge renacido, incitando el encuentro en el clásico Cineforo o en “los dogos” de afuera, para comentar el punto o también... en el formidable Centro Cultural Universitario; una propuesta urbana y cultural de primer mundo, que integra el arte y la economía y que abraza al Auditorio Telmex, la Biblioteca Pública del Estado, la Plaza Bicentenario y el Conjunto

Santander de Artes Escénicas; espacio que además merece como recinto mundial, un capítulo aparte.

Nos descubriremos jóvenes o añejos como los tequilas, algunos seremos más cristalinos otros más complejos, compartiremos con los otros en el Sanborns o en el Salón del Bosque o en la cantina La Fuente. Nos sabremos nuevos o tradicionales gracias a nuestro gusto por la conversa y el buen café, porque en este bonito asfalto con su calor, sus terrazas, su lluvia y su cielo, hemos desarrollado con mucho orgullo a lo largo de los últimos diez años, una buena cultura de café, ahí está el Café del Vago del monero Jis que con su toque hípster compite sin querer con el discretísimo Matraz donde nos damos cita gestores, artistas, emprendedores y políticos. No puedo omitir el legendario Caligary y nuestro must elocuente ciudadano: el Pa'l Real donde además nos podemos encontrar al famoso Fabián Delgado: el ilustre chef barrial que nos pone de buenas. Porque Guadalajara es eso, la gente, los encuentros, y por supuesto, sus leyendas.♥

SE VIENE EL TEMPORAL DE LLUVIAS Y CON ÉL LAS INUNDACIONES

SI TIENES UN DEPARTAMENTO DE LUJO Y
SUFRES POR LAS **FILTRACIONES DE AGUA**,
LLÁMANOS Y COTIZA SIN COMPROMISO,
NOSOTROS TE AYUDAMOS.

SELLA TU DEPARTAMENTO, CASA O NEGOCIO.

QUE NO TE ALCANCEN LAS LLUVIAS.



PRESUPUESTOS SIN COMPROMISO AL 3316028053

SÍGUENOS EN REDES SOCIALES

  @SKYCLEANERS

 WWW.SKYCLEANERS.COM.MX



OMNIVITALIA, UN NUEVO CONCEPTO PARA CUIDAR TU SALUD

Pensada para médicos y pacientes, Omnivitalia es uno de los mejores centros de especialidades en el sur de la ciudad. Aquí, doctores de diversas especialidades ofrecen servicios integrales sin que los habitantes de la metrópoli tengan necesidad de desplazarse. El desarrollo clínico cuenta además con valet parking gratuito, elevadores, cafetería, recepción en cada piso y una vigilancia efectiva las 24 horas.

El complejo es obra de Grupo RUMA, que visualizó la necesidad de ofrecer un proyecto inmobiliario centrado en la salud de los tapatíos.

Actualmente ofrece espacios para doctores interesados en llevar su talento y capacidades a una zona que con poca oferta médica, ya que no hay los suficientes espacios clínicos para el sur, que ha crecido de forma constante los últimos años.

“Tlajomulco es un municipio que creció desproporcionado por la necesidad natural de crecimiento de la ciudad. Sólo en el municipio hay más de 750mil habitantes, más que en todo Colima, por ejemplo, y hasta hace dos o tres años solamente teníamos el Puerta de Hierro Sur y la clínica 180 del IMSS. Vimos ese crecimiento y por eso quisimos reforzar la apuesta de salud”, señala Rodolfo Martínez, director comercial.

Además, junto a Juan Ruiz, director operativo, han logrado posicionar a Omnivitalia como el lugar en el que debe invertir la comunidad médica.

“Nosotros hacemos solamente el desarrollo, pero bajo un concepto integral en el que le ofrecemos al doctor espacios para que ejerza su profesión. Nuestro trabajo consiste en poner los medios para que los doctores ejerzan la medicina de forma legítima, hasta la fecha esta práctica se llevaba a cabo en plazas o en casas, sin ser esto lo más adecuado para el doctor y sus pacientes”.

En el complejo ahora ya hay servicios de nutrición, de psicología, cardiología, pediatría, oftalmología y medicina en general. Además, buscan atraer a más especialistas para que la atención en salud abarque más temas.

“El complejo está 100% vendido, pero tenemos todavía algunos espacios en renta, tanto para consultorios como locales comerciales. En lo comercial tiene que ser de giro médico: farmacias, ópticas o algo más. Para rentar también hay espacios y les ofrecemos a los médicos todas las amehidades y el lugar listo para que lleguen y lo adecúen a sus necesidades”.



LOS PILARES DE OMNIVITALIA

- BIENESTAR: Fomentan la cultura del cuidado oportuno de la salud.
- TRANQUILIDAD: Inspiran la paz que se siente al estar en manos de la medicina especializada.
- ACCESIBILIDAD: Se mantienen disponibles y al alcance para proveer cuidados médicos de calidad.
- CONFIANZA: Comunican la seguridad de sentirse respaldado por un núcleo médico de primer nivel.



AMENIDADES

- Áreas de descanso en cada nivel
- Baños comunes para cada nivel
- Vigilancia 24 horas
- Pasillos al aire libre
- Rooftop
- Sala de juntas
- Ciclo puerto

CARACTERÍSTICAS GENERALES

- Elevador para pasajeros
- Espacios de estacionamiento dinámicos
- Elevador para automóviles
- Baños independientes para cada nivel
- Sistema hidroneumático para suministro de agua
- Jardineras exteriores
- Planta de luz para emergencias
- Fachada con revestimiento de cristal



OMNIVITALIA
CENTRO DE ESPECIALIDADES MÉDICAS

TRUMA
GRUPO

CONTACTO

📍 Av. Adolfo López Mateos Sur
1768, El Palomar

🌐 <http://omnivitalia.mx>

📘 Omnivitalia

📷 Omnivitalia

LA FIRMA ALIADA DE LOS EMPRESARIOS

Aliada de empresarios y emprendedores, Stratego Firma se ha convertido en la oficina de referencia si se trata de prevenir en temas laborales. La firma implementa, en los lugares donde trabaja, estrategias únicas de alto valor para proteger a la empresa, al empresario y a sus colaboradores, detonando la productividad y rentabilidad.

Salvador López Villaseñor, director general de Stratego Firma, señala que siempre buscan a ayudar a los empresarios a que se blinden todas las obligaciones laborales. “Se tienen que cuidar muchos aspectos con cada trabajador, con la colectividad, para evitar conflictos con las autoridades. Hay obligaciones de naturaleza múltiple y muchísimas obligaciones de seguridad, de salud en el trabajo y de la actividad propiamente que lleva a cabo trabajador: no es lo mismo por el giro las obligaciones que tiene un agricultor que un minero”.

Por su parte, Laura Belén, directora de desarrollo de negocios de Stratego Firma, apunta que siguen creciendo para dar un servicio completo e integral a sus clientes ante los constantes cambios en las normativas en el sector del trabajo.

