

# PLAYERS®

OF LIFE  
MONTERREY



LOS CREATIVOS QUE ESTÁN  
CAMBIANDO EL FUTURO  
DE LA PUBLICIDAD

TECNOLOGÍA  
QUE TRANSFORMA  
AL MUNDO

EL NEGOCIO  
DE LA  
NOSTALGIA

EUGENIO MARTÍNEZ SERNA,  
PRESIDENTE Y DIRECTOR DE GRUPO DALTILE

# LOGRAR LO IMPOSIBLE

UN ESTUDIANTE QUE SOÑABA CON LLEGAR LEJOS:  
CONOCE LA HISTORIA DEL LÍDER DETRÁS  
DEL CRECIMIENTO DE LA COMPAÑÍA  
Y LA COMPRA DE VITROMEX

JUNIO 2023  
\$40 MEX \$2.50 US \$3.50 CAN



7 503007 253002



P.6Y7



## *Meetings & Events at JW Marriott Monterrey Valle*

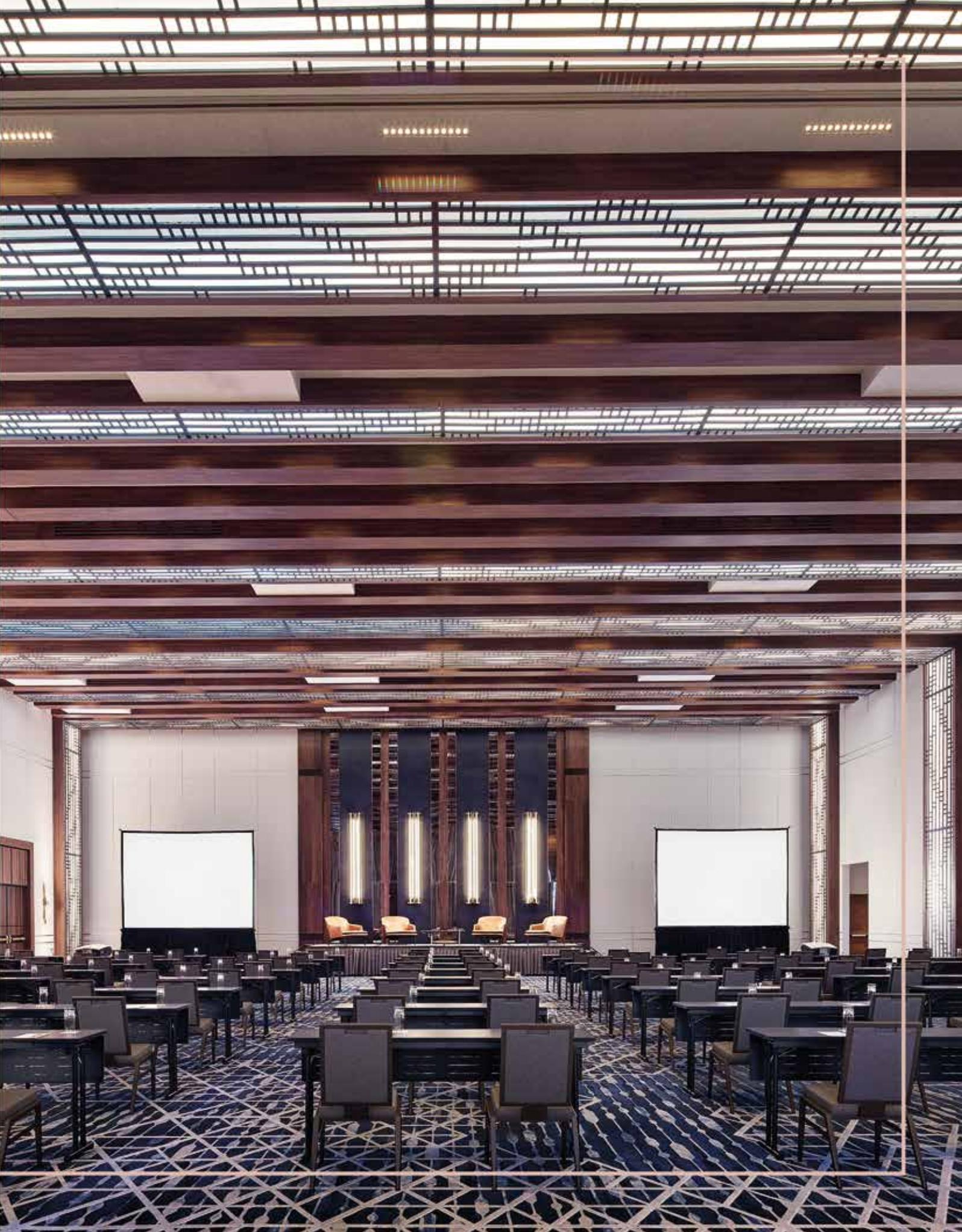
### *Find The Perfect Venue*

At JW Marriott Monterrey Valle, we set the stage for exceptional meetings leading with our expertise.

En JW Marriott Monterrey Valle, preparamos el escenario para reuniones excepcionales lideradas con nuestra experiencia.

Ideal para veladas íntimas o grandes conferencias y galas, disfrute de 1900 m<sup>2</sup> de inspirador espacio que incluye el salón de eventos más grande de un hotel en Monterrey, así como una impactante sala de consejo de 85 m<sup>2</sup>.

**JW Marriott Monterrey Valle**  
Avenida del Roble 670, Valle del Campestre, San Pedro Garza García 66265  
T: 81 8850 6700 | M: [ays.mtyjw@aimbridge.com](mailto:ays.mtyjw@aimbridge.com)  
[jwmarriottmonterrey.com](http://jwmarriottmonterrey.com)



# El Hospital de Toda la Vida

*“Grandes Enfermeras, Grandes Médicos, un Gran Hospital”*



Basado en el ranking FUNSALUD  
“Los Mejores Hospitales Privados de México”.





**CHRISTUS  
MUGUERZA®**

Hospital Alta Especialidad

# Reconocido como **El Hospital No. 1** en el Norte del País.

MEDICINA CRÍTICA

TRAUMATOLOGÍA

CARDIOLOGÍA

TRASPLANTE

GINECOLOGÍA

ONCOLOGÍA

NEUROLOGÍA

CIRUGÍA GENERAL

PEDIATRÍA

UROLOGÍA

CIRUGÍA PLÁSTICA

INFECTOLOGÍA

GASTROENTEROLOGÍA

HEMATOLOGÍA

**Visita nuestra  
Tienda en Línea**



 muguerza\_altaespecialidad

 hospitalmuguerza

CLAVE DE AUTORIZACIÓN SSA No. 29 19 02 001 - A 0073

Responsable Sanitario Dr. Ángel Martínez Vela,

No de Cédula de Especialidad en Cirugía General: 34502, U.A.N.L.

# telcel 5G

Para Papá los mejores dispositivos en un  
**PLAN TELCEL PLUS**



**Oppo**  
Find N2 Flip



**Samsung**  
Galaxy Z Flip4



**Motorola**  
RAZR 22



**Huawei**  
P60 Pro

PLAN TELCEL  
**PLUS 4** POR SOLO **\$499** AL MES **CON 10GB**

Visita tu punto de venta Telcel más cercano

Encuétralos también en

[www.telcel.com/tienda](http://www.telcel.com/tienda)



Envío a domicilio  
**SIN COSTO**

**La mayor Cobertura y Velocidad**



***telcel***

## Por un mundo lleno de "cracks" creativos

**C**rear y ser influyentes debe ser una de nuestras máximas hoy en día. La Inteligencia Artificial avanza a pasos agigantados y los generadores de contenido no pueden quedarse atrás.

En nuestras ediciones de junio encontrarás a esas agencias de servicios creativos que son arriesgadas y que, en estos tiempos modernos, dan el "extra mile" a sus clientes de forma ordenada, precisa y con objetivos claros.

Hoy todos necesitamos un Sonny Vaccaro en nuestros equipos. Ese hombre que se volvió el héroe de Nike consiguiendo que Michael Jordan firmara un contrato con la empresa para una nueva línea de zapatos de básquetbol.

En conclusión, el mundo moderno necesita más "cracks" de la creatividad y la innovación para no morir en lo cotidiano de la vida profesional. Seamos aguerridos y trabajemos con nuestros equipos arriba de la línea. ♥



Maurice Collier de la Marliere, cofundador de Grupo PLAYERS

Foto: Laura Luna

## PLAYERS OF LIFE MONTERREY

### CONSEJO EDITORIAL

Ismael Montoya  
Jorge González Mogas  
Lorenia Canavati  
Maricela Contreras  
Martha Herrera

### DIRECTORA EJECUTIVA

Rocio Castillo Carpio  
e: rocio.castillo@grupoplayers.com.mx

### GERENTES DE CUENTAS CLAVE

Roberto González  
e: roberto.gonzalez@playersoflife.com  
Jorge Ramirez  
e: jorge.ramirez@playersoflife.com

### ASESORAS COMERCIALES

Aurora Cruz  
e: aurora.cruz@playersoflife.com  
Heidi Benavides  
e: heidi.benavides@playersoflife.com  
Paola Cota  
e: paola.cota@playersoflife.com

### GERENTE EDITORIAL PRINT

Perla Tula  
e: perla.tula@playersoflife.com

### BRANDED CONTENT EDITORS

Adán Tamez  
e: adan.tamez@playersoflife.com  
Kenia Sánchez  
e: kenia.sanchez@playersoflife.com

### DISEÑO EDITORIAL

Ana Lucía Ramos  
e: ana.ramos@playersoflife.com

### GERENTE EDITORIAL DIGITAL

Luis Méndez  
e: luis.mendez@playersoflife.com

### COORDINACIÓN DE MARKETING

Mariana Ovalle  
e: mariana.ovalle@playersoflife.com

### DISEÑO DIGITAL

Mario Saucedo  
e: mario.saucedo@playersoflife.com

### ADMINISTRACIÓN

Cinthia Dueñas  
e: cinthia.duenas@playersoflife.com

### ASISTENTE DE DIRECCIÓN

Trisha Lee  
e: trisha.lee@playersoflife.com

### FOTOGRAFÍA DE PORTADA

Victor Pedraza

### DISTRIBUCIÓN

Milton Gaspar

## DIRECCIÓN GENERAL

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

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

## EDITORIAL

**HEAD EDITORIAL**  
Vanessa Gutiérrez  
e: vanessa.gutierrez@grupoplayers.com.mx

**EDITORA EJECUTIVA**  
Samantha Gallinar  
e: samantha.gallinar@grupoplayers.com.mx

**HEAD EDITORIAL DIGITAL**  
Santiago Vega  
e: santiago.vega@grupoplayers.com.mx

**HEAD BRANDED CONTENT**  
Yovanna García  
e: yovanna.garcia@playersoflife.com

### COMMUNITY MANAGER

Juan de la Cruz  
e: juan.delacruz@playersoflife.com

## DISEÑO

**DIRECCIÓN DE ARTE**  
Ana Lucía Ramos  
e: ana.ramos@playersoflife.com

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

### DIGITAL

Mario Saucedo  
e: mario.saucedo@playersoflife.com

## ADMINISTRACIÓN

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

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

### SUBGERENTE DE OPERACIONES ADMINISTRATIVAS

Gabriela Hamdan  
e: gabriela.hamdan@playersoflife.com

## MARKETING, RELACIONES PÚBLICAS Y EXPERIENCIAS

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

**GERENTE DE ESPECTÁCULOS Y TAILOR-MADE**  
Édgar Ayala  
e: edgar.ayala@playersoflife.com

### DISEÑO MARKETING

Annette Hernández  
e: annette.hernandez@playersoflife.com

## SISTEMAS

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

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

## RECURSOS HUMANOS

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

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

## PLAYERS EN MÉXICO

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

**GUADALAJARA**  
(33) 1173 1848  
Avenida De Las Américas 1254,  
Country Club 44610  
Guadalajara, Jalisco

**MONTERREY**  
(81) 2188 0412  
Av. Lázaro Cárdenas 2225,  
Valle Oriente 66260  
San Pedro Garza García, Nuevo León

**SALTILLO**  
(84) 4738 2311  
Nazario Ortiz Garza 2060,  
Los Lagos, 25253  
Saltillo, Coahuila

IMPRESO EN:

**Celsa IMPRESOS**  
TU PODER DE IMPRESIÓN

PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 16 No. 201. Fecha de publicación: 1 de Junio de 2023. Revista mensual, editada, publicada y distribuida por Grupo PLAYERS. Av. Ocampo 240 ote. Col. Centro, 27000 Torreón, Coahuila, México. Editor responsable: Rocio Castillo Carpio. Reserva de derechos: 04-2009-092408373300-01. Reserva de título INDAUTOR: 04-2012-053009512000-102. Certificado de Licitud de Título y Contenido: 15631. Título de Registro de Marca: 1005840. Publicación inscrita al Padrón Nacional de Medios Impresos. Impresa en México. Grupo PLAYERS investiga sobre la seriedad de sus anunciantes, pero no se responsabiliza de la publicidad y ofertas relacionadas con los mismos. Cada uno de los colaboradores es responsable directo de la información que facilita para ser publicada. Todas las colaboraciones reciben corrección de estilo. Prohibida su reproducción parcial o total. IMPRESA EN MÉXICO - PRINTED IN MEXICO TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. ALL RIGHTS RESERVED.  
[www.playersoflife.com](http://www.playersoflife.com)

# LA TORRADA

LEÑA HORNO CAVA



COLIFLOR FRITA

LÁZARO CÁRDENAS 2500 SPGG RSVP - 81 8262 · 7150  81 8259 · 9853 •  OpenTable

WWW.LATORRADA.MX

PLAYERS  
TAL 45

presentado por:

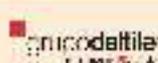
 **AFIRME**  
El Banco de Hoy

# Trascender.

¡Gracias por vivir la experiencia!  
Espera la cobertura del evento  
en nuestra próxima edición

Un proyecto de:

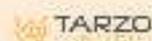
**PLAYERS**  
2014



telcel



Steelcase



Partners



ELIORZANTE

www.2014.com

www.2014.com

# VÍVVELO

Una experiencia mágica



CROWN PARADISE CLUB  
ALL INCLUSIVE RESORTS

HOTEL 5 ESTRELLAS | TODO INCLUIDO



## CANCÚN

- Aquapark, Tirolesa, Baby y Kids Paradise Club
- Exquisitas opciones gastronómicas
- Áreas solo para adultos

# CONTENIDO



**SPOT LIGHT**

**36** Adalberto Rangel

**DOSSIER**

**44** Majadma

**46** La Intuición

**48** Sr. Smith

**50** BLCK

**52** Peach

**54** Phanthom

**56** Once Creativos

**58** Rebrand

**60** Save Producciones

**62** MVP Management

**64** V Media Group

**66** Valiot

**68** Nuvahub

**70** Monex

**CLICK LIKE A PLAYER**

Descubre más de nuestro contenido digital



**COOL JOBS**

Sahian gonzaga diseña joyería con tradición



**SOCIALITÉ**

Revive el aclamado musical CATS



**Swiss Hospital**<sup>®</sup>  
SMG



# TU SALUD ES PRIMERO

Médicos especialistas certificados



- ✓ **Quirófanos** con equipo de alta tecnología
- ✓ **Habitaciones** amplias y confortables
- ✓ **Cuidados intensivos e intermedios**
- ✓ **Consulta médica y urgencias 24/7**
- ✓ **Imagenología y Laboratorio**
- ✓ **Endoscopia**
- ✓ **Neurofisiología**

**CONTÁCTANOS 8188 507700**

 [www.swisshospital.mx](http://www.swisshospital.mx)  [/SwissHospital](https://www.facebook.com/SwissHospital)  [/swisshospitalmt](https://www.instagram.com/swisshospitalmt)

 Blvd. Gustavo Díaz Ordaz #300 Col. Miravalle, Monterrey, Nuevo León, México

# EL RETO: ERRADICAR EL HAMBRE



## Martha Herrera

Secretaria de Igualdad e Inclusión Social y coordinadora del Gabinete de igualdad para todas la personas, Gobierno de Nuevo León

**E**l hambre es la cara de la pobreza que más lastima la dignidad de las personas y a la sociedad al poner de manifiesto que las políticas públicas no han impactado lo suficiente para atender y garantizar una necesidad básica que tiene todo ser humano: el derecho a la alimentación.

De acuerdo con las mediciones del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), en 2020 Nuevo León contaba con más de 1.4 millones de personas en pobreza y más de 430 mil personas carecían de ingresos suficientes para adquirir una canasta básica de alimentos.

El número de individuos que sufren hambre sigue siendo inaceptablemente alto. Por eso, desde mi llegada a la Secretaría de Igualdad e Inclusión de Nuevo León, pusimos en marcha un Sistema de Protección Social en el que participan más de 900 instituciones y más de 9 mil agentes de cambio, provenientes de la iniciativa privada, la sociedad civil, la academia y la ciudadanía.

De este sistema surgió La Nueva Ruta: Incluir para ser Iguales, la política social del gobierno del estado con la que avanzamos en la disminución de las carencias sociales, mediante el mejoramiento de las condiciones de vida de las personas y la promoción de igualdad sustantiva para garantizar un desarrollo sostenible.

Hambre Cero fue la base de la cual partimos para construir la Vía de la Alimentación, una de las cinco vías que conforman la Red de Vías de La Nueva Ruta, mediante la cual buscamos atender a 430 mil personas en pobreza alimentaria, a través de la disminución de las pérdidas y el desperdicio de alimentos, así como lograr la autosuficiencia del 54% de la población en edad productiva. Actualmente estamos llegando a 171 mil personas.

Como parte de esta estrategia, que tiene un mecanismo de coordinación en el cual participan los sectores público, privado y académico, instalamos un banco de alimentos en el municipio de Galeana, al sur de Nuevo León, y creamos un Padrón Único de Beneficiarios, para focalizar mejor nuestras intervenciones y hacer más eficiente el uso de los recursos a favor de quienes más lo necesitan.

Queremos erradicar la carencia alimentaria y el hambre en Nuevo León, así como garantizar que cada adulto mayor, mujer, niña o niño tenga acceso a un plato de comida nutritiva todos los días. Es



Imagen: Freepik

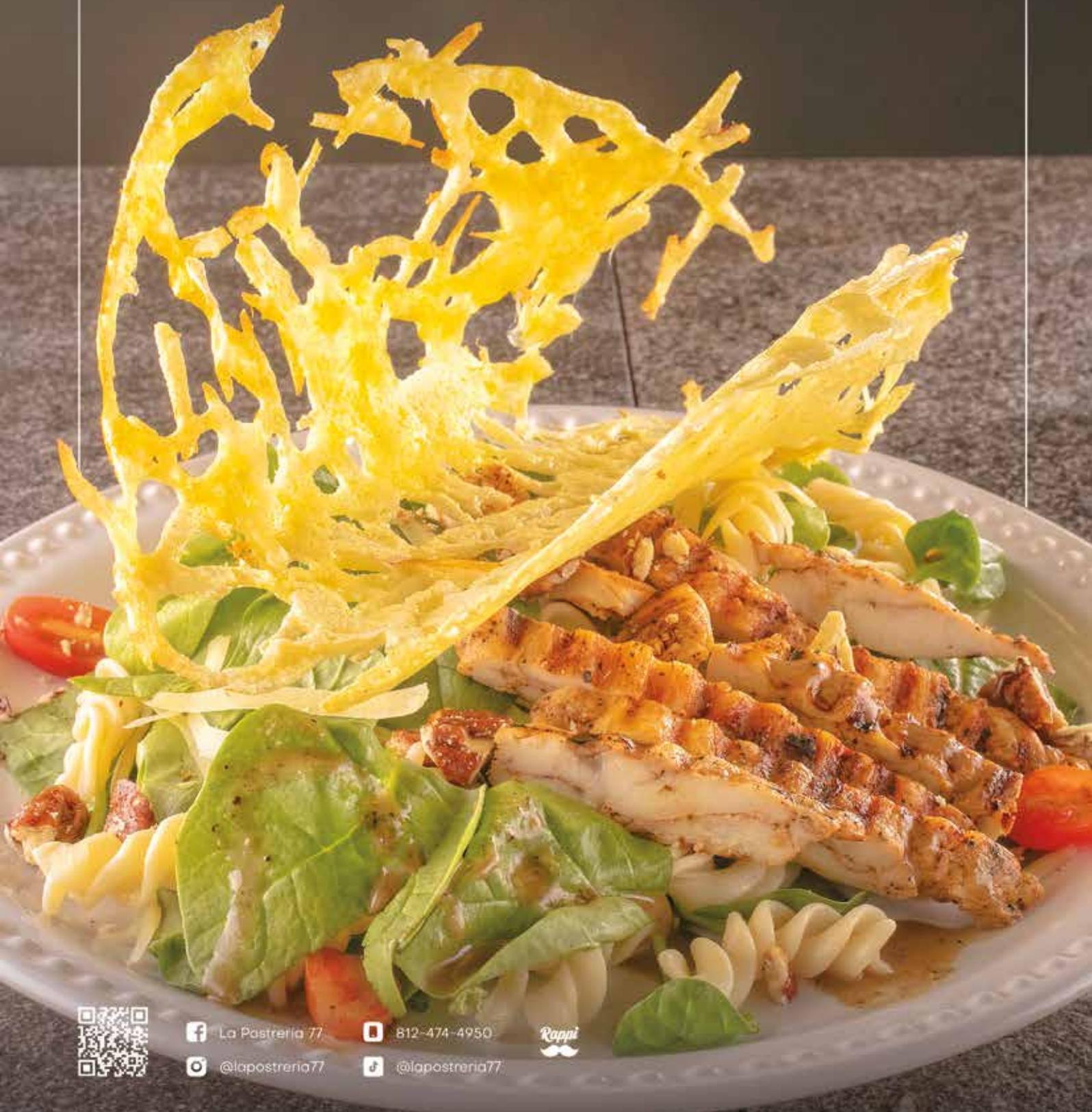
un acto de justicia social y de ejercicio pleno de derechos para que todas las personas puedan caminar sobre un piso parejo y con las mismas oportunidades para seguir creciendo.

Las mediciones de CONEVAL para 2022, 2024 y 2026 serán un indicativo de cómo vamos en Nuevo León. En agosto conoceremos los resultados en la medición de la pobreza de 2022 donde, sin duda, se reflejará también el impacto que tuvo la pandemia del Covid-19 en las afectaciones en salud y en lo económico, con el encarecimiento de los productos básicos, la pérdida de empleos y de ingresos a nivel mundial.

Necesitamos redoblar esfuerzos a favor de las familias que enfrentan mayor vulnerabilidad. Por ello, invito a mis lectores y a quienes estén interesados en que más personas puedan tener acceso para recibir una alimentación nutritiva y suficiente a hacer sus donativos a la cuenta del Fideicomiso Hambre Cero Nuevo León: Banorte, Número de cuenta: 1000, Clabe: 07258000000010001. También pueden escribirnos a nuestras redes sociales en <https://www.facebook.com/IgualdadNL> para mayor información.♥

# LA PASTRERIA 77<sup>®</sup>

*es otro nivel*



La Pastreria 77



812-474-4950



@lapostreria77



@lapostreria77

# ECONOMÍA DEL CUIDADO, UN TEMA PENDIENTE



**Sonia Garza González**

Presidenta Nacional de la Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresa (AMMJE), Consejera Nacional de COPARMEX, de COPARMEX NL y de CAINTRA NL

**H**ay muchas actividades que se realizan dentro del hogar o la comunidad que son de vital importancia para el funcionamiento del sistema económico y social. Aunque el concepto de economía del cuidado se debate desde hace algunas décadas, en muchos países del mundo, y en particular en México, la articulación de un Sistema Nacional de Cuidados es una agenda pendiente que urge tomar en serio.

Me interesa abordar dos dimensiones de este tema: el sistema patriarcal ha impuesto la creencia generalizada que sostiene que las mujeres están “naturalmente mejor dotadas” para tener en sus manos el cuidado de los niños y niñas y, por extensión, esto les otorga una ventaja comparativa frente a los hombres para proveer cuidado a otras personas sin recibir ninguna percepción económica, incluyendo a los mayores y enfermos y, de paso, al resto de los

adultos de los hogares. Tal imposición ha propiciado la consecuente segregación y exclusión de las mujeres en el mercado productivo. Más crudo aún es que en esta asimetría es poco o nulo el reconocimiento a servicios que requieren/consumen mucho tiempo, salud y vida de las mujeres.

No olvidemos que, con la pandemia, muchos especialistas llegaron a considerar impactos de grandes pérdidas para las mujeres, ya que la carga de trabajo en el espacio privado se incrementó para ellas, causando que muchas incluso renunciaran a sus trabajos remunerados para poder ocuparse de estas responsabilidades socialmente asignadas y asumidas, obligándose a recurrir a la informalidad y, en casos extremos, a vivir en condición de dependencia económica al dedicarse de lleno al cuidado familiar.

El panorama estadístico es abrumador. Según el estudio “Trabajo de cuidado no remunerado y propuestas legislativas sobre el derecho al cuidado digno”, realizado por Irma Kánter Coronel, en México, a mediados del 2020, había alrededor de 43 millones de personas que requerían de algún tipo de servicio de cuidado. De esa cifra, 33 millones son menores de 15 años y 10 millones mayores de 65 años, pronosticando incluso que, para 2025, esta población aumentará a 44 millones y, para 2030, a 45.3 millones, y a cerca de 52 millones en 2050.

