

PLAYERS

OF LIFE

MONTERREY

MAYO 2021
\$40 MEX \$2.50 US \$3.50 CAN
7 503007 253002 170



Rocío G. Turner

Moris Dieck

Regina Carrot

Vero Villarreal Sada

Tech Santos



THE TRENDING STARS

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





Fulfilling experiences around every corner

No hay nada más inspirador que tener lo que uno necesita en el instante preciso.
Por eso, lo esperamos con un inigualable servicio y todo preparado para que disfrute de cada
momento de su enriquecedora estancia.

NOW OPEN

JW Marriott® Monterrey Valle
Av. del Roble 670 Valle del Campestre 66265 San Pedro Garza García N.L.
T: +52 818 858 6700 | M: info@jwmarriottmonterrey.com



Mamá está siempre conectada con

Búscalos en www.telcel.com/tienda



Telcel la mejor Red con la mayor Cobertura



Mi Purificador de Aire



Huawei Sound X



Xiaomi Mi Home



Huawei Freebuds 3



Alcatel Kids Watch



Apple iWatch Serie 6



Apple iPad

Apple iPhone 12 Pro Max



Apple Cargador MagSafe



Apple AirPods



Amazon Alexa Echo Dot

Make a
Difference.

PLAYERS
TALKS

PRESENTADO POR

RappiPay

Evento digital

Miércoles 09 Junio
17:00 hrs.


JW MARRIOTT
MONTERREY VALLE

 **telcel**

 **VINOTECA**

 **AFIRME**
El Banco de Hoy

wework


PARVADA
EVENTOS


LOSANTOS
TULUM


Nóvament
Cultura emprendedora para crecer

Speakers



REGÍSTRATE AQUÍ

www.playerstalks.com



ESCANEA ME



DESARROLLO WEB



POSICIONAMIENTO ORGANICO



ADMINISTRACIÓN DE REDES



CAMPAÑAS EN GOOGLE ADS

NUESTRO OBJETIVO
ES LLEVAR **TUS IDEAS**
AL SIGUIENTE NIVEL

811 066 8057

creativos@seow.com.mx

seow.com.mx



GRUPO 
itestrategica

PREPARA TU NEGOCIO PARA NUEVOS DESAFIOS. LIDERES Y EMPRESAS INTELIGENTES LO ELIGEN.

SAP Business One



ESCANEA ME

✉ soluciones@itestragica.com

☎ 811 477 1999




🌐 itestragica.com

itestrategica





+ × +
DE LUNES A VIERNES A LAS 8:00AM
¡ AQUÍ... LOS QUE SABEN !

+
@abcdeportesmx    ×

WALTER
AYOVÍ

ENRIQUE
GARCÍA

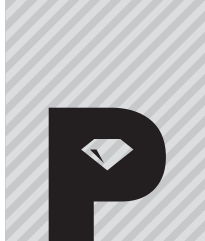


92.1FM

&

660AM





MAYO 2021

Carta editorial

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

En portada, conoce a Regina Carrot, Moris Dieck, Tech Santos, Vero Villarreal Sada y a Rocío G. Turner: The Trending Stars, ellos marcan la diferencia a través del contenido que generan para el mundo digital y con el que llegan a un sinnúmero de usuarios. En entrevista descubrirás cómo llegan a convertirse en las personalidades que son hoy en día en las diferentes plataformas en las que participan, cuándo se percatan del impacto que tiene cada una de sus publicaciones, a dónde quieren llegar, así como muchos detalles más.

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

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



Alejandro Martínez Filizola, cofundador de Grupo PLAYERS

Foto: Laura Luna

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

PLAYERS
OF LIFE
MONTERREY

DIRECTORA EJECUTIVA
Rocío Castillo Carpio
e: rocio.castillo@grupoplayes.com.mx

GERENTE COMERCIAL
Juan Díaz
e: juan.diaz@playersoflife.com

GERENTE DE CUENTAS CLAVE
Heidi Benavides
e: heidi.benavides@playersoflife.com

ASESORES COMERCIALES
Aurora Cruz
e: aurora.cruz@playersoflife.com

Paola Cota
e: paola.cota@playersoflife.com

GERENTE EDITORIAL PRINT
Jimena Jácome
e: jimena.jacome@playersoflife.com

DISEÑO EDITORIAL PRINT
Armando González
e: armando.gonzalez@playersoflife.com

GERENTE EDITORIAL DIGITAL
Luis Méndez
e: luis.mendez@playersoflife.com

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

GERENTE DE MARKETING
Roberto González
e: roberto.gonzalez@grupoplayer.com.mx

ADMINISTRATIVA
Cinthia Dueñas
e: cinthia.duenas@playersoflife.com

FOTOGRAFÍA DE PORTADA
Daniel Arrontz

FOTÓGRAFO
Lennon Rojas

DISTRIBUCIÓN
Benigno Cantú

CONSEJO EDITORIAL

Alberto G. Villarreal · Ángeles Vela · Alejandra Riveros · Alejandro Guajardo · Claudio Zambrano · Erick Sydow · Federico Crespo · Francisco Serrano · Héctor Benavides · Jorge Moeller · Jorge Ocampo · Lorenia Canavati · Marcela Ayala · María Garza · Rafael Abrego · Raúl González · Rodrigo Padilla · Tere González

Somos la materia prima de
Arquitectos y Diseñadores

Arq. Juan Carlos Baumgartner | SPACE

verolegno

verolegno®
chapas de madera

Chapas de Madera Natural y Precompuesta

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

www.verolegno.com.mx



MAYO 2021

DIRECTORIO CORPORATIVO

DIRECCIÓN GENERAL

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

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

EDITORIAL

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

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

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

DISEÑO

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

ADMINISTRACIÓN

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

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

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

MARKETING, RELACIONES PÚBLICAS Y ESPECTÁCULO

GERENTE DE MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS
Pamela Tirado
e: pamelatirado@grupoplayes.com.mx

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

SISTEMAS

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

RECURSOS HUMANOS

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

PLAYERS EN MÉXICO

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

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

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

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

REPRESENTACIONES DE VENTAS

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

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

Impreso en:
Celsa Impresos
CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015

PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 5 No. 170. Fecha de publicación: 1 de Mayo de 2021. Revista mensual, editada, publicada y distribuida por Grupo PLAYERS. Av. Ocampo 240 ote., Col. Centro, 27000 Torreón, Coahuila. México. Editor responsable: Rocío Castillo Carpio. Reserva de derechos: 04-2009-092408373300-01. Reserva de título INDAUTOR: 04-2012-053009512000-102. Certificado de Licitud de Título y Contenido: 15631. Título de Registro de Marca: 1005840. Publicación inscrita al Padrón Nacional de Medios Impresos. Impresa en México. Grupo PLAYERS investiga sobre la seriedad de sus anunciantes, pero no se responsabiliza de la publicidad y ofertas relacionadas con los mismos. Cada uno de los colaboradores es responsable directo de la información que facilita para ser publicada. Todas las colaboraciones reciben corrección de estilo. Prohibida su reproducción parcial o total. IMPRESA EN MÉXICO - PRINTED IN MEXICO TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. ALL RIGHTS RESERVED.

www.playersoflife.com



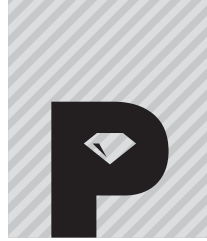
CUERNO[®]
CALZADA

Enciende

Calzada Del Valle Alberto Santos 333 Colonia Del Valle 66220 SPGG

CUERNO.MX





MAYO 2021

Contenido



34 THE TRENDING STARS

36 REGINA CARROT

38 MORIS DIECK

40 ROCÍO G. TURNER

42 TECH SANTOS

44 VERO VILLARREAL

EL MARKETING DE HOY

- 51 La Sociedad
- 52 La Intuición
- 54 Backdoor Marketing Digital
- 55 Más Uno Marketing
- 58 viont
- 60 RESET
- 62 Algoritmo Design
- 64 XP3 Exponential Performance

TECNOLOGÍA QUE REVOLUCIONA

- 84 Softek
- 85 Orange Digital CX
- 86 Aasasoft
- 88 CITRO
- 90 X-DATA
- 92 ISITA



38 INVESTIGACIÓN PLAYERS
El medio somos nosotros

116 COMERCIO EXTERIOR
La importancia del marketing internacional en la época actual

118 TECHNO
La tecnología de hoy

122 CONSULTING
¿Cómo expresar mi CRM?



¡Ya abrimos!

IOS OFFICES LEÓN

OFICINAS CORPORATIVAS, ESPACIOS Y CONTRATOS FLEXIBLES



IOS OFFICES FORO 4

Calle Manuel J. Clouthier 304, Piso 4,
Fracc. Hispanoamericano, León, Guanajuato, 37125
8003000467 | info@iosoffices.com | www.iosoffices.com

*¡Nosotros
te impulsamos!*

LÍDER EN GOOGLE Y ALPHABET

Sundar Pichai

Una de las historias más sorprendentes de la historia moderna es la de Sundar Pichai, actual director ejecutivo de Google, empresa a la que llegó en 2004 para llevarla a lo más alto del mundo tecnológico. Nacido en la ciudad de Madurai, India en 1972, se licenció en tecnología en el Indian Institute of Technology de Kharagpur, tiene además un M.S. de la Universidad de Stanford y un MBA de la Wharton School de la Universidad de Pensilvania.

Tras graduarse, Pichai obtuvo una beca para estudiar en la Universidad de Stanford, en Estados Unidos. Y, para viajar hasta allí, tuvo que comprar un billete de avión que costaba más que el salario anual de su padre.

Fue precisamente su padre, Regunatha Pichai, quien le inculcó el amor por la tecnología ya que trabajaba para el conglomerado británico, General Electric Company, lo que despertó el interés del joven Sundar y lo llevó a cuestionarlo para conocer todos los detalles sobre su desempeño laboral.

Desde su llegada a Google, la firma desarrolló su buscador estrella, Chrome, y también su sistema operativo, Android, el más popular del mundo entre los teléfonos inteligentes. Curiosamente, y, por su origen humilde, Sundar no tuvo acceso a aparatos electrónicos como teléfonos o televisores hasta ya entrada su adolescencia, pero nunca detuvo su ímpetu ni su atracción por este tipo de dispositivos.

Dentro de Google, Pichai también fue responsable del desarrollo de Google Drive, Gmail y Google Maps. Es una de las personas más queridas dentro de la empresa, en donde se le conoce como un hombre amable y atento. Es muy estimado entre los desarrolladores, a quienes apoya con una conferencia anual llamada Google I/O.♥

En resumen, su dirección se puede definir como la más exitosa en la historia de Google al sacar al mercado los productos principales en el área de investigación, publicidad y navegación. Actualmente encabeza Alphabet, la matriz del gigante tecnológico.





El 'gurú' de Google Ads

Juan Lombana es un experto en marketing y se ubica entre los 22 mejores 'digital marketers' del mundo según el 'ranking' internacional de Google. Juan es ingeniero en Negocios y Tecnologías de Información del Tecnológico de Monterrey, cuando tenía 19 años, mientras cursaba el primer semestre de su carrera consiguió una certificación que en ese entonces solo tenían 50 personas en México y fue así como inició a trabajar en Google.

Comenzó dando conferencias sobre AdWords en toda la República Mexicana a miles de personas que formaban parte de las agencias de 'marketing' más grandes del país en un programa llamado en ese entonces Google Engage; el experto daba cátedra de la forma correcta de utilizar las herramientas de Google creando artículos, realizando eventos masivos y cursos en vivo desde el canal de la firma en YouTube.

Tres años después de ingresar a la empresa líder en tecnología y desarrollos, Juan tuvo la inquietud de ofrecer educación acerca del 'marketing' digital a las diversas agencias y a quienes estuvieran interesados,

fue entonces que fundó Mercantitlán, una empresa dedicada a la educación en este tema y que ayuda a usar las herramientas digitales de manera sencilla y divertida.

Este emprendimiento lo llevó a la distinción como "El Gurú de Google Ads" por parte de la revista Entrepreneur; Mercantitlán es la comunidad más grande de Latinoamérica del 'marketing' digital, donde miles de personas aprenden día con día a través de artículos, videos, infografías, cursos en línea, cursos online y conferencias.

El experto asegura que la creación de contenido es clave en el 'marketing' y la relación que se tienen con los clientes, Juan recomienda diversificar la audiencia para poder llegar a diferentes públicos utilizando todas las herramientas que se tienen como las redes sociales, podcast, videos, artículos, entre muchas otras más dinámicas.

A sus 28 años ha trabajado con una enorme lista de marcas reconocidas como Coca Cola, Citibanamex, Bancomer, Best-Buy, Kelloggs, Interjet, Telcel, American Express, Walmart, Unilever, Scotiabank, Comex, Holcim, SAP, y muchas más. ♦



SANTIAGO, MACHU PICHU Y PUNTA CANA

TRES DE LOS MEJORES DESTINOS DE LATINOAMÉRICA

El turismo enfrenta una situación totalmente diferente a como se desarrollaba hace apenas unos cuantos años, hoy tiene que encarar nuevos retos como garantizar la seguridad higiénica y sanitaria de los viajantes. Mientras tanto, los viajeros también cambiaron su perspectiva y buscan destinos seguros en el contexto de la nueva realidad.

Ante ello, la industria turística latinoamericana muestra los encantos de algunos de sus lugares más emblemáticos.



SANTIAGO, CHILE

La capital chilena es sin duda una ciudad maravillosa que inspira a los viajes de aventura, ya que, con un pequeño traslado por carretera, se pueden visitar sus bellos valles vinícolas, además, se puede acceder a Viña del Mar y sus playas, en época de invierno, Santiago cuenta con pistas para esquiar aptas para todos, desde los pequeños de la familia hasta expertos en esta disciplina deportiva. Fundada en 1541, Santiago es la principal ciudad chilena y relata una gran historia en cada uno de sus edificios antiguos y museos con que cuenta. Se posiciona, además, como la segunda ciudad más competitiva de América Latina y la más segura de este lado del hemisferio.



MACHU PICHU, PERÚ

En Perú se localiza el más importante y emblemático símbolo de la cultura inca, Machu Pichu. Considerada una obra maestra de la arquitectura, a su alrededor se teje un velo místico que la posiciona como uno de los destinos más visitados del planeta. Declarado patrimonio de la humanidad por la UNESCO, Machu Pichu está por recibir la certificación Green Initiative, con lo que se convertirá en el primer destino turístico libre de emisiones de carbono a nivel mundial.



PUNTA CANA, REPÚBLICA DOMINICANA

Este paradisíaco rincón dominicano brinda las más extensas playas de arena blanca del Caribe, y, en conjunto con sus magníficos desarrollos de hoteles, se conjuga de la manera ideal para todo aquel que busca un espacio para disfrutar de la tranquilidad y el descanso que allí se ofrece alejado del constante ajetreo de la vida urbana. Sus paisajes naturales y sus aguas iridiscentes son únicos y fascinantes, allí se puede observar el bello espectáculo que la madre naturaleza nos regala, todo cobijado por el cálido sol caribeño. Una gran ventaja de Punta Cana es que es sede del principal aeropuerto de la República Dominicana, mismo que recibe a más del 60 por ciento del turismo, lo que lo hace de fácil acceso para sus visitantes, brindándoles la comodidad de un viaje relativamente corto.

EL MUSEO DE LA TECNOLOGÍA Deutsches Museum



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

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

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





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

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

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



Lectura inspiradora para mejores estrategias de marketing

Los métodos para hacer un buen marketing se transforman casi de manera diaria, impulsando a las empresas y `marketeros´ a estar en constante conocimiento y lograr una evolución a la par con las innovaciones. El poder del marketing es aprovechar las oportunidades y los medios que existen en la actualidad para explotar lo mejor de las marcas.

En el mundo del marketing estar informado de las últimas tendencias es esencial para proponer la estrategia más exacta con la que las empresas trabajarán para lograr sus metas, así como tener una comunicación e interacción óptima con los consumidores, a continuación, dejamos una recomendación de algunos de los libros más influyentes y populares en esta disciplina:



1 · Marketing 5.0



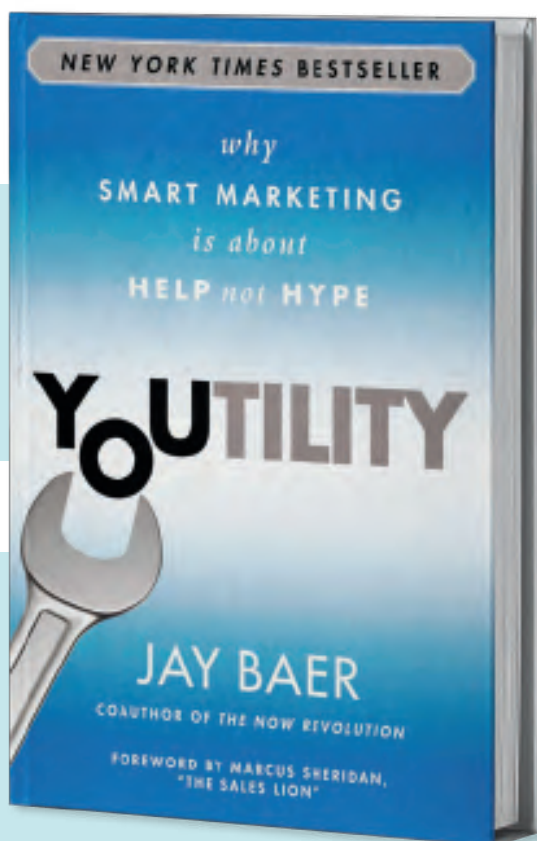
2 · La Vaca Púrpura

1 • Marketing 5.0, de Philip Kotler, es un texto que busca entender la relación actual entre la marca y el consumidor teniendo a la tecnología y la digitalización de por medio. El también llamado padre de la mercadotecnia moderna, asegura que es importante que las marcas tengan mayor entendimiento del medio digital, por ello deben de conocer las etapas del consumidor; el interés en resolver una necesidad, encontrarse con ella, pensar en comprar un producto, adquirirlo y tener una experiencia diferente.

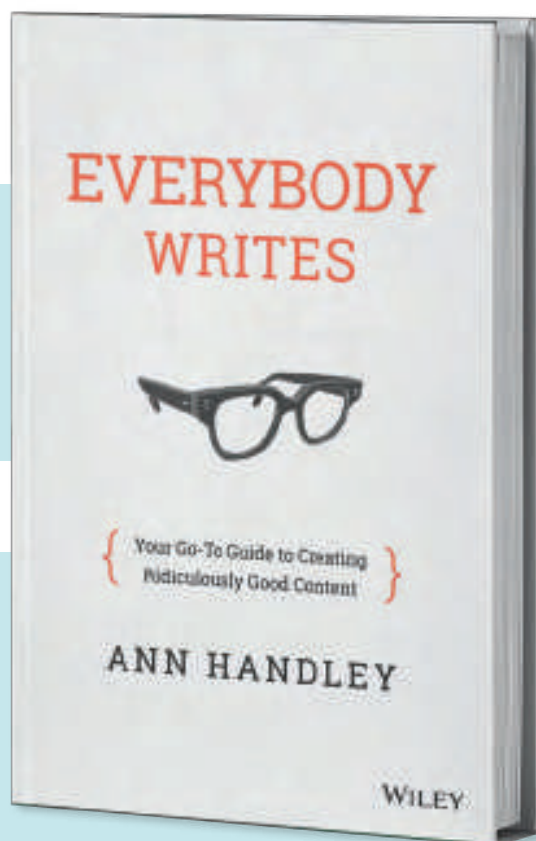
2 • La Vaca Púrpura, de Seth Godin, escritor reconocido mundialmente, autor de más de 15 bestsellers, explica la importancia de la creación de productos, que él llama “extraordinarios”, que se mantengan en las conversaciones cotidianas de las personas, hasta llegar a promocionarse por sí solos. Y realiza una analogía al señalar a una vaca púrpura como algo “increíble” y fuera de serie. Detalla que el producto debe ser así para que el no se vuelva invisible en la gama enorme de opciones que tiene el mercado.

3 • Youtility, de Jay Baer consultor de marketing digital, ‘blogger’, ‘speaker’; en su best seller de New York Times, reposiciona la relación entre las empresas y consumidores, es así como cuestiona la idea de vender un producto solo por ganar un cliente al día, o si al momento de ofrecer tu producto ayudas a la persona brindando un valor agregado. El libro busca enseñar a las empresas a que ser útiles es más importante que la idea de vender desesperadamente.

4 • Todos escriben, de Ann Handley, pionera en el marketing digital y además escritora de un best seller del Wall Street Journal, el libro contiene 74 artículos de ideas básicas y sobre todo prácticas para realizar textos para las marcas y crear contenidos con ingenio. La autora explica a sus lectores cómo escribir contenido valioso y que sea creíble para la audiencia. Además, incluye recomendaciones para que los mensajes publicitarios lleguen a una mayor cantidad de personas.



3 • Youtility



4 • Todos escriben

Mandolás: El vino seco que impulsa el presente de Tokaj

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

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

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

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

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

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

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



Tempos Vega Sicilia

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

Maridaje

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



De venta en:

📄 www.vinoteca.com

📱 [vinoteca_mexico](https://www.instagram.com/vinoteca_mexico)

Antonio Méndez,
Director General de Tempos Vega Sicilia



Laura Guerra

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

☎ 81 8344 1454

🌐 www.jinzai.com.mx

📘 Jinzai.Mx 📷 @bejinzai

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

TRANSFORMACIÓN

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

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

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

DISCIPLINA Y EXPERIENCIA

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

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



RadioFórmula
MONTERREY

89.3 FM



CIRO GÓMEZ LEYVA

LUNES A VIERNES 8:00 AM



GREGORIO MARTÍNEZ

LUNES A VIERNES 1:00 Y 3:30 PM



JOAQUÍN LÓPEZ DÓRIGA

LUNES A VIERNES 1:30 PM



JOSÉ CÁRDENAS

LUNES A VIERNES 6:00 PM

www.radioformulamonterrey.com

 Formula_Mty

 Radio Fórmula Monterrey

LIDERIZANDO LA NUEVA ERA DEL TALENTO BASADO EN LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL



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

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

Felices de escucharte.

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

+52 800 0000 JIN

www.jinzai.com.mx



TALENT ATTRACTION
Reclutamiento Masivo y Especializado

HEADHUNTING
RECLUTAMIENTO ESPECIALIZADO

JINZAI DRIVR
Tecnología exponencial enfocada a RRHH

JINZAI [LMS]
powered by Teachlr
Learning Management System

JINZAI <ISDI>
Digital Business School



Rocío G. Turner



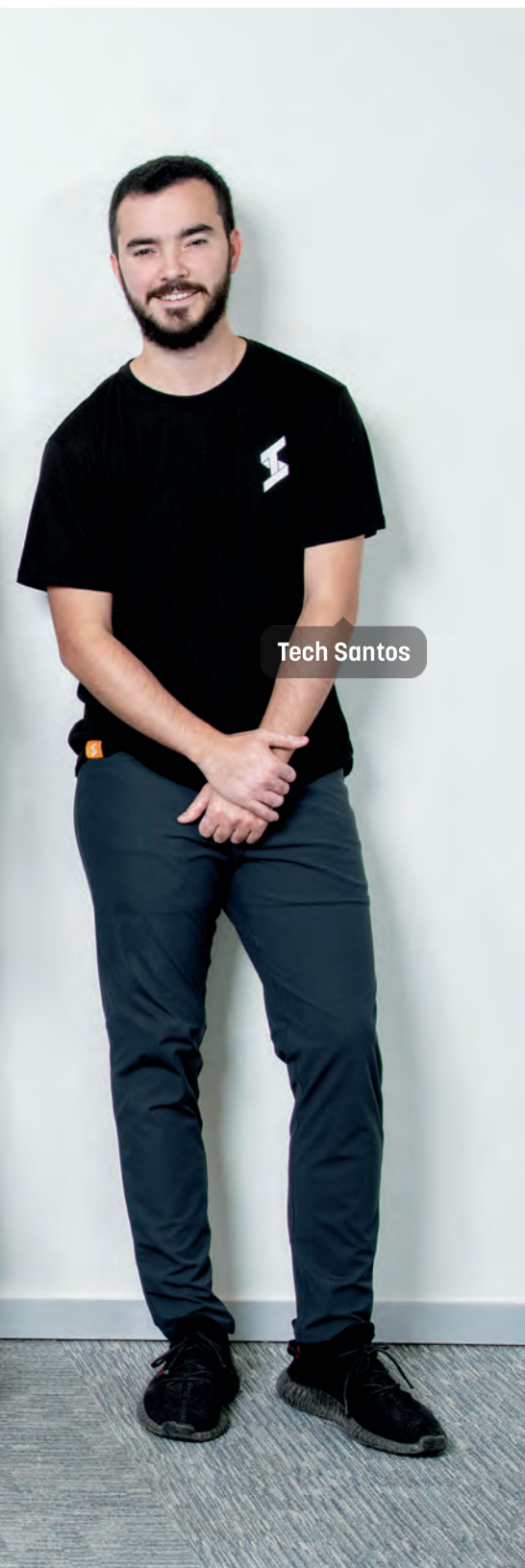
Moris Dieck



Regina Carrot



Vero Villarreal Sada



Tech Santos

The Trending Stars

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

A continuación, presentamos las historias de Regina Carrot, Moris Dieck, Vero Villarreal Sada, Tech Santos y Rocío G. Turner. En entrevista conversaron sobre sus inicios en el mundo digital, por qué se dedican a esto, cómo desarrollan sus publicaciones, su interacción con la audiencia y la gran responsabilidad de llegar a miles de personas.