“En México hay normativas laborales, hay más normas de las que podemos cumplir. No olvidemos que por presiones internacionales y para alcanzar estándares globales se han adaptado las leyes. Ante ello, lo que pretendemos es que para el empresario nosotros seamos el único proveedor de cumplimiento normativo laboral preventivo y correctivo. Ser el brazo derecho en ese tema”.

A LA VANGUARDIA

Con una experiencia consolidada y un equipo de profesionales actualizados en cada rama de su profesión, Stratego Firma apuesta no sólo por los grandes consorcios, también miran a los emprendedores para ayudarlos a crecer. “Estamos dirigidos a patrones y esto independientemente del tamaño. Tenemos clientes microempresarios que quieren algo muy básico y lo contrario: clientes con presencia nacional”.

Sin embargo, por su especialidad, es una de las pocas firmas jurídicas que pueden atender las necesidades de empresas de mayor rango.

“Podemos dar un servicio integral y ahí somos vanguardistas, entonces de alguna u otra manera, el empresario grande nos va a ver con una opción más atractiva que el que el empresario pequeño”, señala Laura Belén.

PREVENIR ANTES QUE LAMENTAR

La prevención es uno de las grandes ramas en las que Stratego Firma se desempeña como pez en el



agua. Conocedores de la normativa como ninguno, además de estar al tanto de los constantes cambios en los reglamentos, son el despacho en el que los patrones pueden apoyarse.

“Hacemos los diagnósticos y planes de trabajo dependiendo el giro de cada negocio. No es lo mismo un restaurantero, con áreas de cocina, que un hotelero, con áreas comunes, albercas, lavandería y además cocinas. Necesitan conocer que normatividad tiene que cumplir y les ayudamos en eso para que no corran ningún riesgo de accidentes o demandas”, concluye el director general.



STRATEGO FIRMA

CONTACTO

📍 Avenida Américas 1930,
piso 10, unidad E.
☎ 33 3316 6886
🌐 www.strategofirma.com

COMPLIANCE LABORAL, INCREMENTA TU PRODUCTIVIDAD

¿QUÉ ES?

Es un servicio que desarrolla sistemas para que las empresas cumplan con la Ley Federal del Trabajo, Tratados Internacionales, Seguridad y Salud en el Trabajo, para mejorar su productividad y observar todas las obligaciones patronales ante los trabajadores.



BENEFICIOS

- ✓ Disminuir y evitar en gran medida las demandas laborales.
- ✓ Proveer de las herramientas para tener una buena defensa laboral y ganar un proceso.
- ✓ Prevenir el levantamiento de multas por parte de la STPS y el IMSS.
- ✓ Posicionarse como una empresa mejor organizada, productiva y competitiva.
- ✓ Cumplir con las disposiciones laborales a nivel nacional e internacional.

El cumplimiento normativo laboral permite a la empresa generar un entorno propicio para aumentar la productividad y optimizar el factor humano.



STRATEGO FIRMA

📍 Av. de las Américas 1930, Pío 10 Unidad E

🌐 <https://strategofirma.com>

🌐 Stratego Firma

📘 Stratego Firma

📷 strategofirma

🐦 StrategoMX

ESTUCHES CUEVAS, UN GARBANZO DE A LIBRA



Con más de 40 años de experiencia en crear embalajes finos y de la más alta calidad, la empresa tapatía Estuches Cuevas es un ejemplo de la resiliencia y la capacidad que tienen los negocios locales ante la adversidad.

Expertos en carpintería e inyección de plástico, la compañía se ha dedicado desde hace décadas en crear estuches, exhibidores, barras y más para empresas de industrias como vinos, licores, joyería y publicidad. Y cuando llegó la crisis sanitaria al país, no hicieron otra cosa que reforzar su apuesta por el talento local.

Diego Amoros Alfaro, director general de Estuches Cuevas, apostó por lo mexicano para mantener y expandir la marca. Gracias al empuje del mercado del tequila, ellos crecieron en un entorno complicado gracias a su experiencia y la calidad.

“La agroindustria aquí en Jalisco siguió creciendo y nosotros trabajamos a la par, ya que al final somos una cadena de suministro de ellos. Fuimos ese garbanzo de libra. Nosotros, aparte de enfocarnos en la calidad de nuestros productos, también prestamos mucha atención en el tema de postventa. Estuches Cuevas le da mucho valor al tema de desarrollo y a impulsar nuevos proyectos”, comenta en entrevista.

El director general explica que en la postventa “siempre nos acercamos a los empresa-

rios para ver cómo les fue en su línea de envasado, preguntamos lo mejorable y ofrecemos soluciones. Los escuchamos para ofrecerles un mejor trato, un mejor costo y que nuestros empaques le den un valor agregado al tequila”.

Amoros Alfaro explica que los productos están realizados con el esmero y el detalle que exigen sus clientes y el comprador final.

“Tenemos las mejores materias primas para nuestros productos, porque son las que nos exige el mercado. Además de eso, siempre tratamos de realizar los proyectos de pequeños y grandes empresarios con la misma calidad”.

CRECIMIENTO CONSTANTE

Si bien es cierto que el mercado del tequila ha crecido a ritmo constante durante los últimos años, Estuches Cuevas no se queda atrás, e incluso en volumen se ha expandido casi 45%.

Al inicio de la pandemia, la empresa contaba con 70 empleados y ahora ha contratado a más personal de manera fija y eventual. Además, por su misma producción, generan empleos indirectos en la industria.

“Nosotros contamos con departamentos de herrería, fibra de vidrio, carpintería y muchas otras. Entonces, ya estamos en el límite o en el final de la de expansión de nuestra planta”.

El crecimiento es algo por lo que apuesta Diego Amoros, siempre de la mano de sus asociados. “Tenemos socios comer-

ciales con los que hemos trabajado y seguiremos trabajando ante cualquier reto. Somos una empresa que tiene respeto y agradecimiento por todas las personas que nos han apoyado. Por eso es que estamos creciendo, para que si el día de mañana nos piden duplicar la producción, estar listos para ellos”.

APOSTAR POR LO MEXICANO

Para Estuches Cuevas, lo mexicano debe estar siempre como opción primaria en cada elección de compra. Al trabajar de la mano de las empresas de la bebida nacional, saben que deben dar un plus en cada segmento de la cadena.

“Si nosotros como mexicanos, o como empresas mexicanas, le diéramos ese valor agregado al tequila podríamos presumir mucho más. No se trata solo de la bebida, sino de que toda la cadena de suministro, de principio a fin, cuente con mano de obra y con producto mexicano. Es importante tratar de darle ese cariño, respeto y, sobre todo, el amor a lo que hacemos. Porque estamos generando empleos con productos hechos con manos mexicanas; estamos ayudando a familias. La cadena no es sólo la siembra del agave; ahí comienza pero termina hasta el empaque final: eso es lo que tenemos que ver como algo totalmente mexicano”.