Otro documento revelador es “Valor del trabajo no remunerado en los hogares (TNRH), una vía para impulsar el desarrollo y el sistema fiscal”, publicado por el Centro de Investigación Económica y Presupuestaria (CIEP), el cual hace referencia a que, durante 2020, los hogares mexicanos dedicaron en promedio 2,875 millones de horas al TNRH; de este total, las mujeres dedicaron 2,139 millones de horas, 49 millones de horas más que en 2019, en contraste con los hombres, quienes dedicaron 735 millones de horas, 31 millones de horas más que en 2019, acentuando obviamente las brechas de género que existían antes de la pandemia.

Si bien es cierto que, a finales de 2020, la Cámara de Diputados aprobó, entre otros puntos, elevar a rango constitucional el derecho al cuidado, la obligación del Estado de promover la corresponsabilidad entre mujeres y hombres en los cuidados y la creación del Sistema Nacional de Cuidado, la realidad es que se trata de un proyecto lastimosamente olvidado que urge desempolvar. ♦



Foto: Unsplash

# CUERNO



CUERNO.MX



Calzada - Calzada Del Valle Alberto Santos 333 Colonia Del Valle 66220 SPGG Tel. 81 2530 0082

# VIAJE DE NEGOCIOS

Nuestra recomendación para llevar contigo  
todo lo que necesitas en tus viajes de  
negocios, claro, sin que te falte el estilo

## PORTAFOLIO EXPLORER

Marca: Louis Vuitton.

Nos gusta por sus espaciosos compartimentos interiores  
y porque lleva el toque de distinción de la firma francesa  
creada en 1854.

Encuétralo en [la.louisvuitton.com](http://la.louisvuitton.com)



## MALETÍN GANCINI

Marca: Ferragamo.

Nos gusta por su diseño impecable, rasgo de la casa italia-  
na, quien en esta ocasión embellece el producto final con el  
logo de Gancini.

Encuétralo en el **Palacio de Hierro.**



### **METROPOLITAN SLIM BRIEF**

**Marca: Coach.**

Nos gusta por sus cierres multifuncionales y por sus bolsillos exteriores con cierre magnético. Una opción práctica para un día de reuniones.

**Encuétralo en el Palacio de Hierro.**



### **SPORT LACOSTE**

**Marca: Lacoste.**

Nos gusta por su practicidad, pues puede ser lavado a mano; sus asas para transporte lo hacen un elemento accesible pero seguro.

**Encuétralo en [www.lacoste.com](http://www.lacoste.com).**

### **MALETÍN GG**

**Marca: Gucci.**

Nos gusta por su interior, cuenta con bolsillo interno, compartimiento acolchado para computadora portátil y viene con un "strap" desmontable para el hombro.

**Encuétralo en [www.gucci.com](http://www.gucci.com).**



### **MONTBLANC SARTORIAL**

**Marca: Montblanc.**

Nos gusta por su funcionalidad modular, además de la hermosa escritura manuscrita del logo de la marca suiza.

**Encuétralo en el Palacio de Hierro.**

# ESTAR BIEN

**Nuestros favoritos para darle un plus a esas actividades que segregan la serotonina, como hacer ejercicio, relajarnos y, para el final, un gustito.**

## SIN CARGAR EL PESO

Entrena en casa o en tus viajes con Lit Axis Portable Training System. El sistema tiene dos sets de bandas de resistencia de 15 y 30 libras e incluye una aplicación que cuenta las repeticiones de cada ejercicio, calorías quemadas, tiempo entrenando y más.

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



## UN MASAJE

La Theragun Pro de 5ta generación es lo mejor de lo mejor en la industria de la terapia física. Cuenta con seis diferentes accesorios de látex con la más alta calidad y suavidad, perfectos para diferentes áreas del cuerpo. Es ligera y, además, usada por expertos alrededor del mundo por su diseño ergonómico.

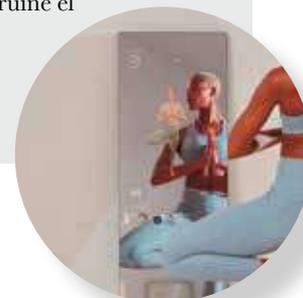
[amazon.com](http://amazon.com)



## ESPEJITO, ESPEJITO

¿Te imaginas un espejo que ofrece más de 10,000 clases en la comodidad de tu hogar? Pues no lo hagas más porque Lululemon lo tiene listo para ti. Lululemon Studio Mirror, tiene a los instructores más *top* para diferentes tipos de *workouts*. Se controla desde tu celular, y su moderno y bello diseño lo hace perfecto para tenerlo en la habitación o cualquier lugar de tu casa sin que arruine el espacio.

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



## PARA EL FINAL...

Para ti, amante del vino de espíritu atrevido y aventurero, Winebox es lo que necesitas. Es una suscripción mensual con planes de dos o cuatro botellas de vino al precio de \$299 pesos. ¡Lo único que tienes que hacer para obtenerla es entrar a la página, elegir qué plan quieres, crear una cuenta, escoger un método de pago y listo! Todos los vinos son seleccionados por expertos.

[wine.com.mx](http://wine.com.mx)





## DESCANSO REAL

Los Therabody smart goggles te ayudarán a conseguir un sueño profundo. Con tecnología smart sense y sensores biométricos, estos lentes ayudan a bajar tu ritmo cardíaco y conseguir un estado de total relajación. Ayuda al dolor de cabeza y fatiga visual después de largos días de trabajo.

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

● **Para cerrar círculo de bienestar, te compartimos tres favoritos de cuidado personal que te ayudarán a dar el toque final**



## LISTO PARA EL DÍA

Aesop es un favorito en los hogares, hoteles y restaurantes, pero ahora podría ser tu preferido en la rutina de tu cabellera. Con aceite de zanahoria, lavanda y diversos bálsamos hidratantes, Aesop Violet Hair Balm promete un acabado sedoso y flexible para dominar el frizz y cualquier look de tu cabello.

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



## RENOVACIÓN DE NOCHE

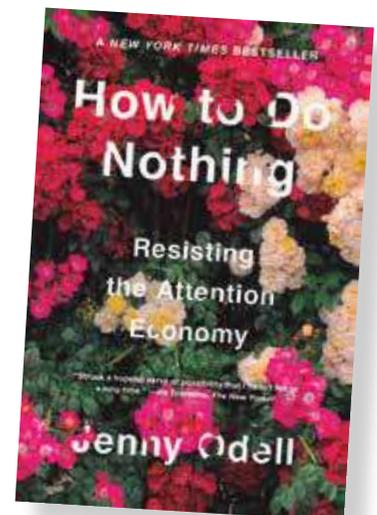
El retinol puede ser tu nuevo mejor amigo, pero este, a diferencia de otros, suavizará tu piel, reducirá la apariencia de los poros grandes y reducirá imperfecciones. Prueba Murad retinol youth renewal night cream, usa tu protección solar durante el día y ve cómo tu apariencia mejora cada vez.

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

## HACER NADA

En *How to do nothing*, Jenny Odell te invita a conectarte con tus alrededores y dejar la idea de que es necesario hacer algo en todo momento. “Diminutos lugares pueden abrir pequeños espacios, y pequeños espacios pueden abrir grandes espacios”, dice la autora. Encuentra esa liberación de la presión diaria y ve cómo tu espacio se agranda.

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

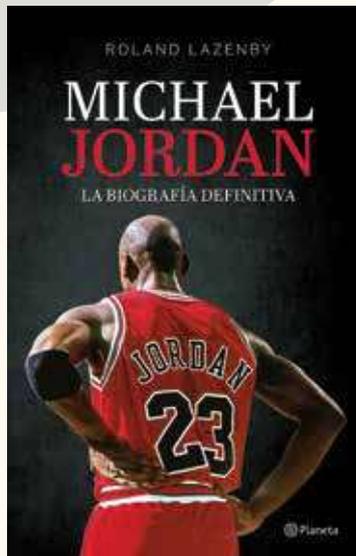
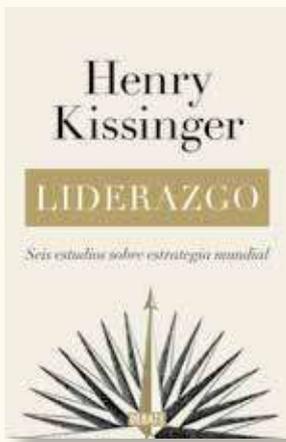


# RETRATO HABLADO

## LÍDERES ÚNICOS

Henry Kissinger, uno de los principales políticos políticos del siglo XX, escribió, a lo largo de su carrera, perfiles de los líderes más influyentes. En este libro estudia las estrategias de Conrad Adenauer, Charles de Gaulle, Richard Nixon, Anwar Sadat, Lee Kuan Yew y Margaret Thatcher. Todos transformadores de la sociedad y ejemplos a seguir en su tiempo.

**"Liderazgo. Seis estudios sobre estrategia mundial",** de Debate



## ICONO INSACIABLE

Considerado el talento más excepcional de la historia del baloncesto, Michael Jordan dejó un rasero muy alto para todos los deportistas. Su carrera la siguió Roland Lazenby durante casi treinta años, desde la universidad hasta su consolidación como embajador mundial del deporte. En esta biografía retrata al competidor insaciable y, a menudo, despiadado, muy lejos del modelo de perfección que se quiso proyectar durante años.

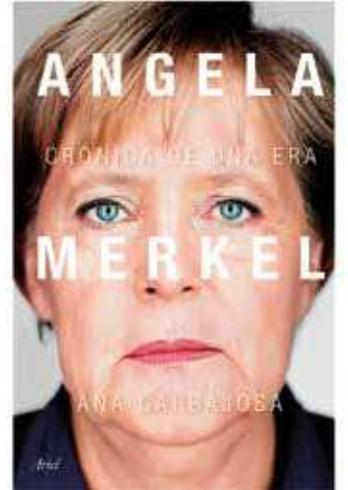
**"Michael Jordan. La biografía definitiva",** de Planeta

Las biografías de hombres y mujeres que marcaron una época y transformaron a la sociedad en la que se desarrollaron. Historias inspiradoras y relatos para tener en cuenta si se busca convertirse en uno de ellos

## DIVERSIÓN EN LOS NEGOCIOS

Con un estilo directo y fresco, el multimillonario Richard Branson comparte los secretos que lo convirtieron en uno de los empresarios de mayor reconocimiento y en un icono para los emprendedores. El dueño de Virgin ve la diversión como un motor para innovar y para motivar a sus más de 50 mil colaboradores en todo el mundo.

**"El estilo Virgin",** de Booket



## EL ROSTRO DE UN PAÍS

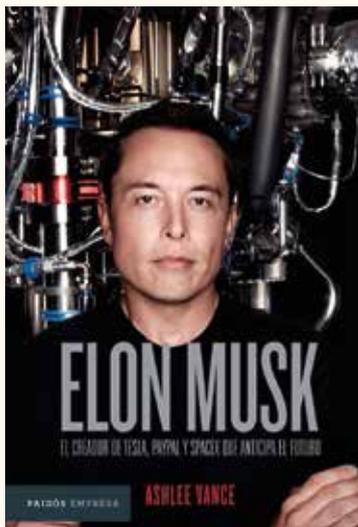
Alemania no ha tenido un líder como Angela Merkel. La política dejó su impronta en la sociedad bávara y marcó a toda una generación con su forma de hacer política. En esta biografía, la periodista Ana Carbajosa analiza su legado, sus políticas públicas, la gestión de la crisis del coronavirus y el vacío que deja en Alemania y Europa tras su salida del gobierno.

**"Angela Merkel. Crónica de una era",** de Ariel

## PRESIDENTE PARA TODOS

Uno de los políticos más populares se atrincheró en el anonimato después de dejar la presidencia de Uruguay. Por ello es que Allan Percy vuelve sobre la influencia del hombre que fue revolucionario y guerrillero antes de ser mandatario. Sus resultados económicos y sociales fueron elogiados en el mundo. Todo bajo la ideología de anteponer a los más pobres para hacer crecer la riqueza.

**"Mujica. Una biografía inspiradora",**  
en B de Books



## UN HOMBRE COMPLEJO

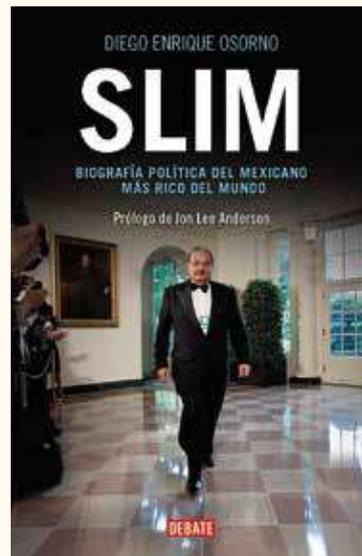
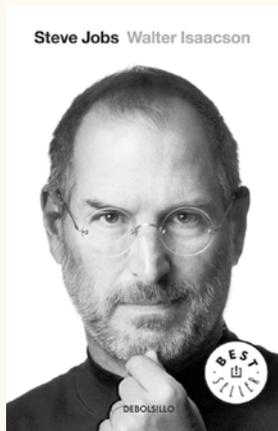
Polémico y millonario, Elon Musk no deja a nadie impasible. En su portafolio de empresas se encuentran Tesla Motors, SpaceX y SolarCity, empresas innovadoras en sus respectivos campos, y desde hace unos meses, es el dueño de Twitter. En este libro, Ashlee Vance cuenta la verdadera historia de la tumultuosa ascensión a las cumbres del mundo empresarial del hombre que ha revolucionado la industria.

**"Elon Musk. El empresario que anticipa el futuro",**  
de Paidós

## GENIO Y FIGURA

Steve Jobs revolucionó al mundo. Al fundar Apple, el estadounidense se convirtió en un mito de cómo innovar desde el garaje de cualquier hogar. Walter Isaacson se adentró en su vida para escribir la crónica de la agitada vida y abrasiva personalidad del genio cuya creatividad, energía y afán de perfeccionismo revolucionaron seis industrias: la informática, el cine de animación, la música, la telefonía, las tabletas y la edición digital.

**"Steve Jobs. La Biografía",**  
en De Bolsillo



## DETRÁS DE LA RIQUEZA

Es un hombre discreto, pero uno de los más influyentes en los últimos 30 años en México. Por ello, el periodista Diego Enrique Osorno narra la vida de Carlos Slim Domit, quien sumó su habilidad matemática a su visión de negocios para crear un imperio global. Una historia más allá de las frías cifras económicas y los clichés del éxito empresarial.

**"Slim: Biografía política del mexicano más rico del mundo",**  
de Debate

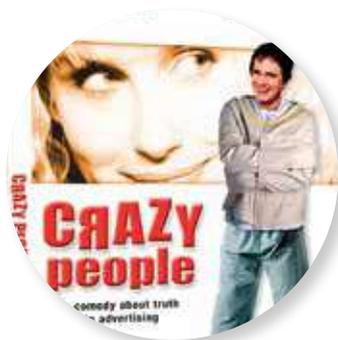
# DE CINÉFILOS Y PUBLICISTAS

A lo largo de la evolución del cine, la publicidad, el periodismo, el marketing y las relaciones públicas han estado presentes. Por esta razón te presentamos algunas de las películas relacionadas con estos temas que no te puedes perder.

## HONESTIDAD BRUTAL

Gente loca es una comedia realizada en 1990 pero que permanece vigente en su argumento; decir siempre la verdad sobre los productos que una agencia de publicidad promociona. Lo más interesante de todo es que, los grandes genios detrás de una agencia de publicidad están internados en un hospital psiquiátrico.

**DIRECTOR:** Tony Bill y Barry L. Young  
**PROTAGONISTAS:** Dudley Moore y Daryl Hannah



## UNA VIDA EN DIRECTO

The Truman show es uno de los filmes más conocidos de Jim Carrey, quien encarna a Truman Burbank, personaje cuya vida es captada por cámaras las 24 horas del día y es transmitida en vivo a todo el planeta, captando cada una de sus emociones y reacciones a diferentes circunstancias creadas especialmente para generar audiencia. El guion nos trae algunos planteamientos éticos sobre el desarrollo de los mensajes que los medios de comunicación lanzan al mundo.

**DIRECTOR:** Peter Weir  
**PROTAGONISTAS:** Jim Carrey y Ed Harris



## ¿FUMAS?

Gracias por fumar es un film en el que Nick Naylor, jefe de prensa de una gran compañía de tabaco, dedica su vida a defender los derechos de los fumadores contra la cultura dominante que va en contra del tabaquismo. Enfrentado a grupos de defensa de la salud y a un oportunista senador, Nick pasa a la ofensiva como relaciones públicas del consumo de cigarrillos.

**DIRECTOR:** Jason Reitman  
**PROTAGONISTAS:** Aaron Eckhart y Katie Holmes



## PLAN DE RETIRO

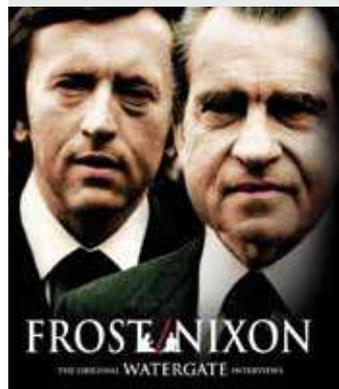
13.99 euros es una película de origen francés realizada en 2007 que narra la historia de Octave, creativo de una reconocida agencia de publicidad parisina. Cansado de someter sus ideas a los criterios de sus superiores, realiza todo un plan para provocar su despido y jubilación anticipada.

**DIRECTOR:** Jan Kouen  
**PROTAGONISTAS:** Jean Dujardin y Jocelin Quivrin

## ENTREVISTA DEL ESCÁNDALO

Si te gusta el periodismo no te puedes perder Frost / Nixon, Adaptación de la obra teatral de Peter Morgan sobre la entrevista del periodista David Frost al presidente Nixon. Durante los tres años que siguieron a su salida de la Casa Blanca, Richard Nixon permaneció en silencio. Sin embargo, cuando en el verano de 1977 concedió una entrevista para hablar de su mandato y del caso Watergate.

**DIRECTOR:** Ron Howard  
**PROTAGONISTAS:** Michael Sheen y Frank Langella



## COPIA Y CREA

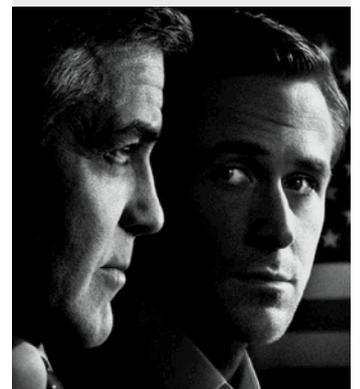
Art and copy revela la forma de trabajar de algunas de las mentes creativas más influyentes de la era moderna. Documental realizado en 2009 que sigue de cerca las trayectorias de publicistas como Hal Riney, George Lois o Mary Wells Lawrence.

**DIRECTOR:** Doug Pray  
**PROTAGONISTAS:** Lee Clow y Dan Weiden

## PUBLICIDAD POLÍTICA

Los Idus de marzo combina política, relaciones públicas y publicidad mediante la historia de un joven jefe de prensa en la campaña de un candidato a elecciones primarias por el Partido Demócrata. La campaña llevará al personaje central a los extremos y, a tomar las más duras decisiones con tal de alcanzar el éxito.

**DIRECTOR:** George Clooney  
**PROTAGONISTAS:** George Clooney, Ryan Gosling y Paul Giamatti



## HOMBRES LOCOS

Mad men es una serie de televisión creada en 2007 y que duró siete temporadas. A través de la vida de Don Draper, reconocido publicista en la Nueva York de mediados del siglo XX se desvelan algunos de los secretos detrás de las más famosas campañas publicitarias de la época.

**CREADOR:** Mathew Weiner  
**PROTAGONISTAS:** John Ham y Elizabeth Moss

# MADRID SE RINDE ANTE PICASSO

Con una magna exposición, el Museo del Prado conmemora los primeros 50 años de la muerte del genio malagueño

**E**l genial Pablo Picasso llega a medio siglo de haber muerto. Por ello es que para conmemorar esos 50 años, el Museo del Prado, en Madrid, mostrará una selección de obras del pintor malagueño junto a la obra del Greco.

Según el propio recinto, en la obra de Picasso “es evidente el influjo de autores como Velázquez y el propio Greco, capital este último para entender el primer tramo de la carrera del pintor malagueño, entre el periodo azul y el cubismo”.

Picasso es uno de los artistas más influyentes del mundo y es considerado un genio del siglo pasado. Exploró casi todas las disciplinas plásticas, desde la pintura, pasando por el dibujo, el grabado, la ilustración de libros, la escultura, la cerámica e incluso la escenografía y el vestuario de montajes teatrales. Durante su vida como creador tuvo tres etapas: azul, rosa o blanco y negro, con la invención del cubismo, el surrealismo y la abstracción.

En su catálogo hay 13 mil 500 pinturas, 100 mil impresiones o grabados, 34 mil ilustraciones para libros y 300 esculturas o cerámicas. Y entre todas esas piezas sobresale el “Guernica”, considerada su obra maestra.

La exposición estará abierta al público del 13 de junio hasta el 17 de septiembre.

Además, el Museo del Prado también cuenta con la exposición “Calderón y la pintura”. Estará hasta septiembre. La muestra es organizada conjuntamente por la Compañía Nacional de Teatro Clásico y el museo. Con el itinerario y la pintura se “pretende invitar al público a contemplar la pintura barroca de la colección permanente desde la sutilidad conceptual y estética de Pedro Calderón de la Barca (1600-1681). Concebido como una intervención en 13 salas de la planta primera del edificio de Villanueva y en la propia Galería Central, el itinerario consta de tres niveles expositivos que se



El sabor de Madrid en un bocadillo



El Museo del Prado es la sede de la muestra conmemorativa



Las obras dialogan entre ellas

complementan entre sí”.

De acuerdo al museo, una selección de citas calderonianas, colgadas en las paredes, “propone un sugerente diálogo entre la lucidez del escritor y el lenguaje de los pintores barrocos. Al mismo tiempo, una serie de cuadros, comentados en relación al teatro calderoniano, permiten recorrer algunas de las inquietudes más significativas para el escritor y su época, tanto temáticas como formales. Y, para profundizar en ellas, el recorrido se completa con varios textos que contextualizan su pensamiento en relación a la pintura”.



Fotos: Comunidad de Madrid, Museo del Prado y RavioXO

## ¿QUÉ HACER EN MADRID?

Y si ya se está de visita en la capital española, consiente al paladar y prueba el menú de alguno de los restaurantes que aparecen en la “Guía Michelin”. Te recomendamos probar RavioXO, Ugo Chan, Zuara Sushi y Deessa.

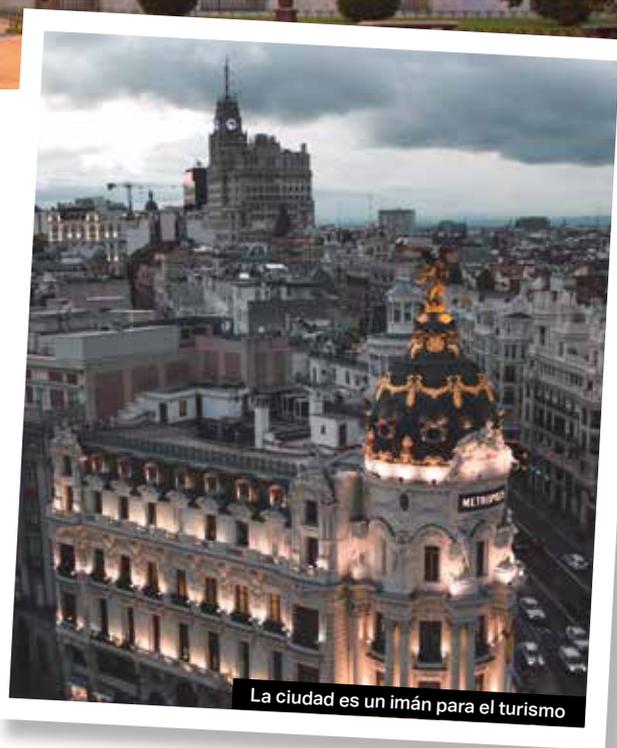
Cada uno de ellos sobresalen por la calidad y la innovación en sus platillos, además del excelente servicio que otorgan a sus comensales. Solo considera que tendrás que reservar con anticipación.

Aunque si lo tuyo es lo tradicional, la Taberna Recreo es el lugar que debes conocer. Es un pequeño restaurante que presenta una “carta breve basada en el producto de mercado, ideada para compartir y continuar, de esta manera, con la cultura y tradiciones españolas”.

Y si lo tuyo es la fiesta, debes visitar el barrio de Malasaña, un lugar en la ciudad que nunca duerme y siempre está animado. De acuerdo a la oficina de turismo de Madrid, “puede ser el lugar tranquilo para empezar la noche o el último bastión para los que bailan hasta el amanecer. En pleno corazón de la ciudad, a un paso de la célebre Gran Vía, bares, pubs y discotecas de todo tipo abren sus puertas a cualquiera que quiera divertirse toda la noche”.

Aquí conocerás lo más actual de la ciudad, lo que marcan las tendencias. “Predominan los treintañeros con gustos musicales entre el rock y el indie, pero no falta oferta para quienes busquen sonidos más electrónicos o pop. Todo cabe en Malasaña”.