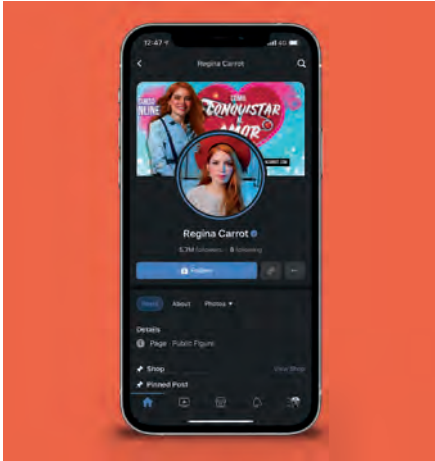
Entrevista: **Jimena Jácome**
Arte: **Armando González**
Fotografía: **Daniel Arroniz**

Producción digital: **Luis Méndez**
Backstage: **Lennon Rojas**



Regina Carrot

Motiva a más de 10 millones a crear puertas para sus sueños



Cuenta: **@Regina Carrot**
Red: **Facebook**
Seguidores: **5.7M**



A través de experiencias personales y profesionales, Regina Carrot ha desarrollado su contenido digital, el cual la ha posicionado como una de las estrellas multiplataforma más importantes de la región con más de 10 millones de seguidores en sus redes y 300 millones de vistas.

La talentosa creadora de contenido y TEDx Speaker internacional abarca temas como el desarrollo humano y las cinco categorías del bienestar: la emocional, físico, social, laboral y el bienestar. Convirtiéndola en líder de las nuevas generaciones

Lo que empezó como un `hobbie` en 2015 y despegó en julio de 2017 es ya su trabajo de tiempo completo. “Ya van cinco años desde que inicié y todos los días estoy creando contenido multiplataforma, donde el positivismo, la motivación y las relaciones humanas son los temas que más conectan con mi comunidad. Esto ha permitido diversificarme, escribir un libro y lanzar mi gira de “Speakertainment” donde mezclo mis conferencias motivacionales con una puesta en escena incluyendo la composición de canciones originales escritas por mí, titulada ‘Cómo Salir Del Club De Los Fracasados’, igual que mi libro,” detalló.

Y es que, en agosto del año pasado, Regina publicó su libro “Cómo Salir Del Club De Los Fracasados” con la editorial Penguin Random House, donde primero tocó base en las librerías de Estados Unidos, tiempo después llegó a México y este mes tuvo su lanzamiento en Colombia. “El libro es como un coaching de las emociones por medio del boxeo, te refleja como boxeador en el ring de la vida y tendrás que pasar por varios rounds, hasta que habrá un golpe que te va a forjar o a tirar. Con base a este concepto yo empecé no sólo a hablar de mi experiencia de lo que todo mundo me había dicho cuando dejé la empresa segura en la que estaba y me aventé a generar contenido cuando muchos me decían no lo vas a lograr y pude transformarlo y aprender”, explicó.

Para Regina ser una líder de opinión es una gran responsabilidad por lo que cuida cada detalle y palabra al momento de generar contenido y publicarlo en sus redes. “Hay personas a las que por medio de mi oferta digital les ayudo a mejorar su autoestima o hay

testimonios donde me han hecho saber que, gracias a algún video mío, decidieron continuar con sus vidas. Creo que es muy importante el impacto que puedes llegar a tener a través de tu contenido”, aseguró Regina.

Con un sello personal de su cabello naranja, su proyección, y la peculiaridad de sus outfits, Regina logra generar y transmitir un mensaje de autenticidad, y de compartir con las miles de personas a las que tiene alcance que los sueños se cumplen, sin embargo, hay un duro trabajo detrás, mucha disciplina y firmeza en las metas que se persiguen. Como lo describe en su conferencia TEDx “¿Eres feliz o sólo sonríes?” con más de ochocientos mil reproducciones en el canal de TED global. Su gran alcance y carisma la ha llevado a firmar con el `management` hispano más importante en los Estados Unidos: “Latin World Entertainment”, representada por Lina Cáceres.

“Para lograr el éxito se requiere constancia, no se requiere tanto talento. Porque la gente más talentosa no es la más exitosa, sin embargo, es la que continúa en el camino.”

La creadora de contenido tiene todo un plan detrás de la formación de su marca. “Inicialmente yo quería darme a conocer entonces formé una estrategia donde el primer año trabajé mucho en el tema del `wellness`, en el segundo posicioné mi marca personal y actualmente estoy sacando mis productos digitales: tengo conferencias y estoy certificada con EXMA, la plataforma de educación y conferencistas mas importante de Iberoamérica y mis cursos en línea que se llaman: ‘Cómo Conquistar Al Amor De Tu Vida’ y estoy por lanzar un curso enfocado en Estrategia Digital. También doy consultorías de Marketing Digital que es de lo que egresé de la universidad y me apasiona mucho. Recientemente volé a Los Angeles a darle una consultoría de marketing a Jenni Rivera Enterprises. Definitivamente este año es de mucho crear e innovar, además de trabajar en colaboraciones con marcas, dar mis conferencias y nuevos proyectos como ser la voz de una película animada que celebra nuestra cultura latinoamericana de la mano de la talentosa actriz Sofía Vergara.”

Impulsa la educación financiera a través de sus plataformas

Apasionado por las finanzas, la economía y sobre todo en educar de manera creativa a las personas a tomar mejores decisiones con su dinero, Moris Adrián Dieck es un creador de contenido para multiplataformas como Instagram, YouTube, Twitter, Facebook y Tiktok.

El coach y estrategia de negocios, tiene como bandera el valor de la credibilidad ya que asegura tener una gran responsabilidad con miles de personas que forman su fiel comunidad en el mundo digital.

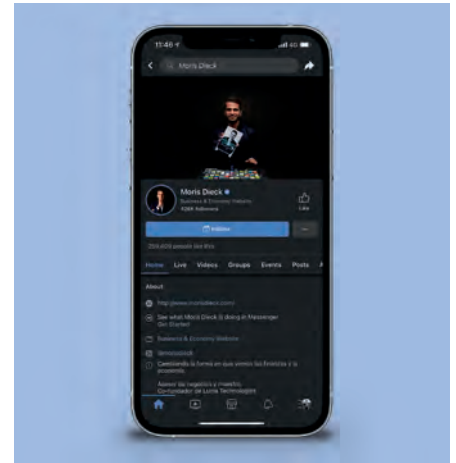
El primer video que él posteo en YouTube fue hace casi cuatro años; la publicación tuvo más 400 mil reproducciones. “Yo ya me dedicaba a las finanzas, pero lo hacía fuera del mundo digital, hasta que una vez motivado por las personas que me rodean me atreví a hacer contenido para redes; a la gente le encantó y desde ese día visualicé tener un alcance enorme por este medio y fue en 2017 cuando inicié esta aventura”, detalló en entrevista.

Para Moris el cambiar el estilo de administrarse de las personas por medio de la educación financiera es uno de los objetivos principales que tiene como generador de contenido. “Después del impacto de mi primer video, me propuse transformar un millón de carteras, ya sea que alguien quiera ahorrar e invertir y eso después le genere un patrimonio por el resto de su vida, eso hace que mi trabajo tenga un propósito, no solo en la vida de quienes confían en mí, sino en la mía”, aseguró.

Con miles de personas dentro de su comunidad, el experto en finanzas asegura que formar una credibilidad en su contenido es una de sus prioridades para realizar su agenda de publicaciones o dar su opinión en algún tema. Debido a este mismo compromiso nunca ha dejado de capacitarse; actualmente está por terminar un diplomado en la Universidad de Chicago sobre cómo las personas se comportan y por qué se comportan así; además tiene metas literarias por día; por otro lado, la base que tiene sobre consultorías la ha dado mucho impulso y aprendizaje para poder sobresalir y dar consultorías personalizadas a personas y empresas.

“El mundo digital es un monstruo indomable en el que aplica la frase de tener ‘gran poder con lleva a mayor responsabilidad’ y mi objetivo es ser un antes y un después en el tema de la educación financiera, que me vean como una referencia”

La construcción de su marca personal es un trabajo de tiempo completo, sin embargo, tiene otros emprendimientos. “Desde el principio me he enfocado en construir una marca como yo la quiero desde un inicio. Eso es algo que vive en mí todo el tiempo y tengo presente. Un 90% del día la dedico a mi marca y el otro 10% a estar pendiente de las empresas en las cuales soy socio; están relacionadas al mundo digital, una empresa de e-commerce; creamos una empresa de estrategias digitales con producción y fue pasando el tiempo y ya tengo una plataforma educativa con mis propios productos, entonces la gente quería una plataforma como la mía y comencé a ayudarles a lograrlo dándoles ese servicio; estamos por desarrollar otra empresa que es un ecosistema de educación financiera donde se invita a más gente a generar contenido y tener más alcance”, señaló. ▶



Cuenta: **@Moris Dieck**
Red: **Facebook**
Seguidores: **259.4K**



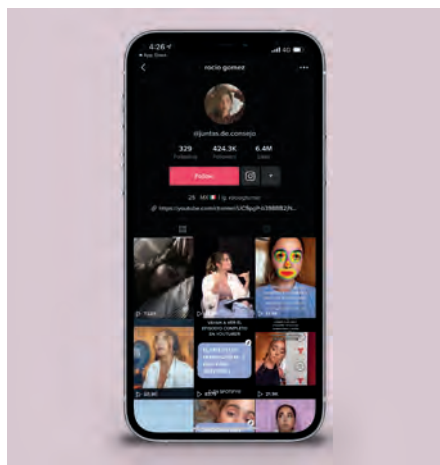


Moris Dieck



Rocío G. Turner

Busca romper estigmas sobre la terapia psicológica



Cuenta: **@juntas.de.consejo**
Red: **TikTok**
Seguidores: **424.3K**



Rocío G. Turner ha llevado su “Junta de Consejo” en TikTok a más de 400 mil seguidores, actualmente ha migrado a Instagram donde el acercamiento con las personas ha sido más fluida.

Sus personajes que conviven en las interacciones están basados en su proceso personal de terapias psicológicas. “En junio de 2020 materialicé lo que hace mucho llevaba trabajando conmigo misma en las sesiones con mi psicóloga, todo lo que ha pasado fue de manera accidental, yo quería compartir un poco del camino emocional por el que atravesaba”, detalló.

Desde su primer video miles de personas se identificaron con su contenido y fue así que Rocío se abrió paso en la red social. “Pensé que sería chistoso contar la historia y después comencé a recibir comentarios, creo que desde el tercer video supe que podía expresar el tema de la terapia de una manera muy positiva”.

La terapia psicológica; tabú en la sociedad

Por medio del humor que le imprime a cada personaje en sus redes sociales, Rocío busca promover la ayuda profesional psicológica en la sociedad y dejar a un lado el prejuicio que hay. Al señalar que aún en la actualidad no se habla abiertamente de la ayuda psicológica que la mayoría de las personas necesitan. “Vivimos en un país con una cultura que no manejamos el tema. Las personas conocen abiertamente que yo voy a un terapeuta, sin embargo, para muchos es difícil reconocer la necesidad de un psicólogo o inclusive, que asisten a sesiones”, señaló.

La creadora de contenido dejó claro que su profesión no es ser psicóloga, sin embargo, por medio de sus videos hay personas de todas las edades, incluso niñas que buscan su asesoramiento para comenzar a ir. “Lo bonito de mis videos es que las personas no me chulean una bolsa, un carro; pero me hablan para agradecerme porque tomaron la decisión de ir a terapia, de reconocer que era necesaria. A veces me dan el crédito por esto y en realidad no es mi mérito, son ellos quienes levantan el teléfono para hacer una cita y llevan su proceso”, dijo.

“No me considero influencer como mucha gente me ve, yo quiero ir mucho más allá de las redes sociales y tampoco soy psicóloga por lo mismo trato de no abarcar temas como el trastorno de ansiedad, alguna depresión o un tipo de inestabilidad emocional porque son cosas con los que todos deberíamos de tener mucho cuidado al subir en redes sociales”

Evolución y metas

La publicación de contenido en un inicio fue muy basada en una relación ‘tóxica’ y la depresión por la que ella atravesaba, sin embargo, cuando terminó el 2020 y avanzó en su situación personal, decidió dejar atrás estos temas y comenzó a trabajar en videos con temáticas como inseguridades, relaciones familiares, relaciones de amigos y trastornos de peso y la autoestima, todo esto desde la postura de incitar a tomar terapias psicológicas.

“Tengo un compromiso muy grande, entonces reboto todos mis videos con mi terapeuta, sino está disponible con otros psicólogos de mi confianza, sobre todo cuando tengo duda a quién de mis personajes asignarle los diálogos. Cuido mucho los detalles porque siempre he dicho que no soy psicóloga y es mi deber de profesionales para hablar de mi experiencia”, aseguró.

Para Rocío, TikTok fue la catapulta de todo su contenido y de las oportunidades que llegaron. Actualmente está trabajando en su podcast que replica también en YouTube y una de sus mejores experiencias fue tener de invitado a Odín Dupeyron. “No sé cuál sea mi meta, no lo tengo claro porque no conozco el camino por el que voy, pero definitivamente quiero llegar a muchas personas y abrir cada vez más el diálogo sobre la necesidad de ir a terapia,” resaltó.

Lleva sus reseñas tecnológicas a miles en YouTube

Adrián Santos, mejor conocido en el mundo digital como “Tech Santos” es creador de contenido tecnológico, desde muy chico nació su interés por realizar videos para la plataforma YouTube; y aunque al inicio publicaba temas sobre música o retos, poco a poco se fue interesando por la tecnología y los ‘gadgets’. “Yo veía mucho ‘youtubers’ jugar con aparatos y quería hacer videos de ese estilo, así que abrí mi canal de tecnología en 2017, subí mi primer video en 2018; era una reseña de unos ‘airpods’ de Apple y en el clip hablaba sobre mi experiencia usándolos, desde cómo se sentía en las orejas, cuáles eran las funcionalidades del bluetooth, qué diferencias había en sonido en comparación con otros audífonos”, recordó.

Su video de 12 fue el inicio de lo que ahora es un canal de más de 300 mil seguidores. Tech Santos, asegura que poco a poco fue encontrando audiencia a la que le servían este tipo de videos sobre reseñas tecnológicas. “Creo que ha habido varios momentos desde 2018 que me han dimensionado a cuánta cantidad de gente llega mi contenido. El primer comentario al video que subió en 2018 fue de alguien agradeciéndome por la opinión sobre los audífonos y ahí me impulsó a decir ‘estoy haciendo algo bien, a alguien le sirvió mi información’. Desde ese año y durante este tiempo ha habido varios ‘hitos’, uno de ellos es el que Youtube me reconociera por llegar a 10 mil seguidores y para mí fue una prueba de que se está aceptando mi concepto en internet; otro de ellos fue alcanzar los 100 mil, creo que cosas como estás han marcado mi camino”, explicó Tech, quien insistió en que él no se considera un ‘influencer’, sino un ‘youtuber’, al asegurar que es más metódico en el contenido que va a publicar.

“El poder generar un impacto en la vida de alguien por medio de mis reseñas y contenido, es lo que me da vida, poder ayudar a alguna persona a tomar decisiones de compra importantes dependiendo de sus necesidades; y después recibir un agradecimiento de vuelta, me hace sentir satisfecho”

Evolución a mejorar la calidad

Tech Santos señaló que desde el principio que inició su proyecto tuvo claro que lo realizaría con mucho profesionalismo y calidad por lo que construyó un fondo, lo complemento con luces y compró una mesa blanca para los ‘unboxings’. Con el paso del tiempo ha ido incrementando la calidad ya sea en la estética del video y en la forma de desenvolverse él ante la cámara. “He ido adquiriendo cosas, compré una cámara, mejoré la calidad de todo el ‘back’ y no sólo de la imagen, sino mi forma de hablar en los primeros videos era más callado, por lo mismo más aburrido. Me di cuenta que te vas acostumbrando a estar enfrente de la cámara y a estar más emocionado al hablar para llamar la atención de mi audiencia en esos 20 minutos que me van a acompañar. Hasta la fecha sigo ajustando todo para llegar a un equilibrio”, dijo.

2020 & 2021

En 2020, Adrián dejó su trabajo de oficina y se dedica por completo a crear contenido para su canal principalmente y para diversas redes sociales. “Decidí dar el brinco y dedicarme de lleno a YouTube, fue un riesgo que tomé, pero le echo muchas ganas, me ha ido bien y sigo escalando. Trato de subir de 2 a 3 videos por semana, tengo una línea de productos de los que hago reseña o cuando sale una noticia relacionada a la tecnología la grabó”, señaló.

Para este 2021 tiene como meta mejorar el contenido, contratar a personas para que le ayuden y poder enfocarse también en la realización de su podcast “Tech Santos” y el canal “Santos Gaming”.

“Me gustaría cerrar este año con los dos proyectos nuevos bien arrancados y tener unos miles de seguidores más. En cuanto al canal Tech Santos quiero llegar al medio millón de audiencia. Me encantaría trabajar con Apple, aunque no trabaja mucho con ‘youtubers’, pero me gustaría estar en el círculo de prensa, que me invitarán a eventos para poder ver sus productos antes de que salgan”, detalló. ♦



Cuenta: **@Tech Santos**
Red: **YouTube**
Seguidores: **314K**

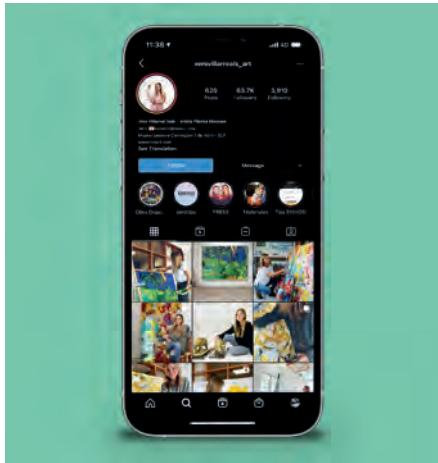




Tech Santos



Vero Villarreal



Cuenta: **@verovillarreas_art**
Red: **Instagram**
Seguidores: **63.7K**



Forma una comunidad de arte en Instagram

De una forma natural y de manera gradual la plataforma de Instagram de Verónica Villarreal Sada ha ido creciendo, desde hace cinco años la artista inició publicando cuadros que pintaba en la sala de su casa, en su cuenta **@verovillarreas_art**; ahí comenzó comercializando sus pinturas y surgió una oportunidad para atraer compradores. “Simplemente empecé por diversión y de repente ya estaba vendiendo cuadros, no sabía cómo vender, pero sabía que era una forma de llegar a más personas a través de mi arte. Me enfoqué en ello y todo tomó forma”, dijo Vero.

Por medio de sus publicaciones en 2016 Tequila Patrón de Londres contrató a Vero para hacer en conjunto una campaña de promoción a la bebida. “Hice el diseño de su botella ‘edición limitada mexicana’, realmente no sé cómo me contactaron y no tenía un gran número de seguidores; creo que me contrataron por mi contenido y ahí me di cuenta que en realidad valía mucho la pena lo que estaba logrando, fue una campaña en la que me di cuenta del potencial y me impulsó a continuar con el proyecto”, detalló

“El arte es un aprendizaje constante; me gusta comunicar y enseñar por medio de la red social. Creo que formar una comunidad donde puedan aprender y eliminar el estigma de que el mundo del arte es competitivo, entre más nos ayudemos mejor”

Para Vero transmitir sus conocimientos por medio del uso de las redes sociales es muy satisfactorio, pues le permite apoyar a jóvenes que van empezando a demostrar que no es complicado ser artista y es cuestión de perseverancia.

Proceso creativo & metas

Para Vero el uso de Instagram es como tener un ‘book’, donde se registra todo el proceso que hay detrás, hasta llegar a su resultado. De acuerdo con la creadora de contenido, el ‘feed’ de la red social cumple la función de mostrar las creaciones de los artistas a los galeristas y coleccionistas.

Las metas de la artista han estado enfocadas en crear mejor contenido y de mayor calidad. “Me enfoco en ser una buena artista plástica, porque siento que eso es lo que hace que mis publicaciones sean de valor; en el momento en el que yo pierda esta meta y me cargue más en la plataforma, siento que no sería autentico ni de calidad, por eso le doy prioridad siempre a mi arte, a mis exposiciones, a enseñar tanto en Instagram, como en mi taller; a mi carrera como artista y creo que eso me hace tener éxito”, explicó.

“Creo que el uso responsable de las plataformas digitales es importante, porque he visto mucha gente que no lo usa de una forma positiva y estamos en un mundo donde influye tanto lo que la gente muestra en sus redes provocando mucha ansiedad. Pienso que si vamos a publicar algo tiene que comunicar mensajes positivos, con enseñanza, de ‘wellness’ y no que genere más estrés”.♦





El medio somos nosotros

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

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

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

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

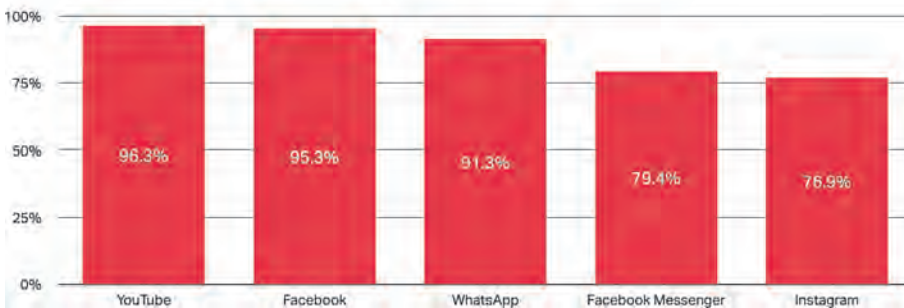
Pues sí, todo el ‘boom’ en las redes provocado por las campañas políticas de Trump y del Brexit en 2016 desembocan en lo que estamos viviendo actualmente en estos días, el empoderamiento de todos nosotros como canales de comunicación en las redes sociales. Esto nos abre áreas de oportunidad para potenciar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



Principales plataformas digitales utilizadas por los mexicanos

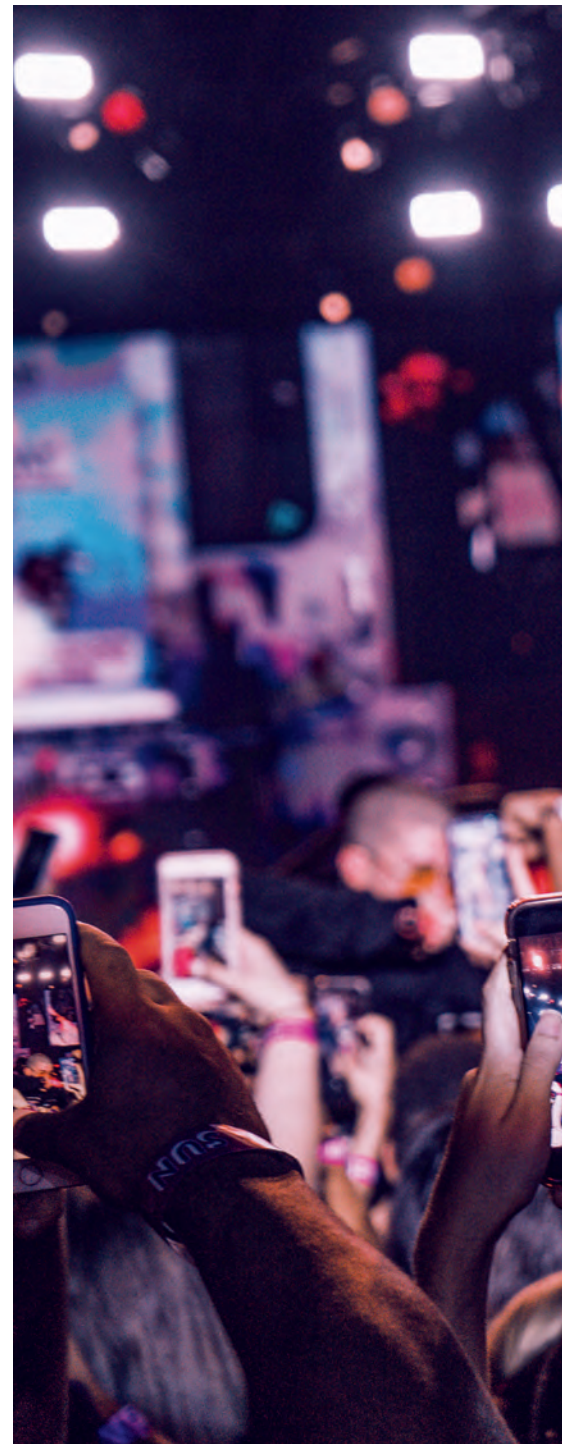
El acceso a internet en nuestro país avanza a paso veloz y con la pandemia su evolución fue mayor. Hoy en día somos 71% de la población mexicana los que navegamos en la Word Wide Web, predominantemente a través de dispositivos móviles, lo que a su vez ha generado más visitas a sitios web y un mayor uso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

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



Inversión en publicidad en redes sociales

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

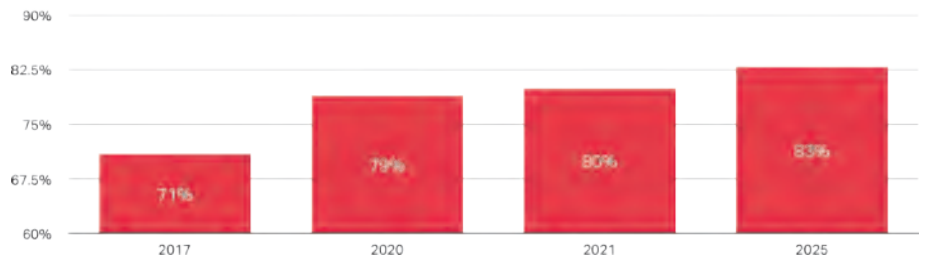




Inversión en pauta publicitaria digital en México

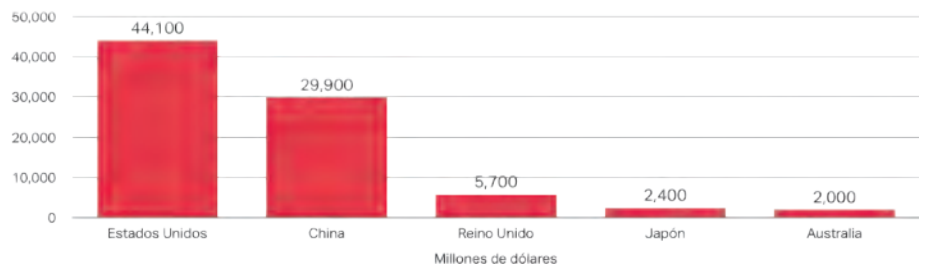
La inversión en pauta publicitaria digital creció 28% de 2015 a 2016, cuando alcanzó \$19,055 millones de pesos en el mercado mexicano. De acuerdo con el Estudio de Inversión en Comunicación en Internet, desarrollado por IAB México y PwC México, este tipo de publicidad logró una participación de 24%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

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



Previsión de inversión en redes sociales en el mundo

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



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

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

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

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

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

Fuente: Forbes México



EL MARKETING DE HOY

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

LA SOCIEDAD

Transformamos marcas

Con más de 15 años de experiencia trabajando para diferentes industrias y culturas, LA SOCIEDAD se ha logrado posicionar como una de las 25 agencias líder a nivel nacional. Gracias al trabajo de sus fundadores Humberto Abiel Garza y Pablo Leva, la agencia ha mantenido su filosofía con base en un balance perfecto entre la estrategia, la creatividad y ejecución de los proyectos. El enfoque estratégico 'Emocional Mapping' es sello distintivo de la agencia, el cual busca establecer una conexión emocional entre las marcas y sus respectivas audiencias clave. La empresa tiene oficinas en Monterrey, Ciudad de México y San Antonio, Texas para dar atención a todos sus clientes en el país.