SERVICIOS Y PRODUCTOS

Conceptualización
Diseño
Estuches
Mobiliario
Inyección de plástico

LA ALTERNATIVA MÁS SENCILLA PARA CONSTRUIR TU PATRIMONIO

Por Iván Carmona

Cofundador y director comercial de 100 Ladrillos

La revolución de los bienes raíces ya es un hecho. Ya no necesitas ser multimillonario para hacer realidad tu meta de invertir en inmuebles, ahora, sólo con unos clics, puedes convertirte en propietario y desde la comodidad de tu casa logres hacer crecer tu patrimonio de una manera segura; estas ventajas las encuentras en 100Ladrillos.com en donde tú obtienes una participación de un inmueble y recibes rendimientos superiores a la inflación.

100 Ladrillos es una plataforma de inversión inmobiliaria, que opera bajo el modelo de financiamiento colectivo también llamado crowdfunding inmobiliario, el cual consiste en que varios inversionistas se unen con pequeñas o grandes aportaciones para adquirir una participación o una parte proporcional de un inmueble a la cuál llamamos Ladrillo, para que puedas recibir los rendimientos de tu inversión ya sea en una nave industrial, una plaza comercial, una oficina o un edificio de usos mixtos.

Por ejemplo, un proyecto inmobiliario lo dividimos en 100 partes iguales e inviertes en uno de ellos, el rendimiento que te corresponde es 1% del inmueble, igualmente, si la propiedad se divide en mil y compras 10, te corresponde 1% de participación de ese proyecto. Lo cuál te permite poder diversificar tu inversión en las casi 20 propiedades que ofrecemos.

En 100 Ladrillos democratizamos la inversión inmobiliaria para hacer que un mayor número de personas puedan crear, crecer y proteger su patrimonio a través de un activo que con el paso del tiempo ha protegido el dinero de los inversionistas versus otras inversiones de riesgo que son más volátiles como las criptomonedas.

Invertir en 100 Ladrillos es fácil y muy seguro

En 100 Ladrillos puedes comprar participaciones desde cinco mil pesos y te ofrecemos tasas de rendimiento estimada de 16% a 29% considerando valores como renta y la plusvalía que adquiere el inmueble a través del tiempo.

Nuestra plataforma es bastante sencilla e intuitiva, en pocos minutos te registras, completas tu perfil, accedes a las propiedades que tenemos disponibles, incluso encuentras un simulador de inversión que te arrojará cuánto llegarías a recibir de rendimiento y rentas dependiendo de la cantidad de dinero y el plazo inversión que tú decidas.

Un punto muy importante, es que todos los depósitos y retiros son en línea a través de transferencias electrónicas. Invertir en bienes raíces nunca fue tan fácil.

Tenemos dos productos en los que puedes invertir:

1) Participaciones de propiedades en Pre-venta. Aquí puedes invertir en proyectos inmobiliarios en construcción y terminados, y por la inversión anticipada a la fecha de entrega, recibes un descuento de preventa y otro de volumen.

Cuando el fondeo del inmueble está terminado, éste se escritura en un fideicomiso bancario, el cual respalda la inversión de todos nuestros usuarios.

2) Participaciones de propiedades en Mercado Secundario. Estas son las participaciones de inmuebles que revenden nuestros inversionistas y que, por ende, son proyectos ya terminados y que están en el fideicomiso bancario, por lo tanto, estos Ladrillos ya están listos para generar ingresos mensuales: rentas.

Los precios de estas participaciones o Ladrillos, que se compran y venden a otros inversionistas a través de nuestro Mercado Secundario los establecen los propios inversionistas, al igual que la oferta y la demanda.

Finalmente, tu dinero y tus metas están seguros, tenemos licencia ante la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), lo que garantiza que todos nuestros procesos son transparentes, podrás sentirte aún más seguro porque somos una institución regulada y supervisada por las autoridades.

¿Qué esperas para invertir en 100 Ladrillos?

¡No te quedes fuera de la revolución tecnológica de los bienes raíces!

Conoce más de
100 Ladrillos

100Ladrillos.com

33 27 84 38 20





CONTIENE EDULCORANTES, NO RECOMENDABLE EN NIÑOS

CONTIENE CAFEINA
EVITAR EN NIÑOS

ELECTRO⁺

BEBIDA HIDRATANTE

ELECTROLITOS
AMINOÁCIDOS
VITAMINAS

BAJO EN CALORÍAS
0%
AZÚCAR
BAJO EN CARBOHIDRATOS

KIWI / FRESA

CONT. NETO 480 ml

PROXIMAMENTE +

REFORMA ELECTORAL, BUENAS INTENCIONES O RETROCESO DEMOCRÁTICO PARA EL MÉXICO DEL SIGLO XXI

Por Andrés Guerrero López
Asesor de proyectos estratégicos

El pasado jueves 28 de abril el Presidente de la República, Andrés Manuel López Obrador, envió a la Cámara de Diputados su proyecto de Reforma Electoral, con esta iniciativa se concreta el deseo y anhelo que ha externado a lo largo de cuatro años de administración: la urgencia de modificar y reformar la composición política del país, a la autoridad electoral y sus reglas.

El proyecto de decreto pretende reformar los artículos 35, 41, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 60, 63, 73, 99, 105, 110, 111, 115, 116 y 122; es decir, un total de 18 artículos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

La principal razón de este proyecto es disminuir los costos del aparato electoral y de sus integrantes, simplificar los procesos judiciales y democratizar aún más los procesos electorales, según sus impulsores.

El decreto de reforma expone siete ideas fundamentales. Desaparecer al INE y crear un nuevo órgano, eliminar el financiamiento a los partidos, reducir el número de legisladores de los tres niveles de gobierno (senadores y diputados federales y locales y regidores municipales), entre otras.

A continuación, iremos explicando las ideas y esencias de este proyecto.

Unificación de las autoridades electorales tanto administrativa como jurisdiccional y la extinción de los órganos electorales locales y tribunales electorales de los Estados

La iniciativa propone eliminar al Instituto Nacional Electoral (INE) y crear en su lugar al Instituto Nacional de Elecciones y Consultas (INEC). El INEC sería el encargado de realizar todas las elecciones del país, no únicamente el proceso federal, sino que ahora estaría organizando cada uno de los procesos de las 32 entidades. El proceso electoral se estaría centralizando en su totalidad.

De igual manera, al crearse este nuevo instituto se estaría reduciendo la cantidad de consejeros integrantes, pasando de 11 a siete y se eliminarían los 300 órganos delegacionales como son las juntas y consejos distritales, las 32 comisiones y órganos electorales locales.

Además de la creación del nuevo instituto electoral, desaparecen los tribunales locales electorales, con esto el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación será quien resuelva todas las impugnaciones y controversias electorales.