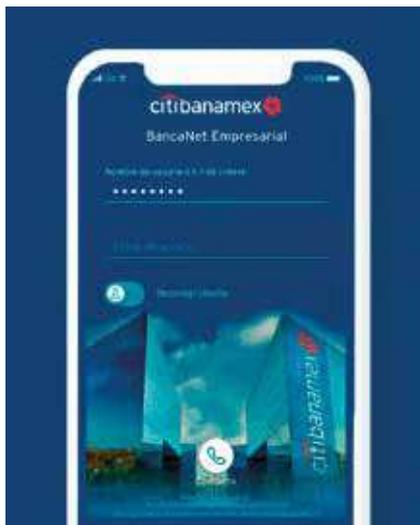
Conoce espacios clásicos como La Vía Láctea, El Penta, Madrid Me Mata o El TupperWare, que “forman un cuadrado que ya es patrimonio de la cultura popular madrileña”.



Cuando caiga la noche, nada mejor que un trago para levantar el estado de ánimo. El bar El Ideal funciona para reuniones con amigos y cuenta con la cocina de cocina de Bolero Meatballs. Además, puedes pisar “el Pub Prada, un lugar con solera, pero moderno. El Tropicalista ofrece cocina brasileña y coctelería de autor con influencias del país tropical; y para verano Gymage Lounge, una animada terraza-solarium situada en la azotea de los antiguos Cines Luna”.♦



# BREVES



## FALLA NEGOCIACIÓN DIRECTA

### BANAMEX SE VENDERÁ EN LA BOLSA

Citigroup anunció que la venta de Banamex será por medio de una oferta pública de acciones y no a través de una venta directa, como lo intentó durante 16 meses. La intención es deshacerse de sus negocios de banca de consumo. La oferta pública se hará en 2025.

La directora general de la corporación, Jane Fraser, explicó que el cambio de planes es para maximizar el valor de Banamex y que sus accionistas reciban mayores dividendos. "Después de un cuidadoso análisis, concluimos que el camino óptimo para maximizar el valor de Banamex para nuestros accionistas y avanzar en nuestro objetivo estratégico de simplificar nuestra firma es movernos de nuestro camino dual a enfocarnos solamente en una OPI del Negocio. Citi ha operado por más de un siglo en México y continuaremos invirtiendo y haciendo crecer nuestra franquicia institucional", señaló Fraser.

## UTILIDAD PÚBLICA EXPROPIAN A GRUPO MÉXICO

Por ser considerado de utilidad pública, el gobierno federal ordenó la expropiación de un tramo ferroviario de 120 kilómetros que tenía concesionado Grupo México. El tramo está ubicado en Coatzacoalcos, Veracruz, y fue transferido a la entidad Ferrocarril del Istmo de Tehuantepec, de acuerdo con la orden publicada en el Diario Oficial de la Federación en días pasados.

Tanto gobierno como la empresa se mantienen en negociaciones para llegar a un acuerdo que repare el daño.



## MUESTRA MEJORÍA INFLACIÓN SE DESACELERA EN MAYO

Tras meses de incrementos, durante las primeras semanas de mayo la inflación se contuvo y se ubicó en 6% anual, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). El descenso fue de 0.32% respecto a la quincena previa tomando en consideración el Índice General de Precios al Consumidor (INPC). Esta caída es la más pronunciada para un mismo periodo desde 2017.

"En la misma quincena de 2022, la inflación quincenal fue de -0.06% y la anual, de 7.58 por ciento. El índice de precios subyacente registró un aumento de 0.18% a tasa quincenal y a tasa anual, de 7.45 por ciento. En el mismo periodo, el índice de precios no subyacente cayó 1.85% quincenal y creció 1.70% a tasa anual", informó el Inegi.

Los productos que impulsaron a la baja la inflación fueron la electricidad, que cayó 21.22%; el limón, 16.63% y el pollo, 1.51%.

## ACUERDO HISTÓRICO

### VAN POR 300 AVIONES NUEVOS

La compañía aeronáutica estadounidense Boeing y la línea aérea europea Ryanair llegaron a un acuerdo de pedido de 300 aviones del modelo 737 MAX, el de mayor tamaño.

El negocio está valorado en más de 40 mil millones de dólares si se cierran todas las opciones de compra propuestas y de acuerdo a la aerolínea constituye "el mayor pedido jamás realizado por una compañía irlandesa de productos fabricados en Estados Unidos".



## ATRACTIVO PARA INVERTIR ESPERAN MÁS DE 48 MIL MDD

La Secretaría de Economía ha detectado 117 anuncios de inversión que ha realizado la iniciativa privada durante este año. La suma es de más de 48 mil millones de dólares (MDD), de los que más de 30 mil se invertirán este 2023 y el resto durante los próximos tres años.

“Esto demuestra las ventajas competitivas de México: estabilidad en sus finanzas públicas y la fortaleza en su moneda; estabilidad social y política; una robusta infraestructura aérea, ferroviaria, marítima y terrestre que nos conecta con todo el mundo; fuerza laboral joven y especializada; importantes incentivos fiscales; y el desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas con piso parejo”, informó la dependencia.

También aclaró que ninguno de esos anuncios forma parte de los datos oficiales que se publican referentes a la Inversión Extranjera Directa.

## LEVE RECESIÓN EN ESTADOS UNIDOS

La Reserva Federal de Estados Unidos prevé que, durante el último trimestre de este año y el primero del próximo, su economía sufra turbulencias y una ligera recesión.

“Las previsiones económicas elaboradas por los expertos seguían partiendo del supuesto de que los efectos del nuevo endurecimiento previsto de las condiciones de crédito bancario, en medio de unas condiciones financieras ya de por sí restrictivas, darían lugar a una leve recesión a partir de finales de este año, seguida de una recuperación a ritmo moderado”, señalaron los expertos.

## MULTA RECORD UNIÓN EUROPEA SANCIONA A META

Por vulnerar la legislación de la Unión Europea sobre privacidad y cuidado de datos personales, la comunidad de países impuso a Meta, propietaria de Facebook, una multa de mil 200 millones de euros. La sanción es considerada una de las mayores que ha decretado la Comisión de Protección de Datos de Irlanda, el país en el que la empresa estadounidense tiene su sede europea.

De acuerdo con los reguladores, Meta almacenó de forma ilegal datos de ciudadanos europeos en sus servidores de Estados Unidos. Explicó que las cláusulas que emplea Meta para enviar los datos a otro país “no abordan los riesgos para los derechos y libertades fundamentales de los usuarios europeos de Facebook”.

La compañía de Mark Elliot Zuckerberg tiene un plazo de cinco meses para dejar de enviar los datos a Estados Unidos y seis meses para eliminar la información que se haya transferido previamente.



## TINA TURNER ADIÓS A UNA REINA

Considerada la reina del rock, Tina Turner dejó un legado musical único. La artista que nació en 1939 como Anna Mae Bulluck transformó la música para siempre. En la industria vendió más de 200 millones de discos con éxitos como “The Best”, “River Deep, Mountain High” y “What’s Love Got to Do with It”. Se retiró de los escenarios debido a un cáncer intestinal.

# EL PODER DE LAS CONVERSACIONES



**Rogelio Segovia**  
Socio fundador de Think Talent

Estamos regresando, otra vez, nuestra atención a las conversaciones. Vivimos en un mundo digital en el cual nos es más fácil mandar un correo electrónico, un WhatsApp, o, en el mejor de los casos, un mensaje de voz, antes que tener una conversación frente a frente con otra persona.

Hoy en día nos escudamos en el factor de productividad: “Me es más eficiente comunicarme a través de herramientas tecnológicas”; “al mandar un correo dejo constancia de los acuerdos”; “si mando una nota de voz, no invado el tiempo de la otra persona, y así podrá escucharlo cuando tenga oportunidad”.

No sólo rehuimos a conversar a la vieja usanza, es decir, frente a frente, viendo a la otra persona a los ojos y observando sus gestos, reacciones y emociones, sino que también desconfiamos de las otras personas y por eso tenemos que dejar constancia de lo que hacemos.

Y no, no se trata tampoco de negar los beneficios que las herramientas tecnológicas han dejado en nuestro día a día, tanto en nuestras dinámicas personales como en las laborales, pero hemos de utilizarlas como lo que son: una herramienta para conectar con otras personas, con otros seres humanos. Muchas veces solemos olvidar algo que es importante en toda organización: somos seres humanos trabajando con seres humanos.

Podemos definir una organización o empresa de dos maneras: la legal y la humana. Desde una perspectiva laboral, la empresa no es más que una ficción jurídica de carácter económico, esto es, un acta constitutiva, máquinas, instalaciones y fierros para generar capital económico. La definición humana, la que nos interesa, dice que una empresa es una red de conversaciones compartidas, o dicho de una manera mucho más sencilla, somos personas conversando con personas.

Siendo así de importante el comunicarnos, ¿por qué estamos perdiendo nuestra capacidad de conversar asertivamente? Una conversación asertiva es aquella donde cualquiera de nosotros, como personas, podemos expresar de manera clara y segura nuestros pensamientos, sentimientos y necesidades al tiempo que respetamos y confiamos en la otra persona. Esto nos ayuda a conseguir acuerdos satisfactorios para los involucrados en la conversación.

Las conversaciones que hacemos frente a frente, cara a cara, y de manera asertiva, nos ayudan a fomentar la confianza, crecer como personas, como líderes, como equipo de trabajo de alto desempeño y a conseguir nuestros objetivos como empresa.



Ahora, para llevar a cabo de manera efectiva una conversación asertiva debemos conocer (y poner en práctica) sus elementos. Veamos:

**1. Confianza:** en ambientes laborales es la creencia y seguridad que los colaboradores tienen en que sus colegas, líderes y compañeros de trabajo cumplirán con sus promesas y actuarán de manera ética, justa y honesta.

**2. Comunicación:** en nuestras conversaciones, las cuales, como ya vimos, deben partir de la confianza, seremos claros al explicar lo que necesitamos, tomaremos nuestro tiempo en escuchar genuinamente a la otra persona respetando su punto de vista y buscaremos llegar a acuerdos.

**3. Respeto:** siempre debemos recordar que yo tengo mis emociones, mis miedos, mis sueños y mis anhelos y, ¿sabes qué? Que la otra persona... ¡también tiene los suyos! Y lo mejor de todo es que son tan válidos como los míos.

**4. Responsabilidad:** en nuestras vidas conversamos para llegar a acuerdos. En ambientes personales: “Vamos al cine”, “yo paso por los niños saliendo del trabajo”, “el fin de semana vamos a casa de tus papás”; en ambientes laborales: “Te entrego el reporte el miércoles”, “yo me encargo de cubrir el turno de mi compañero”, “el producto tendrá la calidad a la que me estoy comprometiendo”.

Entonces, si conversamos para llegar a acuerdos, ¡debemos cumplir con lo que nos comprometemos! No hace falta enviar un correo electrónico o firmar un papel. Somos personas, seres humanos, que confiamos unos en otros.

Hacernos cargo. ¿Habrán ocasiones en las que no podamos cumplir las cosas con las que nos comprometimos? Por supuesto que sí. ¿En ocasiones la otra persona no cumplirá con su promesa? También sucederá algunas veces, no olvidemos que somos humanos y a veces nos equivocamos.

¿Qué hacer ante tal situación? Hacernos cargo para restaurar la confianza. ¿Fallé o voy a quedar mal en algo? Debo hablarlo con la otra persona, reconocer mi falla y hacerme responsable. O por el otro lado, ¿alguien me quedó mal o no cumplió de acuerdo con lo que se comprometió? Debo buscar a la otra persona, hacerle ver mi inconformidad, y juntos buscar la mejor solución.

¡De eso se trata conversar! Tú, ¿ya estás conversando de manera asertiva? ♦

**Epílogo.-** Fue a Humberto Maturana, en 2019, a quien le escuché una de las mejores reflexiones del conversar (*lenguajear*, le llamaba él): “El lenguaje es lo que nos diferencia como seres humanos. Vivimos en el *lenguajear*. Cuando surge el *lenguajear*, surge el humano. ¿Por qué *lenguajear* y no lenguaje? Lo sustantivo oculta verbos, oculta hacerse, mientras que *lenguajear* es lo que define las interacciones de nosotros entre nosotros”.

---

# DOSSIER

LIDERAZGO | MARKETING | TECNOLOGÍA | PUBLICIDAD

## EL PODER DE LAS IDEAS

---

AGENCIAS Y CREATIVOS  
TRANSFORMAN EL MERCADO  
DEL CONSUMO



Foto: Pexels

# ¿PARA QUÉ INNOVAMOS?

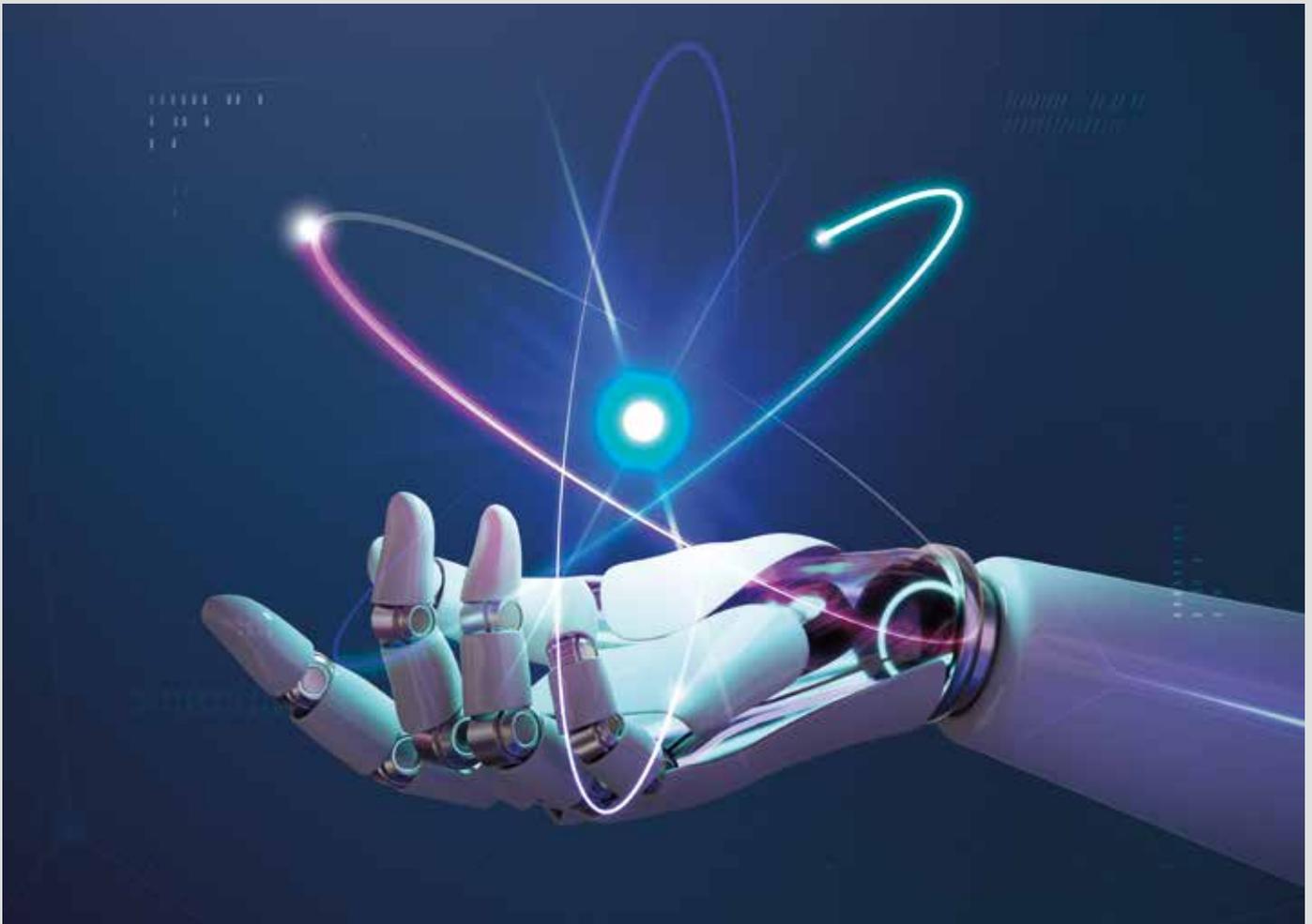


Por Arturo González González

✉ [agonzalez@grupopunto.net](mailto:agonzalez@grupopunto.net)

📷 [Artgonzaga](#)

🌐 [urbeyorbe.com](http://urbeyorbe.com)



Tanto hemos dado por sentado el desarrollo tecnológico y lo hemos trivializado. Hemos dejado de cuestionarnos por qué innovamos y, sobre todo, para qué. La tradición nos dice que la máquina de vapor de la primera revolución industrial la inventó James Watt en Gran Bretaña a finales del siglo XVIII. Como antecedentes se suele mencionar a los también británicos Thomas Newcomen y Thomas Savery. No obstante, es posible rastrear el origen del principio del movimiento por vapor hasta el siglo I.

Herón de Alejandría fabricó un mecanismo llamado eolípila, en el cual, una esfera con tubos de escape podía girar al expulsar el vapor proveniente de otro depósito, en donde el agua se calentaba hasta el punto de ebullición. ¿Por qué los romanos no aprovecharon este invento para revolucionar sus procesos productivos como lo hicieron los ingleses diecisiete siglos después? Responder a esta pregunta nos puede ayudar a contestar las interrogantes de por qué y para qué innovamos.



La inventiva no es cualidad exclusiva de nuestro tiempo. Las civilizaciones del Creciente Fértil crearon la rueda, la escritura, los sistemas de riego, los carros de tracción animal, las herramientas de metal. Los griegos y romanos innovaron en arquitectura y urbanismo, sistemas de agua potable y drenaje, materiales y métodos de construcción. A los chinos de la antigüedad les debemos el papel, la tinta, la imprenta de tipos fijos, la pólvora, la brújula y la numeración binaria, base de la computación actual. Con la Edad de Oro del Islam, tenemos una deuda por el alambique, el molino productivo, el estilógrafo, las válvulas, etc. El ánimo de invención ha acompañado a los seres humanos desde hace milenios. Pero ninguno de estos ingenios transformó la economía y la sociedad tan rápido y tan profundo como lo hicieron las máquinas de la revolución industrial.



## ¿POR QUÉ?

En Alejandría, centro de saber de la Antigüedad grecorromana, se experimentaba con máquinas asombrosas. Además de su eolípila, Herón escribió el primer tratado de robótica (Los autómatas), en donde describe el funcionamiento de aves artificiales, estatuas dispensadoras de vino y puertas automáticas a partir del uso de energía hidráulica, palancas y gravedad. Ctesibio inventó la bomba de agua y el primer órgano musical (hidraulís), y perfeccionó la clepsidra, un reloj de agua. A Arquímedes se le atribuye, además del tornillo que lleva su nombre, instrumentos bélicos como una garras para hundir naves enemigas y un condensador de rayos solares para incendiarlas. Pero, por más impresionantes que fueran, ninguno de estos inventos tuvo una aplicación práctica que revolucionara la economía basada en la mano de obra esclava o servil porque las condiciones no estaban dadas. Eran inventos que, cuando no se quedaban en mera especulación o divertimento, se aplicaban con fines extraeconómicos: aumentar el control político o mejorar la eficiencia en la guerra y la navegación. Hacía falta un imperativo que incorporara el desarrollo tecnológico a la economía.

En su libro El origen del capitalismo, la historiadora Ellen Meiksins Wood plantea que fue el capitalismo el que creó las condiciones para que la innovación tecnológica se convirtiera en una necesidad económica. Se trata de una compulsión innovadora desencadenada por un mercado que, si en el pasado feudal representaba sólo una oportunidad, con el nacimiento del capitalismo se convirtió en un imperativo. Y ocurrió en Gran Bretaña. Con el capitalismo, primero agrario y luego industrial, se imponen las lógicas de competitividad productiva, rentabilidad de bienes, maximización del beneficio, reinversión de excedentes, productividad del trabajo y acumulación de capital. Antes, los señores feudales y las monarquías extraían la riqueza de los agentes productores gracias a que su poder político estaba estrictamente ligado al económico. El mercado sólo era una posible vía de salida a la producción para el intercambio. El capitalismo coloca al mercado en el centro, subordina a los agentes económicos y exige al propietario de ejercer el poder político de forma directa. Como el mercado capitalista exige producir más y mejor, al menor costo y con el mayor beneficio, la innovación se volvió compulsiva e imprescindible para la reproducción del capital, incluso a costa del medio ambiente y el bienestar de millones de personas que, como en Tiempos Modernos de Chaplin, se alienaron de su humanidad para someterse al maquinismo. ▼

**ENTONCES, ¿POR QUÉ INNOVAMOS? PORQUE ESTÁ EN NUESTRA ESENCIA HUMANA. ¿PARA QUÉ INNOVAMOS? PARA SATISFACER A UN MERCADO CAPITALISTA ÁVIDO DE MULTIPLICAR EL BENEFICIO Y LA RENTABILIDAD. LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA QUE NO CUMPLA ESOS REQUISITOS, NO TIENE SENTIDO DENTRO DEL CAPITALISMO.**

# METACOGNICIÓN: SABER LO QUE NO SÉ



Por Diana Torres  
CEO de Punto  
@dianatorres.mx

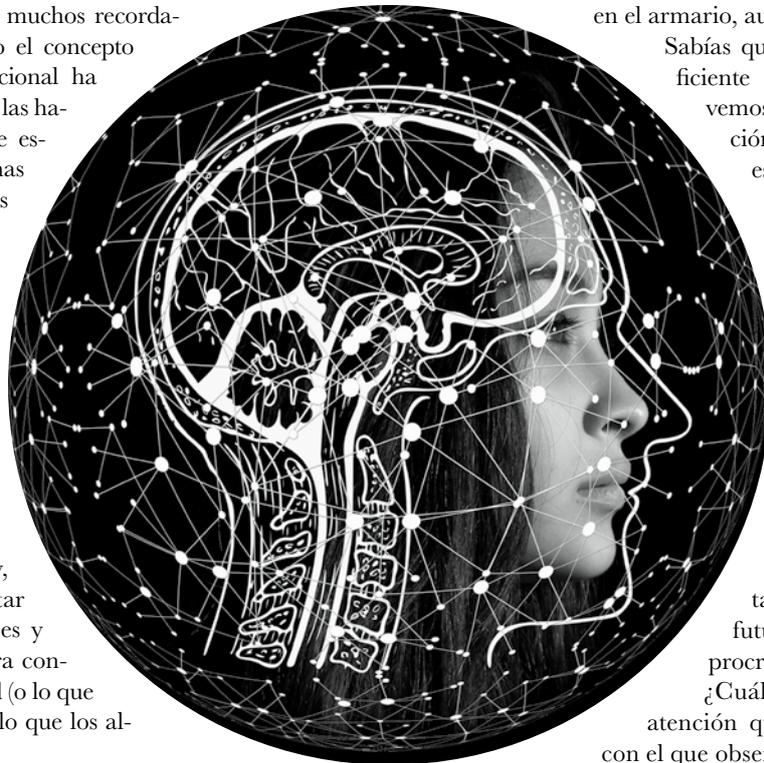
**D**aniel Goleman, a quien muchos recordamos por haber acuñado el concepto de la Inteligencia Emocional ha profundizado en su estudio de las habilidades de pensamiento que están abriendo profundas brechas entre quienes hoy son capaces de identificar y aprovechar algunas de las infinitas posibilidades que la tecnología nos trae y quienes viven distraídos a partir de las constantes ráfagas de datos a las que nos exponemos.

Coincido con quienes estudian y creen que la gran habilidad de nuestros tiempos es solo una: ENFOCARSE. El mundo hoy, es de quienes consiguen saltar la barrera de las distracciones y dominan su pensamiento para concentrarse en lo que su libertad (o lo que nos queda de ella) elige y no lo que los algoritmos nos ponen enfrente.

Solo quien está siendo capaz de poner foco logra obtener del entorno datos relevantes para tomar decisiones. Daniel Goleman habla de lo que me parece un súper poder en la era de las distracciones, él lo llama Metacognición: la capacidad de saber lo que no sabemos.

Cuando observamos con atención plena, silencio y apertura (cosa que rara vez ocurre cuando estamos distraídos y engullendo cuánto video toca a nuestra puerta una notificación tras otra) podemos vislumbrar luces que apuntan a ideas, conceptos, personas o formas de operar que no conocemos, pero ahora sabemos que existen.

Saber que algo existe, aunque no lo conozcas, ya es una luz. Es la chispa de la creatividad, la curiosidad y las ganas de aprender. Es la energía que de niño tuviste al saber que algo se guardaba



en el armario, aunque no sabíamos qué era.

Sabías que había algo y eso ya era suficiente para querer buscar. ¿Cómo vemos hoy los armarios de información? En un mundo con tantos estímulos y acceso a demasiada información a través de la pantalla, ésta se puede convertir en tu mejor aliado o tu peor enemigo. Te explico:

Vemos tanto a través del mundo digital que se convierte en una fuente infinita de datos e ideas... pueden ser una cascada de distracciones o una luz que te permite ver nuevas posibilidades. En LinkedIn, Instagram o TikTok puede estar tu próximo gran negocio, tu futuro socio o tu mayor fuente de procrastinación.