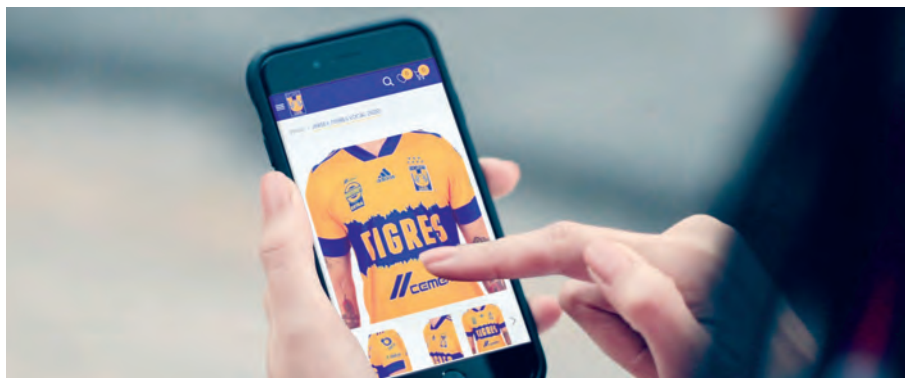
CLIENTES

- Club Tigres
- Helados Nestlé
- Nutrisa
- Papa John's
- Weber

"El entorno de la comunicación cambió el último año, más que los 5 años anteriores. El secreto ha sido adaptarnos a las nuevas condiciones. Siendo más ágiles, sin perder el enfoque creativo y estratégico, dando mejores resultados"



Humberto Abiel Garza y Pablo Leva



#RETO Silk
¡BIEN HECHO!
CONVIERTE TUS PROPÓSITOS
EN TU NUEVO ESTILO DE VIDA

El trabajo de: Club Tigres

Nombre de la campaña:
Todos tenemos un amigo Tigre

La pandemia disminuyó la afluencia de clientes en las tiendas físicas del Club, provocando que el comercio en línea se convirtiera en el canal seguro para conectar a la afición e impulsar la venta de artículos.

El objetivo fue consolidar la Tigre Tienda como un activo digital de excelencia, mejorar la experiencia de compra y proporcionar todos los productos a la afición.

Por medio de el área de marketing del Club, en conjunto con ACTUALLY y LA SOCIEDAD se logró incrementar el número de visitas a la tienda online y las ventas aumentaron en un 500%.

ESTRATEGIA

- Desarrollo de Marcas
- Campañas de comunicación
- E-commerce y conversión digital
- Branding
- Digital



LA SOCIEDAD

- www.lasociedad.com.mx
- 8111334949
- contigo@lasociedad.com.mx
- @LASOCIEDADMX
- @lasociedad

La Intuición

Déjate llevar.

Desde 2010, con gran éxito La Intuición hace sinergia con marcas que confíen en su filosofía y metodología para resolver sus necesidades de marketing y comunicación y esto no lo decimos nosotros, sino las distinciones que señalan a esta agencia como una de las mejores tanto en nuestra ciudad, como en el país.

La historia detrás del éxito

El concepto detrás del nombre de la agencia parte que una idea no solo se debe pensar, también se debe sentir, esto resulta del uso de todas las capacidades sensoriales más el sexto sentido; la intuición.

La cual les permite recurrir a ese almacén mental donde se encuentra toda la información de nuestras vidas, teniendo como resultado data siendo procesada a una alta velocidad por el subconsciente para que la mente consciente comprenda y tome decisiones.

Esto logra humanizar los mensajes a través de 'insights', los cuales empoderan a la marca y crean un vínculo emocional con el target al ser percibidos de forma natural y distintiva.



- Cientes**
- Las Alitas
 - Tribunal Electoral del Estado de Nuevo León
 - Universidad Tecmilenio
 - ITESM
 - Jumex
 - Christus Muguerza
 - Ruffles
 - Charly Futbol
 - Heineken
 - ABA Seguros





“Nos emociona saber que hay ideas por descubrir, y queremos lograrlo para nuestras marcas”.
Alan Guzmán, CCO

“Nuestro modelo tiene la flexibilidad para integrarse en cualquier fase del proceso de marketing y comunicación del cliente”.
Mauricio Guzmán, CEO



SERVICIOS ESTRATÉGICOS

- Branding
- Estrategias de comunicación
- Estrategias digitales
- Campañas publicitarias
- Campañas internas
- Social media
- Inbound marketing
- Producción audiovisual
- Performance / Paid Media
- Gestión de medios offline

Top campañas

- ABA Seguros: Relax
- Charly Futbol: No Estoy Lejos, Estoy En Casa (André-Pierre Gignac)
- Ruffles: FC Barcelona
- Jumex: FC Barcelona
- ITESM - We & You (internacional)
- Parque Ecológico Chipinque: Una Montaña Llena de Historias

El trabajo de La Intuición

- 11 años de experiencia en los cuales han colaborado con más de 250 marcas regionales, nacionales e internacionales.
- 9 años consecutivos dentro del ranking de Merca2.0 de las mejores agencias de publicidad en México.
- Rankeados dentro del top 10 de Nuevo León y top 80 de México por Merca 2.0 en 2019.
- Primer lugar en los Reader's Choice Awards (ABA Seguros – Relax).

La Intuición

☎ 8110221478

✉ info@laintuicion.com.mx

🌐 www.laintuicion.com.mx

📷 @laintui

📺 @laintuicion

📺 laintuicion



Adrian Hernández, Director de Arte y Diseño, y Ricardo Bense, Director de Estrategia

Backdoor Marketing Digital

La clave del éxito es una excelente marca y una buena estrategia de marketing digital.

Backdoor Marketing Digital, es una agencia centrada en obtener resultados reales para empresas de cualquier tamaño. Las estadísticas de nuestro país dicen que el 90% de los negocios no sobreviven más de 8 años, y que el 50% no logra incrementar su volumen de ventas en el transcurso del tiempo. ¿Por qué sucede esto?

De acuerdo con los expertos de la agencia, existen cinco pilares principales en un negocio: marketing, desarrollo de productos o servicios, contabilidad, servicio al cliente y operaciones. El pilar más importante de todos, y al que rara vez se le da una mayor prioridad, es el marketing. Las otras funciones son vitales para que un negocio opere correctamente; sin embargo, sin el marketing, no hay ventas y sin éstas, una empresa no puede sobrevivir. Se pueden generar algunas ventas vendiendo con métodos tradicionales, que es lo que la mayoría de las empresas hacen; pero tienen un límite: las ventas se limitan a la cantidad de horas de trabajo, las llamadas

realizadas por hora, o el poco alcance que obtienen estos métodos, por mencionar algunas. Si una empresa se limita a vender de esta manera afirmaron que no logrará un crecimiento constante, para lograr generar las ventas necesarias y así crecer como empresa, es imprescindible utilizar un sistema automatizado, que haga llegar el pitch de venta a un gran número de personas al mismo tiempo las 24 horas al día, 7 días a la semana, 365 días al año. Es ahí donde intervienen ellos para ayudar a empresarios y directivos que necesitan incrementar sus ventas. Lo primero que hacen con sus clientes es una sesión de descubrimiento donde crean un plan detallado con el presupuesto de cada empresa, para luego ejecutar el plan juntos. Un buen producto o servicio va a triunfar en su industria con una buena estrategia de marketing digital, de esta manera, las empresas logran incrementar las ventas y no corren el riesgo de ser parte de las estadísticas deprimidas.

Servicios:



.01
Marketing Digital



.02
Desarrollo Web



.03
Branding

www.backdoor.com.mx
8113168576

contacto@backdoor.com.mx
BackdoorMx

@backdoormx
Backdoormx

Peluchería: Rediseño web

Reto: Rediseñar la experiencia de los usuarios en su primer contacto con la marca por medio de la página web, y agregar una nueva forma de adquirir los productos de la empresa por medio de una tienda en línea.

Solución: Se utilizó un diseño minimalista para facilitar la navegación de los clientes. Además, se mejoró la velocidad de carga. Por último, se creó una tienda en línea fácil de usar, con la oferta completa del negocio.

Resultados: En el primer mes de lanzamiento, se incrementaron las conversiones, como la descarga del catálogo y un porcentaje importante de las ventas de la empresa, pasaron a ser por medio de la página web.



Grantum Bioworks: Branding

Reto: Crear una identidad que conecte conceptos aparentemente excluyentes y logre formar una relación real con el mercado meta.

Solución: Diseñar una identidad de marca con diferentes puntos de contacto, conectando los conceptos de naturaleza y tecnología.

Resultados: Grantum Bioworks se ha convertido en una marca exitosa, que sigue expandiendo su oferta de productos para el beneficio de las sociedades en diferentes sectores.



Peluchería: Estrategia marketing digital

Reto: Incrementar las ventas de la empresa, llegar a un público que realmente esté interesado en la oferta de Peluchería y así también, incrementar la base de seguidores.

Solución: Se creó una estrategia completa utilizando una variedad de campañas por medio de las plataformas como Google y Fb Ads con diferentes objetivos específicos que se refuerzan entre sí; para lograr mejores resultados con una optimización continua.

Resultado: En tan solo el primer mes, se logró un retorno de la inversión en las campañas de hasta 5x.

Unipal Global: Desarrollo web

Reto: Rediseñar el sitio web de la empresa, que tiene como objetivo la captura de leads para la venta de productos de cartón en el mercado americano.

Solución: Una web actualizada dedicada a educar al mercado potencial con los beneficios del producto utilizando elementos visuales.

Resultados: Incremento en la obtención de leads altamente calificados y listos para comprar por medios digitales.



CLIENTES

- Peluchería
- Química Pumex
- Purcom
- Boxes.mx
- Unipal Global
- Quimmco
- Ignite Organizations
- ERSSA
- Sal de mar
- Treviño y Mendoza, S.C.

Backdoor
Marketing Digital

Más Uno Marketing

“Somos especialistas en marketing digital, creadores de campañas útiles y efectivas para vender más con resultados garantizados”

Conformada por un equipo de emprendedores y soñadores enfocados en generar resultados de venta a sus clientes, la agencia Más Uno Marketing fue fundada en 2015, conscientes de la relevancia que ha tomado la transformación digital para los negocios prioritariamente en el último año se han enfocado en brindar a sus clientes estrategias exitosas para vender más digitalmente.

Ana Varela y Francisco Alanís socios de la agencia cuentan con la experiencia y un equipo especializado para generar campañas que lleven oportunidades reales de venta, dedicados a sumar a los objetivos de sus clientes desde su oficina base en Monterrey y clientes en San Antonio, Texas.

“Las personas antes de comprar, investigan, por ello debemos estar en el momento y la plataforma ideal para convertir” detallan, sus especialistas dedicados, el reporte que llevan en tiempo real y su profundo enfoque en cada cliente es lo que los distingue.

Convertimos a los extraños en tus amigos, a los amigos en clientes y a los clientes en tus vendedores.



LA HISTORIA DETRÁS DEL ÉXITO

+100

campanas con Retorno de Inversión hasta por 300%.

+40

clientes con permanencia a través de los años gracias a los resultados obtenidos en sus campañas y atención.

+150

campanas con Alcance e interacción hasta el triple de sus dígitos iniciales.

+30

marcas han confiado su lanzamiento y estrategia en nosotros.

GIROS DE MAYOR EXPERTIZ



Salud



Belleza



Servicios Profesionales



Automotriz



Telecomunicaciones

CERTIFICACIONES



más uno.

MARKETING



www.masunomkt.com

@masunomarketing

8119394815 hola@masunomkt.com

Servicios estratégicos de la agencia

- Estrategia personalizada en plataformas digitales
- Marketing automatizado
- Facebook ads, Google ads
- Administración de redes sociales
- Branding / Diseño
- Páginas especializadas en conversión



¡Qué nivel de internet!



Haz Match con **NETFLIX**
INCLUIDO

800 330 1111 totalplay.com.mx

Consulta términos y condiciones en www.totalplay.com.mx

viont

El creador de viont, inició la agencia de marketing con la idea de ofrecer oportunidades de crecimiento para sus clientes y los consumidores. La empresa busca formar relaciones a largo plazo con cada uno de sus clientes. Tanto ha sido su desarrollo que ha superado los planes originales y como consecuencia han recalculado sus expectativas.

“Cada día nos motiva más el llegar a potencializar negocios de distintos giros en su crecimiento comercial gracias a viont. Nos impulsa ser facilitadores en la implementación de nuevas tecnologías. Trabajamos para que todos nuestros clientes tengan mejores procesos comerciales”, detallo Armando Capetillo, fundador de la agencia.

Para viont es una satisfacción enseñar a los emprendedores y empresarios que el mundo digital como apoyo para sus ventas es muy sencillo de implementar, además el equipo de expertos acompaña en todo el momento a sus clientes para crecer juntos. La agencia ha trabajado para diferentes sectores, desde emprendedores que inician con su proyecto hasta empresas con más de 40 años de experiencia.



Armando Capetillo



Natalia Gutiérrez



Liz Banda

CLIENTES

- Sector Manufactura como IINSCOM
- Sector Servicios como despachos de consultores, contadores y abogados (Risk México, Aktion Tax, GRC Legal)
- Sector Construcción además de contar con una app propia lecon.mx
- Sector Industrial Grupo Everest
- Sector Médico con empresas en Estados Unidos como HCE Review
- Sector `Fitness / Influencers´ como `influencers fit´ del centro del país o en Monterrey con Miguel Aquino

Miguel Aquino:

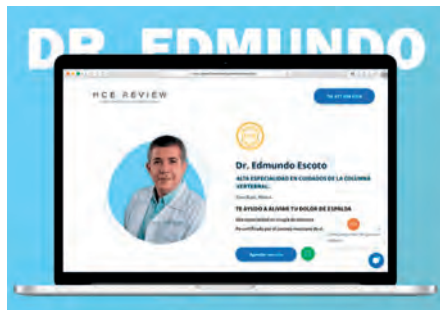
Para su campaña, viont trabajó en el `e-commerce´, el cual está conectado con otras plataformas para lograr automatizar el proceso administrativo de las ventas; además de llegar a más personas al enviarles contenido de valor de forma automática en base a la fidelidad con la marca, siendo un puente entre el cliente y su mercado.

TOP CAMPAÑAS

- Automatización de ventas conectadas con `email marketing´ basados en un `lead score´. De esta manera fidelizan a los clientes para tener mayor porcentaje de conversión.
- Récords en las ventas de proveedores enfocados a distintas industrias a partir de las campañas de `Google Ads´ y `Facebook Ads´ en el cierre de año con ROAS, mayor al 30%.
- Récords de venta en campañas de `influencers fitness´ maximizando el ROAS en más de un 100%.

El trabajo de Viont

- Apertura de una empresa hermana “Flister”, enfocada en la prospección y clasificación de vendedores altamente capacitados para dar apoyo a sus clientes que deseen aumentar el porcentaje de cierre de los leads que generan mediante el marketing digital
- Creación de una unidad de negocio alterna: Aplicación dirigida a los arquitectos para gestionar mejor sus procesos desde un dispositivo móvil.



“El éxito de las campañas de viont se basa en entender las necesidades del cliente. Buscamos aprovechar al máximo nuestra experiencia en consultoría, procesos, sistemas e innovación para proveer a cada uno del servicio a su medida”

PLATAFORMAS

- Amazon Aws
- Google Cloud Platform
- Wordpress
- Shopify
- Activecampaign
- Engagebay
- Zapier

SERVICIOS ESTRATÉGICOS

- Landing pages
- Sitios web informativos
- Sitios web `e-commerce`
- Campañas en `FB Ads, Google Ads`
- Posicionamiento SEO
- Automatizaciones de procesos de ventas
- E-mail marketing
- Diseño y creación de estrategias de marketing digital
- Gestión de redes sociales



- 📞 +52 8120213997
- ✉ info@viont.mx
- 📧 viont.mx
- 📘 viont.mx
- 📷 viont.mx
- 📺 viont

RESET

Design & Creative Consulting

La empresa RESET Co. fue creada en 2011 para resolver problemáticas de comunicación que se presentan en los proyectos. Al tomar la ejecución de estos, desarrollan los conceptos como punto de partida, trabajan en el branding y son especialistas en el área editorial.

Para Erika Múzquiz (Co founder) y Julián Iñiguez (Creative and Strategic Brand Designer), en RESET Co. la forma no puede existir sin la función y viceversa, porque carece de propósito si hace falta alguno de estos dos pilares.

ALGUNOS DE SUS CLIENTES

- UDEM
- FOTO FINISH
- INVEST MONTERREY /
- THUBAN
- AGENCIA DE FOMENTO
- DATAQ
- DE INVERSIÓN Y TURIS-
- INVEIN
- MO NUEVO LEÓN
- PGM Patología Clínica y
- Floristería 73
- Genética Molecular
- Molder & Skin
- FEMSA / FEMSA-
- INSTITUTO CUMBRES
- SOLISTICA
- BEAUTY DONE RIGHT
- CEMEX

“Reinventarnos en cada proyecto para nosotros es esencial para ser fieles a nuestra filosofía y no encasillarnos en un mismo estilo, ya que los proyectos viven de necesidades completamente distintas entre ellos”



Erika Múzquiz y Julián Iñiguez



EL TRABAJO DE RESET

- Manual de Autoconstrucción “Yo Construyo” Centro CEMEX-Tec 2016 / Exposición en la Bial de Venecia, Muestra Internacional de Arquitectura.
- IRON AWARD – LIBRO TEXTOS DE GRÁFICOS en (A' Design Award & Competition 2020 / Italia).
- 2do lugar en Print Awards - INFORME ANUAL UDEM 2019 / Adobe (Categoría Informes Anuales 2020).
- Publicación en revista A! Diseño. Campaña UDEM 2020. Mayo 2021.

DISEÑO EDITORIAL

- Branding
- Estrategia de marca y comunicación
- Campañas publicitarias
- Desarrollo de contenidos
- Packaging
- Naming
- Animación digital
- Dirección creativa y dirección de arte

RESET

www.reset.mx
 (81) 1924 2156 hola@reset.mx
 @madebyreset

SERVICIOS

- MANEJO PROFESIONAL DE REDES SOCIALES
- DISEÑO Y PROGRAMACIÓN WEB
 - BRANDING
 - DISEÑO GRÁFICO
- POSICIONAMIENTO WEB
 - GOOGLE ADS
- CAPACITACIÓN DE EQUIPOS DE MARKETING DIGITAL
- PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL



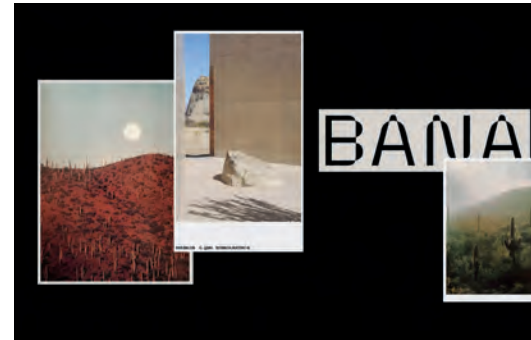
#NADANOSDETIENE



Algoritmo Design

Escuchamos. Entendemos. Creamos

La empresa Algoritmo Design inició en 2017 materializando sus sueños, pero también los de sus clientes. Es una consultoría de marcas enfocada en los resultados, en la cual los expertos trabajan partiendo de escuchar para entender y acercar a las personas hacia sus metas. Tienen como base construir desde una visión de diseño inspirada en la vida diaria de sus colores, dinámicas y conversaciones con el único objetivo de hacer lo cotidiano algo nunca antes visto. La estrategia, el diseño y la tecnología son los pilares estratégicos del equipo. Además de diseñar partiendo con el conocimiento de que hay muchos caminos para llegar a un destino y buscando nunca repetir los pasos, teniendo siempre como referencia el contexto específico de cada reto.



CLIENTES

- Keller Premium Cleaners (Monterrey) Estrategia, Branding & Campaña de lanzamiento
- Medio Pliego (Saltillo) - Estrategia, Branding, Web & Campaña de Comunicación
- Vinícola Contradanza (Arteaga, Coahuila) Estrategia & Branding
- Monto Nómina Inteligente: Naming & Branding
- RGMX - Campaña de comunicación
- Gallo 71 - Campaña de comunicación
- Cerveza Parrillero SMP - Branding & Packaging
- Grupo Yoreme (Sonora) Estrategia, Branding, Web & Comunicación
- Tufesa (Sonora) Estrategia, Branding & Web
- Simple Foods (Morelia) Estrategia, Branding & Packaging



“Nuestro propósito en Algoritmo Design es transformar marcas con empatía, funcionalidad y belleza, desde un punto de vista interseccional e inclusivo”

Norma Coker @normacoker - Dirección General
Karla Cruz @karla_cruise - Dirección Creativa

LA HISTORIA DETRÁS DEL ÉXITO

Duración: 12 meses
Campaña: Mezcal Júrame
Objetivo: El espíritu de una comunidad. De un pueblo que guarda el conocimiento ancestral del maguey nace una marca representativa, entrañable, y funcional
Metodología utilizada: Investigación etnográfica, estrategia de marca y narrativa de marca, Naming, diseño de identidad y de empaque, estrategia digital (Facebook, Instagram, Amazon, Google)
Logros alcanzados: Posicionamiento rápido y efectivo con los públicos meta de la marca en el centro, norte y sur de México. Ahora la marca está incursionando en el mercado de Estados Unidos

METODOLOGÍA

- Investigación cualitativa y etnográfica
- Diseño de estrategias de marca y arquitectura de marcas
- Identidad de Marca & Packaging
- Diseño y desarrollo de productos digitales
- Campañas de comunicación y posicionamiento digital

algoritmo

www.algoritmo.design
81 23 55 79 29 hola@algoritmo.design
@algoritmo.design byalgoritmo
algoritmodesign



MOCHOMOS

Wally


METROPOLITAN
CENTER

RESERVA 81 8647 0160

© mochomosmtty • mochomos monterrey

mochomos

XP3 Exponential Performance

Más que una agencia de marketing digital

La misión de XP3 es comunicar de la manera más efectiva el valor que sus clientes generan en sus clientes y consumidores, siempre apoyados en la generación de toda la inteligencia que los datos e información que las empresas y sus plataformas pueden brindar. Desde su creación en 2020, la empresa tuvo como base la integración de elementos tecnológicos en su forma de implementar las estrategias. “Nuestro diferenciador es que generamos inteligencia basada en datos para tomar decisiones estratégicas; estamos centrados en el paradigma de transformación digital para generar valor a nuestros clientes. Somos una empresa de marketing pensada en el impacto que genera el tener información analizada”, aseguró su fundadora Norma Pólito.



Norma Pólito

“Es primordial el impacto que generamos en los clientes. Nosotros vamos más allá, no nos quedamos con solo llevar la red social, sino que nos metemos en todo el proceso de ventas, desde hacer la campaña hasta llegar a ser un equipo, para que todo sume y el proceso del negocio funcione de forma adecuada”

CLIENTES

- Lunaiena
- Dronamex
- Cec
- Terapiacondore
- Interhuman
- Guimol

Algunos de sus paquetes de servicios:

- +Digital Ads.** Campañas de publicidad en FB e IG
- +Social Media Plus/Premium.** Administración de redes sociales, pautas digitales, generación de contenido, diseño y CRM.
- +Marketing Strategy.** Creación de una estrategia de marketing digital a la medida, se convierten en un equipo de marketing interno. Diseño de sitio web, social media, SEO, Google Ads, LinkedIn
- +E-commerce.** Administración de la tienda online, generación de estrategias para incrementar la tasa de conversión y lograr ventas.

CASO DE ÉXITO:

Luniena “La energía del Universo en tu piel”

“A esta marca de `skincare` la ayudamos a migrar de nombre, de concepto; trabajamos en su nueva imagen, en su branding y en forma una estrategia completa de marketing digital; además llevamos sus campañas en Google Ads, Facebook e IG, y agregamos la parte de los `influencers`. Esta marca tiene un `e-commerce` de la cual nos encargamos de administrar y llevar al cliente a algo tan tangible como son las ventas. Al final hemos hecho que su comercio en línea creciera hasta un 85% con relación al año anterior”, detalló Norma.