Conformación del INEC y la Sala Superior

Se plantea que estos sean electos mediante proceso democrático de la ciudadanía. Los tres poderes de la Unión (Ejecutivo Federal, Congre-

so de la Unión y la Suprema Corte de Justicia), mediante convocatoria propongan una lista de candidatos a los cargos.

Para el caso del INEC serán tres listas de 20 propuestas hechas por cada poder, y para las magistraturas de la Sala Superior la propuesta será igual, conformando tres listas, pero de 10 integrantes por cada uno de los poderes de la unión, este proceso será llevado a cabo por el propio INEC.

Lo inviable de esto, y que hay que ser muy puntuales, es que los criterios de selección son ambiguos y el conflicto de intereses está latente, además de que no necesariamente el más apto o calificado podrá ser electo, también hay que mencionar que en esta buena intención quien lleva mano es el Ejecutivo Federal y el Congreso de la Unión, que actualmente tiene mayoría del mismo partido en el poder y que en conjunto estarían impulsando una propuesta mayor y afín que la que haría la Suprema Corte de Justicia.

El financiamiento de partidos políticos

Se propone eliminar el financiamiento público a los partidos políticos cuando no sean años electorales, es decir, cuando no haya una elección en el estado los partidos quedarán exentos de apoyos; el planteamiento para cubrir sus gastos es mediante el financiamiento de sus simpatizantes y militantes. Esta propuesta obligaría a que los partidos sean autosostenibles, esas aportaciones serán legalmente vigiladas. Existe el grave riesgo de que esto sea financiado por el crimen organizado a través de simpatizantes a las instituciones políticas.

Acceso de los partidos políticos a tiempos de radio y televisión

Se establece el acceso a los partidos políticos, candidatos y candidatas independientes a radio y televisión pautados con una duración no menor a un minuto, así desde el inicio del proceso y hasta la celebración de la jornada electoral se destinarán 30 minutos diarios.

Elección mediante el sistema de listas por entidad federativa y reducción de legisladores

En muchas ocasiones se ha mencionado la necesidad de reducir el número de diputados y senadores a través de los plurinominales, que son aquellos que son electos por lista y sin haber hecho campaña y son los resultantes por la suma de votos por partido político. La justificación siempre ha sido su alto costo y exceso de integrantes, que en lugar de hacer más funcional al poder legislativo lo hace más

complejo y abultado. Así, pasaría la Cámara de Diputados de tener 500 legisladores a 300 y la Cámara de Senadores de 128 a 96.

La propuesta es compleja y no desaparecería a este tipo de diputados y senadores, sino por el contrario, haría a todos los legisladores plurinominales, es decir, desaparecerían los 300 distritos y se conformarían 32 listas (una por cada Estado), los candidatos harían campaña por todo el territorio estatal.

Voto electrónico

Se propone aprovechar las tecnologías de la información y migrar de un sistema de boleta física a digital. Hay que mencionar que en entidades como Jalisco, el Estado de México, Coahuila y la Ciudad de México ya han llevado a cabo este tipo de procedimiento con éxito.

Reducción de integrantes de los congresos locales, ayuntamientos y alcaldías

Se propone un tope para no exceder de 15 diputados en entidades cuya población sea

menor a un millón de personas y por cada 500 mil habitantes adicionales podrá incrementarse un legislador más, hasta llegar a un máximo de 45. Actualmente el Congreso del Estado de Jalisco lo integran 38 legisladores, con esta medida de acuerdo a su población según el último censo del INEGI son ocho millones 348 mil 151 personas, lo que haría acreedor a Jalisco de una integración de 29 diputados, nueve menos.

La misma suerte será para los ayuntamientos y alcaldías que tienen un número variable de integrantes. Estas se registrarán de acuerdo al criterio poblacional reduciendo considerablemente el número actual de regidores en todos los municipios de Jalisco y del país.

Debemos de entender que el anhelo que tiene el Presidente para que este proyecto sea aprobado no será sencillo ya que al ser una Reforma Constitucional se necesita que la votación sea aprobada de acuerdo a una mayoría calificada, es decir, se necesita a las dos terceras partes de los diputados y considerando que esta la integran 500 legislado-

res, se requieren 334 votos, con los votos de Morena y su aliados no lograría el cometido al solo contar con 307, necesitan de la oposición para sacar adelante esta reforma.

Será interesante conocer que discusiones se dan al respecto, que tanto el Ejecutivo Federal y Morena en el congreso están dispuestos a ceder y modificar para lograr un consenso que permita su aprobación.

El análisis de cada uno de nosotros debe girar entorno a si esta Reforma Electoral es viable en su aplicación; si es progresista, innovadora y necesaria de acuerdo a nuestras circunstancias como país. O si la complejidad de propuestas hechas son meramente buenas intenciones para que esta esté en el tintero mediático o, lo más preocupante, es que ésta pueda ser un argumento narrativo de cara al resultado del 2024, sea quien sea el ganador.







LA COMUNICACIÓN DIGITAL COMO FORMA DE EVOLUCIÓN EMPRESARIAL Y SOCIAL

Por Raúl Uranga Lamadrid

Presidente del Consejo Directivo Cámara de Comercio de Guadalajara

Como sociedad, hemos evolucionado a pasos agigantados en los últimos años. Las innovaciones científicas y tecnológicas han marcado el paso y determinado la forma en la que vivimos, y en ese sentido, la comunicación no se ha visto exenta.

Hoy contamos con nuevas formas de expresarnos, informarnos y contar historias. Como empresas, también tenemos nuevos canales y alternativas para poder llamar la atención de nuestros clientes actuales y potenciales, y poder dar a conocer al mundo lo que somos y representamos.

Hemos trascendido de la comunicación tradicional, a través exclusivamente de medios impresos y medios masivos, a la democratización del mensaje a través de las plataformas y redes sociales; hoy, no solo tienen el poder de hablar y ser escuchados los grandes exponentes del radio, la prensa y la televisión, ya que las personas que han podido crear comunidades a través de su conocimiento y habilidad se han convertido en influencers y referentes, gracias a la apertura de los medios digitales.

No solo es la vía, sino también el contenido. Las nuevas formas de comunicación han sido causa y consecuencia de las necesidades de las generaciones más jóvenes, quienes han puesto la pauta y el camino a seguir para adaptarnos y seguir creciendo. Las empresas y personas que decidan no emprender este camino, sencillamente quedarán rezagadas. “Renovarse o morir”, en este contexto, es una frase que cobra más sentido que nunca.

Para las empresas, es indispensable contar con esta idea clara de mejorar constantemente su imagen corporativa, diseño organizacional, la atención al cliente, su publicidad y su comunicación institucional, entendiendo que no puede ser ajena a las tendencias globales que van transformando las relaciones económicas, sociales y culturales de manera continua. Para ello, es fundamental poder amalgamar el reto de fusión de los valores, tradiciones y visión de la organización con la modernidad y el inmenso abanico de opciones que nos ofrece.