¿Cuál es la línea que los divide? La atención que logremos poner y el foco con el que observemos. Para mí, por ejemplo, salir por unos días de mi entorno con la intención puesta en observar, escuchar y sentir ha sido una puerta a ideas que no sabía que no tenía; formas de operar que no sabía ni que existían y hoy quiero incorporar a mi vida; lugares con dinámicas que nunca había experimentado y hoy sé que deseo incorporar; negocios con potencial de facturación que no creía a mi alcance y hoy quiero buscar... En fin, hoy sé que hay cosas que no sé, pero quiero buscar.

Cuando pones atención y te enfocas, aparecen huecos que dan luz a esos espacios de “metacognición”, y comienzas a saber lo que no sabes, comienzas a crecer. Ahora sabes que hay algo que no sabes. ¿Qué opinas? Nos leemos en Instagram @dianatorres.mx o en mi página web [www.dianatorres.mx](http://www.dianatorres.mx) ♥

# © CEDIM THE SCHOOL OF DESIGN

45 AÑOS

**Think the Unthinkable.**

ADALBERTO  
RANGEL

# CREADOR DE ÉXITOS

QUIEN EN SU JUVENTUD DISFRUTABA EL MUNDO DEL MARKETING Y LAS IDEAS,  
HOY DIRIGE EL ÁREA COMERCIAL Y DE MARKETING DE GRUPO INMOBILIARIO MONTERREY.  
CON ESTE BREVE RECUENTO, TE LLEVAMOS DESDE SU VOZ A TRAVÉS  
DE SU VIDA: ESTO ES LO QUE LO HA FORMADO

**A**dalberto Rangel nos recibió en su área de trabajo: DelKing Entertainment en Showcenter Complex, el *venue* regio que ha sido sede de grandes eventos, desde conciertos hasta producciones musicales de Broadway. Desde ahí, sigue con la misión y talento que ha tenido desde niño, ahora materializando sus ideas desde el lugar que las ve en escena.

## COMUNICADOR DE GRANDES IDEAS

Mi interés por el *marketing* se dio de una forma muy indirecta, siempre me llamaron la atención los *spots* publicitarios, los comerciales y todo lo que conlleva la parte creativa de la presencia de una marca. En mi juventud, tuve la oportunidad de realizar un viaje a Ciudad de México en el que participé en el evento ESPACIO de Televisa. Ahí fue donde pude identificar que lo que a mí me apasionaba y me llamaba la atención era el marketing como una profesión a la que podía dedicarme.

En ese viaje descubrí las herramientas para innovar, ser creativo, diseñar un guion, generar *engagement* y posicionamiento de una marca. Este viaje fue donde entendí que el marketing era una herramienta para comunicar grandes ideas a los consumidores.

## ORGANIZADOR NATO

Durante mi infancia, recuerdo que mis papás siempre estaban presentes. Fue una época con mucho amor y fueron momentos que marcaron mi vida. Crecí con muchos primos, con un círculo de apoyo inmenso. Era un niño que siempre estaba organizando algo en la escuela, con la familia o hasta con amigos en el parque. Tenía un gusto apasionado para los deportes, y eso me ayudó a transformar mucho mi perseverancia para lograr mis metas, siempre buscando la manera de cumplir mis sueños y objetivos. Me ayudó a comprender cómo forjarse metas, a mediano y largo plazo, y siempre busco cómo lograrlas. Busco cómo seguir el camino y tener las bases en Dios, muy enfocado en cómo lograr lo que me propuse.

## UNA DECISIÓN: EL SUEÑO CUMPLIDO

Como todo niño amante a los deportes, pensaba en ser futbolista, pero, aunque me gusten mucho los deportes, esa no era mi carrera

soñada. En cuanto a carreras profesionales, la mercadotecnia siempre fue de mis primeras opciones, siempre me llamaron la atención los medios, los espectáculos, conciertos, obras de teatro, conferencias. Me gustaba mucho que es un departamento donde no sólo terminas la carrera y ya lograste aprender todo, sino que es una carrera donde sigues aprendiendo día a día; es innovadora, movable y que siempre mejora para dar la mejor experiencia a un consumidor.

## EL RETO: ESTAR AL FRENTE DE COMERCIAL Y MARKETING DE GIM

Ingresar a GIM fue un gran reto personal y profesional porque me tocó enfrentar uno de los momentos más críticos de la compañía: el inicio de la pandemia. Tuvimos que detener abruptamente la operación de nuestros restaurantes, centros comerciales y de nuestro *venue*, Showcenter Complex. Fue un momento para definir estrategias que nos permitieran enfrentar la crisis con la menor pérdida posible. Pero también fueron tiempos para reinventar los modelos de negocio y la forma en la que interactuábamos con nuestros clientes.

Afortunadamente, conté con todo el respaldo de la compañía. Me siento muy satisfecho por todo el aprendizaje y el fortalecimiento que logramos en nuestras marcas.

## SALIR AVANTE: LOS FRUTOS DEL CAMINO

Después de una difícil pandemia, reactivamos la cartelera de Showcenter Complex de forma espectacular con múltiples *sold out* con grandes talentos nacionales e internacionales, como Danny Ocean, Pablo Alborán, Kany García, Phoenix y muchos más.

Presentamos musicales de Broadway con elencos originales, directo desde New York con los que miles de personas disfrutaron de megaproducciones nunca antes vistas en nuestra ciudad como *Charlie & the Chocolate Factory*, *STOMP* y *CATS*. Y desde luego, poder tener la gran oportunidad de dirigir la campaña que presenta el musical número uno del mundo, Disney's *The Lion King* en septiembre de ese año es algo sumamente emocionante y, a la vez, una gran responsabilidad.

Me motiva mucho formar parte de una compañía que sigue creciendo y busca explorar nuevos horizontes y tendencias en el sector del entretenimiento.

Foto: Víctor Pedraza  
Locación: DelKing Entertainment



Adalberto Rangel Villarreal, director Comercial y de Marketing de Grupo Inmobiliario Monterrey

## Q&A

### ¿CUÁL ES TU OBRA DE TEATRO/ MUSICAL FAVORITA?

Sin duda alguna es *The Lion King*, ya que cuenta con una producción increíble y una historia cautivante. He tenido la gran fortuna verla y realmente está dentro de mi top cinco de musicales favoritos. Y ahora es un honor traerla a Monterrey.

### ¿CUÁL ES TU CANTANTE/BANDA FAVORITA?

Como siempre fui un niño cercano a mi padre, me gusta mucho Elvis Presley. Su música y su voz me traen muy buenos recuerdos, y disfrutaba mucho escucharlo. Puedo decir que es mi cantante favorito.

### ¿QUÉ HACES EN TUS TIEMPOS LIBRES?

Me gusta pasar ese tiempo con mi familia, es algo muy importante para mí que disfruto mucho. Desde jugar, viajar y simplemente convivir con ellos. Mi familia es lo más importante en mi vida. En lo personal, también me gusta ejercitarme, como correr e ir al gimnasio.

### SI NO TE DEDICARAS A HACER LO QUE HACES, ¿QUÉ HARÍAS?

Siempre he tenido interés por todo lo que tiene que ver con *real estate*. Tengo la oportunidad de tener proyectos inmobiliarios adicionales a mi empleo. Si en estos momentos no me dedicara al *marketing*, estaría, de lleno, dentro del sector inmobiliario.



# AV FU SU



EUGENIO MARTÍNEZ SERNA,  
PRESIDENTE Y DIRECTOR DE GRUPO DALTILE

# ANZAR ERTEY EGURO

CUATRO MARATONES, UNA FAMILIA Y UN **LEGADO DE CRECIMIENTO**  
ES LO QUE HA LOGRADO A TRAVÉS DE UNA VIDA DE ESFUERZO,  
TRABAJO Y DISCIPLINA. HOY DIRIGE UNA DE LAS EMPRESAS  
**MÁS GRANDES DEL MUNDO.** ESTA ES SU HISTORIA.

POR: PERLA TULA | DISEÑO: ANA LUCÍA RAMOS | FOTOS: VÍCTOR PEDRAZA



**ENTRENABA PARA SU PRIMER MARATÓN. ERAN LAS SEIS DE LA MAÑANA Y LLOVIZNABA. VEÍA A LAS PERSONAS QUE REGRESABAN DE LAS FIESTAS; CALCULABA QUE TODAVÍA LE FALTABA CORRER, AL MENOS, SIETE VECES MÁS DE LO QUE YA LO HACÍA, Y SE PREGUNTÓ QUÉ ESTABA HACIENDO ÉL AHÍ. PUSO UNA IMAGEN EN SU MENTE: EL RELOJ. PENSÓ**

**“CUANDO CRUCES ESE RELOJ VAS A HABER LOGRADO**

**ALGO QUE CREÍSTE IMPOSIBLE”.**

a fecha llegó. Los últimos 500 metros del maratón vio ese reloj, ícono de Nueva York, y cruzó la meta. Este fue uno de los momentos clave que forjaron su filosofía de vida; ese proceso fue la muestra tangible de que “lo imposible sólo existe en la mente de las personas”. Hoy tiene una miniatura de ese reloj en su oficina de director y presidente de Grupo Daltile, pero el camino no fue fácil.

### ASÍ SE CREA UN LÍDER

Eugenio Martínez Serna se esforzó desde el primer día. Es el menor de ocho hermanos: seis hombres y dos mujeres. En su hogar no había medios económicos para estudiar en una escuela privada, pero él y sus hermanos tuvieron la oportunidad de pertenecer a la Escuela Marista gracias a las becas.

A los 13 años, mientras cursaba la secundaria, tuvo su primera experiencia laboral. El papá de uno de sus compañeros era superintendente de Peñoles y los invitó a trabajar un verano en Química del Rey, en Torreón. Para Eugenio Martínez Serna esto representó crecimiento en varios sentidos: iba a recibir un sueldo, iba a estar fuera de su casa por primera vez e iba

a trabajar en lo industrial, que le llamaba mucho la atención. Aunque sus primeras tareas fueron lavar matraces y pipetas, esa experiencia lo asomó a la industria química por primera vez, que fue la carrera que eligió en la universidad.

Así, trabajó dos veranos e ingresó a la preparatoria. En este periodo de su vida comenzó a trabajar medio tiempo, y lo mantuvo así durante toda su trayectoria estudiantil. Tiempo después llegó el momento de ingresar a la universidad. Nuevamente, gracias a su esfuerzo por obtener y conservar las becas, ingresó al Tecnológico de Monterrey para ser Ingeniero Químico Administrador. Recuerda que iba a la universidad de siete de la mañana a una de la tarde y trabajaba de dos a siete de la tarde. Eso le dio una de las lecciones más grandes de su vida: el esfuerzo vale la pena.

A lo largo de su carrera laboral, se desarrolló en el área de planeación estratégica para uno de los grupos industriales más importantes de la época: Visa. También se involucró en la planeación estratégica y de diversificación de Grupo Protexa, en la que buscaban crecer a través de inversiones que no fueran dependientes del petróleo.

Fue en ese periodo de su vida que comenzó a practicar el deporte, algo que hasta el momento mantiene como una de sus actividades favoritas.

Su siguiente paso fue la maestría, que supuso otro de los retos más grandes en su vida, pero que, a su vez, abrió un capítulo que agradece. Con la finalidad de abonar a la deuda de la maestría, impartió clase de evaluación de proyectos en el Tecnológico, luego en la UDEM y en la UANL. Lo que comenzó



Gallery Masaryk

como un intercambio para acceder a un grado académico más alto terminó por ser una de las experiencias en las que pudo nutrirse de ideas y energía nuevas durante 30 años.

### SU VIDA EN DALTILE: LOS SIGUIENTES RETOS

Su gran camino en Daltile comenzó en la dirección de la fusión de lo que en ese momento eran dos compañías: Refractorios Monterrey y Materiales Cerámicos. Estuvo a cargo de la integración de los colaboradores y de crear un proceso de mejora continua. Haber transformado ese gran reto en una historia de éxito lo llevó a ganarse una responsabilidad mayor de nivel ejecutivo, y posteriormente la dirección general de Daltile.

Su vida de trabajo y estudio le permitió conocer a muchas personas y darles el mismo valor a cada una, sin importar de dónde vinieran. Ese es el origen de una de las visiones que han marcado la diferencia en los procesos de integración y crecimiento de cada proyecto en el que se involucra: Eugenio Martínez Serna considera que cada persona es individual y



**EL ÉXITO DE LA COMPAÑÍA NO  
ES DE UNA SOLA PERSONA,  
SINO DE UN EQUIPO DE  
TRABAJO CONVENCIDO DE  
TENER LA MISMA VISIÓN"**

**Eugenio Martínez Serna**  
Director y presidente  
de Grupo Daltile

única, y ve a la gran empresa como un rompecabezas en el que no puede faltar una sola pieza. Su misión principal es que los colaboradores, como participantes de ella, crean en que la organización puede llegar lejos y tomen la decisión de dar lo mejor de sí mismos para ello.

En marzo de 2023 se consolidó la adquisición de la empresa Vitromex, y hoy Eugenio Martínez Serna está a cargo de unir ambas culturas y sacar lo mejor de ellas: son más de 6 mil los colaboradores que conforman la gran familia. El reto es posicionar ambas marcas en el mercado

de manera sólida, ofrecer mejores productos y crear una comunidad única como resultado de la fusión.

El director y presidente compartió que la consolidación de la adquisición de Vitromex fue un proyecto que han perseguido durante muchos años, y que permite que dos marcas con 120 años de experiencia en conjunto puedan ofrecer mejores productos, mejores diseños y más variedad; además, crearán fuentes de empleo.

“Vamos a procurar hacer un mejor país, que los inversionistas sigan creyendo que es positivo crecer en México”.



**MI ESTILO DE DIRECCIÓN ES DE CONSENSO: PONER EN EL ESCRITORIO LAS ALTERNATIVAS Y QUE EL GRUPO DECIDA QUÉ ES LO QUE TENEMOS QUE HACER. LLEVA MÁS TIEMPO, PERO TIENE MÁS COMPROMISO"**

### **PREDICAR CON EL EJEMPLO**

El ingeniero Eugenio tiene a su cargo múltiples responsabilidades, la más grande es la fusión de dos compañías muy grandes: reuniones con equipos de varias disciplinas, toma de decisiones con sus superiores a nivel corporativo; sin dejar de lado su vida personal, ejercicio, entre muchas otras. Pero aún con una agenda repleta, nos otorgó su tiempo.

Posterior a la entrevista nos explicó cada detalle en su oficina: tenía banderines de campamentos de verano que se hacen con los hijos de los colaboradores, recuerdos de sus viajes, fotografías con su familia, un recorte de una nota del periódico con su foto en aquel primer maratón. Además, nos habló sobre la importancia que tiene el mindfulness en su vida y nos invitó a practicarlo.

Nos habló, también, de que rigurosamente seis días a la se-

**MI ÉXITO PROFESIONAL HA SIDO REUNIR A UN GRUPO DE COLABORADORES MÁS CAPACES QUE YO, MÁS INTELIGENTES QUE YO, PARA QUE CREEMOS Y FORJEMOS UNA VISIÓN EN CONJUNTO".**

mana cena con su esposa, ve a sus hijos tres veces por semana, los últimos 10 años ha jugado golf, ha viajado con su familia por todo el mundo, y nos dejó con una reflexión: No tienes que esperar para hacer las cosas; hazlas ahora, este es el momento.

Nuestro personaje de portada nos llevó, con su relato, a través de su historia, y pudimos sentir cada parte de ella como si fuera nuestra. Hoy te la compartimos a ti, lector, para ampliar la inspiración que dejó en nosotros. 💎



Cuentan con una basta gama de productos en tendencia

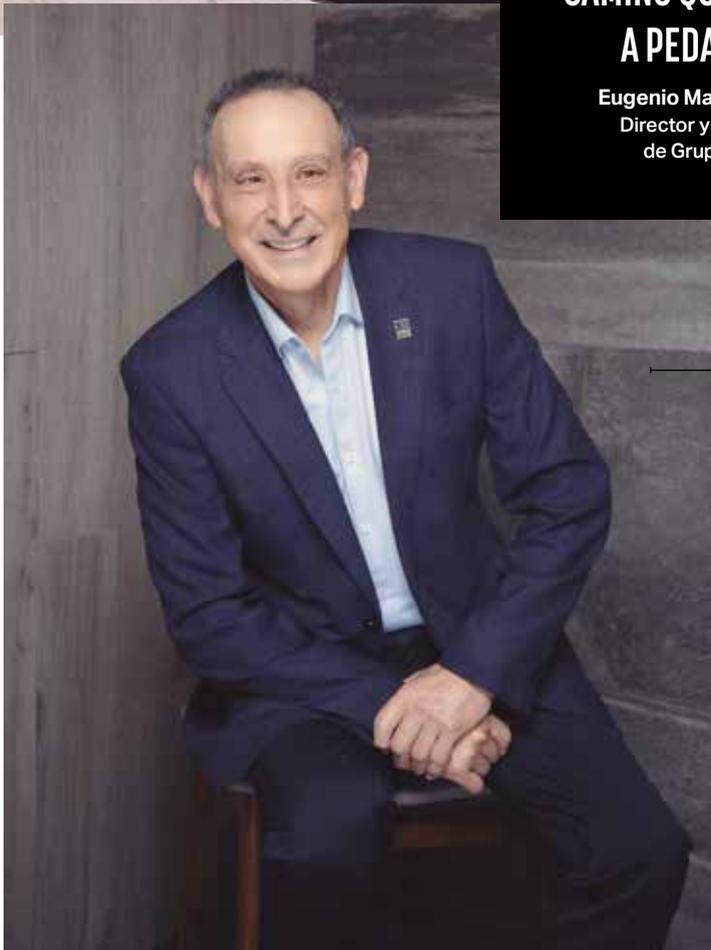


Fabrican casi 100 millones de metros cuadrados de recubrimiento al año



LA FELICIDAD ES UN  
CAMINO QUE SE LOGRA  
A PEDACITOS"

Eugenio Martínez Serna  
Director y presidente  
de Grupo Daltile



GRUPO DAL TILE:

**6 MIL**  
COLABORADORES

CRECIÓ A  
**100**  
MILLONES DE METROS  
CUADRADOS DE PRODUCCIÓN

EXPORTARÁ  
**35%**  
DE SUS PRODUCTOS



ES ÚNICO PRODUCTOR  
MUNDIAL DEL ASADOR  
BIG GREEN EGG

EN CONJUNTO  
CON VITROMEX, SUMAN  
**120**  
AÑOS DE EXPERIENCIA

**11**  
PLANTAS DE PRODUCCIÓN

# TRANSFORMAR MERCADOS Y POTENCIAR MARCAS

**Conoce la historia de majadmA: la agencia que ha dado vida a proyectos para el Abierto GNP, Nerds, Subway Latinoamérica, y muchos más**

**D**iego Núñez, su fundador, llegó hace 18 años a Monterrey a estudiar una maestría en el EGADE. Luego de formar parte del equipo de mercadotecnia de Gamesa, observó cómo todas las marcas buscaban agencias especializadas en lo digital.

Fue así que, con todo el conocimiento y experiencia que había obtenido durante su carrera, fundó majadmA. Mientras que otras agencias construían ideas para medios tradicionales, ellos nacieron en el mundo digital. “Lo digital está en nuestro ADN y nos hizo ser partners de todas las plataformas más importantes como Facebook, Google, Tiktok y LinkedIn”, compartió Núñez.

De majadmA se desprenden dos agencias: su homónima, a través de la cual atienden a clientes nacionales e internacionales; e Indira, con tres años en el mercado, en la que atienden a clientes regionales y nacionales que buscan equipos más compactos, como Pollo Loco, Pastelería Lety, Xignux, entre otras.

## PARTNERS A LARGO PLAZO

Desde su creación, han buscado clientes con los que hacen sinergia, crecen juntos y permanecen así a largo plazo. Un ejemplo de ello fue el Abierto GNP Seguros, el torneo de tenis de la WTA, que fue su primer cliente hace 12 años y lo sigue siendo hasta la fecha.

Uno de sus grandes hitos sucedió hace ocho años, cuando comenzaron a trabajar con clientes del mercado internacional. El primero fue The Ferrara Candy Company, parte de Grupo Ferrero Rocher a nivel mundial, y líder dulcero en Estados Unidos. MajadmA llevó sus marcas Nerds, SweeTARTS, y Trolli en más de 14 países a nivel mundial, como Reino Unido, España, Australia, Corea del Sur, Emiratos Árabes y varios países de América Latina. Núñez recuerda que eso los llevó a tener un alcance internacional que les ha abierto muchas puertas para ganar otras cuentas internacionales, como Subway Latinoamérica.

La sinergia que el equipo crea con sus clientes es un reflejo de lo que ocurre internamente. Durante la pandemia, integró a Alejandra Pérez Gómez Cobo como Business Development Sr Director & Partner y a Marifer De Anda Baena como Creative Development Sr Director & Partner. Esto corresponde a una estrategia de crecimiento de 2020 a 2025 en la que se planteó fortalecer la



majadmA para Subway



majadmA para Tecnológico de Monterrey

**12**  
AÑOS  
EN EL MERCADO  
**+100**  
COLABORADORES

estructura de la compañía. “Para mí ha sido una de las mejores decisiones que he tomado”, recuerda.

## INTERNALIZACIÓN Y NUEVO MODELO DE TRABAJO: SU FUTURO

Uno de sus próximos retos a futuro es expandir su internacionalización, especialmente para clientes que radican en Miami y atienden al mercado sudamericano y de otras partes del mundo.

Por otro lado, están creciendo hacia un modelo diferente de trabajo. Es una forma híbrida de crear contenido con sus clientes: ellos, como agencia, aportan en la atracción de talento, procesos y know how en general, mientras que el cliente está muy involucrado en el proceso. Ya cuentan con uno de estos modelos con el Tecnológico de Monterrey, en el que el equipo de majadmA está dentro de sus instalaciones; este año, acaban de lanzar uno con CEMEX a nivel global, y están cerca de arrancar el tercer estudio. Este modelo de trabajo crea una sinergia y se alcanzan objetivos que normalmente no se logran con el tradicional. “Creemos que el futuro de la creatividad es uno en el que clientes y agencias trabajemos de forma mucho más cercana y compartida”, concluyó Diego Núñez.

# COSTEÑO

LIFESTYLE & HOSPITALITY GROUP



CUERNO

ryoshi

*machamso*

LÁZARO & DIEGO

Hotaru

REFORMA

REVELATION

ANIMAL



**NOS HEMOS MANTENIDO COMO UNA AGENCIA INTEGRAL, PUNTUALIZANDO QUE SOMOS EXPERTOS EN LAS ÁREAS EN LAS QUE DAMOS SERVICIO”,**

**Mauricio**

# IDEAS QUE SE VUELVEN ARTE

**Para La Intuición no existen los bloqueos creativos, y salirse de la caja de lo común para generar nuevas ideas parece ser el proceso más natural a la hora de las propuestas.**

**S**egún la Real Academia de la Lengua Española, la intuición es la facultad de comprender las cosas instantáneamente, un presentimiento o una idea instantánea que parece evidente para quien la tiene. Y sí, no hay otro concepto que defina mejor a esta agencia.

“En automático surgió la idea de La Intuición y todo lo que conlleva este término. Tiene mucho sentido de cómo nace una idea, cómo sientes ese chispazo y dices ‘lo tengo’. Ahí es donde dijimos

Mauricio Guzmán Treviño, CEO de La Intuición

que tiene mucha similitud conceptualmente con el proceso de crear una idea”, comenta Alan, Chief Creative Officer.

En un inicio, él, junto a su hermano Mauricio Guzmán Treviño, CEO, tenían la intención de crear una escuela creativa, sin embargo, un pitch y los buenos comentarios que recibieron de éste los llevó a tomar otra dirección. Una cosa llevó a la otra y hoy en día tienen 13 años de historia en Monterrey creando la esencia de muchas marcas y, afortunadamente, en agosto de este año llevarán a cabo la idea original con su nuevo proyecto Intui Academy.

“Nacimos como agencia de publicidad y después fue evolucionando a ser una agencia de comunicación, porque es donde entra la parte de entender, definir la estrategia y ahora sí después la creación de las ideas para luego publicitar los mensajes”, dice Mauricio.

## BACK TO BASICS

Hoy en día, La Intuición es una agencia como pocas, ofrecen un servicio 360 y se involucran de principio a fin en el proceso de una campaña exitosa y esto no tiene otro motivo más que la pasión por lo que hacen.

Trabajar de la mano con Mauricio y Alan es garantía de que su equipo se involucrará desde el entendimiento de los objetivos de marketing y comerciales, pasando por la parte estratégica, creativa y de difusión.



Alan Guzmán Treviño, CCO de La Intuición



Santiago Badino, Pedro Urruti y Simón Urruti conforman Bestia.



Proyecto de Bestia.

Y es que “para asegurar el éxito de una campaña, es fundamental la información y el entendimiento profundo de los objetivos del cliente, para poder proponer las soluciones correspondientes”, dicen convencidos.

En La Intuición han desarrollado un *expertise* en las áreas en las que dan servicio y en el camino han encontrado aliados estratégicos y han creado empresas hermanas como Futlob (Fútbol Marketing) que enriquecen sus procesos y entregables.

Desde el inicio han tenido la visión y misión de desarrollar el 100 por ciento de las iniciativas y los esfuerzos para las marcas e instituciones con las que colaboran, pues integrar todo en una sola agencia tiene la gran ventaja de acortar tiempos, involucrarse de lleno y comprometerse con los resultados.