Alianzas de Exponential Performance

- Wix
- Shopify
- Clientify



Exponential Performance

📞 81 4593 2062 🌐 www.xpe3.com

✉ info@xpe3.com

📱 XP3.exponential 📷 xp3performance

📺 XP3 - Exponential Performance



SIPRELAD

PLD / SAC / AML

Sistema de Prevención de Lavado de Dinero

Sistemas de Prevención de Lavado de Dinero
Sistema de Administración de Cartera
Listas SIPRELAD
Sistema de Anti - Lavado
Servicio de Nube

📍 Monterrey / CDMX



www.siprelad.com

TIEMPOS DE DECISIÓN

Por Laura Garza

@lauragarza www.lauragarza.com

Todos los días tomamos decisiones, la mayoría de manera inconsciente y automática, de tal forma que sería imposible contabilizarlas, sin embargo, según estudios realizados a nuestro cerebro, estamos rondando en alrededor de 35mil.

Decidimos con base a nuestras emociones, estado de ánimo, lo que escuchamos, lo que leemos, lo que nos platican, lo que hemos aprendido y lo que finalmente nos hace sentir cómodos.

Nuestro cerebro está continuamente recibiendo mensajes que van adecuándose a la situación que vivimos, unos toman prioridad y otros van desmoronándose en la memoria conforme avanza el día.

Vivimos tiempos de infodemia, en donde la saturación constante de información se da a través de nuestras redes sociales, los medios tradicionales y las cadenas falsas que llegan a nuestros celulares que de alguna u otra manera terminan influyendo en lo que decidimos opinar.

A todo eso se suma el tiempo electoral, uno de los más grandes e intensos que hemos vivido en nuestro país.

En este Proceso Electoral estamos frente a la renovación de la Cámara de Diputados y distintos cargos en los 32 estados del país, es decir, diputaciones, senaduría, gubernaturas, alcaldías, presidencias municipales, sindicaturas y regidurías.

Para darnos una idea más clara, son más de 21mil cargos de elección popular que deberíamos de tomar en serio y no repetir al desinterés y la apatía que en muchas otras ocasiones se ha apoderado del electorado.

Pero el número de ciudadanos registrados hasta el mes de abril en el Instituto Nacional Electoral predispondría un 6 de junio en donde 93, 984, 196 ciudadanos estarían dispuestos a emitir su voto.

Nuestro país enfrenta distintas crisis en escenarios múltiples, la pandemia ocasionada por el Covid-19 solo ha venido a exhibir aún más el deterioro en materia de salud, económica y social.

Los jóvenes están dispersos y los adultos no han encontrado cómo eliminar el hartazgo que los propios políticos les ha provocado. Las promesas fallidas, los discursos enérgicos que han terminado por ser solo una especie de señuelo efímero y una serie de acciones que han venido a beneficiar a unos cuantos y han deteriorado y olvidado a la mayoría de la población.

Las campañas políticas de ahora vienen a dar un giro radical en la manera de presentar las propuestas de los candidatos, las redes sociales operan como una especie de espejismo porque han logrado mantener cautivos a una gran parte del sector de la población, pero bien lo ha escrito el estratega Carlos Pacheco García que llevó a ganar al “Bronco” como gobernador de Nuevo León: “Un ‘like’ no es un voto”.

Aunque claro, tenemos el caso de la Mariana Rodríguez Cantú, esposa del candidato a la gubernatura de Nuevo León, Samuel García a quien le ha funcionado crear una campaña satélite que le sume mayor proyección con los más jóvenes del estado.

Las redes se vuelven valiosas por la rapidez con la que un mensaje de multiplicación, no como los tiempos de antes en donde las réplicas entre un candidato y otro tenían que ser buscadas y generadas en los noticieros más importantes o en los espacios de mayor ‘rating’ en las televisoras y emisoras de radio.

Twitter, Instagram, Facebook y ahora TikTok están funcionando como enlaces directos a la gente en donde se acierta en una cercanía que les hace olvidar los verdaderos problemas que necesitan una solución urgente, en materia de seguridad, economía y salud.

La batalla electoral que se vive también es histórica, pues nunca antes se había luchado contra un partido liderado por el propio presidente para conseguir el control total sobre todo tipo de instituciones y lo más grave, de los tres poderes de la nación.

Hoy más que nunca necesitamos salir a votar, como un acto de defensa a la democracia que tanto hemos defendido y que nos ha dado voz para que usted y yo podamos salir a votar de manera libre.

Las estrategias de campaña están por cambiar y dar el último giro en este mes, mientras que la gran mayoría de los mexicanos no sabe aún por quién votar, y no saben porque están desorientados e indecisos porque los candidatos actúan como en un ‘reality show’, y no en una carrera política que tendría que hablar de frente y proponer soluciones tangibles y viables basadas en las preocupaciones y problemáticas más profundas de la sociedad.

Estamos ante un grave problema económico y social, cientos de miles de familias han perdido su trabajo, han disminuido sus ingresos a causa de una cuarentena alargada, la canasta básica hoy en día es más cara, las carreteras se han vuelto inseguras, niños y enfermos de cáncer han dejado de recibir su medicamento, miles de personas dejaron de tener acceso a servicios médicos, mujeres que trabajaban como jefas del hogar han dejado de hacerlo porque se han quedado sin guarderías, ni apoyo.

Pensar en nuestro país, debería de ser con miras a un presente que recupere el orden y la certeza de que los ciudadanos, todos, tenemos una responsabilidad compartida en lo que hoy vivimos.

Pero, sobre todo, pensar en Nuevo León y no olvidar la experiencia ganada y vivida en el 2015 hasta la fecha cuando la mayoría de los regiomontanos dieron el voto cargado de enojo, hartazgo y un tanto el sentimiento de venganza hacia los partidos políticos, y se lo otorgaron al candidato independiente Jaime Rodríguez Calderón El Bronco.

Es decir, no estamos para dejarnos llevar por los impulsos o por un gusto superficial de caracteres. Hoy más que nun-

ca debemos de prestar atención a lo que nos propone Adrián de la Garza, Samuel García, Fernando Larrazabal o Clara Luz para la gubernatura.

Hemos de ir descartando a uno u a otro por el bien que le pueden hacer a nuestro estado, no porque bailen más o menos, porque sean buenos con las redes sociales o porque accedieron a una ‘selfie’ con usted.

En Nuevo León también nos la estamos jugando, porque para un estado como el nuestro se requiere un líder que planee con una visión al futuro, que cumpla lo que promete, que administre de manera correcta y distribuya para las principales causas sociales.

Somos Nuevo León, un estado que siempre ha sido fuerte, con gente trabajadora que sabe distinguir entre lo bien hecho y lo que no se hizo.

Debemos de tener claro que la división y la polarización no son acciones positivas a corto, mediano ni largo plazo. Hoy más que nunca debemos de buscar la unión y el consenso en todos los sectores.

Hemos de estar atentos a los que los candidatos en nuestros estados nos hablan sobre el Estado de derecho y la seguridad, sobre la economía y las acciones a realizar para salir juntos de este bache mundial, de la igualdad de oportunidades, la infraestructura y el plan de salud que garantice el acceso a todos.

El reto es de todos y la decisión que tomemos deberá estar basada con el entendimiento y un razonamiento más profundo, dejando de lado la percepción falsa de que la política no nos importa.

Hemos de evaluar los problemas que cada candidato aborda, las soluciones que plantea, los valores del partido, la confianza que genera o la que no y sobre todo, si se dirige a la gente de frente.

No olvidemos que lo que percibimos, no siempre es la realidad. Decidamos con la certeza y la exigencia de una legitimidad que triunfe y que lo haga por todos los mexicanos, sin ningún tipo de excepción.

Salgamos a votar este 6 de junio. ♡



Foto: Victor Pedraza

Fernando Larrazabal

A Nuevo León se le respeta

Desde hace 24 años, el empresario Fernando Larrazabal, ha estado implicado en el servicio público. Es un político mexicano que ha sido alcalde de San Nicolás y Monterrey, así como miembro del Congreso de Nuevo León en 2009, y diputado federal en la LXII Legislatura del Congreso de la Unión de 2012 a 2015.

Actualmente es aspirante a la gubernatura del estado de Nuevo León por el Partido Acción Nacional (PAN), en el que lleva una militancia de 22 años.



- www.fernandolarrazabal.com
- [@FerLarrazabalNL](https://twitter.com/FerLarrazabalNL)
- [Fernando Larrazabal](https://www.facebook.com/FernandoLarrazabal)
- [ferlarrazabalnl](https://www.instagram.com/ferlarrazabalnl)
- [FerLarrazabalNL](https://www.youtube.com/channel/UCFerLarrazabalNL)

TEMAS DE ENFOQUE

I EMPLEO

Reactivar micro empresas para que en un corto tiempo se puedan recuperar los empleos perdidos a raíz de Covid-19, impulsando un programa de incubadoras de negocios, a través de la Secretaría de Fomento Económico; así como al ofrecer asesoría jurídica y financiera para que emprendedores puedan arrancar de manera segura una empresa. Además, con establecer una bolsa de 200 millones de pesos para que el estado sea aval ante instituciones financieras.

I TRÁMITES

Ayudar con la generación de permisos, licencias, trámites para iniciar un negocio será una de sus principales acciones, creando una ventanilla única en la que varios trámites se puedan realizar en línea, proceso que agiliza procesos y tiempos, su impacto llegará a beneficiar el desarrollo de nuevos negocios, además de disminuir actos de corrupción.

I SOCIEDAD

Su objetivo en esta rama es disminuir la violencia familiar y adicciones, ya que considera que son el origen de la falta de valores. Así que, para potencializar el talento de niños y jóvenes, contempla crear espacios públicos para deporte y cultura, donde puedan convivir las familias.

I SALUD

Un sector importante de los habitantes del estado no cuenta con seguridad social, como parte de esto, una de sus acciones será establecer un seguro universal y así garantizar certeza en temas de salud. Otra de sus metas en este tema es construir dos unidades de emergencias médicas en la zona Valle de las Salinas y una en Ciénega de Flores.

I MEDIO AMBIENTE

Mejorar la calidad del aire presentando una iniciativa al Congreso del Estado para crear la Agencia de Calidad de Aire, para establecer convenios, sancionar y clausurar, si fuese necesario, empresas que estén contaminado con energías sucias. El primer paso a implementar es establecer convenios razonables para que migren a energías limpias e impulsar que el Gobierno Federal establezca un sistema para disminuir las emisiones de la refinera de Cadereyta.

I INFRAESTRUCTURA

Establecer un programa de movilidad basado en tres ejes: la semaforización de mil 250 cruceros que hay en el Área Metropolitana de Monterrey, incorporando semáforos con nuevas tecnologías para que agilicen el tráfico; el segundo será interconexión del Metro con el TransMetro en diferentes municipios. Por otro lado, trabajar para la construcción de 22 pasos a desnivel ubicados en diferentes. Con estas acciones garantizan un ahorro en tiempo de por lo menos el 32 por ciento de los recorridos en cualquier lugar de la zona metropolitana.

I EDUCACIÓN

Implementar un programa para impulsar a jóvenes universitarios en el Área Metropolitana, brindándoles una tarjeta de 1,500 pesos bimestrales en sectores de bajos recursos para que continúen con sus estudios. Mientras que, en zonas alejadas, como al norte y sur del Estado, va a construir una casa del estudiante para que ofrecer techo y alimentos sin costo, y evitar que abandonen su carrera o proyecto de vida por no tener los recursos suficientes.





Adrián de la Garza

Va Fuerte por Nuevo León

El aspirante a la gubernatura de Nuevo León por la coalición de los Partidos Revolucionario Institucional y de la Revolución Democrática, Adrián de la Garza Santos, cuenta con 25 años de experiencia como servidor público ocupando diversos cargos. En 2015 fue elegido como Alcalde de Monterrey y para el siguiente periodo fue reelecto, siendo el primero en ocupar este puesto por dos administraciones consecutivas en la época moderna. Años antes se desempeñó como Procurador General de Justicia de Nuevo León y también fue Presidente de la Conferencia Nacional de Seguridad Pública Municipal.



- adriangobernador.com
- @AdrianDeLaGarzaS
- @AdrianDeLaGarza
- @adriandelagarzas
- Adrián de la Garza



TEMAS DE ENFOQUE

I ECONOMÍA

Enfoque en finanzas públicas sanas, para lo cual contempla fortalecer el ingreso y eficiencia financiera para aumentar el presupuesto disponible para proyectos de inversión; renegociar la Ley de Coordinación Fiscal para buscar mayores beneficios de las participaciones federales para Nuevo León; rescatar la inversión pública en infraestructura social, educativa y de espacios públicos, y crear la Unidad de Blindaje a la inversión y al empleo con expertos en política pública y derecho que, en colaboración con el sector privado, defenderá los intereses de Nuevo León, por mencionar algunas.

I SOCIEDAD

Enfoque al desarrollo social para mejorar la calidad de vida al convertir a Nuevo León en el primer estado en erradicar la pobreza extrema; también, a través de una política social integral con un seguro médico de cobertura universal, becas para el acceso y continuidad de la educación y programas que incluyen apoyo económico a mujeres y adultos mayores, además de capacitaciones y talleres para el empleo y brindar mayores oportunidades para el sano esparcimiento. También contempla un programa social de intervención integral del entorno para rescatar espacios públicos, rehabilitar fachadas de viviendas y generar sentido de pertenencia a través de la cohesión social.

I EMPLEO

Principalmente busca generar y proteger el empleo de todos los trabajadores que radican en el estado, por medio de reactivación de las PyMEs, a través de facilitarles financiamiento para su desarrollo; así como la vinculación de empresas proveedoras y consumidoras locales, el seguro temporal de desempleo con acceso a bolsa de trabajo, un subsidio al Impuesto Sobre Nómina a contribuyentes cumplidos como incentivo para la generación de empleo, y alinear la oferta educativa con la demanda productiva y brindar talleres y capacitaciones para facilitar el acceso al empleo.

I APOYO A EMPRENDEDORES

Se impulsará el apoyo a mujeres, adultos mayores y jóvenes para formar parte de la vida productiva al brindar capacitaciones a la mujer para que inicie un negocio propio mediante un crédito revolvente; capacitación a jóvenes en diferentes rubros para que puedan introducirse en el ámbito laboral o como microempresarios, así como capacitar en nuevas tecnologías a los adultos mayores para reintegrarlos a la actividad económica y aprovechar sus conocimientos y experiencia para poder renovar al sector laboral del estado.

I INFRAESTRUCTURA

Partiendo de un Plan Integral de Infraestructura para el Desarrollo de Nuevo León propone asegurar la competencia en transporte, que garantice un sistema eficiente, suficiente y atractivo para los usuarios, la reestructuración total de rutas, mejora de la conectividad, ampliación de servicios de TransMetro, y el impulso a la creación de distritos para mejorar el entorno urbano, social, cultural y de convivencia. De igual manera, la creación e instalación del Sistema Estatal de Inteligencia para toda la zona metropolitana y las áreas norte y sur de la entidad, a fin de prevenir el crimen con tecnología de punta desde un C5 que sirva como centro de interconexión.

I SALUD

Su propuesta se centra en recuperar el liderazgo nacional en materia de atención médica con la construcción de nuevos hospitales, gestionar el establecimiento de una clínica regional de especialidades en Montemorelos y otra más en la zona norte del estado; reactivar y fortalecer el turismo médico hacia la entidad, implementar el programa Salud Universal para todas las personas que carecen de algún tipo de seguridad social, además de garantizar el abasto de medicamentos para las clases más desprotegidas, mediante farmacias a bajo costo para pacientes con recetas de instituciones de salud pública y que el 100 por ciento de la población tenga acceso a la vacuna contra el Covid-19.

I SEGURIDAD

Implementar el mando único para la capital del estado y coordinar el trabajo del Sistema de Inteligencia que operará en todo el territorio de Nuevo León con los municipios para ser más eficientes en la seguridad pública, que además servirá para la Protección Civil. También proyecta regresar a Fuerza Civil el título de la mejor policía del país, hacer más eficiente el reclutamiento y entrenamiento de los elementos y potenciar la carrera policial.

I CULTURA

Apoyar a todas las expresiones culturales a través de un programa de arte itinerante que acerque exposiciones y expresiones culturales a los diferentes municipios del estado; así como la creación de un Distrito del Arte donde los creadores locales puedan exponer y ofrecer sus trabajos al público; el rediseño de los contenidos del Sistema de Radio y Televisión de Nuevo León para regresar la vocación de enriquecimiento cultural e informativa; y la creación de un festival internacional de cine de prestigio mundial.



Samuel García

Puro Nuevo León

Samuel García, candidato a la gubernatura de Nuevo León por el partido Movimiento Ciudadano, participa activamente en el servicio público desde hace seis años. Como parte de su experiencia, el abogado, ha sido diputado en el Congreso de nuestro Estado, asó como senador en el Congreso de la Unión, además de ejercer la coordinación de su partido a nivel estatal.

El contendiente en el actual periodo electoral es Licenciado en Derecho y Finanzas por el Tecnológico de Monterrey, además de haber egresado de la Maestría en Derecho especializada en Derecho Fiscal y el Doctorado en Política Pública y Administración Pública en la Escuela de Graduados de Administración Pública y Política Pública; de igual manera cuenta con un Doctorado en Derecho Fiscal por la Universidad ITAC y actualmente está cursando el Doctorado en Derecho Constitucional y Gobernabilidad por la Universidad Autónoma de Nuevo León.



GOBERNADOR
SAMUEL
G A R C Í A

📧 samuelgarcia.mx
🐦 [@samuel_garcias](https://twitter.com/samuel_garcias)
📷 [@samuelgarcias](https://www.instagram.com/samuelgarcias)
📘 [@samuelgarciasepulveda](https://www.facebook.com/samuelgarciasepulveda)

TEMAS DE ENFOQUE

I ECONOMÍA

Para reactivar la economía suspender el pago de impuestos durante dos años para empresas que cumplan con determinadas características. En beneficio del sector empresarial, también digitalizar trámites y crear así un gobierno electrónico, además de generar programas de incentivos que atraigan empresas internacionales. También busca fortalecer el consumo local y difundir la oferta cultural de Nuevo León en Ferias internacionales de turismo, así como impulsar el turismo en el Estado.

I INFRAESTRUCTURA

En este tema se abarca el crear o renovar por completo una Fuerza Civil y Policía Regia, el Hub Regional Noreste, un sistema integral de tránsito metropolitano, un plan hídrico, la Agencia de Calidad del Aire, el sistema de Metrorrey, transporte sustentable, una carretera Interserrana y La Gloria-Colombia y un tren suburbano García Pesquería.

I APOYO A EMPRENDEDORES

Impulsar y seguir apoyando a los emprendedores del Estado simplificando trámites; también, promover un entorno favorable para el fomento, viabilidad y mantenimiento de MiPyMes; también que, a través de un mecanismo estatal como aval, se les permita el acceso a créditos; y buscar su desarrollo como proveedores del sector público y privado.

I DEPORTE

La creación de una secretaría que se haga cargo de la política de promoción deportiva y de la formación de atletas de alto rendimiento. También, destinar un fondo blindado que esté destinado al 'scouting' y a becar a los talentos deportivos para que representarán a Nuevo León.

I EMPLEO

Revisar el marco jurídico e institucional vigente, con el objetivo de promover la formalización del empleo, favorecer la operación y el mantenimiento de negocios, y hacer asequible la implementación de plataformas digitales en las diversas actividades económicas. Asimismo, aprovechar la geográfica, su mano de obra trabajadora y eficiente, y alta productividad empresarial, como catalizadores de relaciones comerciales y atractivos para la inversión extranjera directa.

I SOCIEDAD

Apoyo a Estancias Infantiles, para apoyar a madres, padres y tutores que estudian, trabajan o buscan empleo, y que no tienen acceso a servicios de cuidado y atención infantil a través de instituciones públicas de seguridad social u otros medios.

I SALUD

Liderar con preparación y visión las medidas necesarias para generar resiliencia colectiva frente al COVID-19, así como asegurar-se de llevar la vacunación en todo el estado. Garantizar el derecho a la protección de la salud como una proyección tanto individual, como pública y social; así como replantear la política de salud pública en su enfoque preventivo. Apoyo a madres, padres y tutores de niñas, niños y adolescentes con cáncer infantil, para la obtención de medicamentos y tratamiento oportuno.

I CULTURA

Desarrollar una secretaría que gestione todo lo referente a Cultura, la dependencia contará presupuesto para apoyar a los creadores en todas las ramas. Además, mantendrá a Conarte, esquema que tiene como objeto propiciar y estimular las expresiones artísticas, la cultura popular.





Foto: Víctor Pedraza

Mauricio Fernández

San Pedro es tuyo, blindemos el futuro

Hace más de 30 años, en 1989, el empresario Mauricio Fernández Garza ejerció el primero de sus tres periodos como alcalde de San Pedro Garza García, al que le siguieron 2009 y 2015, en gestiones que contribuyeron de gran manera en colocarlo como uno de los municipios más importantes de México; innovador, con buen nivel de vida, alta seguridad y una aportación cultural significativa. Asimismo, dentro de su trayectoria política también ha sido senador y candidato a la gubernatura de Nuevo León.

Como contendiente por cuarta ocasión a la alcaldía del municipio a través del Partido de Acción Nacional, en el que lleva una militancia de 55 años, un punto focal de sus propuestas es establecer consejos ciudadanos, considerados organismos públicos descentralizados, para co-gobernar con ellos y de esta manera ciudadanizar los proyectos para que tengan visión y largo plazo, por explicarlo de otra manera, blindarlos. Creando de esta manera toda una macroestructura con los sampetrinos, entre quienes considera que se encuentran personas que desean donar su tiempo para ayudar a su municipio.



MAURICIO MAURICIO
CANDIDATO A ALCALDE DE SAN PEDRO GARZA GARCÍA

- www.mauriciofernandezgarza.com
- www.sanpedroestuyo.com
- @MauricioFdzGa
- Mauricio Fernández Garza
- @mauriciofdzgza
- mauriciofdzgza
- Mauricio Fernández Garza

TEMAS DE ENFOQUE

I MOVILIDAD

Para pasar menos tiempo en los autos y reducir la contaminación reestructurar la movilidad con rutas locales altamente eficientes, además de un sistema de transporte que conecte con la estación de metro Zaragoza con el Parque Rufino Tamayo, evitando el uso de automóviles de miles de personas.

I DESARROLLO URBANO

Crear distritos urbanos las zonas UDEM, Casco Urbano, Auditorio San Pedro, Centrito y San Agustín para que a largo plazo cada uno funcione de manera autónoma.

I SALUD

Atender la falta de acceso a atención médica en el poniente del municipio al buscar una alianza con la Cruz Roja en la que el Ayuntamiento haga sus aportaciones al organismo para que atienda las necesidades de salud de los residentes del área.

I APOYO EMPRENDEDORES

En periodos anteriores a través de la Incubadora de Negocios en una ocasión se llegaron a levantar 35 millones de pesos, y 70 millones en otros años, para apoyar proyectos de emprendedores de San Pedro.

I SEGURIDAD

Propone para detener la inseguridad un plan perfectamente realizado para que dure al menos 15 años para evitar que este se vuelva un tema de preocupación cada tres años para las familias sampetrinas, como parte de esto involucrar al ejército y tener el control en el horario de los antros, por mencionar algunos puntos.

I EMPLEO

Atender dos vertientes a través de un organismo público descentralizado, la justicia social y prevención del delito, ya que en medida que la gente tiene trabajo se aleja de situaciones que los metan en problemas con la autoridad.

I MEDIO AMBIENTE

Su compromiso con los ciudadanos, y en particular con familias, niños y jóvenes, es consolidar un San Pedro Verde. En sus periodos anteriores de gobierno se ha esforzado por atender este tema, desde los proyectos de las calzadas, las rotondas, muchos de los jardines, plazas y parques.

I DEPORTE

Aumentar la oferta deportiva a los sampetrininos al activar espacios en el Río Santa Catarina. Para esto, incorporar infraestructura adecuada para tener canchas para la práctica de diferentes disciplinas que propicien la actividad física.





Foto: Blanca Villar

Miguel Treviño

San Pedro, síguele

Miguel Treviño, fue electo por primera ocasión como alcalde de San Pedro Garza García a través de una candidatura independiente en 2018 y actualmente se encuentra en campaña para ser reelecto en el cargo.

El egresado de Economía en el Tecnológico de Monterrey cuenta con una Maestría en Desarrollo Económico por la London School of Economics así como con otra en Ciencia Política por la Universidad de Columbia, en Nueva York, además de tener experiencia de años anteriores en diferentes cargos en los gobiernos Estatal y Federal, así como en la iniciativa privada.

CANDIDATO INDEPENDIENTE
ALCALDE SPGG

**MIGUEL,
SÍGUELE**

www.miguel2021.org

[@miguelbtrevino](https://www.facebook.com/miguelbtrevino)

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

[@miguelbtrevino](https://www.tiktok.com/@miguelbtrevino)



TEMAS DE ENFOQUE

INFRAESTRUCTURA

Seguir mejorando los espacios verdes, no solo los parques grandes, sino todos los de las colonias, que éstos tengan el equipamiento y los atractivos que hagan que, como las grandes ciudades del mundo, la vida esté en el espacio público. También, mejorar la avenida Vasconcelos, empezando por la zona del Casco Urbano.

ECONOMÍA

Consciente del impacto de la pandemia, inició un programa de apoyo a microempresas y autoempleados con apoyo a fondo perdido, con enfoque a los negocios más pequeños que dan empleo al municipio. En cuanto a la reactivación económica, sobre todo de aquella que genera empleos, una parte muy importante de ella se va a dar alrededor del Centro Histórico de San Pedro.

SALUD

Hizo el compromiso de construir una clínica municipal orientada a dar servicio a las familias que viven en el norponiente de San Pedro y a las colonias alrededor del Río Santa Catarina, que es donde considera que más se requiere. Ofrecerá consulta general, atención especializada en pediatría, ginecología, geriatría y servicios dentales, así como la realización de algunos estudios.