Para el ser humano, comunicarse de forma asertiva y oportuna es algo esencial para la vida; para los negocios, aplica la misma regla. Una comunicación efectiva, tanto interna como externa, es imprescindible para lograr nuestras metas en cualquier ámbito. Como lo dijera el célebre autor Paul J. Meyer, “La comunicación humana es la clave del éxito personal y profesional”.



JALISCO, PUNTO DE ARRIBO

Por Carlos Villaseñor Franco
Presidente de Coparmex Jalisco

La conectividad aérea es un tema de gran aporte a la competitividad de cualquier país, es la forma en la que nos intercomunicamos con todo el mundo, un medio de transporte de mercancía, pero sobre todo para acercar personas restando importancia a los miles de kilómetros entre ellas.

En este sentido, es importante que prestemos atención a lo que está sucediendo en el aeropuerto Felipe Ángeles, derivado del inicio de operaciones donde hemos identificado un atraso en la gran mayoría de vuelos en la Ciudad de México, un espacio aéreo con algunas complicaciones que han generado situaciones de peligro para la operación de vuelos.

Por ello, es necesario que las autoridades actúen de forma pronta, solucionen la problemática del espacio aéreo que tiene la zona que comprende el Aeropuerto de la Ciudad de México y el Felipe Ángeles y generen un diálogo con las aerolíneas, antes de que suceda un accidente o comencemos a perder competitividad.

¡VUELA A JALISCO!

Con esta situación se abre un área de oportunidad para Jalisco de convertirse en un punto de conexión de pasajeros a nivel internacional, así como de transporte de carga. Hoy en día los aeropuertos de Jalisco tienen una posición relevante en la aviación nacional destacando que el aeropuerto de Guadalajara es el tercero en cuanto a movimiento de pasajeros nacionales.

Puerto Vallarta y Guadalajara se sitúan en la cuarta y quinta posición en el país con más de 755 mil pasajeros internacionales.

En transporte de carga internacional, el aeropuerto de Guadalajara es el segundo a nivel nacional por debajo del de la Ciudad de México, esto hace que estemos alertas a las oportunidades que se abren para la entidad de convertirse en un punto clave para el arribo y distribución de mercancías.

Desde Coparmex daremos seguimiento al tema y haremos propuestas para aprovechar la posición de Jalisco de la mano con el diálogo con las autoridades y el grupo que administra los aeropuertos en la entidad.



TRES OPORTUNIDADES PARA EL TURISMO POST PANDEMIA

Por Federico Díaz
Presidente del Comité Técnico de Expo Guadalajara



Ante la recuperación económica del turismo, con frecuencia escucho sobre el gran deseo de regresar a la situación prepandemia. Me parece un planteamiento erróneo. No podemos retomar la historia como si los últimos dos años no hubieran sucedido.

Considero de suma importancia enfocarnos a no volver a ser lo que éramos antes, sino a tomar todas esas experiencias como un impulso para mejorar.

En estos meses, en los que el mundo está dejando el cubrebocas atrás, es tiempo de familiarizarnos con tres tendencias, que son consecuencia directa del confinamiento de la pandemia de COVID-19.

En primer lugar, los nómadas digitales, enseguida, los famosos viajes de revancha y por supuesto, el turismo sostenible.

Con la pandemia no solo las industrias cambiaron, antes que nada, el consumidor cambió. Derivado estas modificaciones se ha desarrollado la tendencia de los nómadas digitales: viajeros que han llevado el home office al siguiente nivel.

Estas personas, en su mayoría jóvenes, han descubierto que pueden realizar sus trabajos en cualquier parte del mundo y han decidido hacerlo. Pasan grandes estadías en los destinos a los que acuden y buscan realizar turismo local y actividades reales, propias de las ciudades que visitan, que los hagan sentir como parte de la comunidad y no como el perfil tradicional de un turista.

La segunda tendencia: los viajes de revancha. Esta “venganza figurada” es el resultado de un fuerte deseo por salir y explorar el mundo, como respuesta a meses y meses de confinamiento, que destacaron por la ansiedad, el sentimiento de encierro y la carencia de libertad.

¡Son grandes noticias para nuestro destino! Tenemos una gran oportunidad de ser una ciudad en extremo atractiva para los visitantes de otros estados del país, que quieran disfrutar de una merecida estancia en Guadalajara.

Por último, el turismo sostenible. Esta tendencia ya no se puede retrasar más. Se trata de la propuesta de elegir cualquier actividad turística considerando las necesidades del entorno, antes que las propias como visitante.

Esta propuesta incluye a las agendas medioambientales, económicas y socioculturales. Es decir, tenemos la encomienda de pensar en cómo nuestras acciones como turistas afectan los espacios que visitamos.

El gran desafío de la era postCOVID-19 es reiniciar el turismo, ya comenzamos, ¡no bajemos los brazos!





OFRECEMOS UNA BANCA DIGITAL, CON SERVICIOS DE CLASE MUNDIAL.

Por Luis Arana, Director Banca Digital
Grupo Financiero Monex

Vivimos en un mundo que está en constante cambio, para enfrentarlo, es necesario contar con herramientas innovadoras que se adapten a este dinamismo y el sector financiero es uno de los que está en constante movimiento.

En la actualidad, el uso de dispositivos y herramientas para ingresar a la Banca ha tomado mucha importancia entre los usuarios, ya que buscan tener al alcance de su mano la forma más ágil y dinámica para realizar operaciones financieras, por lo que los bancos han ido buscando herramientas y estrategias que brinden una experiencia positiva y segura para cada usuario, generando un gran valor entre los consumidores.

En Monex, cada día buscamos brindar un mejor servicio a nuestros clientes, ofreciendo un abanico de productos innovadores, globales y digitales, que se adapten a las necesidades de ellos.

A través de nuestra Banca Digital, ofrecemos a nuestros clientes, diversidad de servicios, iniciando con una Cuenta Digital Multi-Divisas, con la cual podrán administrar los recursos de la tesorería de su empresa de forma ágil y segura, manteniendo saldos en las 9 principales divisas como Pesos Mexicano, Dólar Americano, Dólar Canadiense, Euro, Libra Esterlina, Franco Suizo, Corona Sueca y Yen Japonés. También podrán realizar pagos nacionales o internacionales desde cualquier parte del mundo en el momento que lo requieran.

Además, la Cuenta Digital Monex es el medio de entrada a todos los demás productos que ofrecemos, como es: Cash Management, Crédito, Derivados, Inversiones, Arrendamiento y CoDi.

Tenemos una plataforma digital para comprar y vender divisas llamada Monex Ultra II la cual tiene como principal atributo proveer en tiempo real a nuestros clientes precios competitivos para comprar y vender 6 de las principales divisas, eligiendo además tres diferentes plazos de liquidación, ya sea desde un día o hasta 72 horas. Adicionalmente, permite pactar forwards con plazos mayores de 96 horas y hasta 1 año.