### UNA NUEVA ERA

Este año, La Intuición ha concretado una alianza para México con Bestia, un estudio visual creativo originario de Buenos Aires, Argentina y que tiene presencia en UK, Estados Unidos, Japón, Australia, Nueva Zelanda, Canadá y China.

Bestia se especializa en la producción audiovisual craft y animación 3D para crear escenarios lúdicos que cobran vida para contar una historia, utilizando formas, colores, materiales y texturas diferentes.

Bestia ha realizado producciones para clientes en Alemania, Australia, Estados Unidos, Francia, Suiza, Argentina y Latinoamérica para marcas como: Nestlé Nido, Personal, Mercado Libre, Corona, Tang, Dove, Oreo, Walmart, Quaker y Brahma.

Ahora busca entrar al mercado mexicano y lo hace de la mano de Mauricio y Alan.

Para La Intuición tener *partners* estratégicos es clave para ofrecer un servicio integral, son aliados que llegan a aportar y fortalecer esa promesa de tener soluciones creativas para todo. Esto ha sido clave para mantenerse vigente y marcando la diferencia.



📍 Avenida Lázaro Cárdenas 2800,

Monterrey, N.L

✉ info@laintuicion.com.mx

☎ (81) 1022-1478

📘 laintuicion

📷 laintui



# EXPERTISE PARA TU MARCA

La agencia de los autores de la filosofía "Crear.Crear.Crecer" replicada por generaciones. Te contamos su historia, crecimiento y consolidación

La creación de Sr. Smith se remonta a los primeros años de las infancias de los socios fundadores Carlos Leal y Rogelio Mahua, cuando se conocieron y comenzaron a formar una gran amistad. Años después, unieron sus fortalezas para crear Sr. Smith: Carlos Leal y su talento como mercadólogo y creativo, y Rogelio Mahua con su fuerte en la estructura y la ingeniería. Cada uno en un lado de la balanza le apostó a crear la agencia que conjuntara lo racional con una estrategia de ideas frescas, provocadoras y vendedoras. Así, nace en 1999 como boutique creativa, y en el 2000 se conforma como agencia full service.

Uno de sus primeros clientes fue el restaurante Las Alitas. Gracias al trabajo que hicieron con la marca llegaron otros clientes más del sector alimentario, y rápidamente la gama se amplió hacia diferentes giros: la industria de transporte, retail, educación, construcción, entre otros. Masuko Arias, directora de cuentas y socia de la agencia, indicó que no

se especializan en un sector, sino que se enriquecen día a día con un nuevo cliente.

En 1999, Leal y Mahua registraron su filosofía "Crear.Crear.Crecer" ante el IMPI, y se alegran de ver cómo ha sido tan replicada dentro de su ámbito y fuera de él. Esta filosofía nace de creer en sí mismos como profesionales, pero también creer en las marcas, productos y servicios que ofrecen.

Con esa convicción, crean la estrategia de comunicación para las campañas, y extienden la creación, incluso, a las relaciones de amistad a largo plazo con sus clientes. Masuko Arias compartió que lleva más de 17 años formando parte de la empresa, y durante su estadía ha generado una conexión con quienes en el inicio fueron clientes y ahora se han convertido en amigos.

Con estos dos aspectos, que forman parte de su ADN, crecen como empresa, como personas y crecen las marcas. "Lo que nos apasiona es ver crecer las marcas. Me encanta ir por la calle y ver que yo puse mi granito de arena para esa campaña", dijo Arias.

**“ VER CÓMO TRASCENDEN LAS MARCAS ES FUNDAMENTAL PARA NUESTRO DESARROLLO Y CRECIMIENTO”**



Sr. Smith para POLARIS

Sr. Smith para VIÑA REAL

Sr. Smith para ESFERA

## SUS SERVICIOS

- Gestión de marca.
- Creación de identidad comercial y corporativa.
- Diseño de packaging.
- Estrategia de comunicación publicitaria.
- Creación de conceptos creativos de comunicación (ATL, BTL, digital).
- Creación de estrategias digitales de marca.
- Administración de plataformas digitales y community management.
- Planeación y compra de medios, que incluye negociación de tiempos, costos y administración de presupuestos.
- Desarrollo de estrategia de posicionamiento de marca.
- Diseño editorial.

# LOS FRESNOS

RESTAURANTE



· AÑOS DE SABOR Y TRADICIÓN ·

APODACA • AEROPUERTO • CUMBRES • SPGG (TREBOL PARK)

[f/restaurantelosfresnos](#) [@restaurante.losfresnos](#) [RSVP : 81 1091 2996](#) [811 087 9866](#)

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

# CREATIVIDAD EN EL ADN

**BLCK® no necesita carta de presentación, el equipo creativo ha sido multipremiado a nivel internacional por desarrollar estrategias de comunicación exitosas que se salen de la caja de lo ordinario.**

**H**ablar de BLCK® es hablar de un Creative Intelligent Studio, no de una agencia convencional. La firma se encarga de ejecutar estrategias de comunicación que van más allá de una campaña con el fin de asegurar el éxito de grandes marcas.

“Nuestro método de trabajo es mucho más cercano a un Business Intelligence, que al final es cómo haces crecer un negocio”, dice Santiago Palacios Infante, CEO y partner, quien agrega que en el equipo son capaces de encontrar cualquier solución que los lleve a objetivos de ventas, posicionamiento, activación de un producto, etc.

## EXPERIENCIAS PARA LAS AUDIENCIAS

Para obtener resultados extraordinarios se necesitan de procesos distintos y esto es precisamente lo que define a su método de trabajo. Su peculiar BLCK® Method es una solución de cuatro verticales que tienen que ver con el branding, visual design, social media y content marketing para ofrecer un servicio integral.

Y es que Santiago tiene claro que la experiencia del usuario tiene que ver con la marca en cualquiera de sus facetas: “desde un punto de venta, tu sitio web, hasta en tus redes sociales. Cualquier punto de contacto que tengas con tus clientes tiene que ver con cómo experimentas esa marca. Y lo que nosotros hacemos es unificar esas partes”.

## ÉXITO: CONSECUENCIA DEL ESFUERZO

Su primer premio fue una mención honorífica en la categoría de



**SANTIAGO PALACIOS INFANTE**  
CEO y partner

**BLCK®**  
**HA GANADO MÁS DE 30 PREMIOS A NIVEL INTERNACIONAL EN FESTIVALES DE MÉXICO, COLOMBIA, ARGENTINA, ESTADOS UNIDOS, ESPAÑA Y DUBÁI.**



producción audiovisual por el rediseño de su marca, pero este era sólo el comienzo, pues sus campañas y proyectos no solamente son efectivas, también son atractivas, y esto les ha hecho ganar más de 30 premios en tan sólo cinco años. Pero a pesar del éxito, el equipo se mantiene firme al decir que éstos no son un objetivo, sino “la consecuencia de un trabajo bien hecho”.

BLCK® fue la primera agencia mexicana en ganar el galardón de Mejor Agencia Independiente en Argentina, la cuna de la publicidad, y recientemente obtuvieron bronce, plata y oro en el Círculo de Oro de México, el concurso de mayor prestigio de nuestro país, mismo que los incluyó en el top 10 nacional, siendo los únicos de Monterrey en aparecer en el listado.

No hay más pruebas para demostrar que BLCK® sabe hacer marketing, publicidad e interactuar con las audiencias para cumplir con los objetivos establecidos, pero no sólo eso, también saben cómo superar expectativas de una forma muy creativa.



El éxito de BLCK® se debe al talento de su equipo creativo.



**VALERIA IBARRA ALANÍS**  
CFO y partner

**EL SELLO DE BLCK® CHECK IN LTH Y LUIS THUNDER, HÉROE DEL CAMINO HAN SIDO SÓLO ALGUNAS DE SUS CAMPAÑAS MÁS EXITOSAS.**



**BLCK® ES LA PRIMERA AGENCIA MEXICANA EN GANAR EL PREMIO A MEJOR AGENCIA INDEPENDIENTE EN ARGENTINA.**



- 📍 Ave Pedro Ramírez Vázquez 200, Piso 8 / Torre XI, Col. Valle Oriente, San Pedro Garza García, N.L.
- ☎ (81) 8173-7000
- 🌐 [www.justblack.mx](http://www.justblack.mx)
- 📘 [justblackmx](https://www.facebook.com/justblackmx)
- 📷 [justblackmx](https://www.instagram.com/justblackmx)

Conoce más aquí





**ALEJANDRA MARTINEZ**  
Directora Creativa y de Relaciones Públicas

**CAROLINA SANDOVAL**  
Directora de Administración y Finanzas

**ILSE GUERRA**  
Directora de Influencer Marketing

# CONECTANDO MARCAS CON PERSONAS

**La forma en que las marcas interactuaban con su público ha cambiado, lo de hoy es el influencer marketing, el cual logra una mayor interacción con la audiencia de forma eficaz.**

**A**penas comenzaba el tema del influencer marketing cuando Peach Agency se sumó a esta tendencia. Lo que inició como una colaboración con estas figuras a manera de embajadores de marca en eventos, hoy en día ha evolucionado, siendo pionera en una nueva forma de conectar a marcas con personas.

Alejandra Martínez, directora creativa y de relaciones públicas; Carolina Sandoval, directora de administración y finanzas; e Ilse Guerra, directora de influencer marketing, son las mujeres que están detrás de esta agencia, quienes desde un inicio tuvieron la visión para entender la forma en que el mercado cambiaría y así ir un paso adelante.

“Desde el inicio nos fue muy bien con esas sociedades, partnerships, que empezamos a hacer más eventos de la mano de otros influencers como Mariana Rodríguez con mi Mercado, Mallory Caballero y Marcela Mistral como host de eventos”, dice Carolina.

La pandemia representó un antes y un después para la compañía, pues la falta de eventos generó la necesidad de reinventarse, y lo hicieron de la mano de herramientas digitales. “Todo era digital y nos apoyábamos de esas personas influyentes en las redes sociales para darle promoción a las marcas”, añadió Alejandra.

## LA EVOLUCIÓN DEL INFLUENCER

De acuerdo con este terceto, al principio eran figuras más locales que su exposición con el público los llevó a convertirse en influencers y creadores de contenido. Con ello, la exigencia aumentó para las personas que se quieren dedicar a eso.

“Hubo un punto en donde el hecho de que tú subieras stories ya era un check. La gente te compartía y te seguía. Ahora esto no es suficiente, la exigencia es bastante. Se necesitan de dos a tres videos diarios por plataforma y por formato”, dice Carolina.

Además de la diversidad de plataformas, estas figuras tienen que manejar un lenguaje distinto para cada una y estar relacionados con la forma en que se conectarán con los usuarios.

Hubo un punto en donde el algoritmo se volvió tan fácil y accesible que cualquier persona se volvió famosa de la noche a la mañana, acumulando cierta cantidad de seguidores e interacciones. Es decir,

la oferta de creadores de contenido se volvió demasiado alta, por lo que ahora tener followers ya no es suficiente y ahora Peach Agency se está encargando de que su talento se vuelva una figura más completa para destacarla en redes sociales.

## EL TALENTO COMO EMPRESA

La evolución de los creadores de contenido ha sido enorme en los últimos años, tanto que ahora estas figuras públicas se han convertido en algo más que una marca. Ahora los talentos necesitan publicidad, relaciones públicas, administración y estrategia comercial para mantenerse vigentes en una industria tan demandante y que cambia día con día.

Por ello, este terceto busca seguir apoyando a su talento, ahora más allá de la parte comercial, involucrándose en sus necesidades el día a día con las diferentes redes sociales.

“Ahora queremos apoyarlos en poder concretar sus videos, contenidos, ayudarlos a hacer programas y la estrategia de su marca.

Poder abarcar más plataformas porque una persona no da para estar presente en todas, pero con la ayuda de todo un equipo puedes hacerlo”, concuerdan Ale, Carolina e Ilse.

## NUEVAS HERRAMIENTAS DIGITALES

Este año Peach Agency vuelve a reinventarse con la llegada de Pear, una productora que impulsará el contenido de sus influencers para que los videos no sean fugaces y que buscará activar la monetización en todas las plataformas digitales.

Minders es otro proyecto en puerta en el que a través de cursos impartidos por influencers ayudará a las personas a obtener esas softskills que la academia no brinda.

Estos cursos digitales tendrán temáticas que ayudarán a cualquier persona a desenvolverse de manera dinámica en ambientes sociales y enseñarán cómo se puede ser masivo. Lo mejor de todo es que estarán disponibles para cualquier parte del mundo y a cualquier hora.

Alejandra, Carolina e Ilse han entendido cómo se desenvuelve el mercado digital casi por instinto y ahora, con estas nuevas dos herramientas que brindan a sus talentos, vuelven a marcar la diferencia y a demostrar que conocen cuál es el futuro del marketing.

**PEACH  
AGENCY  
CUMPLE  
SEIS AÑOS  
CREANDO  
ESTRATEGIAS**



**PEACH  
AGENCY**

www.peachmx.com  
peachagency.mx



# EL FUTURO DIGITAL DE LOS NEGOCIOS

**Para Phantom no basta con ofrecer una buena estrategia de marketing en redes sociales, son de ofrecer un servicio integral que brinde nuevas experiencias a los usuarios.**

El mundo ha entrado a una era digital, y hoy más que nunca es indispensable contar con una gran estrategia de marketing que incluya un buen branding y un excepcional desarrollo web. Esto es precisamente lo que hace Phantom, una agencia de diseño enfocada en crear lazos sólidos entre marcas y el mercado, poniendo como prioridad siempre al usuario.

Lo que inició como una necesidad de un equipo de marketing y diseño en el año 2019 se convirtió en algo más que una agencia tradicional. Rubén Torres Garza, CEO, tuvo la visión de complementar sus servicios con las tecnologías de la comunicación, esto con el objetivo de brindar una mayor atención y un enfoque integral.

## NUEVAS FORMAS DE COMUNICAR

La tecnología ha invadido al presente y el mundo ha terminado por sumergirse en una era digital; quien se resista a sumarse a esta tendencia sencillamente está obsoleto. Los medios de comunicación, las tiendas y servicios han optado por tener un canal on line para mantenerse en contacto con el mercado y el público meta.

Phantom ha creado los e-commerce de The Cofy, Amonet, Common Matters y más firmas, diseñando una interfaz más amigable para los usuarios que ha aumentado sus ventas. Mientras que la gestión de las redes sociales de empresas como Bash Burgers y Blue Bell, Nail Club, RTA Abogados y Sportwey ha mejorado la interacción con su comunidad.

Uno de sus productos estrella es el chatbot, el cual lo han implementado en las estrategias de empresas como DeAcero, mismo que puede ahorrar hasta el 90 por ciento del trabajo operativo y puede adaptarse a diferentes servicios personalizados.

“Formar parte de la comunidad digital a través de las tecnologías en la actualidad es una necesidad, son las herramientas que podrás utilizar para posicionarte y distinguirse de la competencia”, dice Rubén.

## ENTENDER AL CLIENTE

Es importante mencionar que actualmente en temas publicitarios y de marketing existen ciertas regulaciones en algunos tipos de



Phantom se ha encargado de desarrollar las estrategias que exige el mundo digital.



**“FORMAR PARTE DE LA COMUNIDAD DIGITAL A TRAVÉS DE LAS TECNOLOGÍAS EN LA ACTUALIDAD ES UNA NECESIDAD”**

Rubén Torres Garza, CEO de Phantom

áreas, como lo es en el área médica, apoyándolos con los trámites correspondientes ante la COFEPRIS.

Otro ejemplo sería también la asesoría que se presta por parte del área legal a los emprendedores, desde cómo deben de constituir su empresa, hasta el registro de su marca.

Por eso en Phantom tienen incorporado un equipo legal para apoyar en dichos trámites.

## EL PODER DE LA CREATIVIDAD

La inteligencia artificial marca un antes y después en la industria, sin embargo, debe de implementarse con mucho cuidado, pues, aunque brinda una base trabajo, esto no sustituye en lo absoluto al talento real.

“Consideramos que el factor humano es único y muy importante... las personas tenemos la habilidad de la creatividad. La inteligencia artificial es una herramienta que nos puede ayudar, nos puede brindar conocimiento y desarrollo, pero no funciona por sí sola”, indica Rubén.

Y es que, aunque estas herramientas llegarán a ser un complemento de su trabajo, el equipo de Phantom sabe que generar ideas depende en su totalidad del talento humano. La inteligencia artificial les ayudará a complementar su área de marketing, pero serán las personas las que terminará por convertir a la empresa en una agencia de soluciones creativas.

phntm

- 📍 Retorno 1 #208 Col. Empleados SFEO, Monterrey, N.L.
- 🌐 [www.phntm.mx](http://www.phntm.mx)
- 📱 [phnom.mx](https://www.facebook.com/phnom.mx)
- 📧 [phntm.mx](mailto:phntm.mx)
- ☎ (81) 2371-2662





Terralta

EL MEJOR LUGAR  
**PARA VIVIR**

Lotes · Villas Verticales · Casas · Golf

[terralta.mx](http://terralta.mx)

# MAESTROS DE LA PRODUCCIÓN

La creatividad es mucho más que una idea, pues requiere innovación desde la conceptualización hasta la ejecución. Así lo ve Once Creativos, una agencia que lleva el concepto a la realidad para cualquier evento, producción o campaña, bajo un mismo techo.

**P**ara Fabián Guardiola, CEO de Once Creativos, el diseño, la producción y el arte fueron su foco de atención para dar inicio a la empresa. Esta inclinación lo llevó a especializarse en el mundo del BTL para distintas empresas y negocios en Monterrey, Nuevo León.

Con los años, la experiencia y una exitosa ejecución de los proyectos, lograron formar un equipo de trabajo y una empresa 360°, todo lo necesario para producir y materializar cualquier idea que sus clientes requerían, especializándose en proyectos de señalización, montajes en festivales con diseños fuera de serie, stands de activaciones y campañas BTL.

“Nos encargamos por completo de los proyectos, los diseñamos, planeamos, fabricamos, instalamos y desmontamos, tomando el proyecto de principio a fin”, comenta Fabián, al explicar que se toman muy en serio el concepto 360°.

El servicio “llave en mano” que otorga Once Creativos, les ha valido un gran reconocimiento y se han posicionado como líderes en Nuevo León, ya que cuentan con todo lo necesario para solucionar directamente cualquier necesidad de diseño, fabricación e implementación, desde su conceptualización hasta la entrega.

## CALIDAD INMEDIATA

Once Creativos es conocido entre sus clientes por sus rápidos tiempos de entrega y atención personalizada. Este valor agregado se debe a que cuentan con la maquinaria, tecnología y personal capacitado para llevar a cabo proyectos de gran dimensión. “Nuestros tiempos de respuesta para todos los proyectos van desde las 48 horas, ya que la rapidez y el servicio es una de las cualidades que se

destacan en Once Creativos”.

Su maquinaria de primer nivel y know-how les permite producir al nivel de la idea más complicada. Su creatividad en cuanto a soluciones los ha destacado de la competencia, pues su expertise en diseño industrial y gráfico, así como el conocimiento de materiales y fabricación, no conoce límites a la hora de entregar productos altamente innovadores en funcionalidad y diseño.

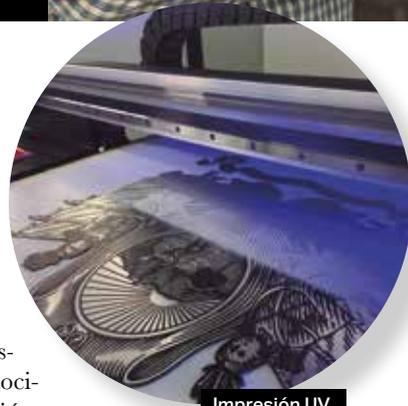
Dentro de la tecnología que los hace fuertes se encuentra la impresión UV, la cual es capaz de imprimir directamente en vidrio, madera, lámina y plástico, con un sellado UV, resistente a cualquier clima y corrosión. Perfecto para proyectos de señalización interior y exterior, una de las ramas en las cuales se especializan.

## SELLO ONCE

“Buscamos la satisfacción del cliente todo el tiempo”, esa es la garantía con la cual Once Creativos se conduce ante cualquier proyecto. No importa si se trata de una Pyme o una gran corporación, la agencia siempre busca dar lo mejor de sí y exceder las expectativas de sus clientes, creando relaciones comerciales a largo plazo. Una de las prioridades es la atención al detalle durante todo proyecto. No hay entregable que no pase por un filtro de calidad exhaustivo.

La filosofía de Once Creativos es brindar la seguridad a sus clien-

**FABIÁN GUARDIOLA**  
CEO de Once Creativos



Impresión UV

# Once Creativos



Equipo multidisciplinario de Once Creativos

## SERVICIOS:

- Señalización comercial
- Anuncios 3D
- Impresión e instalación de medios convencionales
- Diseño y fabricación de stands para exposiciones
- Rotulación vehicular e imagen comercial

## TECNOLOGÍA:

- Impresión UV
- Impresión en alta resolución

- Impresión en gran formato
- Sistemas de corte CNC
- Soldadura y fabricaciones

## CLIENTES:

- Honda
- Mondelēz
- Punto Valle
- Heineken
- Secretaria de Relaciones Exteriores
- KFC



Señalética



Impresión Gran Formato

tes de que el trabajo siempre estará bien hecho, y como lo comenta Fabián, eso es algo que no planea cambiar. “Esto es mi actividad principal, imprimo el corazón en todos los proyectos, los atiendo personalmente y nos aseguramos que el cliente esté 100% satisfecho con su proyecto.

Once Creativos se encuentra en una etapa de consolidación. Después de 11 años, hoy buscan seguir el mismo camino, pero ahora con más intensidad, aportando nuevas soluciones para la industria y las marcas, con el fin de convertirse en aliados estratégicos y seguir realizando cada vez más grandes e innovadoras producciones, pues la creatividad es un proceso que no se queda en ideas, sino que trasciende en materia y resultado.



- ☎ 81 2037 1188
- @ oncecreativos
- f oncecreativismx
- www.oncecreativos.com
- hola@oncecreativos.com
- Av. Ruiz Cortines 2149 - A, Juana de Arco, 64510 Monterrey, N.L.



# LA MAYOR PROMESA DE VALOR

**Detrás de una buena estrategia de marketing está un equipo en constante evolución que se adapta a los nuevos mercados, pero que, sobre todo, pone el capital humano en primer plano para obtener resultados.**

Las grandes marcas siempre están evolucionando y Rebrnd no es la excepción. La agencia, que hace siete años inició, hoy se reinventa para darle paso a una nueva era. Krlos Chavarría, socio director, en conjunto con Aranza Estrada, directora de Operaciones, ahora buscan que las empresas generen un mayor impacto a través de nuevas estrategias comerciales.

Hace tres años, la firma comenzó a tener un mayor dinamismo, a la par que se colocaba como una de las agencias de marketing favoritas de Monterrey. La gran capacidad de adaptarse al mercado en medio de la pandemia hizo que las estrategias desarrolladas por el equipo fueran acertadas para sus clientes.

## ENTENDER EL MERCADO

Como equipo, han tenido la capacidad de adaptarse rápidamente a las necesidades de sus clientes y esto los ha llevado a desarrollar un expertise en algunos nichos, como el inmobiliario, automotriz y hasta el médico.

La experiencia les ha hecho saber qué es lo que funciona y qué es lo que hará crecer las ventas de estos negocios, pues, aunque no son sencillos de entender y colocar dentro de la industria, sí tienen una penetración de mercado muy clara.

“Hemos visto todos los errores que han cometido y mediante la agencia les damos experiencia. Es más probable que tengan éxito a través de nosotros que haciéndolo solos”, dice Krlos.

A lo largo de todos estos años han cumplido con una expectativa comercial con sus clientes, y esto los ha ayudado a crecer exponencialmente y a conectar con más empresas para desarrollar campañas exitosas. Sin embargo, esto no ha sido su único distintivo, también lo ha sido la calidez de su equipo.

## TRABAJO EN EQUIPO

Para Rebrnd, el capital humano es parte de su cultura laboral, pues saben que el éxito de cada campaña depende al 100 por ciento de su equipo de trabajo. Conocer a fondo los negocios en los que se desenvuelven ha sido clave para ofrecer un servicio personalizado, pero también lo ha sido la forma en que sus líderes se involucran con el talento de esta agencia.

“Procuran que todos los engranes funcionen bien para que el resultado se vea reflejado ahí”, dice Priscila Urbina, administradora, sobre la forma de trabajo que destaca en esta agencia y



**ARANZA ESTRADA**  
Directora de Operaciones

**LUISA ESPIDIO**  
Directora de Diseño

**PRISCILA URBINA**  
Administración

El equipo de Rebrnd ha evolucionado a la par de las nuevas tendencias

que los ha impulsado para mantener una unión y estabilidad que trasciende a las relaciones con sus clientes.

Esta agencia ha convertido a su equipo y su trabajo en su mayor promesa de valor, pues su enfoque en el capital humano ha generado un compromiso con todos los proyectos que desarrollan y con todas las marcas con las que tienen hasta la más mínima relación.

“Creamos un plan a detalle que funciona específicamente para esa persona. Nosotros no trabajamos en cuestión de estructura o algo genérico”, dice Luisa Espidio, directora de Diseño, sobre la forma en que se generan las ideas dentro de esta firma.