DEPORTE

Parte de lo que se mejoró en su primer trienio fueron los espacios deportivos, se renovaron dos canchas de fútbol, un parque de béisbol. Estas acciones se realizan para que los jóvenes sientan atracción por hacer ejercicio y hacer comunidad en un ambiente idóneo, que es el del deporte, y con ello se encaminen de una manera positiva. Considera que San Pedro definitivamente es un municipio de deporte al aire libre.

MEDIO AMBIENTE

Inicio de una ruta piloto de reciclaje puesto que San Pedro es un municipio que tiene una población con suficiente cultura ecológica para un mejor aprovechamiento de la basura. Lo que lo convertirá en un municipio con un tratamiento mucho más sustentable de sus vecinos.

EMPLEO

La industria restaurantera y de comida preparada genera mucho empleo, así que la seguirá apoyando. Como parte de esto formará una mesa de trabajo con los restauranteros para ver cuáles son las condiciones que los vuelven más atractivos.

La industria de la belleza genera mucho empleo, por lo que tiene interés en que siga creciendo y aprovechándose.

APOYO A EMPRENDEDORES

Desde su primera gestión apoya a los emprendedores en el Hub de Innovación, donde pueden ir a llevar sus ideas y el municipio los acompaña en el proceso. San Pedro es un lugar en donde se respira un ambiente de innovación, con servicios que vinculan diferentes negocios, por lo que es más sencillo que un nuevo emprendimiento surja y tenga éxito.

CULTURA

Su programa de actividad cultural se trasladó a las redes sociales por todo lo acontecido con la pandemia y lo que viene para los próximos tres años es que sus parques y espacios públicos serán lugares de activación artística, donde la comunidad tendrá a escultura, música, cine, exposiciones para vivir como comunidad esto que enriquece y que es alimento para el espíritu.





Paco Cienfuegos

Hechos, no palabras

Con una trayectoria de 18 años como servidor público, Paco Cienfuegos, actualmente contiene a la alcaldía de Monterrey por la coalición PRI-PRD.

El abogado, egresado de la UDEM y Universidad de Francisco de Vitoria, en España, inició en 2003 como servidor en la Dirección de Policía de Monterrey, pasando dos por diferentes cargos a través de los años, entre ellos fue electo como alcalde de Guadalupe en 2015.

De familia tradicionalmente regiomontana, fundó una empresa junto a su familia a los 20 años. Su madre y sus dos hermanas tuvieron una fuerte influencia en él, así como su padre al inculcarle la cultura regiomontana del trabajo, la perseverancia y el emprendimiento.

**PACO
CIENFUEGOS**
ALCALDE DE MONTERREY

- franciscocienfuegos.com
- @FranciscoCienfuegosMartinez
- @pacocienfuegos
- @franciscocienfuegos
- Francisco Cienfuegos



Foto: Berry Flores

TEMAS DE ENFOQUE

■ SEGURIDAD

Crear la Secretaría de Cultura de Paz y Cohesión Social para crear e implementar los planes de acción; así como el programa Vecino Ruidoso para promover mejor convivencia en las colonias; también el Convenio con la Universidad de Ciencias de la Seguridad para Profesionalización y educación de los policías; instalar 3 Centros de Control y Vigilancia en zonas estratégicas de la ciudad; instalar 2 mil cámaras más al sistema de vigilancia, para que sean 6 mil en total; así como botones de alerta de comercio y asistencia ciudadana. En cuanto a seguridad para mujeres, arrancar el programa Pulsera Rosa para mayor protección en momentos de crisis.

■ ECONOMÍA

Principalmente aumentar el empleo e impulsar los negocios regios, algunas propuestas son crear: el Consejo Monterrey, un órgano consultivo y propositivo en la planeación estratégica económica municipal de mediano y largo plazo; un directorio virtual de empresas y base de datos de materia prima para incentivar el intercambio local; el programa Pasaporte Monterrey para promover el turismo, atracciones y consumo local; así como aumentar la Tarjeta Regia a 20 mil beneficiarias, con pago mensual y mayores beneficios.

■ SOCIEDAD

En este tema contempla dar apoyo y subsidios a estancias infantiles en Monterrey, que haya internet para todos en Bibliotecas Públicas Municipales y parques públicos, además de que haya un presupuesto participativo para destinar una parte del para que los ciudadanos decidan qué hacer con él. También, incentivar el crecimiento con los programas Vive el Barrio Antiguo, para la reactivación de comercio y empleos en esa zona, y Sabor Regio, para promover el turismo y la gastronomía de Monterrey, a nivel nacional e internacional.

■ INFRAESTRUCTURA

Invertir para hacer a nuestra ciudad más sustentable, para solucionar las complicaciones de movilidad producto del crecimiento de la ciudad, con una visión centrada al futuro. Además, continuar con la inversión en tecnología y capacitación de la policía de Monterrey, para tener una seguridad de primer mundo en la ciudad.

■ FELICIDAD

El encierro por la pandemia nos alejó de nuestros seres queridos y nuestra comunidad, por lo que quiere que en Monterrey vuelvan a ser felices en Monterrey con un plan para llenar la ciudad de actividades divertidas para toda la familia, basado en el conocimiento de su esposa, Lucía Todd, en el tema de manejo de emociones. Como parte de esto, también propone la creación del Instituto Municipal del Deporte de Monterrey, un canal digital para la activación física de la familia, un Centro Municipal del Bienestar Animal, otorgar 100 espacios para instalar parques de bolsillo por toda la ciudad y plantar 30 mil árboles de la región.

■ APOYO A EMPRENDEDORES

Dar apoyos fiscales, de logística o administrativos, para incentivar a quienes hacen de esta ciudad la capital de los negocios al crear el Instituto Regio Emprendedor, para dar capacitación y herramientas de emprendimiento; otorgar microcréditos y apoyos que permitan a los emprendedores iniciar, desarrollar o recuperar su negocio; establecer un mes de bajo costo para obtener la constitutiva legal del negocio o A.C.; crear el Centro de Innovación y Tecnología; y digitalizar los trámites que se realizan en el municipio a través de la tecnología para evitar filas y ahorrar tiempo.

■ EMPLEO

Apoyar a los generadores de empleos de todas las formas posibles, así como acercar las oportunidades de trabajo a todos. Algunas propuestas son: Ferias de Empleo permanentes para acercar empresarios con trabajadores, crear el Clúster Monterrey para atraer y retener empresas y profesionistas e incrementar el intercambio comercial, y crear programas de capacitación exclusivos para mujeres para promover el autoempleo y la mejora de su economía familiar.

■ SALUD

Atención médica móvil, geriátrica, mujeres y niños, unidad especializada para atender los efectos de la pandemia del Covid-19.



Foto: Berny Flores





Otro México renace en Monterrey

Las propuestas de Luis Donald Colosio, aspirante a la alcaldía de Monterrey a través del partido Movimiento Ciudadano, parten de un eje integrado por cinco frentes para vivir un renacer del renacer del municipio y tener una ciudad en paz, próspera, sustentable, humana y abierta a través de 18 proyectos estratégicos que pueden ser consultados y votados en su sitio.

El abogado, egresado del Tecnológico de Monterrey, en 2009 emprende su despacho de litigio y en 2016 comienza un ‘startup’ para asesorar en materia jurídica, legislativa y en derecho parlamentario a asesores externos de gobierno del estado, congresos, algunos funcionarios y en la iniciativa privada, con la perspectiva de apoyar en la mejora regulatoria de las entidades. Posteriormente, en 2018 es electo por mayoría relativa como Diputado local por el distrito 4 en Monterrey, cargo con el que se propuso reconstruir la relación que la gente debe tener con sus representantes.



COLOSIO
PRESIDENTE MUNICIPAL DE MONTERREY

colosioriojas.mx
renacemonterrey.com
@colosioriojas @colosioriojas
@colosioriojas @colosioriojas

TEMAS DE ENFOQUE

■ ECONOMÍA

Creación de un Consejo Económico para la ciudad conformado por sociedad civil organizada, gobierno municipal, universidades y sectores especializados (cámaras, industrias e Iniciativa Privada). Y dar, de acuerdo a su función, a cada territorio una vocación, ya sea económica, cultural, deportiva, ambiental; y así desarrollar una fuerte inversión tanto pública como privada, todo en beneficio de la gente que vive a la redonda.

■ EMPLEO

Generar alianzas estratégicas con las industrias y universidades, así como transformar las bolsas de trabajo en un taller de capacitación y de colocación de talento para generar esquemas de comunidad circular. También, seguir con la preparación y un acompañamiento a los participantes, incluso si no buscan un empleo, para así tener mano de obra calificada y atraer inversión nacional y extranjera.

■ SOCIEDAD

Coordinación metropolitana para la integración de sus planes de desarrollo en áreas estratégicas, como seguridad, medio ambiente, servicios públicos, transporte urbano y así mantener alineados a los municipios e los objetivos en común. De igual manera, contempla un diseño y desarrollo urbano sostenible para tener una buena infraestructura vial para atender el exceso de uso de transporte público y que la gente pueda caminar o trasladarse en vehículos alternos, como la bicicleta.

■ DEPORTE

Como parte de su programa de impulso al deporte proyecta una inversión superior a los 130 millones de pesos para rehabilitar o reconstruir las 19 unidades deportivas que tiene el municipio para dar un nuevo espacio a atletas de alto rendimiento de las múltiples disciplinas que se practican en Monterrey y así sumar al desarrollo de su talento para que crezcan y prosperen en su ámbito.

■ INFRAESTRUCTURA

Apuesta a la densificación y rediseño del Centro, darle un enfoque tanto comercial, como cultural, para regresar a tener un espacio vibrante y lleno de oportunidad, y que también tenga vivienda accesible para que la gente no tenga que vivir en las periferias de la ciudad. Como parte de esto rediseñar todo el transporte urbano en colaboración con el Gobierno del Estado.

■ SALUD

Impulsar una red regiomontana de salud para dar acceso a una cobertura médica básica. De igual manera desarrollar el programa Médico de Barrio, para que los habitantes de cada sector conozcan al responsable de cada zona y se puedan acercar a él para atenderse. También, retomar el programa Médico tu Casa, que lanzó el año pasado como diputado, para personas que no se pueden desplazar a un centro de salud.

■ APOYO A EMPRENDEDORES

Al ser considerado nuestro municipio como una cuna del emprendimiento, dentro de la estrategia de su administración contempla proporcionar asesoría, financiamiento, acompañamiento, capacitación e incubación a los proyectos del talento emprendedor. Además de aportarles espacios de trabajo para que tengan un lugar en el cual enfocarse y dar forma a su idea.

■ CULTURA

Habilitar espacios públicos como parte de su fuerte apuesta al desarrollo cultural y del talento, y de esta manera explotar la parte humanista que abunda en monterrey. Lugares en los que se puedan desarrollar y vivir las múltiples expresiones artísticas, que no solo cultivan, sino que también alimentan al ser.





TECNOLOGÍA QUE REVOLUCIONA



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



Softtek

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

Premios y Distinciones:

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

Centros Globales de Entrega:

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



www.softtek.com

@softtek

@softtekoofficial



Orange Digital CX

Sell more with Data, AI and Advanced Analytics: Martech done right!

Con el objetivo de ayudar a las empresas a vender más en la era digital, en 2020 nace Orange Digital CX en Monterrey, Nuevo León, conjuntando la experiencia de más de 15 años en los cuales sus fundadores transformaron empresas a través de proyectos de tecnología a nivel Latinoamérica enfocados en marketing y ventas. Su objetivo es democratizar la tecnología y el conocimiento para lograr disminuir el 'gap' que existe entre las empresas y el acelerado proceso de digitalización que están viviendo los clientes y consumidores.

Orange Digital CX utiliza datos, inteligencia artificial y analítica avanzada para ayudar a sus clientes a vender más, tener clientes más leales y aumentar su productividad utilizando la mejor tecnología en el mercado con una inversión razonable y con un retorno de inversión a corto plazo.

PRODUCTOS

Dependiendo de las herramientas o plataformas a manejar, ofrecen a sus clientes variaciones dentro de su 'Managed Service'.

- **The Market:** Evaluación y definición de la Estrategia, Tácticas, Objetivos e Indicadores para la ejecución del plan digital de marketing y ventas.
- **Journey Builder:** Crea Journeys automatizados integrando diferentes canales de contactación (correo, redes sociales, whatsapp, SMS) para lograr una experiencia de compra única y personalizada.
- **Advertising Studio:** Integra dentro de tus Journeys Ads en Google y redes sociales personalizados para generar re-engagement y lograr cerrar ventas.
- **Mobile Studio:** Integra tus propias aplicaciones dentro de tus Journeys para brindar una experiencia personalizada.
- **Social Studio:** A partir de la información en fuentes externas y redes sociales genera prospectos y atiende mejor a tus clientes para lograr más ventas y lealtad.

PRODUCTO O SERVICIO ESTELAR

Servicio Administrado de Marketing + Tecnología, utilizan diferentes 'skills' especializados para proveer a sus clientes desde la definición de estrategia digital, la ejecución de la táctica, Arquitectos expertos de Marketing Cloud para la operación de la plataforma de tecnología, expertos de data e inteligencia artificial para optimizar la inversión en 'advertising', así como expertos en industria para la definición óptima de los Customer Journeys digitales, esto bajo un servicio de suscripción basado en éxito. Crecimiento compartido lo cual garantiza que el retorno sobre la inversión sea un común denominador.

 **ORANGE DIGITAL**


SOPORTE

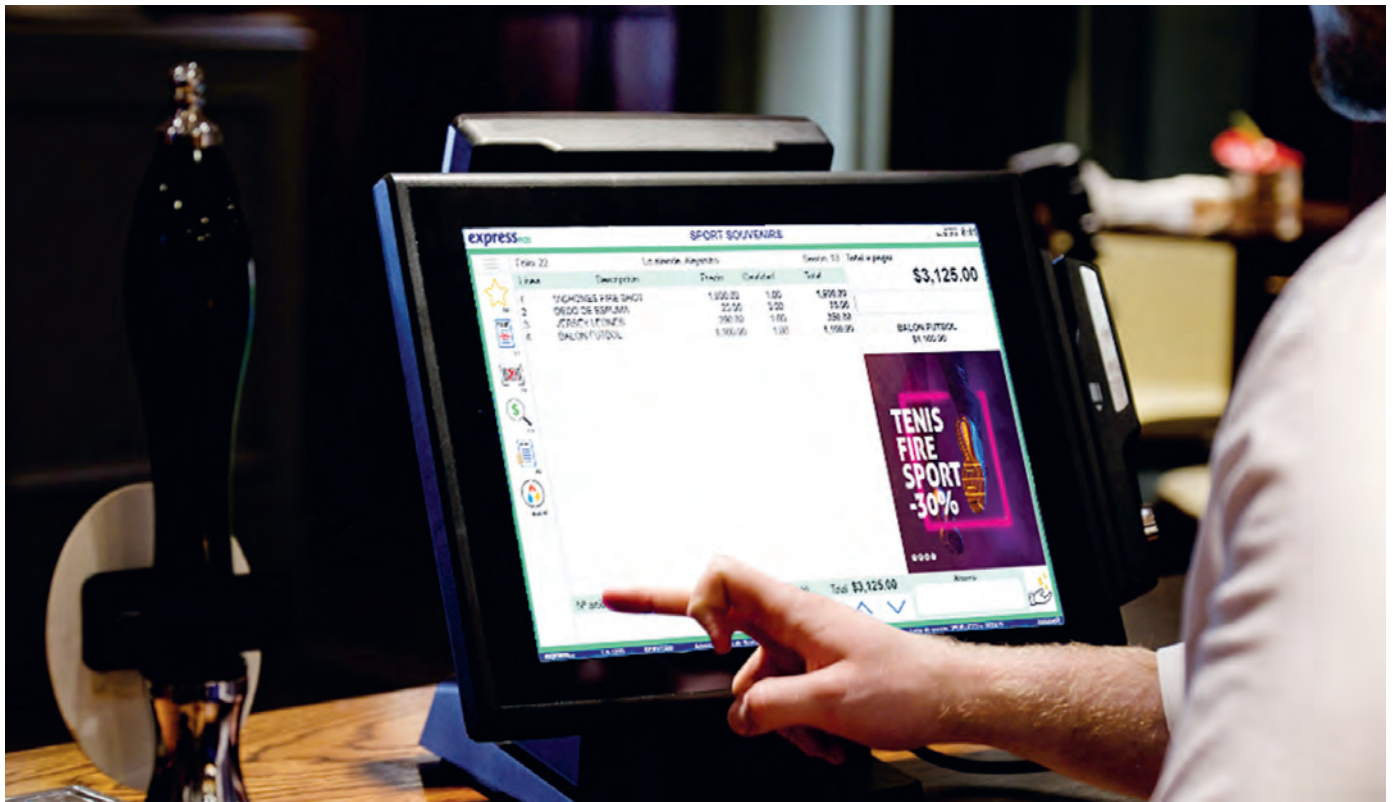
Cuentan con el respaldo de Salesforce, empresa líder en tecnología 'cloud' enfocada en clientes, por lo que su equipo está certificado para poder llevar a cabo estas actividades, además de contar con certificaciones especializadas en la propia tecnología.

 <https://www.orangedcx.com/>

 info@orangedcx.com

 Orange Digital CX

 @orangedcx



Aasasoft

Ideas, soluciones y software

Para ayudar a crecer a las empresas de puntos de venta integrándolas a la digitalización, a estar a la vanguardia y ser más exitosas, en 1981 nace Aasasoft. Desde entonces, ha sido una empresa líder en el desarrollo e implementación de software de puntos de venta (POS) para las industrias 'retail' y 'hospitality'. Este sistema administrativo opera de forma independiente o centralizada para el manejo de sucursales.

Aasasoft da soporte las 24 horas los siete días de la semana para administrar los procesos internos de sus negocios o empresas y maximizar sus ganancias en México, 11 países de Centro América y el Caribe a través de distribuidores y 'partners'.

Aasasoft va más allá de ser un fabricante de software, siendo un proveedor de soluciones integrales, cuyas herramientas tecnológicas permiten satisfacer las necesidades específicas de los negocios, independientemente de su tamaño o giro.

Productos estelares

express POS

Es un software desarrollado para la industria 'retail'; especializado en la venta al público, inventario, 'e-commerce', integración a la plataforma de pago, 'delivery', y ERP, entre otras.

ki-rest

Es un sistema dirigido a la industria 'hospitality'; especializado para la venta de alimentos, control de recetas, reservas, pedidos desde la aplicación, entre otras.



www.aasasoft.com

@aasasoft

aasasoft

aasasoft

818335 9696

informacion@aasasoft.com

VINOTECA®

CHEERS FOR MAM

CELEBRA A MAMÁ CON
TODOS SUS FAVORITOS



Encuentra
tus productos
favoritos aquí

CALZADA DUENDES | ROBERTO G. SADA | PLAZA FIESTA SAN AGUSTÍN
EUGENIO G. SADA | CUMBRES LEONES | GÓMEZ MORÍN 404 | ANÁHUAC
CUMBRES ELITE | VILLA MONTAÑA | SIERRA AZUL | VALLE ALTO | COLORINES
SAN JERÓNIMO | GARZA LAGÜERA | PLAZA OMNIA | HUMBERTO LOBO

VINOTECA MTY | T. (81) 8173 5000

[/vinoteca.mexico](https://www.facebook.com/vinoteca.mexico)

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

vinoteca.com

Marca Registrada. Licenciada a favor de Vinoteca México SA de CV. Imágenes meramente ilustrativas. *EL CONSUMO ABUSIVO DEL ALCOHOL PUEDE PRODUCIR ADICCIONES Y GRAVES PROBLEMAS DE SALUD. EVITA EL EXCESO.



CITRO

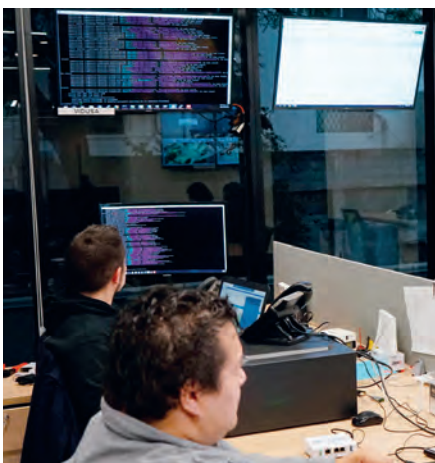
El mejor internet para tu empresa

En la actualidad más que nunca las personas requieren estar conectadas de una forma efectiva y rápida, para ello la empresa CITRO especializada en telecomunicaciones tiene las soluciones personalizadas más adecuadas para cada empresa. Desde 2010 ofrece servicio de internet, telefonía fija, almacenamiento en la nube y administración de red local para empresas y comercios de Nuevo León y Coahuila.

Además de la calidad en su tecnología e innovación, la empresa es líder en soporte técnico ya que es reconocida por dar atención las 24 horas del día con la garantía de que sus especialistas apoyarán cualquiera que sea la solicitud ya sea de configuración o de fallas.

SERVICIOS

- Acceso a internet dedicado por fibra óptica
- Acceso a internet dedicado por microonda
- Telefonía fija ip
- Conmutador ip
- Paquetes de llamadas salientes
- Números did
- Arrendamiento de equipo telefónico
- Consultoría e implementación de infraestructura de red local
- Co-ubicaciones y servidores en la nube citro cloud



PRODUCTO ESTELAR:

CITRO Fiber, es su producto con mayor disponibilidad, tiene servicio de internet dedicado, entregado por dos medios de transmisión, por un lado, la fibra óptica con un par de hilos dedicado y por el otro la microonda que trabaja como un respaldo.



☎ 81 8852 3700
📞 8112779158
✉ ventas@citro.mx
🌐 www.citro.mx



EL MEJOR INTERNET PARA TU EMPRESA

CITRO **RED LOCAL**

NUESTRO EQUIPO DE INGENIERÍA HACE UN DIAGNÓSTICO DETALLADO DE LA RED LOCAL, DENTRO DE SU EMPRESA, Y CITRO PROPONE UNA SOLUCIÓN DEFINITIVA CON INFRAESTRUCTURA DE RED LOCAL, CABLEADO ESTRUCTURADO Y ÁREAS DE WIFI COMPLETAS PARA CUBRIR TODAS SUS INSTALACIONES

CITRO **CLOUD**

TODOS NUESTROS SERVICIOS DE INTERNET DEDICADO, ESTÁN COMPLEMENTADOS CON UNA PARTICIÓN DE ALOJAMIENTO DENTRO DE NUESTRO CITRO DATA CENTER, UBICADO EN MONTERREY, CUIDAMOS LA INFORMACIÓN DE SU EMPRESA PARA QUE USTED NO INVIERA EN SERVIDORES Y COSTOSAS LICENCIAS

CITRO **FIBER**

EL MEJOR INTERNET DEDICADO DE MONTERREY, CON LA SOLUCIÓN DE CITRO FIBER, USTED CUENTA CON INTERNET DEDICADO A TRAVÉS DE 2 MEDIOS DE TRANSMISIÓN, LA FIBRA ÓPTICA COMO ENLACE PRINCIPAL Y MICROONDAS COMO RESPALDO

CITRO **TELEFONÍA**

NO INVIERA EN CONMUTADORES FÍSICOS DENTRO DE SU EMPRESA, CON CITRO TELEFONÍA USTED PUEDE CONTRATAR EN ARRENDAMIENTO DESDE 1 APARATO TELEFÓNICO Y GOZAR TODAS LAS FUNCIONES DE CONMUTADOR EN LA NUBE

Llámanos: (81) 8852 3700
ventas@citro.mx

CITRO.MX

X-DATA

Mejores decisiones de negocio basadas en datos

Con la idea firme de que los datos son el nuevo petróleo y la iniciativa de crear una “refinería” para transformar los datos en activos, los visionarios Fernando Pasquel, Jorge Huerta y Gerardo Salazar crearon en 2017 X-DATA, un Estudio de Análisis de Datos mexicano. Los tres socios apostaron por ayudar a las empresas a tomar mejores decisiones de negocios basadas en datos. La empresa tiene operaciones en México, sin embargo, gracias a su gran capacidad de trabajar de manera remota, pueden brindar servicio a cualquier parte del mundo.

Los expertos tienen claro que adentrarse al mundo de datos puede ser complejo, por ello acompañan a sus clientes durante todo el proyecto. Es decir, desde el análisis exploratorio, la definición de la estrategia y el problema a resolver, hasta la última etapa donde se analizan y presentan los resultados.

X-DATA Advanced Analytics

X-DATA se enorgullece de su producto principal: Analítica Avanzada.

Apoyados por la Ciencia, el Diseño y la Visualización de Datos, ofrece a sus socios de negocios alcanzar 15% más ingresos, 17% mayor valor de mercado y 26% mayor rentabilidad. Para poder lograrlo aseguran que es necesario determinar el nivel de aprovechamiento de datos que tiene la empresa y saber sus preocupaciones para trazar una estrategia y potenciar los datos.



PRODUCTOS O SERVICIOS

Analítica avanzada: toma de decisiones de negocios mejor informadas y basadas en datos.

BAIWA: herramienta basada en ‘People Analytics’ para escuchar y medir el talento de una empresa. El objetivo es lograr generar una estrategia de Recursos Humanos basada en datos.

FLEET: herramienta de logística para eficientar y resolver los retos de la última milla.