Adicional a estos beneficios, nuestra plataforma fortalece y va de la mano con el modelo de atención y servicio personalizado brindado por cada uno de nuestros Asesores especializados Monex, brindando la seguridad y transparencia, que se apegan a las normas que regulan el sector financiero.

Esta plataforma digital, al igual que todos los sistemas que tenemos en Monex, cumple con los estándares impuestos por la regulación del Mercado, buscando cuidar los intereses de nuestros clientes, por ejemplo, el acceso a esta plataforma se encuentra disponible en la zona segura de la Banca Digital Monex, es decir, una vez que el usuario ingreso con su usuario y contraseña y la clave aleatoria generada por su token.

MONEX

 monex.com.mx

Guadalajara

 333 818 0520

Otras ciudades del país

 800 746 6639



MONEX

El mundo financiero se mueve a tu ritmo

Con Banca Digital Monex, agiliza tus operaciones de compra-venta, pacta tipos de cambio en las siete principales divisas y mantén el control de tu empresa mientras recibes información en tiempo real con nuestra app móvil.

Mantente ágil

Contáctanos en monex.com.mx o Guadalajara 333 818 0520, otras ciudades del país 800 746 6639

 @GrupoFinancieroMonex

 @monexanalysis



Natalia Herrera y Óscar González del Castillo



Jorge Coronado y Leslie Lecourtois

FESTEJAN LA TRADICIÓN DEL TEQUILA

Casa Salles fue sede del segundo aniversario de la Experiencia Tequileño y congregó a jóvenes y amantes del buen tequila. Durante el evento se mostró la herencia de uno de los tequilas favoritos de los tapatíos y se vivió la tradición en Tequila, Jalisco. ♦



Polo Salles



Álvaro Rosales, Jorge Vereá y Daniel Rodríguez



Eric del Río y Adry Vargas

Galería completa





OJO DE AGUA

HACIENDA

ESPACIOS MULTIFUNCIONALES PARA
CREAR MOMENTOS INOLVIDABLES

—
Terraza / Jardín / Salón

  @HaciendaOjodeAgua.gdl

Contacto: eventos@haciendaojodeagua.com.mx

Teléfono +52 1 33 3389 9556



Carlotta Herrera



Camila Fernández

GUADALAJARA TIENE SU MET GALA

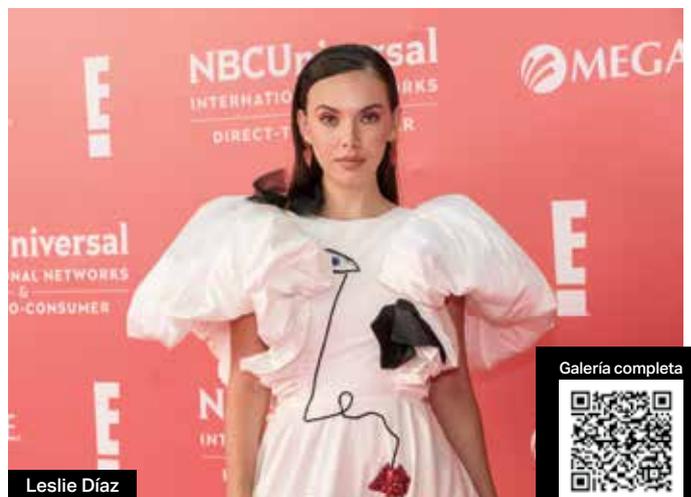
La ciudad se sumó al icónico evento Met Gala y reunió, en el Hotel Demetria, a influencers, artistas, socialités y personajes destacados. La fiesta de la moda y el estilo sirve para mostrar las nuevas tendencias y para apreciar el arte. ♦