Hoy en día, Krlos ha dejado las riendas de Rebrnd a Aranza, Luisa y Priscila, confiando plenamente en su equipo para que sigan cultivando los valores de la empresa en los próximos años. El impulso que han tomado en los últimos años ha hecho que la agencia se convierta en un ecosistema de soluciones mediáticas para las empresas, siempre manteniéndose en constante evolución y a la par de las tendencias de los mercados.

**rebrnd**<sup>®</sup>

Conoce más aquí

- 📍 AV. Fundadores #955, Monterrey, NL
- ✉ info@rebrnd.mx
- ☎ (81) 1481-3601
- 📷 @rebrndmx
- 📺 rebrndmx



 **Grupo Delta**

48 años mejorando  
comunidades



**Construyendo espacios  
que transforman vidas.**



En Save Producciones son expertos en la creación de escenarios



# EVENTOS DE OTRO NIVEL

Desarrollar una idea y convertirla en algo tangible ha sido la clave de Save Producciones para convertir un espectáculo en toda una experiencia que una a las marcas con su público.

Hace 15 años, Carlos Díaz inició un negocio de audio y video para eventos que con el paso del tiempo se fue expandiendo hasta cubrir otros servicios audiovisuales. Poco después, este emprendimiento se transformó en Save Producciones, una de las empresas de mayor relevancia en esta industria.

De este taller han salido increíbles propuestas para grandes marcas e instituciones como Tec de Monterrey, Oxxo, Bacardi y Tecate. Y es que su propósito es claro: cumplir las expectativas de los clientes y superarlas, pues en cada colaboración buscan dejar “la vara alta” para seguir sorprendiéndolos.

Lo interesante de esta casa productora es que durante todos estos años han sido muy cuidadosos para que cada proyecto en el que participan sea único y original. Esto lo han conseguido al estar en constante innovación y atreviéndose a hacer algo distinto, incluso aunque esto pueda traer algunos errores en el camino, pues “si no te equivocas es porque no estás haciendo algo nuevo, no estás siendo suficientemente innovador”.

Aunque las posibilidades de crear son infinitas, para el equipo creativo de Save Producciones existe una regla de oro, y ésta es que sus stands, escenarios y demás deben ser funcionales, seguros y estéticos. Una fórmula en la que han basado su metodología de trabajo y que ha resultado en campañas publicitarias muy exitosas.

Para Carlos se trata de brindar una atención personalizada y tener una gran sensibilidad para transmitir las ideas de sus clientes.



Carlos Díaz, director de Save Producciones



## SERVICIOS

- Audio y video
- Video producción
- Escenario y mobiliario
- Iluminación
- Fotografía
- Staff
- Diseño gráfico y creatividad

Además, la ética y empatía con un sentido de urgencia ha sido clave en cada proyecto.

El *expertise* que han desarrollado a lo largo de los años ha llevado a esta casa productora a cruzar las fronteras regias, contando con cobertura en el norte del país, Ciudad de México, Guadalajara, Cancún y Veracruz.

Save Producciones se encuentra en constante movimiento para generar nuevas ideas y propuestas. Hoy en día cubren distintos giros de eventos como escolares, corporativos, festivales, entre otros, y su filosofía por la innovación los llevará a incursionar a otros sectores y a expandirse a otros horizontes en los próximos años.



- 📍 Antonio I. Villarreal 119, Monterrey, Nuevo León
- ✉ info@saveproducciones.com
- ☎ (81) 1493 9140
- 📘 saveproducciones
- 📷 save.producciones

Analizar y administrar estrategias,

# INSPIRA

## Ingeniería en Gestión Empresarial

---

- Programa con **acreditación ABET** (*American Board for Engineering and Technology*), posicionándolo a nivel mundial por su **calidad de alto nivel**.
- **Múltiples opciones de intercambio** internacional con posibilidad de doble grado en Ingeniería y Negocios.
- Infraestructura de última tecnología.
- **Enfoque multidisciplinario** que combina habilidades técnicas, administrativas, estratégicas y de liderazgo.

 @UDEM  
 @GenteUDEM  
 /universidaddemonterrey  
 Universidad de Monterrey  
 GenteUDEM





**PATRICIO SOMOHANO**  
Socio y Director  
de Operaciones

**MAURICIO PÉREZ-VARGAS**  
Socio y Director  
General

# AL DOMINIO DE LA ERA DIGITAL

Los influencers han significado un parteaguas para el marketing, y MPV Management ha encontrado la forma de utilizar su talento para conectar a las marcas con audiencias.





# MPV MANAGEMENT DESARROLLA ESTRATEGIAS DIGITALES CON EL TALENTO DE INFLUENCERS.



**C**on la llegada de las redes sociales, la forma de comunicar un mensaje ha cambiado; las marcas se han adaptado a la digitalización y han encontrado en los creadores de contenido la vía adecuada para promover sus productos y servicios. Es aquí donde entra en juego MPV Management, una empresa de representación de influencers que funciona como un intermediario para que las colaboraciones sucedan.

Mauricio Pérez-Vargas, socio y director General, y Patricio Somohano, socio y director de operaciones, junto a un equipo creativo y estratégico se encargan de la negociación de algunos de los talentos más relevantes de los últimos años, como Farid Dieck, Moris Dieck, Jessica Fernández y Mallory Caballero. Adentrándose al influencer marketing para que las compañías puedan dirigirse a microsegmentos de una forma más sencilla y eficaz.

“Buscamos un acoplamiento entre el contenido del talento, la marca, y que la audiencia no sienta que es un producto”, menciona Patricio. Y es que la labor de estas figuras públicas es comunicar un mensaje de la forma en que al público le gusta recibirlo.

## INFLUENCERS VS MARKETING TRADICIONAL

Con la llegada de la digitalización, el marketing tradicional fue quedando atrás para algunos sectores. Éste siempre se enfocó en las masas, mientras que el influencer marketing, que ha tomado mayor fuerza en los últimos años, va directo a un nicho y a una calidad de audiencia mayor, siendo más redituable para las marcas.

“La relación que se genera es como la de un amigo que te da un consejo... cuando la audiencia confía en ellos, toman su palabra en cuenta para tomar una decisión de compra o hacer algo”, indica Mauricio.

El auge de las redes sociales ha hecho que colaborar con creadores de contenido sea más beneficioso que colocar un panorámico en una avenida con tráfico o publicidad en un horario estelar en televisión abierta.

“Si vendes un producto financiero y lo pones en el canal de un

talento que habla de contenido de finanzas, sabes que esa gente voluntariamente lo sigue y está buscando lo que ofreces”, añade Patricio.

## SIEMPRE EN TENDENCIA

Detrás de cada influencer está todo un equipo creativo y estratégico que se encarga de que el talento no se quede estancado y siempre esté a la vanguardia para que esté vigente el mayor tiempo posible. “No queremos que esto sea como la carrera de un futbolista”, sostiene Patricio.

Por ello, realizan un exhaustivo análisis para conocer cómo avanza el mercado en otros países. “Tenemos el radar muy alerta sobre las nuevas tendencias para que esos cambios no nos coman a nosotros y así adelantarnos a ellos”, agrega Mauricio.

Pero a pesar de los constantes cambios, el talento de MPV Management ha permanecido vigente debido al expertise que tienen estas figuras en los temas que abordan. Poco a poco se han convertido en líderes de opiniones en los que la audiencia confía y esto les ha hecho pasar la curva de lo mediático y la moda.

Ahora Mauricio y Patricio buscan explorar nuevos horizontes, incursionar en otros nichos y expandirse por el mercado de los Estados Unidos, en donde ya representan a tres talentos en Miami que conectarán con grandes marcas.

# MPV·MGMT

📍 Río Elba 572, Del Valle, 66220  
San Pedro Garza García, N.L.

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

✉ [info@mpvmanagement.com](mailto:info@mpvmanagement.com)

☎ (81) 2905-5025

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

Conoce más aquí



# COMUNICACIÓN EN MOVIMIENTO

La forma de transmitir una idea a una audiencia se reinventa, los mensajes a través de pantallas LED vienen a darle el dinamismo que exige la era digital.

En los últimos años la industria de la publicidad ha tenido una evolución más acelerada, y con ello la necesidad de conectar audiencias con marcas de una forma más original y, sobre todo, más eficaz. V Media Group se ha enfocado en esto, logrando el éxito de numerosas campañas gracias a que han utilizado las herramientas digitales a su favor y han entendido perfectamente a los nuevos mercados.

La firma, liderada por Alejandro Villarreal, CEO, y Fernando Villarreal, CFO, se especializa en el desarrollo de proyectos de comunicación de todo tipo. Por años se han dedicado a la gestión de medios digitales y publicitarios, y hasta de señalización arquitectónica utilizando pantallas LED.

“Nuestro primer proyecto digital nace cuando proponemos a Nuevo Sur instalar una pantalla digital en uno de sus puentes internos, justo ese momento cuando encontramos una gran oportunidad de desarrollar más proyectos dentro de centros comerciales en la ciudad”, dice Alejandro.

Desde entonces han tenido una evolución muy positiva que ha sido resultado de involucrarse completamente en las necesidades y la estrategia de los negocios con los que colaboran. Y es que su filosofía es bastante clara: generar valor a sus clientes. Para ellos, no basta hacer las cosas bien, sino ofrecer soluciones extraordinarias.

## EN CONSTANTE CAMBIO

Hoy en día, el mundo está sumergido en una digitalización muy cambiante y esto exige estar en constante actualización, pero, sobre todo, demanda una capacidad de anticiparse al futuro y todas las innovaciones que éste traerá.

“En V Media siempre estamos pensando en cómo generar más valor a nuestros clientes a través de nuestros proyectos, por lo que en todo lo que hacemos agregaremos un porcentaje importante de innovación y diseño”, dice Alejandro.

Y este ha sido el secreto para mantenerse vigentes por seis años, pues no sólo han entendido el mercado, sino también las herramientas con las que trabajan día con día y con las que logran exitosas campañas de publicidad.

“Le apostamos mucho a la diferenciación, que es nuestra mayor propuesta de valor, nos gusta mucho desarrollar proyectos icónicos y auténticos para que los clientes se sientan orgullosos de haber trabajado con nosotros. Yo creo que eso genera un gran vínculo”, dice Fernando y Alejandro.

V Media cuenta con una gran oferta de medios digitales que se han convertido en grandes aliados para muchas marcas y recintos en Monterrey. Los resultados que han obtenido a lo largo de estos años han sido tan gratos que ya piensan en

la expansión. Será cuestión de tiempo para que veamos crecer a esta firma en ciudades como Saltillo, Tijuana y Cancún.

V MEDIA  
GROUP TIENE  
**16 AÑOS**  
CREANDO  
ESTRATEGIAS  
DIGITALES.

● V MEDIA GROUP CREA LA PUBLICIDAD QUE SE ENCUENTRA DENTRO DE LOS CENTROS COMERCIALES, GENERANDO UN GRAN IMPACTO EN LOS VISITANTES Y ATRAYENDO CLIENTES POTENCIALES.



Av. Lázaro Cárdenas 107, Valle Oriente,  
San Pedro Garza García, N.L.  
www.vmediag.com  
hola@vmediag.com  
vmediag  
vmediag

Conoce sus servicios





**ALEJANDRO VILLARREAL**  
CEO de V Media Group

**FERNANDO VILLARREAL**  
CFO de V Media Group



### FACTORYOS

- Permite identificar elementos básicos de visibilidad de planta en tiempo real.
- Genera predicciones de cómo se comportarán los procesos productivos.
- Brinda accionables para mejorar la productividad directamente hacia la máquina o al operador.

### VALUECHAINOS

- Genera una predicción de la demanda.
- Crea modelos de abasto productivo, planeación o secuenciación de la producción.

# REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA EN LA MANUFACTURA

## Conoce la historia de Valiot, la empresa de tecnología que redefine la toma de decisiones en la industria

Existe una premisa fundamental: muchos de los procesos y tomas de decisiones a nivel producción y cadena de valor de las manufacturas son hechos con un altísimo grado de empirismo, poca visibilidad y, consecuentemente, poca predictibilidad de lo que va a suceder. Esto se presenta tanto en empresas pequeñas y medianas como internacionales. Esta fue el área de oportunidad, que Federico Crespo observó y lo solucionó con lo que lo apasiona: la tecnología. Fue así que nació Valiot.

Federico Crespo, CEO y fundador de Valiot, explicó que crearon dos productos basados en inteligencia artificial con la intención de proveer a la operación el contexto y decisiones correctas para optimizar los procesos, tanto en el piso de manufactura (FactoryOS), como a lo largo de la cadena de valor (ValueChainOS).

Su producto enfocado al piso de manufactura involucra internet de las cosas industrial e inteligencia artificial, también llamado *artificial intelligence of things*. Eso debido a que parte de su suite de tecnología es un dispositivo hardware que está físicamente en la planta de producción y que corre modelos de inteligencia artificial para retroalimentar y generar accionables en tiempo real. Asimismo,



mo, involucran modelos de *machine learning* en los distintos niveles de los procesos de valor de la empresa, desde producción hasta planeación de la demanda, de producción, entre otros.

### “SENTIRNOS ORGULLOSOS DE LO QUE HACEMOS, SIEMPRE”

El proceso de emprender es, por naturaleza, complicado y retador. Federico Crespo indicó que fue un reto convencer a los clientes de que son una empresa estable y que les agregarán valor; no obstante, el talento, la disciplina y tecnología que desarrollan los ha llevado a tener una cultura firme con la que atienden a clientes del sector Pyme, como Refractarios Zedmex, o con grandes empresas, como Metalsa.

Por otro lado, recordó que el proceso de expansión a Brasil que tuvieron en este año ha representado retos por varios aspectos: se trata de un país con economía cerrada, a gran distancia de México y en el que sus habitantes hablan otro idioma. Aun así, han logrado superar cada uno de los obstáculos. El éxito de Valiot se refleja, por ejemplo, en que una de las mejores escuelas de ingeniería del mundo, el MIT, hizo un análisis de su tecnología aplicada al sector privado, específicamente en el caso de Heineken.

Para concluir, el CEO explicó que la clave principal para alcanzar cada meta es la construcción de la cultura: crear una empresa con tecnología de primer mundo, que haga sentir orgullosos de pertenecer a ella a los colaboradores de todos los niveles.

### PRINCIPALES

### CLIENTES:

- HEINEKEN
- JONH DEERE
- METALSA
- LAMOSA
- DEACERO

# PORQUE CUESTA MÁS HACER UN MAL ANUNCIO QUE UNO BUENO



the best.



La mayoría de la mala publicidad no proviene del mal gusto, sino simplemente de una mala comunicación. Como la que hay entre cliente y ejecutivo de cuenta, otras veces entre el ejecutivo de cuenta y el creativo.

El problema es que no se establece un objetivo claro desde el inicio. Esto conlleva pérdida de tiempo de horas hombre de ambas partes, cliente-agencia, pero sobre todo una mala inversión en publicidad. ¿De qué sirve tener un buen anuncio, si no transmite el mensaje correcto?

## LA SOLUCIÓN

Contratar una agencia que CREE firmemente que primero tiene que obtener toda la información necesaria, antes de producir un solo anuncio o una campaña entera. Una agencia que PIENSE, sí que piense, antes de poner la primer idea en papel.

En **Global Pear Advertising & Social Media Marketing** producimos buenos anuncios, que comunican el mensaje correcto desde el principio.

Llama al 81.2917.3709 y solicita una reunión para platicar sobre tus necesidades.



GLOBAL  
PEAR  
Advertising & Social Media Marketing

# LÍDERES EN MANTENIMIENTO AUTOMATIZADO

**Hacer que la industria alcance una mayor producción mediante una integración de negocio con tecnologías de inteligencia artificial, aprendizaje automático, sistemas automatizados de visión, internet de las cosas y mucho más: Esto es nuvaHub.**

El recuerdo de la fundación de la empresa viene a la mente de Abraham Cortés, CTO y cofundador, con la imagen de un rompecabezas. En 2008, él se dedicaba al desarrollo de software. Estaba involucrado a tiempo completo en la programación sistemas móviles de comunicación.

Fue cuando lo buscaron para dirigir proyectos de tecnología en un centro Conacyt llamado Cidesi. Ahora estaba al frente de proyectos de investigación, desarrollo tecnológico e innovación, como plantas de nanomateriales, y escalamientos de proyectos para industrias de los sectores automotriz y de alimentos.

En 2015, cuando la ola de la innovación crecía, él y los demás fundadores de lo que sería nuvaHub (quienes también trabajaban con él en Cidesi), estaban familiarizados con muchas de las tecnologías que parecían nuevas. Fue así que hicieron un análisis de patentes, construyeron un modelo de negocio y buscaron financiamiento. En conjunto con los demás fundadores (entre los que se encuentra Cecilia Zúñiga, su esposa y CEO de la empresa) consiguió un fondo ángel que les propuso desarrollar tecnología durante un año. Durante ese tiempo, se dedicaron a comprender a fondo la demanda del sector industrial, y con ello tuvieron las bases para ofrecer sus soluciones al mercado.

Abraham Cortés compartió que notaron que el acceso a proyectos de innovación tecnológica se enfocaba en corporativos grandes; por lo que su idea fue democratizar esas implementaciones y llevarlas a empresas de menor escala. Si bien, su oferta de valor al inicio se enfocaba en empresas pequeñas y medianas, sus propuestas fueron recibidas por compañías como Grupo Alfa, Questum, Ternium, Grupo Xignux, y así nuvaHub avanzó entre los grupos industriales más influyentes de la ciudad.

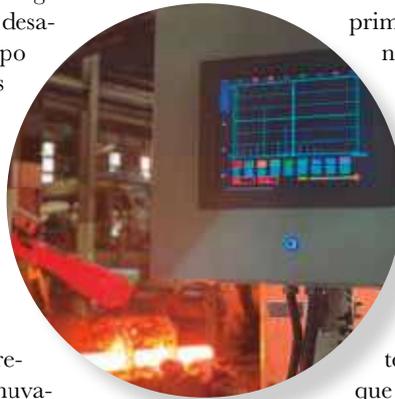
## AUTOMATIZAN EL MANTENIMIENTO

NuvaHub se especializa en resolver problemas industriales, específicamente en el área de producción, mediante la implementación de tecnologías 4.0. Esta empresa, fundada en 2016, es parte de los



Gemelo digital de máquina de producción

líderes que están transformando la industria en Nuevo León. Han participado congresos como ExpoManufactura y eventos realizados por CAINTRA, CLAUT, el Clúster Automotriz de Saltillo, entre otros; siempre para contar sus historias de éxito y exponer casos de estudio de soluciones para mejorar la producción y hacer sistemas de aprendizaje automatizado que respondan a lo primordial: prevenir fallas o detención de las máquinas más importantes y evitar que la operación se detenga.



## PRINCIPALES CLIENTES

- FRISA
- GRUPO ALFA
- GRUPO XIGNUX
- QUESTUM
- TERNIUM

## POTENCIAR A LAS PERSONAS MEDIANTE LA TECNOLOGÍA

Recientemente, implementaron un sistema de visión artificial enfocado en las personas para Grupo Xignux. La estrategia fue integrar sistemas que respetan la confidencialidad de los individuos y detectan aspectos como movimientos de manos, piernas e inclinación gracias a los que han generado descubrimientos que aumentan la producción, no a través de exigencia a los operadores, sino mejorando sus condiciones.

## ACERCARSE A LAS PYMES

Como parte de su estrategia de crecimiento planean llevar sus soluciones industriales a un entorno comercial de PYMES. Desde hace dos años, están trabajando en hacer sus proyectos más accesibles sin dejarlos de hacer confiables; asimismo, en hacer un modelo de negocio similar a una renta: contratar las soluciones por el tiempo en que las necesiten. Actualmente tienen diversas líneas piloto de este tipo de implementaciones.

## RETRIBUIR A LA COMUNIDAD

Abraham Cortés lleva a nuvaHub por el camino de la responsabilidad social. Ha buscado colaborar con las principales universidades de Monterrey, los clústeres del estado y otras scaleups. Por ejemplo, en la UDEM, han dado conferencias sobre su camino, cómo probar ideas, la dimensión de lo que se requiere para crear proyectos exitosos y la creación de una estrategia.

También han apoyado a casas hogar, albergues, hospitales, grupos de apoyo a mujeres y niños en situaciones vulnerables, entre otros. “Como empresa, siempre buscamos apoyarlos. Eso impulsa a todo el ecosistema”, concluyó.



# **iVamos!**

## **De resistir una crisis a conquistar el mercado**

En Grant Thornton, escuchamos y aprendemos para encontrar soluciones que inspiran. Así puedes aprovechar al máximo este momento y mantenerte preparado para lo que venga.



[Grantthornton.mx](http://Grantthornton.mx)

© Salles Sainz Grant Thornton S.C. es una firma miembro de Grant Thornton International Ltd (GTIL).  
GTIL y sus firmas miembros no forman una sociedad internacional, los servicios son prestados por las firmas miembros.  
GTIL y sus firmas miembros no se responsabilizan ni obligan a otros al y no son responsables de los actos o omisiones de los clientes.

# ONE

tu nueva cuenta  
personal multdivisa  
100% digital.

## Conoce ONE, tu nueva cuenta multdivisa 100% digital

**Monex ha sido pionero en apoyar a empresas con una cuenta multdivisa, y ahora lanza al mercado una cuenta que beneficia también a las personas físicas.**

Transferir dinero al extranjero es complicado. Generalmente las soluciones más benéficas son para las empresas o para quienes manejan cuentas multdivisa con un banco mexicano. Y aún con eso, se trata de un proceso lento y complejo.

Por esta razón, y con el objetivo de atender un nicho de mercado de personas físicas en México que necesitan comprar, vender y transferir divisas al extranjero, Banco Monex ha lanzado ONE, una cuenta 100 por ciento digital, única en la industria, que solucionará todo tipo de problemas.

La plataforma permite abrir una cuenta bancaria digital de forma ágil y segura, ya sea desde una computadora o un dispositivo móvil, sólo es necesario contar con INE vigente, constancia fiscal y un comprobante de domicilio. Esta facilidad de apertura refuerza la agilidad de las operaciones de la firma.

El cliente podrá operar en minutos, ya sea desde la Banca Digital Monex o en su app Monex Móvil. Asimismo, se encuentran las opciones de dar de alta a destinatarios, realizar inversiones con rapidez y seguridad en cada movimiento.

Monex ONE está regulada por la legislación vigente e incorpora mecanismos de seguridad muy robustos con datos biométricos para que las operaciones de los clientes estén seguras en todo momento.

Con este nuevo producto, Monex acelera sus procesos para consolidar su banca digital, ya que transfiere su ADN, que lo constituye como líder en la industria en transacciones de divisas y pagos internacionales, ahora al sector de cuentas personales. Te invitamos a conocer más o aperturar tu cuenta escaneando el siguiente código QR.

### REQUISITOS PARA ABRIR TU CUENTA:

- ID oficial (INE)
- Comprobante de domicilio (CFE o Telmex)
- Constancia de situación fiscal (3 meses de vigencia)

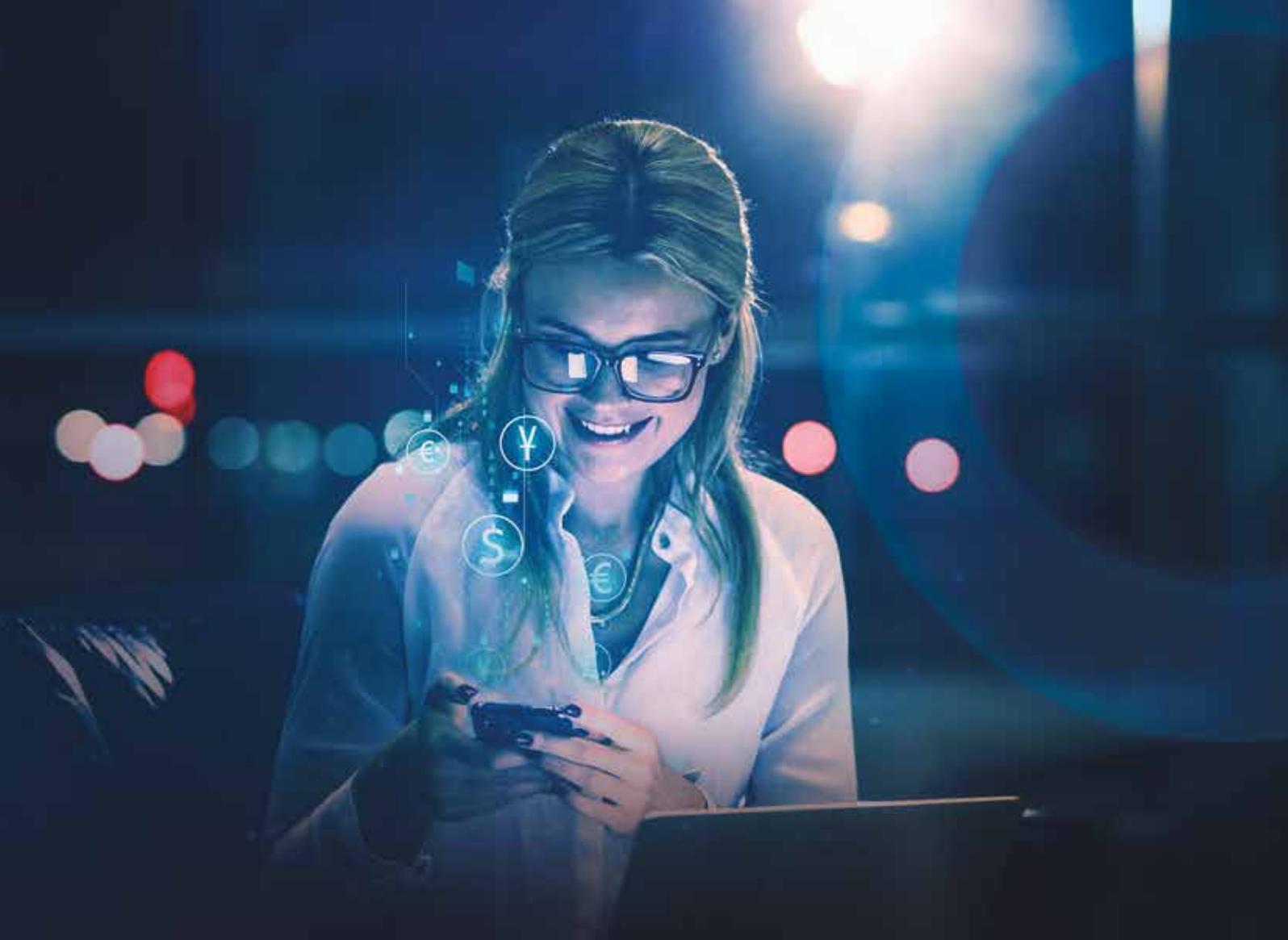
Información proporcionada por  
Luis Raúl Arana, Director de Banca  
Digital de Monex.