Dashboards: la visualización de datos (dataviz) en un tablero dinámico hace posible identificar mejor los problemas o destacar los datos importantes.



x-data

☎ 55 41 64 - 80 89 ✉ contacto@x-data.mx

🌐 www.x-data.mx

📺 X-DATA 📷 xdatamx

📱 X-Data 📺 XDATAMX 📷 xdatamx

Nuestros socios de negocio obtienen:



+15%
Generación de ingresos



+17%
Valor de mercado



+26%
Rentabilidad

baiwa
Te presentamos Baiwa, una herramienta basada en People Analytics



INCREMENTA



24% lealtad de los clientes

18% productividad

DISMINUYE



40% rotación del personal

65% accidentes del personal

Escuchar y medir al talento es una cuestión de negocios

LA COLONIA



HECHO EN CASA

CAMARONES AL PIQUÍN



☎ 81.2351.2450

☎ 81.1359.4039
81.1359.4110

📍 Av. Bosques del Valle 110,
Col. Bosques del Valle,
San Pedro Garza García



Carlos Oviedo y Pedro Aguirre

ISITA

The power of creation

Fundada en 2011, ISITA es líder en consultoría de tecnología de vanguardia para industrias de consumo retail, banca y manufactura. Su objetivo es proveer soluciones tecnológicas 360 para que las empresas y dar apoyo para hacer crecer sus negocios y cuidar la experiencia de sus clientes, de acuerdo con Pedro Aguirre, fundador y Director General de ISITA, quien además tienen el objetivo de posicionarse en la industria de soluciones tecnológicas y de valor estratégico para la transformación digital de las organizaciones.

Para esto la empresa ofrece un portafolio de soluciones de omnicanalidad a través de diferentes plataformas electrónicas, de administración y orquestación de pedidos y hasta 'warehouse management' en cadena de suministro. Al tratarse de la Industria 4.0, son expertos en automatización y digitalización en líneas de producción por medio de la analítica de datos, inteligencia artificial, realidad virtual y aumentada.

El director comercial Carlos Oviedo afirmó que el nivel de expansión aumenta y el posicionamiento como marca también. Su centro de desarrollo está en Monterrey y tiene presencia en Ciudad de México, además de oficinas en Austin y Calgary para dar atención a sus clientes en Estados Unidos y Canadá respectivamente.

Innovación y capacitación

Uno de los proyectos exitosos es un centro de capacitación para la seguridad industrial realizado con tecnologías de realidad virtual y aumentada. Con una inversión semilla de 2 millones de dólares, buscan convertirlo en el buró de seguridad nacional para ayudar a las empresas a mejorar las condiciones y seguridad de sus colaboradores.

Por otro lado, todos los especialistas de ISITA están acreditados en certificación en células ágiles de trabajo, así como una certificación anual de competencias hacia sus clientes y generar una relación sólida y de alto valor.

Valor agregado

ISITA brinda acompañamiento a sus clientes a lo largo de sus procesos de transformación digital. Los expertos conocen bien los retos y los requerimientos que el camino implica, por ello dan soporte a los involucrados de manera personalizada, hasta garantizar la integración total y sin fricciones de sus plataformas o canales de venta.



“Innovar en ISITA es parte de nuestra historia y nuestro ADN. Somos curiosos intelectualmente y nos apasiona continuar aprendiendo; creemos que estar actualizados en cuanto a contenidos, mejores prácticas y tendencias es indispensable en esta industria”

Portafolio de Servicios

- Agile Development Center
- Omnichannel Solutions
- Integration Services (Data Transformation)
- Smart Manufacturing (Industry 4.0)
- Digital Strategy and Insights
- IT Strategic Planning
- Tailored Solutions
- Staffing (Nearshore /Offshore)



📍 Río Colorado 225, Local número 2 Plaza Santa Elena, Del Valle, Monterrey, Nuevo León

📞 81 2558 9032

🌐 www.isita.com.mx

✉ info@isitatech.com



Expertos en guiar el futuro de tu capital

Si te has cuestionado cómo incrementar el valor de tu capital, Gonzalo Valles y Jorge Bauer, cofundadores de FinanzButik® te dan la clave para lograrlo.

Históricamente empresarios, ejecutivos, emprendedores y todo aquel que va acumulando un capital como resultado de trabajo, tiene en mente lograr solidificar su futuro, no solo guardar su dinero, sino moverlo a través de alguna herramienta para incrementar porcentualmente su valor.

Hoy en día, no solo debemos pensar en mantener en movimiento nuestros ahorros para generar intereses, en gran medida tenemos que poner atención a la certidumbre de las herramientas, al mismo tiempo que en el futuro de nuestro país que entre muchos otros factores depende de las decisiones públicas. ¿Cómo y dónde invertir mi dinero?, en las siguientes líneas encontrarás muchas respuestas.

En el 2007, Jorge A. Bauer, experto en inversiones y finanzas, y Gonzalo Valles, especialista en inversiones y desarrollos inmobiliarios, comenzaron una travesía de emprendimiento que los llevó a formar FinanzButik®, empresa dedicada asesorar principalmente a empresarios y ejecutivos para colocar sus capitales de una forma segura, con la solidez de las herramientas clásicas y los atractivos del real estate.



Con una amplia visión de los sectores financiero y real estate, trabajaron en la oportunidad de invertir capitales en el mercado más fuerte del mundo, Estados Unidos.

Si nos preguntáramos cuál ha sido una de las áreas económicas con mayor recurrencia, solidez y demanda en las últimas décadas, sin duda alguna los expertos en el tema responderían: Real Estate.

Todo este tema para muchos pudiera sonar complejo, lo importante es encontrar a los expertos que no solo te expliquen los métodos y las herramientas, sino que te faciliten la forma de hacerlo. Gonzalo y Jorge, junto a un grupo de expertos colaboradores de FinanzButik®, se dieron a la tarea de crear un portafolio integral que brinde certidumbre, minimizando tiempos y esfuerzos para asegurar el futuro no solo del capital, sino de la vida familiar de quien hará uso de ello.



www.finanzbutik.com

info@finanzbutik.com 5552925864

Lat. Autopista Méx-Toluca 1235, Lomas Santa Fe

PRODUCTOS PRINCIPALES:

InBest For Life. Real Estate for you, your family

A través de este producto, FinanzButik® acompaña al inversionista desde el principio a elegir el mejor lugar e inmueble para depositar su dinero, asesorado por los expertos con datos verificados, de las ciudades con mayor plusvalía en los Estados Unidos. Para asegurar la calidad de vida de su familia, asesora y facilita procesos legales para la obtención de visas de inversionistas; así como la presentación de opciones de educación para los hijos.

InBest For Profit. A new asset in your portfolio

El inversionista es asesorado sobre los mejores lugares para invertir en Real Estate en Estados Unidos, obteniendo la certidumbre con data comprobada de la plusvalía. El cliente elige su ubicación y poseerá un inmueble del cual obtendrá rendimiento anual en dólares.

InBest Fund. Your new asset, our Fund.

Este es un fondo de inversión inmobiliaria de lujo, creado por FinanzButik®. Este producto, está enfocado en los hot spots del real estate en los mercados más importantes del mundo. Es un fondo de inversión privada de capital fijo y no incorporado. Actualmente mantiene un valor superior a los \$35 millones de dólares.

FinanzButik® no solo se encarga de ofrecer a los inversionistas las opciones o productos que solidifiquen sus capitales, sino que brindan apoyo y seguimiento en temas adheridos a la inversión, como:

- Seguimiento de inmigración (Visa EB5, E2, otras)
- Derecho corporativo
- Administración de propiedades
- Contaduría pública & CPA's
- Hipoteca – Prestamos para vivienda
- Lifestyle (familia y escuelas)
- Otros servicios financieros

Desde el 2007 que comenzó FinanzButik®, al día de hoy se han asesorado a más de 500 clientes que han depositado su confianza y obtenido grandes resultados a través de los tres productos principales que ofrece.



Paulina Olague
Fotos: By: @_thisisraw

Deja huella en el mundo de la creatividad

Con ventas previas a su creación y ofreciendo una gran variedad de servicios creativos nace AGLAYA, liderada por Paulina Olague que desde más chica estuvo involucrada en esta industria. Egresada de la carrera de comunicación y medios digitales en el ITESM, es una apasionada por la publicidad y las ventas que durante el proceso de desarrollo de la empresa logró identificar muchas oportunidades de crecimiento para ciertas marcas.

“Sin tener integrantes me aventé a vender y vendí incluso antes de formar la agencia como tal. Ahora tengo colaboradores extremadamente creativos”, dijo.

Cada día la saturación de publicidad por medios tradicionales y social media, la misión de AGLAYA es hacer un cambio en cada una de las marcas para las que realizan publicidad. El cambio está basado en incrementar el valor del negocio por medio de su propia imagen.

“Como directora tengo la obligación ante cada una de las marcas que confían en nosotros, a mejorar su imagen y mi gran pasión por lo que hago es mi posibilidad de dejar huella en cada una de las campañas que lanzamos. Nuestro slogan “WE GROW YOUR BRAND”, creemos que todos tienen la posibilidad de generar publicidad, lo vemos en lo cotidiano, inclusive aquella que no incluye diseño”, indicó.

La gran diferencia entre publicar y publicitar es lo que la define como agencia, el enfocar toda su fuerza creativa en generar de manera diaria un valor en cada marca a través de un equipo con alta experiencia en la industria creativa es lo que los hace únicos.

La base del éxito:

Para Paulina la idea de aferrarse a incrementar el valor de cada marca y no precisamente crear campañas de una sola exhibición ha sido el cimiento de la popularidad de AGLAYA. La agencia trabaja en campañas de un tiempo mínimo de seis meses, dado que el éxito de la comunicación de un negocio no está basado en un tiempo corto, sino, que necesita presencia continua para generar un ‘engagement’ con el consumidor potencial. “Es por eso que una campaña no debe ser única, debe ser una constante comunicación con nuestros clientes finales, por supuesto, ofreciendo contenido de calidad. Además algo crucial de mi éxito ha sido escuchar a mentores que me han hecho creer en mí, que me guían en el crecimiento profesional y personal, eso ha sido algo fundamental camino transcurrido de la agencia”.

Para la agencia lo más importante es su gente, todos tienen el objetivo de capacitarse constantemente, consumir publicidad constantemente y sobre todo aportar ideas creativas diariamente. “La magia de AGLAYA es el equipo creativo, somos un grupo en constante innovación y cada uno tenemos capacidades diferentes que aportar”, detalló Paulina.

Objetivos 2021

- Enfoque en duplicar el equipo creativo
- Impactar en manera internacional
- Crecimiento personal

Recomendación

Lectura de Pepe Mora, “Si estas p#ndej@ nomás no le aflojes”, para Paulina este libro conecta en todo sentido, principalmente si se dedican al mundo de la publicidad o del marketing. “Es un libro que tienes que leer, está enfocado a los emprendedores. Sin embargo, la publicidad está enfocada en ventas y no solo este libro Pepe Mora tiene muchos más que han impactado en mi persona”, señaló.

@pauolague

@aglaya.mx

*“Todos los días son buenos para dejar huella,
no te detengas, deja huella todos los días” - Pau Olague.*

Cumple sus metas en los negocios y el deporte

Este marzo 2021 Magdalena Sofía Barjas Martínez arrancó su operación como vicepresidenta del Consejo de Mujeres Empoderadas, A.C., Capítulo Nuevo León. Sin duda alguna la asociación tiene a una de las profesionistas mejor preparadas por su amplio recorrido en el mundo empresarial.

Trayectoria que la respalda

Desde que tenía 24 años Magdalena comenzó trabajando en la empresa familiar que se dedicaba al transporte de personal y público en todas las unidades del negocio, sin embargo, en el área donde más se desarrolló fue en `Control de Activos`. Siendo madre y con toda la responsabilidad que esto implica, se dio al compromiso de implementar un proyecto nuevo en el que buscó optimizar recursos; desarmó y recuperó piezas seminuevas de las unidades; entre otras actividades, logrando así un ahorro importante para la compañía en los siguientes años “. En 2015 hice una pausa dentro de la empresa y comenzamos a trabajar en `pool` de nuevos proyectos en la búsqueda de diversificación como familia. A nivel personal comencé con mi esposo una academia de beisbol infantil `Regios Beisbol`, junto con otras familias arrancamos tres equipos en tres categorías diferentes, participamos en torneos en Brownsville y Laredo, Texas, logrando en ambos los primeros lugares”, detalló

Mundo deportivo

2016 y 2017 fueron años de crecimiento y logros para la academia deportiva, tuvieron cerca de 250 niños repartidos en cinco categorías. Logró colocarse como la primera academia que participó en los torneos de San Isidro en Torreón, Torneo de Academia del Pacífico y Mazatlán Baseball Tournament; donde la escuela destacó por la cantidad de equipos y de niños que se coronaron campeones.

Mundo empresarial familiar

En 2018 comenzó a trabajar en la profesionalización de la compañía, pues explica que al llevar 77 años constituida, seguía siendo una empresa familiar; siendo 2019 cuando logran conformar un Consejo de Administración en el cual suple a su madre; sin embargo el año pasado por el fallecimiento de un pilar importante de la familia, fue nombrada Consejera de las empresas inmobiliarias, de transporte público/ personal y de nuevos proyectos.

Preparación:

- 2015-2017
- Diplomados como `Bullet Proof Manager` (Crestcom)
- Finanzas para no financieros (IDESSA)
- Gobierno Corporativo y Formación a Consejeros (UDEM)
- Administración Profesional de Proyectos (ESCALA)
- Diplomado Sigüientes Generaciones (UDEM)

“El trabajo en equipo, la empatía, constancia y disciplina han sido para mí las bases del éxito que he tenido en estos años desde muy joven”

Apasionada de su trabajo

Aseguró que en los líderes es importante tener la habilidad de formar y desarrollar a la gente. La empresaria es fiel creyente de que los verdaderos retos se dan cuando hay que profesionalizar personas, a un departamento, una unidad de negocios o una empresa completa. Para este 2021 la empresaria buscara alianzas en todos los niveles para crecer y exponencial los proyectos que tienen en mente y otros que ya están sobre la mesa.



Magdalena Sofia Barajas Martínez
@nenamrtz

Toda una vida llena de historia

A sus 91 años Don Carlos Amero se mantiene al frente de Librerías Iztaccihuatl y con la intención de seguir ofreciendo cultura a los lectores.

¿Por qué el nombre?... “Muchas personas no sabían pronunciar Iztaccihuatl, mejor así, les llama la atención, ¿Qué es eso?”, bromea Don Carlos Amero Díaz, propietario de las icónicas librerías que llevan más de 60 años de historia.

A sus 91 años nada lo detiene. Hace unas semanas reinauguró un espacio en el Centrito Valle para instalar la sucursal que anteriormente tenían en el Mall del Valle, en San Pedro Garza García. En ese lugar es donde nos recibe, de elegante traje, nos saluda con una sonrisa.

Originario de Ixtlahuaca, en el Estado de México, su acercamiento con los libros comenzó desde muy joven, vendía publicidad en una revista de turismo y dentro de sus labores le tocaba viajar por todo el país, incluso fuera de México. Además, en dichos recorridos aprovechaba para ayudarlo a su cuñado, Orlando Vierya a vender libros, y le iba bien. Eso lo llevó a establecerse formalmente.

¿Cómo nacen las Librerías Iztaccihuatl?

“Nace porque el mercado de libros en México era muy pobre, lo que había era revisterías, no librerías, y nosotros empezamos a meterles el libro de bolsillo, que costaba 5 pesos al público y venían novelitas de Corín Tellado, de Agatha Christie, de novela policiaca.

“Viendo esas carencias en el mercado de libros, tratamos nosotros de darle más vida a ellas, que eran novelas de grandes autores”, recuerda Don Carlos, quien durante sus recorridos por el país encontró en Monterrey una oportunidad.

“Al venir a Monterrey y darme cuenta de la gran ciudad, el tamaño de ella y sus alrededores, (me di cuenta) que hacía falta una librería que tuviera todo. Existían librerías como Crédito de Libros Selectos, donde se vendían las obras clásicas, de grandes encuadernaciones en piel, con

carátulas en piel, muy caras, por eso decían que el libro era muy caro”.

Así fue como en 1961, a sus 32 años, decidió instalarse en Nuevo León, en el edificio La Reínera, ubicado sobre la calle Morelos, en pleno centro de la Ciudad y que hasta hoy sigue en pie.

Clave del éxito

Para Don Carlos, la atención es de los puntos más importantes que lo han llevado a mantenerse en una época donde cada vez se usa menos el papel.

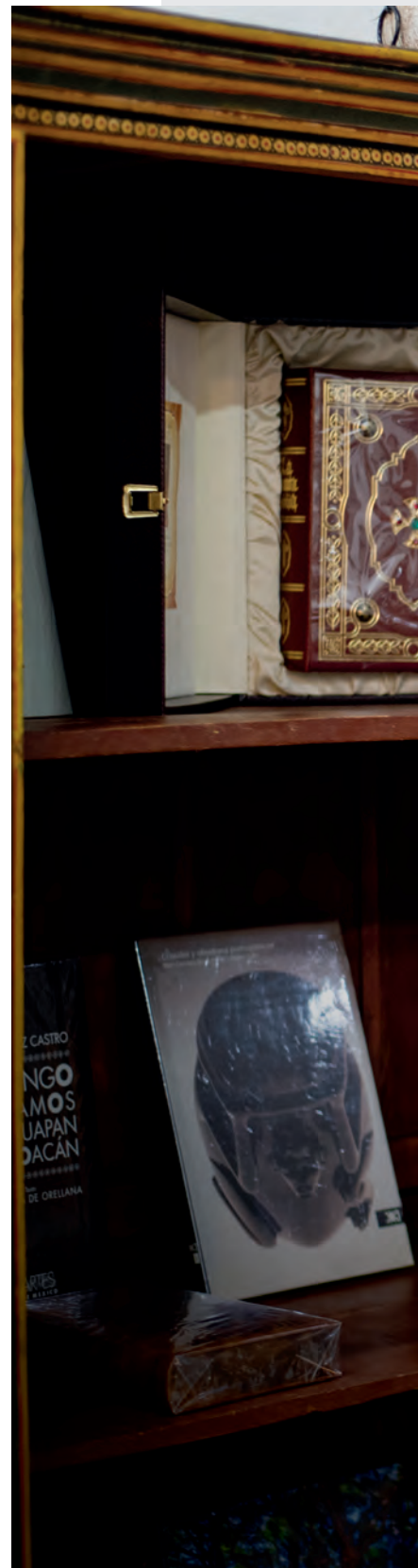
“Dar el mejor servicio posible a nuestro alcance con el acervo que tenemos y lo que no tenemos lo traemos, con todo gusto, lo buscamos, porque hay una variedad de distintos gustos, y nosotros con mucho gusto atendemos las necesidades del lector, esa es nuestra principal meta, cumplir con nuestro público. Nosotros no vendemos exclusivamente lo que tenemos en exhibición en los locales, si el cliente quiere una enciclopedia, se la traemos”, comentó.

Generaciones de lectores han pasado por sus librerías, lo que motiva a Don Carlos a seguir ofreciendo una diversidad de temas que sean del agrado de quienes visitan las sucursales.

“Sentir la satisfacción de quien viene a buscar un libro es porque está habido de conocer, de cultivarse en la vida, el libro es el mejor remedio para que esa persona se cultive”.

Además, en un tiempo fue participé de las primeras ferias de libro que se realizaron en municipios como San Pedro o Monterrey, sin embargo, lamenta que se hayan perdido ese tipo de eventos.

Más que un negocio, para Don Carlos llevar estas librerías es un entretenimiento, al estar poniendo novedades para los lectores, “es algo que me nació, la distribución de cultura para elevar el nivel y educación de la persona.







JW Marriott Monterrey Valle: El mejor hotel de la región

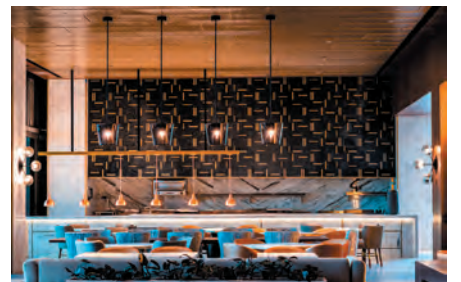
Después de cinco años de construcción este hotel de lujo se convertirá en el mejor catalogado de la región norte del país y en uno de los pocos hoteles JW urbanos que existen en América Latina, una de las marcas de mayor nivel en todo el mundo.

Los detalles imponentes de hotel hacen toda una experiencia para sus huéspedes, el hotel que ya se encuentra en operaciones tiene un diseño arquitectónico y de interiores que exhibe un entorno moderno y urbano, además de exponer las tradiciones locales pues hace énfasis en la cultura de la ciudad. El desarrollo basado en la grandeza industrial y la transformación que ha tenido la ciudad es reflejado por medio de los materiales que se utilizaron como piedra, mármol, acero y bronce.

A través de obras de artistas locales y nacionales que se contrataron para el proyecto, el hotel pretende contar la historia de la transformación del noreste y su cultura regia.

El imponente hotel es una gran galería de arte, ya sea en las habitaciones o en los centros de consumo, en cada esquina hay un cuadro o algún tipo de obra, esculturas que invitan a recrear grandes historias del pasado.

Uno de los aspectos más importante del hotel es que cuenta con nueve salones ideales para eventos sociales, empresariales y corporativos; el más grande podrá albergar hasta 700 personas; por otro lado, tiene un 'Hospitality Room', es decir, un camerino para algún conferencista. El complejo tiene 250 habitaciones completamente tecnológicas y con amenidades de primer nivel.



ATRACTIVO

"Orfebre" su restaurante principal ofrece una fusión de comida internacional con platillos de autor típicos de la región. La carta fue especialmente diseñada por el famoso reconocido chef español, Sergi Arola.



JW MARRIOTT

MONTERREY VALLE

Reservaciones: 8122011246

JW Marriott Monterrey Valle

jwmarriottmonterrey



Andrés Hayek, Aldo Treviño, Carlos Carbajal y Luis Mendoza

Treviño Mendoza: Un Despacho Joven y Prometedor

Una gran visión, organización y trabajo, así como importantes casos de éxito, han hecho que el Despacho Treviño Mendoza haya tenido un crecimiento exponencial en los últimos años, y que en consecuencia, se esté posicionando cada vez más en el mercado.

El Despacho fue fundado en febrero de 2018 por los Licenciados Aldo Treviño Arce y Luis Raúl Mendoza Cano, y posteriormente, a partir del año 2019, se fueron integrando a la firma como socios otros abogados especialistas y reconocidos en distintas áreas del derecho, con la visión y necesidad de ofrecer a los clientes un servicio jurídico integral.

Desde su fundación, el Despacho se ha desarrollado significativamente, pues lo que inició con dos socios, un pasante y una administradora, hoy en día se conforma por un equipo con más de 32 miembros, los cuales son parte fundamental para consolidar el crecimiento de la firma.

Actualmente, Treviño Mendoza brinda servicios en distintas especialidades del derecho con amplia cobertura nacional, apoyados por abogados que fungen como corresponsales de confianza en la mayoría de los estados de la República Mexicana.

Socios y áreas del Despacho:

• **Aldo Treviño y Luis Mendoza:**

Litigio Civil, Mercantil, Administrativo y Amparo.

• **Andrés Hayek y Carlos Carbajal:**

Área corporativa y propiedad intelectual.

• **Hugo Salinas y José Manuel González:**

Inmobiliario, construcción y fideicomisos.

• **Rogelio Montemayor:**

Fiscal y contable

Una Visión Innovadora:

"La cultura de la modernización e innovación acompaña en todo momento la filosofía de la firma", expresó Aldo Treviño Arce, Presidente del Despacho.

"Entendemos la importancia y responsabilidad de los asuntos que se nos encomienda, por ello, trabajamos constantemente en dar un excelente servicio al cliente, apoyándonos en las herramientas que actualmente nos ofrece la tecnología.

Tenemos un reto muy importante por delante, que consiste en eficientizar los procesos legales de nuestros clientes, para no sólo ofrecer un buen resultado, sino también hacerlo en tiempo y calidad, a un precio justo.

La participación de cada uno de los miembros del Despacho y el gran trabajo en equipo que fomentamos, es de suma importancia para lograr nuestros objetivos, sobre todo en el crecimiento de nuestra firma, soportado por un esquema estructurado que nos permite ofrecer atención personalizada a una gran cantidad de clientes.

Hoy en día tenemos clientes de distintos sectores tales como: Bancos, Aseguradoras, SOFOMS, Desarrolladoras, Constructoras, Pedreras, Restaurantes, Empresas Petroleras, Agencias de Marketing y representación de Influencers, Comerciantes de Abastos, Productores de Acero, Compañías Tecnológicas, y demás personas físicas y morales que han depositado su confianza en nosotros.

Consideramos que hemos avanzado y crecido mucho en estos 3 años, sin embargo, tenemos objetivos claros para seguir mejorando y evolucionando, con el fin de consolidarnos como una de las mejores firmas de Monterrey, e incluso, en un mayor plazo, del país," aseguró.

**Treviño
y Mendoza®**

📍 Avenida Valle Sol 122 Piso 4, oficina 403, Col. La Diana, San Pedro Garza García, 66266 (Torre Legacy)

☎ (81) 2721-0615

🌐 www.trevinomendoza.com

📘 Treviño Mendoza

📷 [trevino.mendoza](https://www.instagram.com/trevino.mendoza)

¡DESPEGAMOS!

NUEVA UBICACIÓN EN SAN PEDRO

NOS CAMBIAMOS A **PLAZA XO**



LAS ALIADAS

Próxima apertura

Plaza XO - 3er piso
Calzada San Pedro 202



Ing. José A. González

Compromiso y calidad en la cadena de suministro

WTHH Especializado

Con tan solo dos años WTHH Especializado, México y World Transport Heavy Haul INC, Estados Unidos forman parte de varias cadenas de suministro, trabajando como una extensión de cualquier empresa. “Tenemos un matiz especial por demostrarnos a nosotros mismos que podemos diversificarnos y crear varias empresas a la vez, está claro que todo emprendimiento conlleva un riesgo, pero gracias al apoyo incondicional de la familia y a la confianza de nuestros clientes y proveedores nos hemos colocado en la preferencia de los negocios”, aseguró el Ingeniero, José A. González.

El camino no ha sido fácil, sin embargo, el ingeniero asegura que como todos los emprendedores se han encontrado obstáculos que lograron transformar en retos gracias a los 25 años de González en este mercado. “En un principio nos estructuramos con lo básico para operar, sin perder el enfoque de generar sinergias viables con clientes y proveedores a largo plazo”, detalló.