Ale Infante



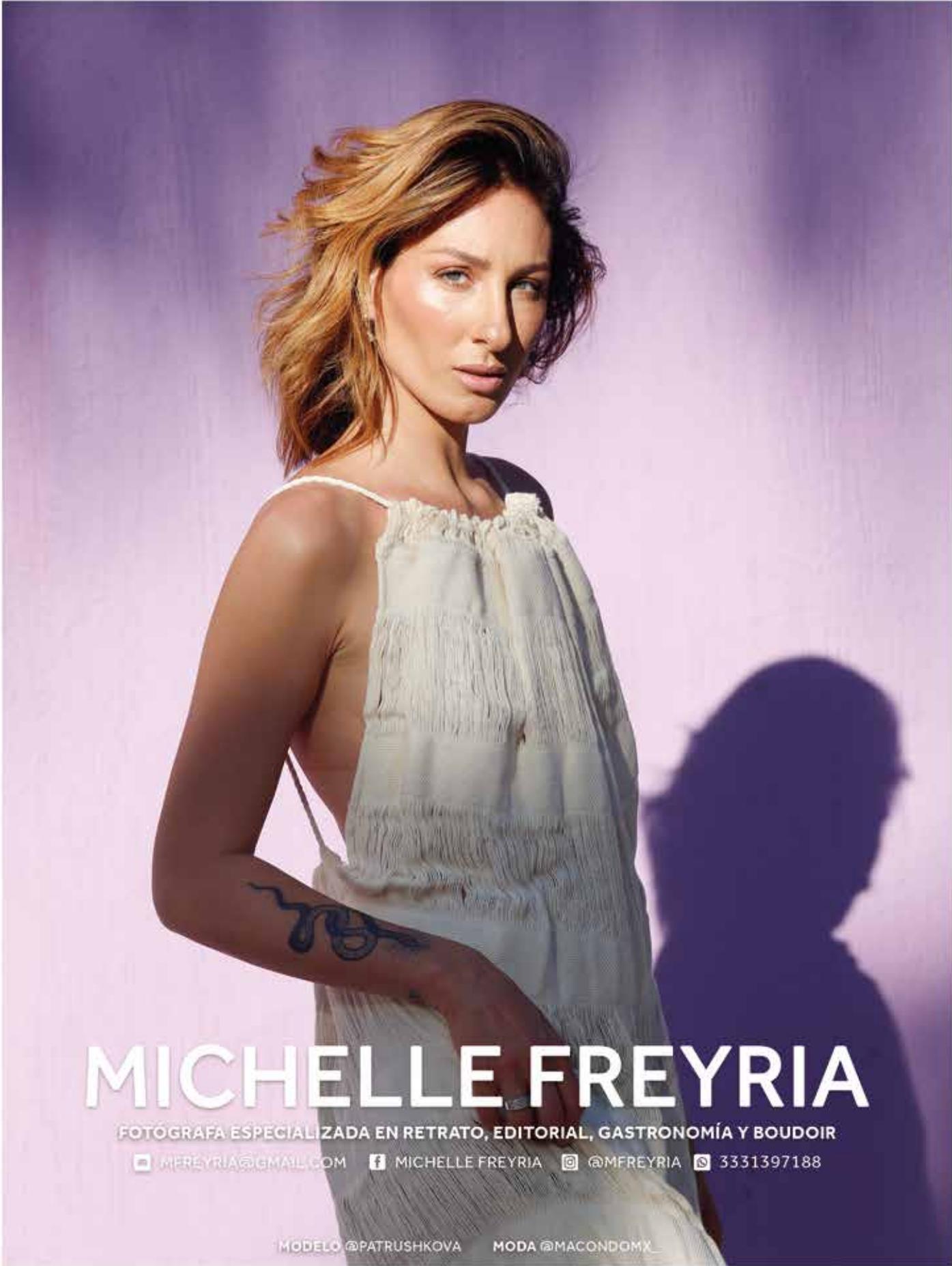
Eduardo Pufleau y Paulina Hernández



Leslie Díaz

Galería completa





MICHELLE FREYRIA

FOTÓGRAFA ESPECIALIZADA EN RETRATO, EDITORIAL, GASTRONOMÍA Y BOUDOIR

✉ MFREYRIA@GMAIL.COM **f** MICHELLE FREYRIA **@** MFREYRIA ☎ 3331397188

MODELO @PATRUSHKOVA MODA @MACONDOMX



Renata Sahagún y Lety Sahagún



Melissa del Toro e Ivanna del Toro

PAMPLONA ATERRIZA EN GUADALAJARA

Los foodies y conocedores de la gastronomía asistieron a la preapertura del restaurante Pamplona del Mediterráneo. La experiencia de sabores y la ambientación de lugar propiciaron una velada única. ♦



Paola Rubio, Karen Rubio y Karen Gerini



Paola Orozco y Pau Urrea



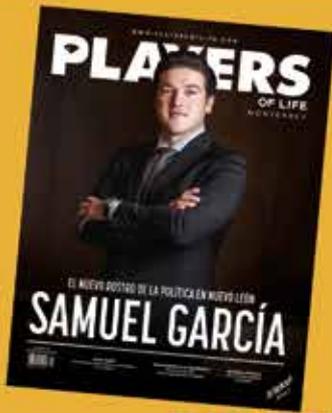
Inés Camberos y Ana Camberos

Galería completa



PLAYERS

OF LIFE



REVISTA



PÁGINA WEB



MAILING



EXPERIENCIAS



RRSS

PLAYERS
TALKS'

EXPERIENCIAS

¡SÉ PARTE DE LA PLATAFORMA **PLAYERS**,
ANÚNCIATE CON NOSOTROS!

Más información*



www.PLAYERSoflife.com



PLAYERS of Life - Revista: Guadalajara



@players_gdl



players_gdl

FESTEJAN SU QUINTO ANIVERSARIO

Para celebrar su quinto aniversario, la agencia WeProm Marketing reunió a lo más selecto de la sociedad tapatía. Los asistentes disfrutaron de una velada acompañada de buen vino, arte y un ambiente único. ♦



María José Villaseñor y Carlos Vázquez



Juan Carlos Ventura Michel, Karen Ventura, Juan Carlos Ventura y José Miguel Ventura Michel



Juan Carlos Ventura y Karla Jaled



Santiago Mendoza y Milena Camacho



Eric Fernando Muñoz y Daniela Barragán



Aura Sánchez y Laura Orozco



Jimena Anaya, Gabriela Santillán, Paola Desentis y Paulina Navarro



Fernanda Partida y Alan Romero

Galería completa

**PLAYERS
TALKS**

PRESENTADO POR

AFIRME
El Banco de Hoy

**FUTURE
STARTS
NOW**

SPEAKERS



TRAYECTORIA
EMPRESARIAL

**JOSÉ MARÍA
HERNÁNDEZ**

Director General y Presidente
del Consejo Grupo Pepe



**ALEJANDRA
RÍOS**

CEO de Ambrosía



**HÉCTOR MANUEL
CASTELLANOS**

Presidente y Director de Grupo Casgo

**COMPRA
TUS BOLETOS:**
www.playerstalks.com/boletos



**07
JUN
2022**

**DESCUBRE MÁS
DE NUESTROS SPEAKERS**
www.playerstalks.com

VEINTIDOS
VEINTIDOS
VEINTIDOS
VEINTIDOS
VEINTIDOS
VEINTIDOS
VEINTIDOS
VEINTIDOS

**HILTON
GUADALAJARA
MIDTOWN**



STEVE MADDEN



AXE CAPITAL



RECONOCEN AL DISEÑO JOYERO

La Cámara de Joyería Jalisco celebró la creatividad de los joyeros mexicanos con un cóctel en el que se galardonó a grandes diseñadores del país y se entregó el Primer Galardón del Diseño Mexicano. La noche tuvo invitados de lujo y la elegancia acostumbrada. ♦



Francisco Sánchez Sahagún, Galardón Ícono del Diseño Mexicano



Yuri Zatarain y Yoli Sánchez



Noemí Padilla



Elena López y Óscar Figueroa



Miguel Vázquez y Victoria Zepeda



Alfredo Azpeitia, Claudia García, Álvaro Azpeitia y Alfredo Azpeitia



Lissette Olavarrieta y Gabriel Robles

Galería completa





Ana Quezada, Ana Lambarri y Ana Mendoza

SUBASTAN LO MEJOR DE LA PLÁSTICA EN LA CIUDAD

El restaurante Bruna puso a subasta varias piezas de arte de artistas de renombre nacional e internacional. A la puja asistieron amantes de la plástica y coleccionistas interesados en hacer crecer su acervo.♥



Christopher Ellison y Belén Sepúlveda



Rosa María de Canizales y Omar Canizales



Helen Xata



Alberto Ramos, Mayte Loza, Tey, Andrés Ramírez y Elvia Saucedo



Javier Lomelí, Elizabeth García y José Hernández



Rafael Avilés y Mosura Cano



Aurea Samano y Carmen Jiménez





Ignacio Pastrana



Italia Poli

FORJAN JALISCO

Los hombres y mujeres que han aportado a la construcción de la ciudad fueron reconocidos como forjadores. El evento fue una cena de gala a la que asistieron personajes más que destacados. ♦



Joanna Rivera y Ricardo Galindo



Isabel Coy y Carlos López Gallo



Mafer Bonilla y Antonio Ascencio

Galería completa

TRASCIENDE

REFRESH INMOBILIARIO

Organizado por



FIBRAGDL

morquechoherr
LUXURY REAL ESTATE

Evento
Real State
del año

Únicamente 120
tickets

FibragdI se reúne con Masters del sector inmobiliario para la construcción de este evento, el cuál se llevará a cabo este 16 y 17 de junio en el Rooftop de Torre Panorama Acueducto.

Te invitamos a acudir a este gran evento en el que se tendrán invitados especiales.