¡Conoce  
más detalles!



one@monex.com.mx

# MONEX



# ONE

## te acerca a las 7 principales divisas más importantes del mundo

Compra y vende desde tu dispositivo móvil de manera ágil y segura.

- Transferencias y pagos nacionales e internacionales
- Realiza inversiones en CEDES

Contacta a un Asesor Monex



### MONEX

Mantente ágil

one@monex.com.mx o CDMX 55 5231 0889.



Disney  
**THE  
LION KING**  
THE WORLD'S #1 MUSICAL

# LLEGA A MONTERREY CON SU PRODUCCIÓN ORIGINAL, DIRECTO DESDE NEW YORK

**El evento del año** sucederá en Showcenter Complex. Disney's The Lion King cautivará a los regios por primera vez en la historia. Es un evento sin precedente alguno y toda la familia podrá disfrutarlo.

- **Megamusical** visto por más de 100 millones de personas
- Con la música original del aclamado compositor Elton John
- Una inversión de \$27.5 MDD en producción
- Ganador de 6 Tony Awards®

Tras 25 años históricos y más de 10 mil presentaciones en Broadway, Disney's The Lion King es indiscutiblemente **el mejor musical del mundo y uno de los espectáculos más icónicos de la historia**. Millones de personas han disfrutado este musical lleno de arte visual, música inolvidable y una hermosa historia. Las funciones comienzan el martes 19 de septiembre y durarán 2 semanas hasta el domingo 1 de octubre en Showcenter Complex. Los boletos pueden ser adquiridos en [www.showcenter.com.mx](http://www.showcenter.com.mx), [www.superboletos.com](http://www.superboletos.com), taquillas de Showcenter Complex, Fashion Drive y Main Entrance, así como los puntos de venta autorizados en El Palacio de Hierro e Innova Sport.

©Disney





Disney  
**THE  
LION  
KING**

THE WORLD'S #1  
MUSICAL

SEP. 19 - OCT. 01

16 FUNCIONES

¡COMPRA YA  
TUS BOLETOS!  
**SUPER  
BOLETOS**



 **SHOWCENTER**  
COMPLEX

**BROADWAY**  
EN  
MONTERREY



©Disney





Chef Irving Quiroz



Regina Ramos y Karla Cuéllar de Ramos



Mónica García de Guzmán



Vivian Villarreal de Garza



Arlen Valdez y Paola Balderas

# CONVERSACIONES A FUEGO LENTO

**City Market continúa con la agenda llena de eventos especiales para el público regio, esta vez de la mano de Le Creuset y una experiencia culinaria inolvidable.**

La cocina es un arte colaborativo que necesita del fuego para desprender esos aromas y sabores exquisitos que estimulan los sentidos de sus testigos. Para esto era necesario un puente, una conexión que permitiera coexistir y llegar al punto exacto. Así nacieron los utensilios de cocina.

Hoy, City Market en conjunto con Le Creuset, una excelsa marca de utensilios de cocina, buscan ser partícipes de grandes fusiones dentro del hogar, y para ello, el pasado 5 de mayo llevaron a cabo un evento gourmet comandado por el chef Irving Quiroz, donde un selecto grupo de invitadas descubrió Chambrey, la nueva colección de la marca francesa.

Este evento significó el lanzamiento de la marca en la ciudad, donde las asistentes disfrutaron de una copa de prosecco y obsequios por parte de la misma.

El plato fuerte vino con la Masterclass de cocina que realizó el chef, donde las asistentes pudieron ver la preparación y deleitarse con el menú de tres tiempos que constó de una pasta Mamma Rosa, un rib-eye sellado a la mantequilla de ajo y finas hierbas, servido con vegetales asados como espárragos al limón con queso parmesano. Todo esto aderezado por una exquisita salsa de yogurt.

De postre, vino un guiño a la marca con una auténtica especialidad del país franco, el Crème Brûlée de romero.

Con la presencia de Sandra Valdez por parte de City Market, representantes de marca de Le Creuset, y la coordinación y

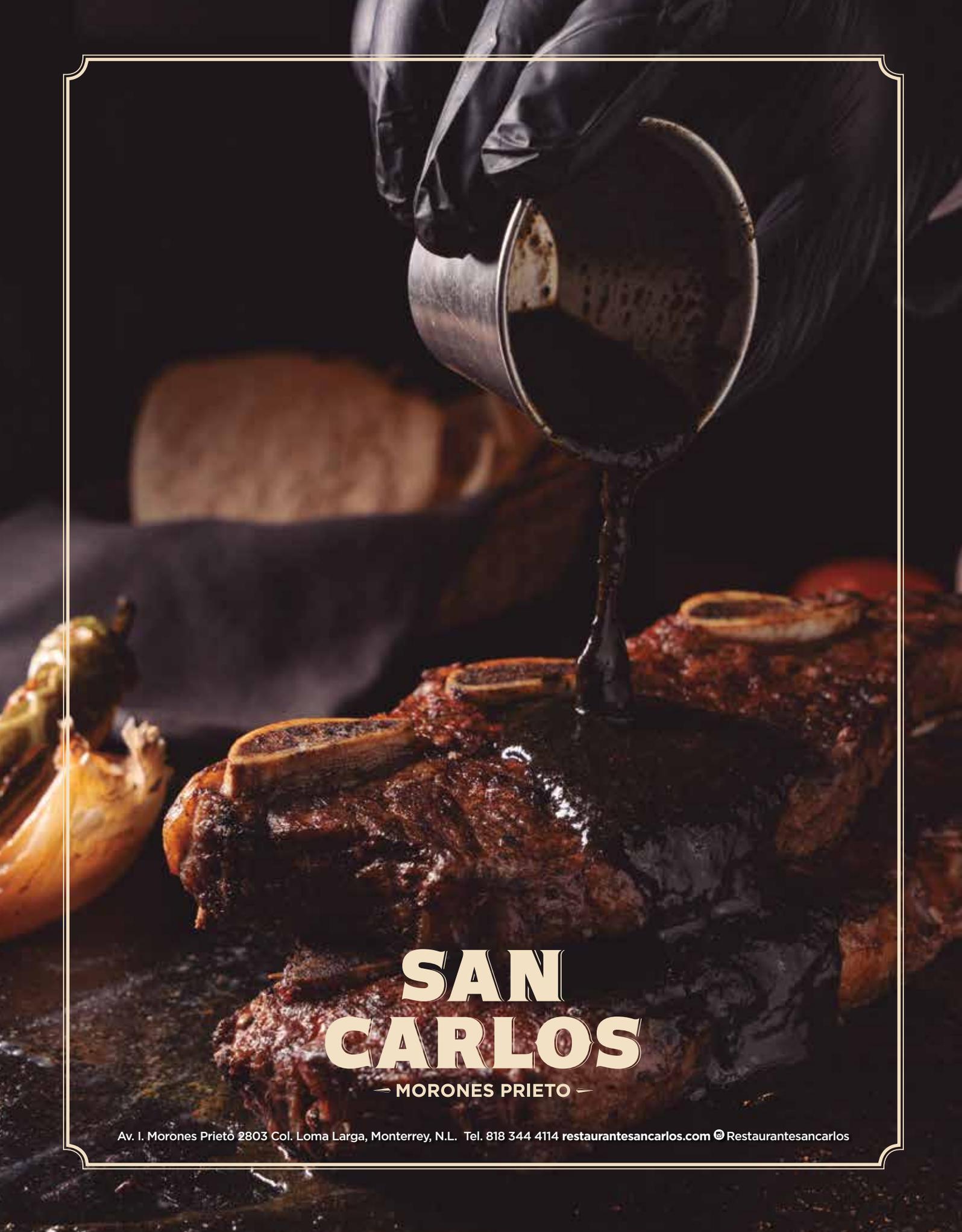
producción de Gretta Villarreal de la Agencia RSVP, el evento fue todo un éxito y marcó el ritmo de una agenda de imperdibles eventos que City Market tiene preparado para el público regio.

¿Qué esperas para vivir la magia?, conoce más sobre esta nueva opción que llega a la ciudad.♥

**city market**  
LA COMER

www.citymarket.com.mx @citymarketmx

Av. Manuel Gómez Morín 1, Valle del Campestre, 66265 San Pedro Garza García, N.L.



# SAN CARLOS

— MORONES PRIETO —

Av. I. Morones Prieto 2803 Col. Loma Larga, Monterrey, N.L. Tel. 818 344 4114 [restaurantesancarlos.com](http://restaurantesancarlos.com) © Restaurantesancarlos

DR. OSVALDO  
VÁZQUEZ  
MARTÍNEZ

# DERMATÓLOGOS DE VERDAD

*Diez años de trabajo, diez clínicas de clase mundial, un inigualable grupo médico y planes de expansión exponenciales. Así es el exitoso modelo de negocio creado por el Dr. Osvaldo Vázquez Martínez en SkinGroup.*

**D**esde muy chico, Osvaldo supo que ser médico era su camino, pues sus padres son odontólogos, y varios de sus familiares se desempeñaban en distintas ramas de la medicina. Sin embargo, en su adolescencia surgió otra pasión: los negocios, fue ahí que se debatió entre la carrera de administración y medicina. Al final se decantó por la segunda. “Dije, un administrador o un economista nunca va a ser médico pero un médico sí puede ser administrador”, comenta.

Este espíritu emprendedor lo llevó a trazar y planear su camino de vida a muy corta edad. Entró a la carrera de medicina en la Universidad Autónoma de Nuevo León por la posibilidad de realizar un intercambio a la Universidad de Heidelberg en Alemania, donde obtuvo una beca y cursó el sexto año de medicina.

Después de sumergirse a fondo en la forma innovadora en que se veía la medicina en Europa, los grupos médicos y sus distintas especialidades, Osvaldo conoció la dermatología al realizar su servicio social e inmediatamente supo que ahí empezaba el siguiente capítulo de su vida, pues había encontrado todo lo que buscaba. “La dermatología tiene la parte médica, quirúrgica y cosmética. Dentro de la parte quirúrgica, tratamos todo lo de cáncer de piel y una parte que es la cirugía dermatoplástica, que se hace mucho en Estados Unidos y en países como Brasil”. Esta pasión lo llevó a aventurarse de nuevo en el extranjero, esta vez para subspecializarse en cirugía dermatológica en São Paulo, Brasil.

## EL CONCEPTO QUE CAMBIÓ EL JUEGO

A su regreso, ahora con una gran experiencia y entrenamiento, Osvaldo vio la necesidad de crear un nuevo concepto que revolucionara la forma de ejercer la dermatología desde los negocios, reuniendo a un grupo de médicos de distintas especialidades ante una plataforma que les diera un impulso en sus carreras en la parte administrativa y de marketing, algo que no se enseñaba en la carrera de medicina. “Inicié SkinGroup en el 2013 junto a mis socias. Decidimos empezar un concepto nuevo. Fuimos haciéndonos de un equipo de colaboradores para lograr algo diferente, con nuestra esencia, y por eso se llama SkinGroup, un grupo de médicos que no existía en el país. Me da mucho gusto decir que fuimos los primeros que hicimos esto a gran escala”.

El modelo de negocio de SkinGroup aporta una plataforma con todo lo necesario para que el médico ofrezca sus servicios. Toda la parte de tecnología, infraestructura, administración, contabilidad y hasta el marketing están cubiertos para que el enfoque del médico sea cien por ciento hacia el paciente. Rápidamente se corrió la voz y ya nada pudo parar el éxito que vendría con los años.

Hoy, en SkinGroup existe la posibilidad de entrar en una sociedad e invertir. “No tenemos inversionistas externos hasta la fecha. Nuestros socios son socios estratégicos, son los médicos que trabajan y ganan al invertir, pues aun cuando no están trabajando también se está produciendo un retorno



¡No te pierdas la entrevista completa con el Dr. Osvaldo Vázquez para Players On Air!



**TE PUEDO ASEGURAR QUE LOS DOCTORES QUE HAN ENTRADO EN LOS ÚLTIMOS CUATRO O CINCO AÑOS GANAN EN LOS PRIMEROS MESES LO QUE OTROS GANAN EN UNO O DOS AÑOS POR FUERA”.**

Dr. Osvaldo Vázquez, CEO de SkinGroup.



Sucursal Tamazunchale en Monterrey

de la inversión para ellos. Eso es algo que nos ha funcionado y permitido ir creciendo”, cuenta el doctor Osvaldo Vázquez.

Este modelo de negocio con una visión 360°, les permite a los médicos tener mayores ingresos y ayudar a más pacientes, lo que impulsa sus carreras y apoya a expandir la salud dermatológica a más sectores de la población. “Te puedo asegurar que los doctores que han entrado en los últimos cuatro o cinco años ganan en los primeros meses lo que otros ganan en uno o dos años por fuera”.

## 10 AÑOS DEL GRUPO

Hoy, una década después, SkinGroup, empresa cien por ciento mexicana, es un referente en la dermatología en el país. Con 10 clínicas, 3 quirófanos, laboratorio de células madre (SG Cells), laboratorio de productos dermatológicos y cosméticos (Neolabma) para producir fórmulas innovadoras, así como su propia comercializadora de productos e insumos y arrendadora de equipos y espacios, han creado un ecosistema de 19 empresas hermanas en el grupo y más de 150 colaboradores. ¿La clave de ese éxito?, el trabajo en equipo.

Esta sinergia se nutre y expande puertas adentro y hacia fuera. Esto ha permitido crear nuevos proyectos, ampliar la gama de servicios, tratamientos, y lanzar sus propias líneas de productos con distintos objetivos y mercados, como lo es Dr. PielCé. Este último busca llevar la salud de la piel al segmento D y E de la población, a un sólo precio por consulta y productos. “Dr. PielCé busca dar un tratamiento accesible a las cinco patologías de la piel más frecuentes que afectan la calidad de vida y también hacer la detección temprana de cáncer de piel. Creo que tenemos que retribuir a la sociedad y ese es uno de los planes que este año tenemos que consolidar”.

## UN FUTURO BRILLANTE

La expansión de SkinGroup ha sido constante y sólida como su modelo de negocio. Con su décima sucursal, localizada en Plaza Aura en Monterrey, siguen innovando e implementando nuevos conceptos. “En cada sucursal que abrimos hacemos algunos cambios que después implementamos en las otras. En esta abrimos una farmacia que es SkinStore, pero con un concepto diferente y novedoso, que va hacia lo natural, a tener pro-

### TRATAMIENTOS:

- Dermatología médica, pediátrica y geriátrica
- Tricología (enfermedades de cabello)
- Cáncer de piel
- Rejuvenecimiento facial
- Cicatrices de acné
- Manchas en la piel
- Trasplante de pelo
- Moldeo corporal
- Depilación
- Cirugía de párpados
- Lipoescultura
- Ritidectomía
- Cirugía plástica, estética y reconstructiva

### EQUIPOS:

- Ultherapy
- Morpheus
- M-Tone
- Venus Legacy
- M-22
- Acupulse
- Stellar
- LightSheer
- Discovery pico
- V-Beam
- Hydrafacial MD
- MiraDry
- FotoFinder ATMB
- ARTAS
- DeFITnition
- Coolsculpting
- Asclepion (MeDioStar)

ductos libres de crueldad animal, sin parabenos, que sean naturales y tener marcas *premium*".

Su siguiente paso hacia el frente es la sucursal de Querétaro, con esta vienen nuevos retos y objetivos a los cuales se mantienen optimistas.

Dentro de este crecimiento, el Dr. Osvaldo sabe que este año es crucial, es por eso que han sumado nuevos integrantes al equipo de la dirección general y otros departamentos, con el fin de llegar mucho más lejos.

"Este año es súper importante porque es un año de profesionalización. Buscamos llevar el negocio al siguiente nivel, seguir abriendo clínicas, que más doctores se nos acerquen y digan 'quiero ser parte de SkinGroup'. La misión es llevar la marca a todo el país. Actualmente, hay dos países, uno en Europa y otro en América del Sur, de donde se han acercado doctores que me dicen 'me gustaría en algún momento tener un SkinGroup'. Esa internacionalización no es algo fácil, pero creo que con las bases y los cimientos que estamos haciendo lo vamos a poder lograr".

### EMPREDEDOR DE ALTO IMPACTO

Todo este conocimiento no podía quedarse ahí. Para el Dr. Osvaldo Vázquez, compartir las avenidas y acciones que lo han llevado al éxito es una responsabilidad que lleva inscrita en su ADN. Con su experiencia como catedrático en la UANL, poseedor de una maestría en el IPADE y con un genuino interés de compartir, fue que decidió crear su podcast "Emprender desde la piel" donde aporta su experiencia, consejos y

recomendaciones para tener un negocio exitoso en la medicina, y ha tenido una enorme aceptación dentro y fuera de la comunidad médica.

"El podcast nació de la necesidad que tenemos los médicos o cualquier persona de conocer un poquito más del emprendimiento, porque el emprendimiento para todos es poner un negocio que funcione, pero atrás hay una gran cantidad de cosas que tenemos que ver desde el factor humano, las operaciones y la comercialización, cómo crear valor, tener una estrategia y hacer que el negocio funcione para nosotros como médicos", comenta.

SkinGroup tiene presencia en Nuevo León, Chihuahua, Ciudad de México, y próximamente en Querétaro, con miras a abrir sucursales en dos estados más, muy pronto. Con esta expansión como prueba, la empresa fundada por el Dr. Osvaldo Vázquez es un ejemplo de innovación, perseverancia, trabajo en equipo y un modelo de negocio que vino a revolucionar la industria y la vida de muchas personas.

**EN MÉXICO,  
SKINGROUP ATIENDE  
4,000  
PACIENTES AL MES.**

**CUENTA CON  
30  
DERMATÓLOGOS**

**3  
CIRUJANOS PLÁSTICOS  
ADSCRITOS**

**TODOS CERTIFICADOS  
POR EL CONSEJO  
MEXICANO DE  
DERMATOLOGÍA  
O AMCPER.**

skingroup | 10 AÑOS JUNTOS

☎ 8183357495

🌐 www.skingroup.com.mx

📧 @skingroup.mx

¡Conoce nuestra nueva sucursal en Plaza Aura!

📍 Carretera Nacional 4500, Col. Valle alto,

64989 Monterrey, N.L.



**CHIHUAHUA**



**COAPA, CDMX**



**CUMBRES**



**NEOLABMA**



**PIELCÉ**



**PLAZA AURA**



**PUNTO DERMA  
SAN NICOLÁS**



**PUNTO DERMA  
MIGUEL ALEMÁN**



**AMAZONAS**



**TAMAZUNCHALE**



Santos Guzmán, rector UANL, y José Sánchez, director IMPI

# LIDERAZGO EN EDUCACIÓN

**UANL consolida su presencia en México ahora como “Marca Famosa” y se convierte en un semillero para el desarrollo científico y un impulso económico para México.**

La Universidad Autónoma de Nuevo León recibió la declaratoria de “Marca Famosa UANL” por parte del Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual (IMPI) y reconoció a alumnos y docentes que han contribuido al desarrollo científico y tecnológico del país.

Durante la ceremonia del Premio a la Innovación UANL 2023, que se llevó a cabo en el auditorio de la Biblioteca Universitaria ‘Raúl Rangel Frías’, el director del IMPI, José Sánchez Pérez, otorgó la declaratoria de Marca Famosa al rector, Santos Guzmán López, por el posicionamiento de la institución a nivel nacional, siendo la primera universidad pública del país en recibir esta distinción.

La Ley Federal de Protección a la Propiedad Intelectual establece que una marca es famosa en México cuando es conocida por la ma-

**EL IMPI OTORGÓ EL DISTINTIVO MARCA FAMOSA A LA UANL**

yor parte del público consumidor o tiene el reconocimiento en el comercio global. Objetivos que ya ha conseguido en 90 años de historia.

“Esta relevante distinción demuestra que la UANL cuenta con prestigio sobresaliente y que lleva los rasgos distintivos y valores de esta noble institución educativa, que por nueve décadas se ha consolidado como una de las mejores universidades públicas, con reconocimiento nacional e internacional por su calidad académica, producción científica, liderazgo deportivo, promotora de la cultura y las artes y su responsabilidad social”, mencionó el rector de la Máxima Casa de Estudios.

El reconocimiento es el resultado de la suma de esfuerzos que la universidad ha realizado en materia académica, científica, artística y profesional.

## IMPULSO A LA INVENCION

Durante la ceremonia se reconoció a 37 estudiantes y 46 investigadores-profesores con el Premio UANL a la Invención 2023. En esta edición, el IMPI entregó un total de 30 títulos a la Máxima Casa de Estudios, los cuales fueron divididos en 14 patentes, siete registros de modelo de utilidad y nueve registros de diseño industrial.



Entrega de la declaratoria "Marca Famosa" UANL

**83**  
**ALUMNOS**  
**Y DOCENTES**  
**RECIBIERON EL**  
**PREMIO UANL**  
**A LA INVENCIÓN**  
**2023**



Premio UANL a la Invención 2023



Reconocen a alumnos y docentes



Santos Guzmán López,  
 rector de la UANL

Santos Guzmán felicitó a los galardonados por sus contribuciones al desarrollo científico y tecnológico de México, además señaló que seguirán impulsando la invención y la innovación en todas las áreas del conocimiento.

“Los invitamos a continuar siendo líderes de la invención, a seguir distinguiéndose por sus creaciones y aportaciones que engrandecen y llenan de satisfacción a su universidad”, mencionó el rector de la UANL.

Además, se hizo una mención especial al docente Óscar Ramírez Franco y la egresada de la Licenciatura en Diseño Industrial, Nadia Rodríguez Cerda, quienes recibieron el Premio IMPI a la Innovación Mexicana 2023 en la categoría de Diseño Industrial.

El director general del IMPI destacó el apoyo de la institución educativa en materia de investigación e indicó que “es una institución prolífica en lo que respecta a innovación, es por ello que reconocemos el trabajo de su comunidad científica. Sus innova-

ciones la han posicionado como la institución con el mayor número de títulos de patentes y registro a nivel nacional”.

**EL IMPI**  
**ENTREGÓ**  
**UN TOTAL DE**  
**30**  
**TÍTULOS A LA**  
**MÁXIMA CASA DE**  
**ESTUDIOS**

**ALIANZA POR LA CIENCIA**

El IMPI y a UANL firmaron un convenio en el cual se comprometen a trabajar en conjunto para implementar acciones para el beneficio del desarrollo científico de México.

Guzmán López indicó que continuarán ampliando la promoción y difusión de la Propiedad Industrial e intelectual “para seguir desarrollando la capacidad creativa e innovadora de los investigadores, profesores y, de manera especial, la de nuestros estudiantes para motivarlos en las distintas áreas de las ciencias”.

La UANL busca seguir aportando hacia la innovación y el emprendimiento, por lo que impulsará estrategias y programas de alto impacto que benefician a los investigadores, a la universidad y, sobre todo, al país.



Dio inició la primera etapa de construcción del proyecto Libertad HO.

Fotos: cortesía Libertad HO

# VIVIR EN LIBERTAD

**Un nuevo *skyline* se construye en el nuevo centro de Monterrey, un edificio de usos mixtos con un diseño extraordinario llega a marcar la pauta de una nueva forma de habitar en la ciudad**

**E**l centro de Monterrey está atravesando por una etapa en la que está recuperando su brillo, sus calles comienzan a ser más transitadas por peatones, sus avenidas se llenan de nuevos comercios y, con ello, construcciones de edificios que traen de regreso a los habitantes a vivir en el primer cuadro de la ciudad.

Libertad HO es un proyecto icónico que llegan a darle una nueva vida a esta zona de la metrópoli regia, este complejo depar-

tamental y de usos mixtos estará ubicado en Hidalgo 450, una zona premium y totalmente privilegiada, con importantes conexiones viales, comercio, centros médicos, escuelas, y amenidades para que sus inquilinos disfruten de tener todo a su alcance y se sientan en libertad de disfrutar del día a día.

Y para marcar el inicio de la construcción de este edificio se llevó a cabo una ceremonia muy significativa en donde se plantó el primer árbol que lo acompañará en los años que vienen.