Este año WTHH Especializado está de manteles largos, pues celebra su 2º aniversario en la confianza de sus socios comerciales, así como del equipo de colaboradores que día a día trabajan porque el proyecto crezca aún más y están comprometidos con el servicio que ofrecen.

Valor agregado:

- La tranquilidad de nuestros clientes.
- Trabajo en equipo con clientes y proveedores.
- Certificación en manejos de carga regular y sobredimensionada
- Servicio 24-7-365
- Tracking y seguimiento adecuado y personalizado a cada cliente
- Capital humano para servir con profesionalismo, experiencia, transparencia y la flexibilidad necesaria para afrontar los cambios que el cliente requiere.
- Tarifas competitivas
- Alto sentido de urgencia.

Productos y servicios

- Transporte marítimo
- Transporte aéreo
- Transporte terrestre
- Agencia aduanal
- Almacenamiento
- Transbordos
- Grúas
- Comercializadora
- `Riggers`
- 3PL
- Consultor logístico y transporte
- Carga Global
- Especialistas en importación, exportación de regular-gran tamaño y gran peso



La preparación es primordial para la empresa, por lo que su equipo está certificado en manejo de cargas regulares y sobredimensionadas en todos los rubros de transporte.

Tiene cobertura mundial; con oficinas en México y Estados Unidos

📍 Avenida Del Roble #660 Valle del Campestre, San Pedro Garza García, 66265 Monterrey, N.L.

☎ (81) 3143 9190 ✉ ventas@wthh.mx

📱 wthh.especializados 🌐 WTHH ESPECIALIZADOS

PLAYDOIT®

Casino en Línea



ATRÉVETE.

ENTRA A GANAR



MAQUINITAS VIRTUALES



CASINO EN VIVO



DEPORTES



SEGOB
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN



JUEGA EN LÍNEA LAS 24 HORAS PERMISO SEGOB DGAJS/SCEVF/P-02/2005



Hace unos años, Renata Batarse inició su camino hacia el despertar de consciencia en vida propia, en sus momentos, en sus pensamientos, emociones y en su propio vivir. Cada quien posee `su verdad´ y su `realidad´, no es necesario que nadie la vea igual, ya que todos tenemos una manera diferente de ver e interpretar el mundo”.

Un despertar consciente

Renata Batarse

Su objetivo, ¿quién es?

Creas tu realidad desde la mente, forma de ver la vida, creencias, pensamientos e interpretaciones a todo lo que sucede, y ahora, con el nuevo significado que le quieres dar a tu vida, es como nace la firma Renata Batarse®

La exitosa empresaria tiene como objetivo acompañarte integralmente como Psicóloga con certificaciones en diferentes herramientas de vida. Por mencionar algunas: Coaching Ontológico, Coach de Vida, Estilos de Pensamiento y Talento Humano; además de una certificación en Felicidad Laboral.

Ha centrado su especialización vasta y constante en comprender la manera en la que piensa el Ser Humano y cómo es que interactúa en el actual contexto emocional, personal y profesional de su vida cotidiana, para guiar a sus clientes hacia el camino del éxito, a desarrollar sus habilidades y potenciar no solo a nivel personal, sino también profesional y empresarial; donde comprenderás que todos somos diferentes y tenemos un mapa de vida único, es ahí a donde quiere llegar contigo. Hacer consciente y ver lo que no puedes ver y transformar, construir o reconstruir en nosotros, nuestra vida.

Metodologías propias

A través de los años, Renata Batarse ha integrado junto con la psicología, metodologías que ha ido viviendo en carne propia y estudiando en el camino que unen, la ingeniería humana, las cinco inteligencias de la felicidad, la felicidad laboral y su importancia; el Coaching Ontológico, cómo funciona la vida, el sistema familiar para co-crear así un Ser integral hacia un equilibrio en todos los ámbitos de su vida como Ser Humano, que vayan acordes con su propósito del ser y misión de vida, sin olvidar emociones y salud mental, logrando así no solo estar en el HACER sino desarrollando el SER.

Otro enfoque es la importancia de la Felicidad Laboral, cómo un empleado feliz puede repercutir tanto, cómo reconocer el talento de tu equipo de trabajo y optimizarlo, y esta misma herramienta te ofrece un mejor reclutamiento. En los adolescentes la puedes utilizar para descubrir su talento natural y así ellos elijan más atinadamente su carrera profesional.

Renata Batarse ofrece un servicio integral, cuenta con consultoría empresarial y personal, terapia psicológica y desarrollo de talento humano, así como también imparte talleres y pláticas sobre inteligencia emocional, relaciones, inteligencia financiera y temas de la actualidad, entre otras.



*Sabemos
lo que Quieres*

paseo  san pedro
centro comercial

Eternity
Diamonds

MARIO RAMOS
Su joyero

MICHAEL KORS

BOSS
HUGO BOSS

Av. José Vasconcelos 402 Col. Del Valle, San Pedro Garza García, N.L. Horario: Lunes a Domingo 10:00hrs a 21:00hrs

 /paseosanpedro  @paseosanpedro  @paseo_san_pedro



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

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

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

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

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

Godzilla Big Angus Burger

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

Kong Big Angus Burger

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

¿Con cuál te enfrentarás primero?



GODZILLA
BIG ANGUS BURGER



KONG
BIG ANGUS BURGER



www.carlsjr.com.mx

@carlsjrmex

Carl's Jr. México

@CarlsJrMx

CHILCHOTA

El Hogar del Queso

El
Mejor
Sabor
para

M
A
L
S
A



Servicio a Domicilio

Informes y Ventas:

Suc. Vasconcelos ☎ 81 19 69 40 30

Av. Vasconcelos #51 Pte.

Col. del Valle,

San Pedro Garza García, N.L.

🌐 www.chilchota.com 📱 ChilchotaMx

Suc. Cumbres ☎ 81 22 35 36 77

Av. Paseo de los Leones #1220,

Col. Cumbres Primer Sector,

C.P. 64610, Monterrey, N. L.

Distribuidor Autorizado



NH Hotel Group dentro de la categoría Diamante de las 4 cadenas de hoteles con más responsabilidad social en México 2021

NH Hotel Group, consolidado operador multinacional y una de las compañías hoteleras urbanas de referencia en Europa y América, se encuentra rankeado en la categoría Diamante por la revista “Tops Ranking, las 200 mejores empresas socialmente responsables en México 2021.”. Esta edición será publicada en medios impresos y medios digitales en toda la República Mexicana.

La sustentabilidad es uno de los pilares fundamentales de NH Hotel Group y se caracteriza por ejercer prácticas corporativas en materia de sostenibilidad, centrándose principalmente en tres dimensiones: económica, social y ambiental. Es por ello que fue seleccionado y rankeado dentro del Top 3 del sector hotelero a nivel mundial.

NH Hotel Group ha sido premiado a lo largo de los años en la industria hotelera en nueve criterios: Gestión de las Relaciones con los Clientes, Gestión de la Cadena de Suministros, Estrategia Fiscal, Reporte Ambiental, Estrategia Climática, Reporte Social, Indicadores de Prácticas Laborales, Desarrollo del Capital Humano, y Salud y Seguridad Laboral. Incluso en seis de ellos se alcanzó la máxima puntuación: Gestión de la Relación con el Cliente; Estrategia Fiscal; Reporte Ambiental; Estrategia Climática; Reporte Social y Desarrollo del Capital Humano.

NH Hotel Group tiene una larga trayectoria en la reducción de la huella de carbono media de sus habitaciones. Prueba de ello es que, desde 2007, se ha visto reducida en un 67,2%, también desde 2007, fecha del primer plan de sostenibilidad NH Hotel Group se ha reducido en un 30,8% por habitación el consumo de energía y un 27% el consumo de agua, gracias a las medidas sostenibles implementadas por la compañía, como el reciclado de aguas grises, los sistemas de

grifos, duchas e inodoros ahorradores, reutilización de agua para riego y el sistema de reducción en piscinas y reciclaje: El valor sostenible no sería posible sin la coordinación con sus proveedores, todos ellos son evaluados en función de varios parámetros relacionados con la gestión medioambiental, su compromiso con la lucha contra el cambio climático, la reducción de la huella de carbono, el consumo responsable de recursos y la utilización de materiales reciclados y de fuentes responsables.

NH Hotel Group continúa comprometido con posicionar la sostenibilidad y luchar contra el cambio climático como un valor estratégico de la compañía, que ha sido una palanca de valor para todo el grupo durante más de una década.

Bajo el concepto Feel Safe at NH, que la Compañía puso en marcha con el fin de preservar la seguridad de viajeros y empleados, se han adecuado cerca de 700 estándares para rediseñar por completo el ciclo de experiencia del cliente. Avaladas por expertos, estas medidas se implementaron en cada una de las 364 propiedades del Grupo en el mundo para brindar la máxima garantía de seguridad, en los procesos de limpieza e higienización de cada espacio del hotel, nuevas soluciones digitales, procesos y protocolos para la gestión de la restauración, normativas de distanciamiento social y el control de la purificación del aire y el agua, entre otras. Feel Safe at NH contempla además diferentes iniciativas, como el servicio FastPass para realizar check-in y check-out de forma online, al igual que la elección de su habitación, y la aplicación Mobile Guest Experience, un sistema innovador que permite controlar la estadía en el hotel desde cualquier dispositivo electrónico móvil y acceder a todo tipo de servicios e información manteniendo el distanciamiento social con los empleados y evitando al máximo el contacto con múltiples superficies.



NH COLLECTION
HOTELS

Av. José Vasconcelos 402, 66268,
Valle de Santa Engracia, San Pedro
Garza García, México

Reservaciones

818173 1800 559596 8237 559596 8051



La digitalización está cambiando el mundo laboral



ManpowerGroup

manpowergroup.com.mx

La transformación digital continúa creciendo a gran velocidad y, a medida que las tendencias actuales de la fuerza de trabajo cambian, las organizaciones están enfrentando una rápida transformación para adaptarse a una nueva normalidad y ser un negocio digital enfocado en la experiencia del consumidor, de la mano de la combinación de talento y tecnología.

Según un estudio realizado por ManpowerGroup “Reinicio de la Revolución de Habilidades: las 3rs – Renovar, Reaprender y Reorientar”, el 38% de las empresas se encuentran acelerando su digitalización, como resultado de la pandemia, mientras que el 17% ha decidido suspender sus planes. Contrario a lo esperado, se están creando más puestos de trabajo de los que se eliminan: 86% de las empresas que está automatizando planea aumentar o mantener su plantilla, en comparación con el 11% de empleadores que planea mantener o reducir sus intenciones de automatizar.

Conforme las empresas se transforman y digitalizan sus procesos a mayor velocidad y escala, aparece una nueva revolución de habilidades. Se estima que para el año

2025, las personas y las máquinas compartirán las actividades laborales al 50%; al mismo tiempo que surgirán 97 millones de nuevos empleos relacionados a la inteligencia artificial, la economía verde y la economía del cuidado.

La demanda de competencias técnicas y profesionales se está acelerando debido a la crisis y a la revolución de habilidades que se manifiestan en la actualidad, a causa del surgimiento de nuevas tecnologías. Las habilidades profesionales, como comunicación, priorización del tiempo, adaptabilidad, pensamiento analítico, toma de iniciativa y empatía son las más demandadas en el mercado laboral y también, son los pilares para el éxito.

Contar con colaboradores, preparados y resilientes para tiempos de cambio y disrupción representa una ventaja competitiva para las organizaciones. Por otro lado, el cambio repentino al trabajo remoto implica que el trabajo en equipo, entre otras competencias profesionales, tengan una alta valoración por parte de los empleados, pero solamente el 30% de las empresas están invirtiendo en estas habilidades y un tercio de las mismas se encuentra planifi-

cando un desarrollo de liderazgo para sus colaboradores en los próximos seis meses.

Poseer las habilidades técnicas y profesionales requeridas en el mercado laboral es indispensable para destacar entre los candidatos en un proceso de reclutamiento. Según el estudio, el 38% de las empresas comenta que es complejo capacitar en habilidades técnicas en demanda y el 43% dijo que es, incluso, más complicado enseñar las habilidades profesionales que requieren, como pensamiento analítico y comunicación.

Las empresas que están invirtiendo en innovación, tecnología y en mejorar las habilidades de su talento, están consiguiendo mayor diferenciación y participación en el mercado, además de satisfacer las necesidades de colaboradores y clientes a través del aprovechamiento de las herramientas digitales que nos permiten seguir trabajando a distancia. La tecnología ha revolucionado las formas de trabajo y su evolución no cesará; por ello, es importante que las organizaciones y empleados posean un alto nivel de learnability para que continúen siendo competitivos y empleables.

Participar, votar y exigir



COPARMEX
NUEVO LEÓN

 coparmexnl.org.mx
 CoparmexNL
 Coparmex Nuevo León

Los mexicanos estamos frente a un reto enorme: ser los responsables de las elecciones más grandes, complejas y vigiladas de México; en medio de la crisis sanitaria, social y económica que cambió nuestras vidas.

El Proceso Electoral 2020-2021 será determinante para que, los casi 95 millones de electores, fijemos el rumbo de nuestro país. Digo ‘fijemos’ porque somos nosotros los que reescribiremos nuestra historia con los tres verbos más importantes del año electoral: Participar, Votar y Exigir.

La participación ciudadana es clave porque están en juego más de 20 mil cargos de elección popular que definirán nuestro futuro y todos somos responsables de informarnos de fuentes confiables, vigilar que las condiciones del proceso sean transparentes y denunciar de inmediato cualquier irregularidad de la que seamos testigos.

El ‘voto razonado’ masivo solo puede llevarse a cabo si motivamos a la ciudadanía, creando las condiciones para que todos estén bien informados, comparen propuestas contra sus necesidades de manera objetiva y ejerzan el derecho a manifestar sus decisiones el próximo 6 de junio.

Queremos elecciones limpias en las que se respete la voluntad de los votantes, así como debemos comprometernos de una manera organizada para exigir a los ganadores que cumplan sus promesas.

#ParticipoVotoExijo

Coparmex ha impulsado, a través de sus 68 centros empresariales en todo el país, un programa que promueve estos 3 ejes fundamentales para nuestra democracia, incluyendo:

- Campañas de comunicación a nivel nacional para vencer el abstencionismo multigeneracional, motivando a la ciudadanía a ejercer el voto razonado.
- Debates ciudadanos para dialogar y contrastar propuestas de los candidatos
- Un documento (Manifiesto México) el cual reúne propuestas sobre los temas que la comunidad considera urgentes.
- Observación electoral activa a través de sus colaboradores y socios.
- Seguimiento a los ganadores, para vigilar que se cumplan sus propuestas de campaña.

Manifestar nuestra opinión en las urnas electorales y cambiar el futuro de México con nuestras decisiones es, además de un derecho constitucional, una obligación cívica que debemos tomar con mucha seriedad... Por eso insisto, las tres palabras más importantes para reescribir la historia electoral mexicana son: **Participar, Votar y Exigir.**



La importancia del marketing internacional en la época actual



Por Héctor Villarreal Muraira

Director General de COMCE Noreste

[comcenoreste.org.mx](https://www.comcenoreste.org.mx)

COMCE Noreste

El marketing internacional es la función empresarial que desarrolla el proceso de identificación, anticipación y satisfacción de las necesidades de un cliente que está en otro país. Es una función estratégica que consiste en entender cuál es la motivación o beneficio que le aporta un producto (bien o servicio) a un comprador que pertenece a un mercado distinto al nuestro para satisfacer sus necesidades teniendo en cuenta las particularidades del entorno. Cualquier empresa que desee exportar tiene el objetivo de superar a la competencia en cada mercado, sabiendo crear un valor que el consumidor puede percibir.

El punto de vista actual del marketing es Global, no quiere decir que se deban aplicar los mismos parámetros en cada país, pues siempre debemos tener presente que cada país es diferente y que no hay dos mercados iguales. Ello implica que un plan de marketing que ha triunfado en un país no necesariamente tendrá éxito en otro país.





Hay muchas diferencias entre el marketing que se hace en nuestro país y el marketing que se puede realizar en otros países debido a las diferencias culturales, políticas, religiosas, habituales e ideológicas. Cada cultura es única, posee su propio sistema de valores, costumbres y normas. Una estrategia efectiva debe adaptarse a las sensibilidades y necesidades de cada cultura específica. Un punto muy importante a considerar son los mensajes que pretendemos dar, debemos cuidar las diferencias en los lenguajes, expresiones, hábitos, ideologías, gestos y más.

El comercio internacional es el vínculo que permite a las empresas llevar sus productos al mundo, pero lo que permite que esos productos permanezcan en el mercado son las estrategias de marketing internacional, el cual comprende el análisis del mercado, es decir, de la oferta (competidores) y la demanda (consumidores). Abarca el diseño de los productos, las promociones, la publicidad, los gustos y preferencias del consumidor, y la forma o medios a través de los cuales se hace llegar al mercado. En resumen, el Marketing Internacional busca estudiar el comportamiento de los mercados y de los consumidores, para incentivar la demanda e incrementar el comercio y así permitir a la empresa competir.

La imagen de México y de los productos mexicanos es excelente en Centro y Sur América, lo cual significa una ventaja diferencial competitiva muy importante respecto a otros países

por esto es muy importante resaltar que los productos son hechos en México. La promoción de productos procedentes de países con una imagen favorable en los mercados facilita el éxito de la campaña. El origen se suele destacar de una forma directa o indirecta.

En los últimos tiempos, la tecnología y las innovaciones han tenido un impacto claro y directo sobre la industria del marketing, el uso que las empresas hacen de la misma y sobre los trabajadores de este mercado. Cada vez hay más herramientas y el marketing digital cada vez está más y más presente en el día a día de los publicistas o agencias. La tecnología promete grandes soluciones, cambiar las cosas y hacer que los retornos sean más elevados. Son gran promesa que llega casi del futuro para modificar el presente y hacer que todo funcione mucho mejor y que se logren muchas más cosas.

Pero también es cierto que el área del marketing digital se caracteriza por estar en un continuo proceso de transformación, evolución y cambio. Lo que era habitual hace 12 meses es posible que hoy en día esté obsoleto. Es por eso que es muy importante que las empresas se adapten a estos cambios de tendencia y los sepan integrar de forma fluida a su estrategia. Por norma general, las empresas que innovan se suelen colocar en una posición más privilegiada en el mercado con respecto a su competencia.

Es conveniente analizar bien los segmentos de mercado a los que se dirige la campaña, y en función de éstos, seleccionar los medios idóneos: aquellos que realmente lleguen e influyan en la opinión de dichos segmentos. Puede tratarse de medios digitales, impresos, tradicionales y directos.

En COMCE Noreste estamos a sus órdenes para colaborar con su empresa y brindarles información sobre las diferentes opciones de marketing internacional y de inteligencia de mercados con el fin de apoyar a las empresas exportadoras y potenciar sus oportunidades de éxito en los mercados internacionales.



La tecnología de hoy

Por Ángeles Vela

Directora CSOFT Monterrey

En nuestros días cada persona dentro de los negocios debería de plantearse ¿cuál será su técnica de innovación tecnológica para esta nueva etapa en las que más de la mitad de las empresas de marketing advierten que la generación de leads es su reto principal? Existen más de 26 mil millones de dispositivos circulando a nivel mundial, el promedio es que una persona utilice más de tres. Estos retos llevan consigo planear y formar conexiones digitales con mercados meta y con diferentes actores del negocio. Esta era digital lleva una velocidad sin precedentes.

Debido a la falta de contacto físico en este momento, el público está recompensando a las empresas que puedan fortalecer el contacto humano, además de la participación del cliente, retener el talento y aumentar el impacto de la empresa en la sociedad. Hoy más que nunca deben de conocer por qué existen y para quiénes las organizaciones.

Las tecnologías más utilizadas para 2021 enfocadas a marketing serán Cloud Computing: éstos se han convertido en esenciales. Se han creado servicios descentralizados desplegados para que los empleados de home office puedan acceder a los servicios básicos y así teletrabajar correctamente.

La Inteligencia Artificial (IA) es a toda costa una de las que se están utilizando más, los bancos y los seguros esperan incrementar su uso en un buen porcentaje para el 2025. Por ello es indispensable que los empleados puedan tener accesos a herramientas que les ayuden a implementar los modelos de IA en sus áreas, generando toma de decisiones más sencillas y resultados más concretos.

En cuanto a la red 5G, ésta se considera como una de las tendencias en tecnología de marketing en este año. Ya lleva un buen tiempo su implementación; sin embargo, apenas hemos visto aplicaciones reales, por ejemplo, con el lanzamiento del iPhone 12, esto aumentará las tendencias como: Mobile Edge Computing, disminuyendo costos y aumentando eficiencia en los negocios. Es en el 'Gaming', donde operadores se asocian con proveedores de contenido para monetizar mejor las capacidades de la red. Los juegos en la nube para móviles son un ejemplo perfecto de ello.

El Internet de las cosas por medio de redes privadas, traerá múltiples beneficios en las empresas, sobre todo en el tema de la Industria 4.0.

La hiper-personalización no es solo una tendencia de marketing en 2021. En algunas industrias, como en la banca o seguros, el uso de datos para proporcionar productos, servicios y contenidos más personalizados es sumamente importante.

Por otro lado, la Realidad Aumentada y la Realidad Virtual están siendo utilizadas en plataformas para videoconferencias, así como en las de reuniones para eventos, a fin de simular sesiones de 'networking' para ventas.

El avance del desarrollo tecnológico y las nuevas aplicaciones de 'Big Data', 'Business Intelligence', 'Machine Learning', 'Inteligencia Artificial', etc. permiten el análisis casi inmediato de grandes cantidades de datos; personalizando la experiencia del cliente.

De estas herramientas, ¿cuál es la que has pensado utilizar, ¿cuál se adapta a tus necesidades como organización? No dejes fuera la Transformación Digital en el Marketing de tu empresa.



La tecnología es la pieza clave en la pandemia

Por Roberto Solano Pérez

Coordinador de Análisis y Estratega Bursátil de Monex jrsolano@monex.com.mx

Aproximadamente hace un año, el mundo de la tecnología tuvo un punto de inflexión en su historia, de hecho, se podría decir que la velocidad de nuevos productos y servicios ha tomado un tono diferente. Lo anterior es resultado de la aparición del Covid-19, virus que ha generado una pandemia sin precedentes, y que hasta el día hoy, no tiene un fin claro. A nivel mundial, los productos tecnológicos han presentado una demanda cinco veces mayor previo a la pandemia, incluso, la aparición de nuevas empresas e innovaciones ha sido la pieza clave para contrarrestar las limitantes que se han provocado. Un dato que nos permite dimensionar el “boom” del sector, es el desempeño del índice accionario americano tecnológico Nasdaq, el cual en 2020 presentó un rendimiento del 45.0% (considera las sólidas utilidades que han presentado las empresas que pertenecen a dicha muestra).

Desde plataformas para el e-commerce, redes sociales, consolas de videojuegos, cámaras, televisiones y computado-

ras, la oferta de productos y el software ha avanzado a niveles que no se esperaban hasta los próximos 3-5 años (depende de cada producto y servicio). Bajo esta línea han surgido 2 aprendizajes tecnológicos, el “machine learning” que se define como el conocimiento automático, y por otro lado, el “deep learning” mejor conocido como el aprendizaje profundo. Y es que el principio básico de la necesidad ante el cambio, la gente ha adoptado nuevas formas de intercambio de información.

Hubo una transformación en el trabajo, en el hogar y en los hábitos de consumo, pero los aspectos claves para el avance en esta contingencia fueron los productos básicos, y los de tecnológicos para adaptarnos a esta nueva realidad. Lo anterior ha implicado la escasez de insumos para diversas empresas, ya que la demanda ha superado a la oferta de productos (incluso se habla de un mercado negro para algunos componentes, como ejemplo: el silicio). Consideramos que una vez que el ciclo de la pandemia

concluya, la humanidad será un híbrido entre retomar lo que quedó en pausa previo a la emergencia sanitaria, y lo que ahora demandará su vida cotidiana.

Los países asiáticos han tomado el liderazgo en la implementación de herramientas para el futuro, incluso algunos aplicados ya en plena pandemia (el uso del código QR y el GPS en algunos pacientes). A la par de esta situación, nos gustaría destacar el otro efecto que ha generado mayor apetito por tecnología, las criptomonedas. Esta nueva forma de pago al no contar con herramientas sencillas para monetizar las transacciones, ha implicado la minería de datos (4 de cada 10 computadoras a nivel mundial tienen conexión con este activo). Puede que en la mayor necesidad de nueva tecnología no se enfoque el desarrollo natural de la misma, por lo que será clave evaluar el avance de esta emergencia sanitaria. Un punto a destacar es que México ha logrado superar los “mitos y miedos” que la tecnología representa, de hecho, el proceso actual de vacunación ha sido digital (algo icónico).

UN GRANITO HOY SERÁ LA SEMILLA DEL MAÑANA



En Monex estamos comprometidos con el medio ambiente buscando generar una economía sustentable, por ello nos sumamos a la iniciativa financiera del programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y el Sector Financiero.

GRUPO FINANCIERO

monex

AGILIDAD PARA QUE EL DINERO TRABAJE
BANCA DE EMPRESAS • BANCA PRIVADA

Contáctanos en: monex.com.mx o Monterrey: 818 152 8300 y 818 133 7700

 @GrupoFinancieroMonex

monex.com.mx

 @monexanalysis

¿Cómo exprimir mi CRM?

Por Iván Gutiérrez

CEO de Caltic Consultores

calticconsultores.com

Dar con el momento correcto, por el medio correcto, con la persona correcta es el ideal de cualquier persona del área de ventas o comercial. Sin embargo, la probabilidad de que esto suceda normalmente es baja, por lo que dedicar tiempo a realizar acciones que nos ayuden a aumentar la probabilidad de venta debe de tomar prioridad en las actividades del día a día de los vendedores.