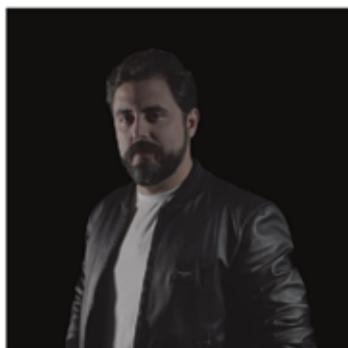
Paco Quevedo



Jorge Morquecho



Karime Morquecho



George Goodman



Eden Martínez



Enrique Figueroa



Óscar Bravo



fibra_gdl



33 2338 9714 / 33 1987 2754

www.fibragdI.com



Fibra Gdl



Vero Aldrete



Rogelio Torres, Rubén Bañuelos y Jorge Rodríguez



Giovanni Barba y Mysterie Sylla

NOCHE PARA ENTUSIASTAS DEL EJERCICIO

Los amantes del ejercicio tienen en Black Box un lugar único para quemar calorías. Ese espacio sumó un año más y reunió a entusiastas para festejar. Durante la noche hubo pasarela, exhibición y muchas activaciones más.♦



Rubén Bañuelos, Mariana Médici y Sofía Bernal



Adrian Vargas y Maty Luque

Galería completa





Karla Orozco



Manuel Salles y Jorge Martín del Campo



Rafa Márquez

EL BÉISBOL SE APODERA DE LA CIUDAD

La temporada de béisbol se hizo presente de la mejor manera, con un juego acompañado de grandes personalidades del deporte. Los Mariachis buscan complacer a su exigente afición con partidos espectaculares y triunfos a golpe de home run.♥



Eduardo Lillingston y Karina López



Karla Arroyo

Galería completa





Dra. Ibérica Orozco y Galia López



Jorge Velasco, Raquel Tovar y Raquel Velasco

EL SUR TIENE NUEVA TORRE

Omnivitalia Sur inauguró una nueva torre y para ello reunió a los tapatíos que ven quieren que la ciudad tenga servicios en todas las zonas. La celebración sirvió para reconocer a la empresa que ha apostado por el desarrollo de la metrópoli.♥



Camila Martínez, Elena Tovar, Rodolfo Martínez y Elena Anaya



Karla Alatorre, Alejandra Labastida, Isabella Lim y Alejandra Garzón



Edith González y Javier Rojo

Galería completa





CROWN PARADISE CLUB

ALL INCLUSIVE RESORTS



"La magia de estar juntos"

PUERTO VALLARTA

HOTEL 5 ESTRELLAS TODO INCLUIDO

- Ubicación privilegiada
- Aquapark y tirolesa
- Para los pequeños, Baby y Kids Paradise Club
- Espectaculares bebidas para niños
- 3 exquisitas opciones gastronómicas
- Áreas solo para adultos
- Spa Aqua Di Mare (\$)



APROVECHA GRANDES
DESCUENTOS AGREGANDO
EL SIGUIENTE CÓDIGO DE
PROMOCIÓN

CV01ES

Reserva del 01 al 30 de Junio 2022. Viaja hasta Diciembre 22, 2022. Aplican restricciones.

HOTEL
OPERADO
POR:

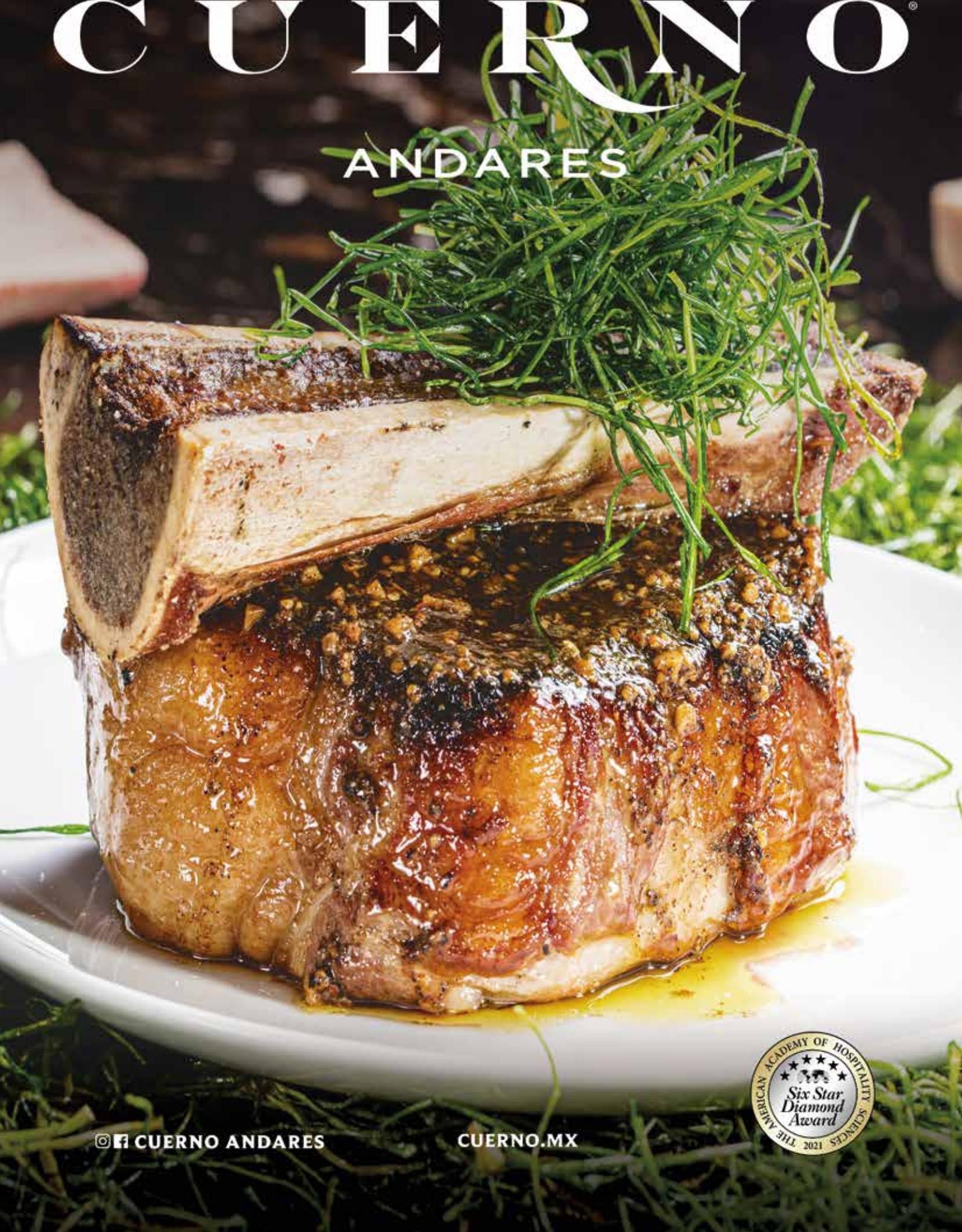
Arriva
Hospitality Group



crownparadise.com | 800 900 0 900

CUERNO

ANDARES



© [f](#) CUERNO ANDARES

[CUERNO.MX](#)