¿Qué podemos hacer para aumentar la probabilidad de venta?

Si “googleamos” ¿cómo aumentar mi probabilidad de ventas? Encontraremos un sinfín de artículos, blogs, libros etc., que nos dan recomendaciones como: retomar clientes inactivos, vender más a mis clientes actuales, mejorar mi seguimiento a mis prospectos entre otros. Lo que todas estas recomendaciones tienen en común, es que una manera de facilitarlos es implementando un buen sistema de seguimiento tanto a prospectos, como a clientes y exclientes, mejor conocido como un CRM (Customer Relationship Management por sus siglas en inglés).

Suena relativamente sencillo, seleccionamos uno de los tantos software que hay hoy en día disponibles, montamos nuestra base de datos y listo, que inicie el seguimiento.

Pero no es así. Implementar un buen sistema de seguimiento, va más allá de seleccionar el mejor software del mercado (siendo también un punto crítico y hoy en día necesario), de nada servirá invertir cientos, a veces miles de dólares, si no se ha tomado el tiempo suficiente para cubrir los primeros pasos que son previos a pensar en la selección de un software.

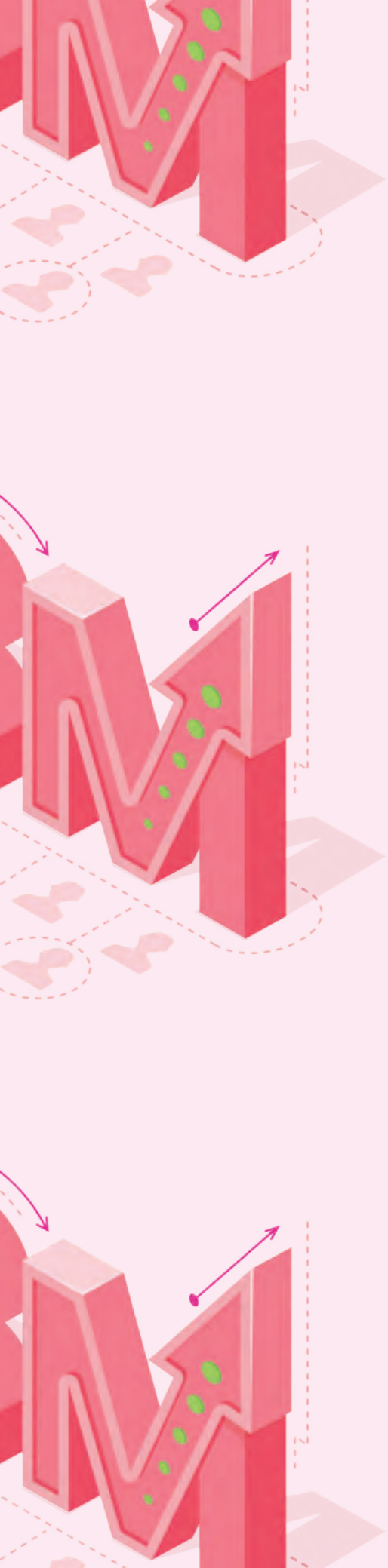
Irónicamente el poder exprimir el CRM en gran parte tiene más que ver con la optimización de nuestro proceso de ventas que con la plataforma en sí.

Se nos olvida que, el software es un facilitador tecnológico para hacer la tarea más eficiente, organizada y rápida, pero un sistema que maneje la relación con mi cliente, no se puede basar solamente en que plataforma (dónde) daré el seguimiento, sino también en el cómo daré ese seguimiento, y el saber adaptar el dónde al cómo.

¿Por dónde empezar?

Hay que empezar por el final. Hay que tener claridad de nuestro objetivo final de ventas, a dónde quiero llegar. Esa meta determinada, se convierte en la parte más angosta de nuestro embudo, a donde solo llegarán algunos de nuestros afortunados prospectos que se han decidido por comprar nuestro producto o servicio y de ahí hay que partir hacia atrás.





¿Qué pasos y puntos de contacto tengo con mi prospecto desde incluso antes de que tenga conciencia de su necesidad hasta que llega a ese punto angosto donde se transforma en mi cliente?

Tener definido nuestro proceso de ventas nos ayuda a poder determinar esas etapas en el embudo que tenemos que ir controlando para saber en qué punto del camino se encuentra mi prospecto, qué detonante necesito en ese punto para llevarlo al siguiente y cuál es la probabilidad de que lo pueda llevar hasta el final. Si, esas etapas hay que configurarlas en el software, sin embargo, tienen una naturaleza mucho más estratégica que un mero catálogo de etapas.

Basándonos en nuestros históricos, hay que determinar los porcentajes de conversión que se obtienen de un punto a otro. (Incluso estos porcentajes de conversión se pueden volver uno de los métricos principales para saber si estamos haciendo bien o no las cosas, así como evaluar el desempeño de nuestra área de ventas, pero este es otro universo del cual hablaremos en otro momento).

Estos pasos y etapas, a final de cuentas, conforman nuestro proceso de ventas, y si queremos incrementar más la probabilidad de cerrar ventas, es importante diseñarlo pensando en la experiencia del cliente, mejor conocido como un Journey Map.

Otro punto importante a considerar cuando se diseña este proceso, es pensar en la información necesaria que tenemos que recopilar de nuestro futuro cliente en cada uno de estos puntos de contacto para poder llevarlo al siguiente paso. Hay que asegurarnos que sea lo más óptimo; ni de más para evitar llenarnos de información que no necesitamos y solo nos tomará más tiempo para administrar, ni de menos que nos obstaculice el poder avanzar en el proceso con el cliente.

Ahora, en este punto se va teniendo claridad de:

- A dónde quiero llegar: Meta (importante desglosarla al detalle; poder llegar a saber cuánto debe vender cada quien por qué medio).
- Por donde voy a pasar: Etapas (por donde necesitamos que pase nuestro cliente y por donde lo queremos hacer pasar para lograr que se convierta en cliente).
- Cuántos prospectos deben de pasar por cada etapa del embudo: Porcentaje de conversión (debemos de saber con cuántos debo de iniciar, para que los que voy dejando en el camino no impidan que logremos nuestra meta, y claramente buscar aumentar ese % en cada paso).

Todos estos puntos son necesarios para configurar de manera correcta el software a nuestras necesidades. Otro punto importante a considerar son los estatus, es muy común toparse con la confusión entre etapas y estatus, y hay que saber diferenciarlos. El estatus es el estado (por ejemplo: activo, descartado, stand by) en el que se encuentra nuestro prospecto o cliente; y la etapa como mencionamos anteriormente es en qué parte del proceso se encuentra.

Derivado de estos dos conceptos, el CRM nos puede ayudar a identificar en qué paso del proceso es el más propenso a que el prospecto nos dé una respuesta negativa, o en cuál paso del proceso es el mayor detonante en el que se convierte en cliente, y utilizar esta información para tomar decisiones/acciones que nos permita mejorar y optimizar nuestro proceso de venta.

Otra sección importante a considerar es la clasificación que daremos a nuestros prospectos, es decir, si para nuestro proceso y cierre es importante conocer ciertos aspectos de su perfil y necesidades como lo básico: género y datos de contacto o más específico como servicio/producto que le interesa, ingresos, mejor hora para contactarlo, medio de preferencia para contactarlo, etc., ya que todos estos puntos serán campos y catálogos necesarios a configurar desde un inicio.

Estos puntos, son solo la punta del iceberg de los aspectos a configurar de manera correcta para realmente sacarle el jugo a la inversión de tiempo y monetaria de implementar un software CRM y como se puede observar tienen más que ver con nuestro proceso de venta que con nuestra plataforma de control.

Las amenazas impositivas y regulatorias al sector tecnológico

Por Héctor Benavides T.

Senior Private Banker en Vector VMG

hbenavid@vector.com.mx @gueranema @gueranema

El sector tecnológico global ha sido uno de los principales beneficiarios de la pandemia de COVID-19, apoyado por el cambio a una economía de “quedarse en casa” y tarifas más bajas. Este año, el aumento de las tasas y la perspectiva de una reapertura económica impulsada por los programas de vacunación se han sumado a la volatilidad de las acciones tecnológicas. El sector ahora también debe lidiar con la perspectiva de una regulación más estricta y el potencial de impuestos más altos para el sector.

Los reguladores de China impusieron esta semana una multa récord de 2.750 millones de dólares a Alibaba por comportamiento anticompetitivo. Los informes de noticias también sugirieron que más de 100 pequeñas empresas chinas de tecnología han suspendido los planes de cotizar sus acciones por preocupaciones de que puedan generar un escrutinio regulatorio similar a la estancada OPI de Alibaba.

Mientras tanto, Apple acordó testificar ante el Senado de los Estados Unidos sobre cuestiones antimonopolio y de competencia relacionadas con las tiendas de aplicaciones móviles, días después de recibir críticas por negarse a comparecer ante el panel judicial del Senado. Google ya acordó previamente testificar en las audiencias.

Mientras tanto, el presidente Joe Biden ha propuesto aumentar la tasa de impuestos corporativos de EE. UU. Del 21% al 28% y el impuesto sobre la renta global intangible con bajos impuestos (GILTI) del 10,5% al 21%. Por otra parte, la administración de Estados Unidos, a través de la secretaria del Tesoro, Janet Yellen, está presionando por una tasa impositiva corporativa mínima global.

Es probable que continúe la presión para un mayor escrutinio y fiscalización de las grandes empresas de tecnología, pero es importante no exagerar el probable impacto en el sector.





Los reguladores no quieren reprimir las oportunidades de sus países en la carrera tecnológica global. En mi opinión, las autoridades no quieren frenar el progreso, la innovación y el desarrollo. La carrera tecnológica global es cada vez más bipolar, con Estados Unidos y China compitiendo para liderar el mundo digital. China ha enfatizado en su plan de 5 años que quiere volverse autosuficiente en tecnología en el contexto de las tensiones entre Estados Unidos y China. Mientras tanto, parte del plan de infraestructura de 2,25 billones de dólares del presidente Biden se centra en reforzar la competitividad de Estados Unidos frente a China, con 50.000 millones de dólares destinados a la fabricación de semiconductores nacionales, nuevos fondos para investigación y desarrollo y miles de millones de dólares para mejorar la infraestructura de banda ancha de alta velocidad.

La acción reguladora tiene sus propias limitaciones. En 2017, China estableció una plataforma centralizada de compensación de pagos en línea para nivelar el campo de juego para los competidores más pequeños. Cuatro años después, los dos operadores tradicionales todavía dominan el mercado y seguimos siendo escépticos de que la acción regulatoria por sí sola pueda alejar a los usuarios o instituciones de las plataformas dominantes. En los EE. UU., la investigación antimonopolio de la Cámara de Representantes, la cual duró 16 meses, sobre las cuatro grandes empresas de tecnología que terminó en octubre pasado no llegó a grandes o graves conclusiones.

El acuerdo global sobre el impuesto mínimo está muy lejos. Dependiendo de cómo se construyó, una tasa impositiva corporativa mínima global podría afectar a las empresas de tecnología de mega capitalización. Por ejemplo, tanto Google como Apple aprovechan el régimen de bajos impuestos que ofrece Irlanda. Pero las negociaciones, que deberían tener lugar a través de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos), aún no han comenzado. Sería un proceso muy largo y no se garantiza que tengan éxito.

Las propuestas de Biden tendrán un impacto limitado en las ganancias corporativas. En los EE. UU., las empresas nacionales se verían afectadas por la tasa doméstica más alta, pero más empresas multinacionales se verían afectadas por el aumento de GILTI (Ingresos Intangibles Globales con Bajos Impuestos). Pero en general, con una tasa de impuesto corporativa del 25% que ya se está discutiendo, el impacto en las ganancias de la empresa no sería grande. En nuestro caso base, asumimos una tasa impositiva nacional del 25% que conduciría a una reducción del 4% en las ganancias de 2022 lo cual ya está incorporado en los pronósticos del próximo año.

Por lo tanto, si bien los titulares fiscales y regulatorios podrían continuar aumentando la volatilidad a corto plazo del sector tecnológico, creo que la historia del crecimiento estructural sigue siendo sólida y los inversores deberían usar la volatilidad para agregar exposiciones en los mercados de renta variable a largo plazo. A mediano plazo, la claridad sobre las regulaciones antimonopolio debería ayudar a estabilizar la confianza.



Monterrey, líder en transformación digital e industria 4.0

Por Héctor Tijerina
Director Ejecutivo de Invest Monterrey

Monterrey es una ciudad que históricamente se ha posicionado como la capital industrial de México. Cuenta con una historia industrial que data de finales del siglo XIX, cuando se estableció la Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, la cual dio pie a la creación de decenas y más tarde cientos de empresas en la ciudad en un periodo muy corto. Sin embargo, con el tiempo Monterrey ha consolidado su fortaleza como polo industrial no solo de México sino de Latinoamérica y en los últimos años ha concentrado sus esfuerzos en migrar de una economía basada en la manufactura a una basada en la tecnología y en la ‘mentefactura’.

Múltiples esfuerzos se han realizado, como, por ejemplo, el desarrollo del Parque de Investigación e Innovación Tecnológica ‘PIIT’ en el municipio de Apodaca, en donde, en una extensión de 120 hectáreas operan actualmente más de 60 centros de Investigación y Desarrollo de empresas, instituciones académicas, entre otros. El parque da empleo hoy en día a más de 2,800 ingenieros que todos los días laboran en este ambiente colaborativo en el cual se comparte conocimiento, equipo tecnológico, entre muchas otras cosas. El parque en los últimos años ha crecido, adquiriendo 40 hectáreas adicionales para seguir expandiéndose, lo cual habla de que la ciudad le está apostando fuertemente al desarrollo de este tipo de proyectos.

El PIIT, el cual fue oficialmente inaugurado en 2009, tiene como objetivo impulsar

la investigación tecnológica y la transferencia de tecnología entre el sector académico y el sector empresarial uniendo esfuerzos para desarrollar tecnología e incrementar la atractividad de Monterrey como destino de proyectos de investigación y desarrollo. El Parque cuenta con operaciones de universidades como el ITESM, la UDEM y la UANL, así como de empresas multinacionales como PepsiCo, Schneider Electric, Katcon, entre otras.

Otro de los esfuerzos que se ha realizado en los últimos años en Monterrey, que la ha colocado como punta de lanza en temas de tecnología a nivel Latinoamérica, es la creación de la iniciativa Nuevo León 4.0. Esta iniciativa nace de un esfuerzo colaborativo entre el sector público, privado y académico con la intención de posicionar al estado como líder de Industria Inteligente en América, a través de la creación de un ecosistema innovador que impulsa la creación de capacidades laborales de alto valor agregado, y que incentiva y apoya el desarrollo de proyectos estratégicos de tecnología.

También para impulsar el posicionamiento internacional de Monterrey como un destino en el cual se pueden desarrollar proyectos de alta tecnología, se ha llevado a cabo la participación por parte de autoridades, universidades y empresas en la feria alemana de Hannover Messe desde el 2017. Esta feria es la referente a nivel internacional en temas de industria 4.0 y es aquí mismo dónde, en el 2010, se creó el concepto de industria 4.0.





La Cuarta Revolución Industrial, también conocida como Industria 4.0, combina técnicas avanzadas de producción y operaciones utilizando tecnologías como la robótica, la inteligencia artificial, el internet de las cosas, la nanotecnología, entre otras.

Monterrey es una ciudad que cuenta con todas las cualidades para poder desarrollar proyectos de alta tecnología como por ejemplo su capital humano que es sin duda su principal activo. El talento que se desarrolla en Monterrey, en las universidades locales, está listo para poder sumarse a proyectos de alta tecnología que llegan con cada vez más frecuencia año tras año a la ciudad. Además, cuenta con infraestructura de primer nivel en cuestiones como fibra óptica, internet, acceso a tecnologías, ambiente de negocios privilegiado, un grupo de universidades siempre abiertas a colaborar con empresas que estén interesadas en desarrollar proyectos de tecnología, entre muchos otros factores.

Otro organismo de alto valor en Monterrey es el Clúster de Tecnologías de la Información y Comunicaciones de Nuevo León 'CSoft' que en los últimos años se ha dedicado a promover fuertemente el sector de tecnologías de la información. Hoy en día son más de 400 empresas en el sector de TI que operan en Monterrey, segundo lugar después de la Ciudad de México. Este sector genera hoy en día casi 30 mil empleos directos y existen en Monterrey gracias a las universidades, más de 100 programas educativos relacionados con tecnologías de información. Esto habla de que Monterrey es un ecosistema muy maduro para el desarrollo de proyectos relacionados con esta industria.

En los últimos años han llegado proyectos de empresas extranjeras que han decidido establecer en Monterrey proyectos de alta tecnología, como es el caso de KIA Motors que, a pesar de dar empleo, junto con sus principales proveedores, a alrededor de 10 mil personas, cuenta con tecnología de punta y operaciones altamente automatizadas. La

atracción de este tipo de proyectos de alta tecnología es muy importante, sobre todo por la derrama de conocimiento y tecnología que generan. Esta derrama es uno de los grandes beneficios de la inversión extranjera de este tipo, la basada en tecnología, ya que genera mucho conocimiento para el capital humano local. Estas empresas que llegan a establecer operaciones en Monterrey y desarrollan estos proyectos, generan capacitaciones muy especializadas al capital humano local y permiten que todo este conocimiento se quede en la ciudad, dando pie a que muchas de estas personas que reciben este entrenamiento se beneficien de la derrama de conocimiento y que, años más tarde, decidan emprender sus propios negocios de tecnología, lo que genera una dinámica económica positiva no solo para Monterrey sino para México.

Otro ejemplo que me gustaría destacar es el de la empresa francesa Schneider Electric que, dos años atrás inició una operación altamente tecnológica, incluso mencionado por ellos, como una de las operaciones más avanzadas que tienen en el mundo y es un honor que hayan decidido establecerla aquí en Monterrey. Eso habla de que en Monterrey encontraron todo lo que necesitan para poder establecer un proyecto de este tipo que es un proyecto que no precisamente se puede establecer en cualquier otro lugar. La planta inteligente de Schneider Electric en Monterrey es ganadora del Premio Tecno Nuevo León 4.0, que otorga el Gobierno del estado por promover la transformación digital e incursión a la Industria 4.0. Esta es la planta más grande de Schneider en México y la 2ª de Norteamérica, así como la primera planta en México en ser libre de residuos.

Necesitamos seguir promoviendo Monterrey y México para atraer este tipo de proyectos de alto valor agregado; proyectos que vienen a traer consigo no solo una derrama económica, sino una derrama de conocimiento y de tecnología que se queda aquí para toda la vida.

NO NECESITAS UNA AGENCIA DE MARKETING

Por Diana Torres

📍 dyanatorres CEO de Grupo Punto

Los negocios son un constante emprendimiento, un comenzar de nuevo cada día, cada temporada, cada actualización. Ya sea que estés pensando en montar una empresa, crecer o evolucionar la que ya tienes a otro modelo de negocio; ya sea que tú mismo seas el producto como profesional o tengas un equipo de cualquier tamaño, sabes que el reto es siempre el mismo: ganar más.

Hace años que me dedico a ayudar a empresas a ganar más con los servicios de una agencia y hoy te aseguro que no necesitas una para que tu negocio crezca.

Necesitas ser capaz de que mi mamá entienda lo que vendes, a quién se lo vendes y por qué debería alguien comprarlo. La comunicación que clarifica y ayuda a entender de forma simple si algo es para mí vale más que cualquier anuncio millonario o una alta dosis de espectaculares. ¿Eres capaz de explicar qué haces y que a todos nos quede claro? ¿Tienes una “frase mágica” que resume lo más valioso que tienes y provoca ganas de conocer a tu marca? Para eso no necesitas una agencia, necesitas claridad.

Necesitas atender a tus clientes como lo más preciado antes de pensar en tener más. Los clientes más rentables son siempre los que ya están con nosotros, no los que aún no han llegado. Atiende el teléfono, cumple la promesa que hiciste y sorpréndelos entregando esa promesa siempre un día antes

Y para ganar más necesitas dos cosas: comunicar y vender, punto.

de lo pactado con un punto extra de lo esperado. Para eso no necesitas una agencia, necesitas pasión y gratitud.

Necesitas un producto o servicio que venda, no una campaña que enamore. Asegúrate de tener una oferta que le ayude a alguien a vivir mejor, a hacer su vida más simple o a tener lo que desea, si tú te concentras en ello, ese alguien te encontrará y pagará. Para eso no necesitas una agencia, necesitas hacer las cosas bien.

Necesitas relaciones valiosas y duraderas que permitan correr la voz de lo bueno que es tu trabajo a partir de la honestidad, solidaridad y gratitud de tus clientes. No conozco campaña que venda más que las recomendaciones, asegúrate de tener clientes satisfechos y de pedirles, sí, pedirles que te recomienden. Asegúrate de invertir una buena cantidad de tu mayor activo, el tiempo en tu agenda, a hacer y mantener relaciones con personas de las que aprendes y a las que tú les puedes enseñar, relaciones que generan gratitud. Para eso no necesitas una agencia, necesitas simpatía.



Pensar que necesitas un gran presupuesto o infraestructura mercadológica para lanzar o crecer tu idea de negocio no es más que una excusa que te estás poniendo para mantenerte en la parálisis por análisis. No hay más.

Comienza hoy a capitalizar la claridad, pasión, gratitud y la simpatía que tienes para decirle al mundo lo valioso que haces y conectar con personas que están dispuestas a pagar por ello.

Una vez que lo hagas, comenzarás a crecer y entonces es posible que necesites crear un frase tan memorable que merezca la pena tapizar la ciudad con ella y requerirás a un buen publicista; tal vez tu mensaje te permita expandirte sin fronteras y requieras de una estrategia digital que te ayude a llevar tu negocio al mundo y necesitarás una agencia digital o tal vez llegues a tener un producto de alcance tan masivo que requieras un buen spot para televisión y requieras de una agencia de medios para conseguir los mejores resultados.♥

Aún en ese momento - que deseo te llegue pronto-, recuerda que vender es el arte de conectar a la persona correcta con la oferta correcta y el presupuesto permite crecer el número de personas al que llegas pero la claridad, la pasión y el valor ya están en tu idea original.

Marketing ético

Alejandro Juan-Marcos Barocio
www.alejandrojuanmarcos.com

La ética empresarial es uno de los temas más complicados y polémicos de la historia empresarial. La relación entre hacer lo correcto y ganar dinero ha sido estudiada tanto por académicos como por líderes empresariales durante años con pocas concesiones alcanzadas.

Una pregunta primordial rodea a muchas prácticas comerciales: ¿cuál es la forma ética de vender cosas?

Las empresas se han dado cuenta de la importancia de actuar de manera más ética y de transmitir esta transformación a sus clientes. Una de las formas más fáciles de lograrlo es a través de sus prácticas de marketing. Si un negocio se esfuerza por publicitar de manera ética, se refleja positivamente en todas las áreas de ese negocio.

El marketing ético es menos una estrategia de marketing y más una filosofía de trabajo. Busca promover la honestidad, la justicia y la responsabilidad en toda publicidad.

Cabe recalcar que la ética es un tema difícil porque todo el mundo tiene juicios subjetivos sobre lo que está “bien” y lo que está “mal” (es un área gris).

Por esta razón, el marketing ético no es una lista estricta de reglas, sino un conjunto general de pautas para ayudar a las empresas a evaluar nuevas estrategias de publicidad.

Gracias al marketing poco ético, he visto como muchas personas compran pastillas para adelgazar a pesar de que rara vez son efectivas. Esto se debe a que algunas compañías utilizan afirmaciones exageradas y manipuladoras para engañar a los clientes para que compren estos productos. Si esa misma empresa se compromete-

ra a utilizar publicidad ética, probablemente cerraría el negocio. Otro ejemplo pueden ser los testimonios falsos o las fotografías editadas de los alimentos en el menú de los restaurantes.

Para las empresas que buscan mejorar la imagen de su marca y desarrollar relaciones a largo plazo con los clientes, este tipo de comportamiento poco ético puede conducir rápidamente al fracaso, los clientes no quieren sentirse manipulados por las marcas que les gustan, aquí es donde las compañías pueden utilizar el marketing ético como una forma de desarrollar un sentido de confianza entre sus clientes.

Si un producto está a la altura de las afirmaciones hechas en su publicidad, se refleja positivamente en toda la empresa, haciendo que el consumidor sienta que la empresa está comprometida con la calidad de los productos y el valor que brindan.

Todo empresario tiene la oportunidad de participar en el marketing ético. Cuando se realiza de manera reflexiva, el marketing ético puede ser una forma de publicidad económica y eficaz. Del mismo modo, la publicidad poco ética no garantiza mayores ventas ni menores costos publicitarios.

La próxima vez que te sientas tentado a utilizar tácticas de marketing digital que vayan en contra de los principios del marketing ético, pregúntate: ¿estás dispuesto a arriesgar tu credibilidad, respeto y confiabilidad, solo por una ventaja temporal?

Y recuerda, la mayor recompensa del marketing ético, o como me gusta llamarlo, marketing basado en la confianza, es que las personas hacen negocios con aquellos a quienes conocen, les agradan y en quienes confían.♥

Click like a player



www.playersoflife.com



¿El rol del maestro es enseñar?

Antes teníamos maestros que enseñaban. Hoy, en U-ERRE tenemos coaches que guían y acompañan en el aprendizaje.

:U-ERRE
Hechos para Cambiar.

POWERED BY **TELUSIS**

Conoce nuestra oferta educativa:

Preparatoria

- Bicultural*
- Multicultural*
- Internacional**

*Semestral y tetramestral
**Solo semestral







Carreras Profesionales y Posgrados

Enfocados en las áreas de:

- Negocios
- Humanidades
- Innovación e Industria 4.0
- Smart Cities
- Transformación Jurídica y Gobernanza

Informes:

81-8220-4600 | 800-088-7469

   @uerre
  @uregiomontana