“Queremos enmarcar este comienzo con la plantación de un primer árbol, siendo muy congruentes con nuestros valores sustentabilidad, movilidad y reciclaje, decidimos hacerlo como un ícono, como un sello, porque sabemos que nuestro proyecto es un ícono también”, señaló el ingeniero Manuel Franco Rangel.

El proyecto es una comunidad de Community Factory, la desarrolladora inmobiliaria enfocada en crear proyectos en donde el valor principal es el confort, las amenidades y la adaptabilidad a la vida cotidiana de sus habitantes.

Libertad HO se une al skyline del primer cuadro de la ciudad de manera armónica, pero destacando por su diseño vanguardista a cargo de Vidal Arquitectos, uno de los despachos de mayor prestigio en Monterrey. Es por ello que este proyecto es único en su tipo, pues es el primero de la zona en romper con la cotidianidad de la vida.



El diseño del proyecto es único en su tipo dentro de la metrópoli.



El sembrado del árbol fue un acto muy significativo.



Libertad HO también contará con un restaurante en el piso 24.



Plantan primer árbol en Libertad HO.



***“Estamos siendo parte de la transformación del nuevo centro de Monterrey y nos sumamos a ello, viene un momento muy importante para la ciudad y nosotros nos sumamos”,***

Ing. Manuel Franco Rangel

Serán un total de 471 departamentos los que integren este complejo, además de 20 amenidades exclusivas, un corredor comercial, restaurante Triple A y hasta un mirador 360° en el piso 52 para apreciar las vistas espectaculares de la metrópoli.

Los futuros residentes de Libertad HO podrán disfrutar de departamentos con espacios que invitan a sentirse cómodos y en una zona en la que todo está a su alcance, con conexiones directas a las principales vías de la ciudad, a sólo cinco minutos de San Pedro Garza García. Por todo esto es este proyecto se perfila para marcar pauta en la forma de hacer ciudad.

## AMENIDADES

- Estudio musical
- Pet Park y spa canino
- Cuarto de juegos
- Sala de proyección
- Salón social y de fiestas
- Fogateros
- Área de asadores
- Terraza social
- Cine al aire libre
- Open Yoga Room
- Alberca
- Gabinetes de trabajo
- Casilleros de entrega
- Herramientas
- Biblioteca de objetos
- Gimnasio
- Almacén de bicicletas

# LIBERTAD HO

Comunidad que vive

Visita el showroom

Lunes a domingo 10:00 am a 8:00 pm

📍 Miguel Hidalgo, 433 Pte, Centro, Monterrey, N.L.

☎ (81) 8020-9110

📘 LibertadHo

📷 LibertadHo

🌐 www.libertadho.com

Conoce más aquí



# 11 AÑOS DE SABOR CON TRADICIÓN

**Construir una historia en el sector restaurantero no ha sido sencillo, sin embargo, la calidez del servicio y la sazón de los platillos ha sido la clave para convertirse en uno de los puntos de mayor tradición en la ciudad.**

**E**l Señor Latino inició su historia hace 11 años en el Centrito Valle, cuando Carlos Alberto González García, director de expansión, emprendió la idea de un restaurante, sin saber el éxito que le esperaba. Hoy en día es uno de los establecimientos de mayor tradición en Monterrey y su área metropolitana.

Su hermano, Rodrigo Alonso González García, al poco tiempo se sumó como director de Operaciones, al igual que su madre, Almadelia García Rodríguez, como consejera y para apoyarlos en la sazón de los platillos.

“Mesereábamos, estábamos en caja, faltaba alguien y estábamos en la plancha. Todo andamos haciendo al principio”, recuerda Carlos. Sin embargo, para ellos esto fue parte de la experiencia de aprender y conocer mejor el negocio.

Al año, el restaurante comenzó a llenarse con mayor frecuencia y los mismos comensales fueron quienes pidieron otra sucursal, y aunque pensar en la expansión representaba un reto, pues no querían desatender el negocio, consiguieron abrir su segunda sucursal en poco tiempo.

Después de esto, las aperturas de nuevos establecimientos del Señor Latino fueron sucediendo cada vez más rápido. Hoy en día cuentan con 11 restaurantes, de los cuales siete son propios y cuatro son franquicias, además tienen un centro de distribución.

## TAN CÁLIDO COMO EN CASA

Llegar a uno de sus restaurantes se siente como llegar a casa, el recibimiento es cálido y amigable por parte de todo su personal y la comida tiene una sazón única gracias a sus ingredientes de la más alta



Sus platillos se han mantenido en el gusto de sus invitados.



calidad. “Esa atención personalizada y el preocuparnos por tener los mejores productos es algo que nos ha distinguido” dice Alma.

Por ello no es sorpresa que sean uno de los establecimientos consentidos de los regios, incluso hay invitados que los han visitado por 11 años. Y es que en Señor Latino las personas no son clientes ni un número más, sino invitados que llegan a disfrutar de una buena comida en la mesa.

## NUEVOS RETOS EN LA COCINA

“Estamos muy contentos y estamos listos para nuevos retos y seguir creciendo”, dice Carlos y Rodrigo sobre este camino que han



**CARLOS ALBERTO GONZÁLEZ GARCÍA**  
 Director de Expansión  
 del Señor Latino

**ALMADELIA GARCÍA RODRÍGUEZ,**  
 Consejera del Señor Latino

**RODRIGO ALONSO GONZÁLEZ GARCÍA**  
 Director de Operaciones  
 del Señor Latino

recorrido al formar parte del sector restaurantero y convertirse en un sitio único con mucha experiencia en el sabor.

En todo este tiempo han tenido altas y bajas. La pandemia fue sin duda el mayor de los retos, sin embargo, a pesar de del escenario poco favorable, continuaron abriendo sucursales e incursionaron con el sistema de franquicias. Ahora, entre sus planes está aperturar cinco sucursales más en Monterrey y su área metropolitana en los próximos años, e incluso ya piensan en la extensión del horario.

Para el Señor Latino, el renombre del que hoy gozan no ha sido cuestión de suerte, sino de mucho trabajo que los ha llevado a ser uno de los restaurantes de mayor tradición en la metrópoli regia.



Menú  
de almuerzos



Menú  
de comidas



www.senorlatino.com

senorlatino

SenorLatino

# FLEXIBILIDAD: CLAVE EL ÉXITO

En el mundo laboral actual, la gestión del capital humano se ha vuelto esencial para el éxito de las empresas y WeWork ha sabido afrontar este reto de la manera más efectiva

En un mundo que ha experimentado transformaciones significativas tras la pandemia, el área de Recursos Humanos dejó de ser simplemente un departamento de soporte y se ha convertido en una parte estratégica dentro de las empresas, adquiriendo más agilidad y resiliencia, dos cualidades que intervienen directamente en las decisiones que se toman y pueden tener un impacto directo en los colaboradores.

La atracción y retención del talento se han vuelto fundamentales en los últimos meses, y aquellas empresas que no han evolucionado son testigos de cómo sus empleados buscan oportunidades más prometedoras.

En este contexto, la flexibilidad se ha convertido en el mejor aliado para atraer y retener talento, y empresas como WeWork han logrado destacar en este aspecto gracias a los siguientes puntos:

## 1 CAMBIO DE PARADIGMA EN LA GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO

La pandemia dejó como gran enseñanza que las personas tienen un rol más protagónico en el mundo laboral actual. Las organizaciones han comprendido la importancia de humanizar sus estructuras y priorizar el bienestar de sus colaboradores.

El área de Recursos Humanos desempeña un papel crucial en este sentido, ya que debe guiar a la empresa en la toma de decisiones que garanticen un ambiente laboral saludable y equitativo.

## 2 ESCUCHAR A LOS COLABORADORES PARA CREAR UNA CULTURA LABORAL POSITIVA

Escuchar y colocar a los colaboradores en el centro de los intereses de la empresa ha transformado la cultura laboral mejorando la retención del talento. La creación de una cultura laboral positiva, propositiva y más productiva se logra al proporcionar opciones de flexibilidad y oportunidades de crecimiento a los trabajadores.

Cuando las personas se sienten escuchadas, valoradas y cuidadas, se genera un ciclo virtuoso en el que también valoran y cuidan a su empresa.

"LA  
FLEXIBILIDAD  
ES EL REFLEJO  
DE LA EVOLUCIÓN  
DE LAS  
EMPRESAS"

## 3 ADAPTACIÓN Y EMPATÍA EN EL EQUIPO DE RECURSOS HUMANOS

Para conformar el equipo de Recursos Humanos en la actualidad es fundamental aprender a adaptarse y contar con personas que tengan una mentalidad empática, dispuestas a escuchar y aprender de los colaboradores. Los líderes comprometidos deben guiar a la empresa en la dirección correcta, tomando decisiones informadas que consideren tanto las necesidades del negocio como el impacto en los colaboradores.

En este sentido, WeWork ha abierto la posición de "Employee Experience" para acercarse más a los colaboradores, sus inquietudes, demandas y necesidades, y así identificar áreas de oportunidad y fortaleza en la empresa.

## 4 EVALUACIONES DE SATISFACCIÓN PARA MEJORAR LAS RELACIONES LABORALES

Las evaluaciones de satisfacción de los colaboradores son una herramienta invaluable para la empresa, ya que permiten identificar áreas que requieren mejoras y evaluar la relación que los colaboradores tienen con la compañía, sus pares y sus gerentes.





Estas evaluaciones permiten tomar medidas correctivas a corto plazo antes de que los problemas se magnifiquen. Además, fomentan la cultura de confianza y comunicación abierta.

## **5 BENEFICIOS ENFOCADOS EN EL BIENESTAR INTEGRAL DE LOS COLABORADORES**

Los beneficios laborales enfocados en el cuidado de la salud física y mental, así como en la implementación de programas de desarrollo profesional y personal, pueden mejorar significativamente la satisfacción y el bienestar de los colaboradores. La inclusión y diversidad también son aspectos fundamentales para el cuidado de las personas, enriqueciendo la vida laboral y haciéndola más productiva.

Al ofrecer beneficios que van más allá de lo estrictamente relacionado con el trabajo y que abarcan la vida personal, se incrementa la satisfacción y el compromiso del equipo, mejorando la productividad general de la empresa.

## **6 WEWORK Y LA FLEXIBILIDAD COMO EJE CENTRAL**

WeWork ha destacado como un modelo de negocio que aprovecha la experiencia en flexibilidad laboral para ofrecer opciones que otras empresas pueden replicar. Su enfoque en la creación de espacios de trabajo flexibles y adaptados a las necesidades de los colaboradores demuestra cómo la flexibilidad puede ser el mejor aliado para atraer y retener talento en la era post-pandemia.

La flexibilidad, como la que ofrece WeWork, se ha convertido en el mejor aliado para la atracción y retención del talento. Escuchar a los colaboradores, adaptarse a sus necesidades, y brindarles opciones de flexibilidad y beneficios que promuevan su bienestar integral son estrategias clave para construir una cultura laboral positiva, productiva y sostenible en el tiempo.

**wework**®

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



Alejandro Gaytán, gerente general de Novotel Monterrey Valle.

# UNA NUEVA HISTORIA

**Novotel Monterrey Valle inicia con sus remodelaciones e invita a los visitantes a vivir una nueva versión de *hospitality*.**

Hace 20 años el sector Valle Oriente no era para nada el distrito boyante y corporativo que es hoy en día. La avenida Lázaro Cárdenas no se encontraba custodiada por los gigantes de acero y vidrio que hoy le dan volumen, altura y una pinta de metrópoli que se extiende hasta muy atrás en el panorama.

En ese entonces, el grupo hotelero Accor decidió apostar por el potencial de este punto privilegiado y edificar uno de los dos hoteles de la marca Novotel que colocaría en México. Después de más de dos décadas en la preferencia, Novotel Monterrey Valle anuncia una renovación en sus interiores llenos de historia y grandes momentos. Hoy nos platican sobre todo lo nuevo que viene en cuanto a amenidades y servicios.

## LA CALIDEZ DE SIEMPRE CON UN NUEVO ROSTRO

El mayor distintivo de Novotel es su servicio, y esto es gracias a la importancia que le han dado los directivos del grupo en capacitar al personal, pues están convencidos que esa es la mejor avenida para entregar un servicio superlativo y que los huéspedes recordarán. Tan es así que, a todos los colaboradores de cualquier Novotel en el mundo, desde México hasta Estambul, se les llama *Heartist*, que se refiere a “artistas de corazón”.

La remodelación ya inició en algunas partes del hotel, y está planeada estratégicamente para resultar imperceptible. Este proyecto estará dando sus toques finales para septiembre del año próximo. “Los huéspedes podrán ver un producto totalmente nuevo, fresco y actualizado, a la altura de los Novotel más nuevos del mundo”, asegura Alejandro Gaytán, gerente general del hotel.

- En 2022, el hotel logró la meta de eliminar el consumo de plástico de un sólo uso.
- A sólo 35 minutos del Aeropuerto Internacional de Monterrey.
- Restaurante de cocina internacional y mexicana con terraza.
- Gimnasio y piscina exterior con solárium y área infantil.
- A menos de 5 minutos de los más importantes centros de negocios, corporativos y de entretenimiento de San Pedro Garza García, Nuevo León.



## LA ÚNICA CONSTANTE ES EL CAMBIO

Novotel se mantiene en constante búsqueda de mejora. Es por eso que enfoca sus esfuerzos en dos conceptos principales: *make time* y *take time*. El primero está enfocado en el viajero de negocios, y su finalidad es hacer un espacio para relajarse, divertirse o descansar. Y el segundo apela al viajero de *leisure*, y presenta un sinnúmero de actividades para brindarle al huésped nuevas experiencias.

Ya bien conocido como sede ideal para muchos eventos, gracias a sus salones con capacidad de hasta 200 personas, Novotel presenta muchos beneficios para el viajero de negocios, con programas de lealtad que aquí se convierten en experiencias que pueden ser aprovechadas en otros hoteles del grupo en México y en el mundo.

Con todas estas novedades, Alejandro reafirma su compromiso y extiende la invitación a vivir esta nueva versión de Novotel. “Los hemos recibido por estos 20 años en una casa que han disfrutado, y que ahora vamos rejuvenecer y reavivar para que no sólo sea la calidad de nuestro corazón que los recibe, sino también un ambiente a la altura de los grandes hoteles del mundo y de la calidad de atención que merecen”, se despidió.

**NOVOTEL**  
MONTERREY VALLE

- ☎ 81 8133 8133
- ✉ H3551@accor.com
- 📍 novotelmonterreyvalle
- 📍 novotelmonterreyvalle
- 📍 Av. Lázaro Cárdenas 3000, Esq. Av. Dr. Atl. Col. Valle Oriente, 66269, Monterrey, N.L.





# SOLUCIONES EN TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN Y NORMATIVIDAD PARA ENTIDADES FINANCIERAS

(Sofom, Fintech, Caja Popular, Transmisores de Dinero, Aseguradoras, entre otros.)

- Sistema de Prevención de Lavado de Dinero
  - Sistema de Administración de Cartera
- Sistema ANTI-LAVADO para Operaciones Vulnerables
  - Listas Peps



## SIPRELAD

Sistema de Prevención de Lavado de Dinero



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

8182525246 | 818431257

Río Missouri 204 Pte, Col. Del Valle, SPGG

# THROWBACK: EL NEGOCIO DE LA NOSTALGIA

Son los *early 2000s* y vas en el auto con tu familia. En la radio suena *Manos al aire* de Nelly Furtado: cantas el coro mientras ves la ciudad por la ventana. Todo está bien en ese sábado que está por terminar y no hay preocupaciones

En un abrir y cerrar de ojos el tiempo pasó y no te diste cuenta. Ahora tú conduces el auto, y tu círculo, actividades y prioridades tuvieron que cambiar. Pero de pronto: un especial *throwback* en la radio trae de nuevo ese éxito que cantabas hace más de diez años. Aunque sea por un corto periodo de tiempo, vives ese momento y te invade una sensación de añoranza por volver. Así se siente la nostalgia, y esta tiene un negocio redituable.

El deseo por revivir los viejos tiempos, generalmente conceptualizado en la investigación de *marketing* como la añoranza del pasado, dicta una nueva tendencia de mercado. En cuanto al ámbito musical, las cifras muestran la preferencia de los consumidores hacia el pasado. Un estudio realizado por Luminare Music 360 a más de tres mil oyentes de música de una década en particular mostró que el 60 por ciento de ellos escuchan producciones de 1990, el 53 por ciento de 2000, y el 40 por ciento de 2010.

## ¿QUÉ TIENE QUE VER LA NOSTALGIA CON EL NEGOCIO?

De acuerdo con un estudio dirigido por Jannine D. Lasaleta, de la Escuela de Administración de Grenoble (Francia), la nostalgia, al aumentar los sentimientos de conexión, reduce el deseo de dinero de las personas. En otras palabras, las personas tienden a adjudicarle menos valor al dinero cuando piensan en el pasado.

En el estudio llevaron a cabo seis experimentos en los que analizaron en qué medida las personas estaban dispuestas a gastar, donar y valorar el dinero cuando sentían una conexión social evocada

## LAS PERSONAS TIENDEN A ADJUDICARLE MENOS VALOR AL DINERO CUANDO PIENSAN EN EL PASADO

por la nostalgia. Uno de los experimentos mostró que los consumidores a los que se les pedía que pensarán en el pasado estaban dispuestos a pagar más por un conjunto de productos que a los que se les pedía pensar en el futuro.

Además, en tiempos de recesión, señalan las autoras, los consumidores son más reacios a desprenderse de su dinero; no obstante, la nostalgia podría servir para ayudar a estimular una economía en recesión. Por ello y por muchas cosas más, los negocios que evocan nostalgia han tenido un crecimiento importante en los últimos años (venta de consolas antiguas, vinilos, producciones audiovisuales con estética de los 90's, giras del reencuentro musical, por mencionar algunos); al igual que las técnicas de *marketing* relacionadas con ello (referencias a películas y series de culto, estética de los 2000 en anuncios, entre otros).

## MACHACA FEST: FRENESÍ DE LOS BUENOS TIEMPOS

Los primeros párrafos de este artículo evocaron un recuerdo del pasado: escuchar en el auto a Nelly Furtado. La misma sensación, pero amplificada, se provocaría al verla en un escenario: Machaca Fest 2023. No sólo a ella: el *lineup* de este icónico festival de Monterrey te transportará a los tiempos de escuchar a Korn, Flo Rida, Westlife, Sentidos Opuestos, y muchos otros artistas más.

En el contexto de reconectar, de volver a vivir aquello que se añora porque se recuerda como perfecto (el pasado), te invitamos no sólo a revivir, sino a crear un viejo tiempo del futuro, en compañía de tus personas favoritas.



## PORCENTAJE DE PERSONAS QUE ESCUCHAN MÚSICA DE UNA DÉCADA EN PARTICULAR



FUENTE: Luminare Music 360. Recuperado por Sirman Parwani/Axios y Daniela de Sousa Mendes (2022, EUA).

# MACHACA

*Vicky's*

24 JUNIO 2023 · MONTERREY, NUEVO LEÓN

KORN  
CALIGARIS  
ALL TIME LOW  
MAGNETO  
SENTIDOS  
OPUESTOS  
PORTER  
LIT KILLAH  
MARCO MARES  
WIPLASH  
GRAN SUR  
CABRITO VUDÚ  
ISLA EN EL DESIERTO

NELLY  
FURTADO  
FLORIDA  
SECH  
BINOMIO  
DE ORO  
L-GANTE  
JNS  
LENIN  
RAMÍREZ  
RUIDO ROSA  
DOS 2 1  
SOFIA THOMPSON  
HELIAN EVANS  
PRIMETIME  
ENTERTAINMENT

WESTLIFE  
SIDDHARTHA  
JUMBO  
HANSON  
MATUTE  
ALICIA  
VILLARREAL  
CALONCHO  
LNG/SHT  
RONDA  
MACHETERA  
JUAN CIREROL  
MASTER PLUS  
JAUREGUI  
LOS OUTSAIDERS



BOLETOS EN [WWW.MACHACA.MX](http://WWW.MACHACA.MX) Y SAHARIS POP CULTURE

# TOMAHAWK AL ROMERO

## BY CITY MARKET

NO HAY CORTE CON MÁS CARÁCTER QUE EL TOMAHAWK, Y PARA PREPARARLO AQUÍ ESTÁ UNA RECETA PRÁCTICA PARA TODOS LOS AMANTES DE LA PARRILLA Y BUENA COCINA

### NECESITARÁS...

#### Ingredientes:

- 10 g de sal
- 10 g de pimienta
- 1 pieza de Tomahawk de 1.5 kg
- Cantidad suficiente de aceite

### ¡A COCINAR!

#### Procedimiento:

1. Salpimenta la pieza de Tomahawk por ambos lados.
2. Barniza la parrilla con el aceite, coloca en ella el Tomahawk a fuego directo y séllalo por ambos lados.
3. Coloca la carne a fuego indirecto, tapa la parrilla y deja que se cocine durante 10 minutos o hasta que tenga una temperatura interna entre 60 y 65°C.
4. Retira el Tomahawk del fuego y deja reposar durante 10 minutos antes de servirlo.



PUEDES  
ACOMPANAR ESTA  
RECETA CON PAPAS A  
LA FRANCESA O PAPAS  
GALEANA ASADAS  
CON PIMIENTA Y SAL

NO ESPERES  
MÁS Y VISITA LA  
PROPUESTA CULINARIA  
QUE CITY MARKET  
TIENE EN LA CIUDAD

**enmedio**<sup>®</sup>  
marketing

# CAMPAÑAS PARA GANADORES



# 5

**PREMIOS  
INTERNACIONALES**

**3 OROS 2 BRONCES**

MARKETING DIGITAL

VIDEO Y FOTO

MOTION GRAPHICS

WEB

BTL

CAMPAÑAS POLÍTICAS

✉ [info@enmediomarketing.com](mailto:info@enmediomarketing.com) ☎ 800 000 8834 📞 81 28690873

📘 🐦 📷 🎵 📺 / Enmedio Marketing

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



Gran noche se vivió en la inauguración del Foro Tims.



Distintos artistas amenizaron la noche.

# ESPACIO CREATIVO

**Para Tim Hortons lo más importante es crear un lugar de entretenimiento, cultura y arte para la comunidad.**

Como una iniciativa de Tim Hortons y Pabellón M, Foro Tims abre sus puertas a la comunidad para ofrecer nuevas experiencias y fomentar la cultura, el entretenimiento y el arte en la comunidad, creando un espacio que brinde nuevas oportunidades de esparcimiento y apoye a nuevos talentos.

Este proyecto es una evolución del concepto que se inauguró hace 5 años y que ha sido muy bien recibido por los regiomontanos. Durante el evento de inauguración, los organizadores presentaron su nueva propuesta que busca combinar música, teatro, cine y arte en un solo lugar.

La idea es que el **Foro Tims** se convierta en un espacio de referencia para la comunidad, en el que se puedan disfrutar de diversas actividades culturales y artísticas.

Al evento acudieron socios comerciales, embajadores de la marca, accionistas e invitados del corporativo que disfrutaron de la velada y de la bienvenida por parte de Juan José Gutierrez, CEO de Tim Hortons, Pedro Chapa, Director General Adjunto y Samuel Klein, CEO de Pabellón M.



Foro Tims, un espacio que no te puedes perder.

## SE UNEN AL FESTEJO

También, la inauguración del Foro Tims tenía que ser con broche de oro y por ello se contó con la presencia de reconocidos artistas y personalidades de la cultura y el entretenimiento como Efelante, Lola Club y Dany y Dary, quienes deleitaron con su música.

Además, los asistentes tuvieron la oportunidad de disfrutar de una muestra de la oferta gastronómica de Tim Hortons, que estuvo presente en el evento con un stand de café y repostería.

Foro Tims es un espacio que no te puedes perder, además de que ambas empresas se muestran optimistas por el porvenir de este nuevo proyecto e invitan al público a deleitarse con un café recién hecho y Timbits mientras disfrutaban de nuevas propuestas musicales y muchas sorpresas que vienen con él.

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

*Tim Hortons.*

# HAZ TU CAMBIO CONFIABLE Y SEGURO

DIVISAS LA RIOJA  
CENTRO CAMBIARIO



LA RIOJA | VALLE | SAN AGUSTÍN | CONTRY  
VALLE PONIENTE | CENTRO | GUADALUPE  
APODACA | SAN NICOLÁS | ALLENDE  
SAN JERÓNIMO | CUMBRES | SENDERO



Escanea y encuentra  
tu sucursal más  
cercana



@divisaslarioja

811 029 9041

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



48

AÑOS

# EN EL CORAZÓN DE LAS FAMILIAS

1975



**Hay marcas que forman parte del imaginario cultural de una región, El Pollo Loco lo logró a través de una gran receta en este casi medio siglo de historia**

**S**on varias las generaciones que han convivido con el rojo y amarillo distintivo de la marca que multiplicó su presencia gracias a la receta de la familia Ochoa. Pocos han logrado adentrarse tanto en el corazón de las familias hasta hacerse parte de su esencia como lo ha hecho este platillo.

En estos 48 años, el esfuerzo se multiplicó en seis estados de México, en 27 municipios con más de 70 sucursales incluso saltó fronteras hasta llegar a Los Ángeles, California.

La receta fue creada dentro de la familia del Sr. Juan Francisco “Pancho” Ochoa, quien al darse cuenta del gran y distintivo sabor del pollo asado que se desarrolló dentro de la cocina familiar, asumió el reto de comenzar con un negocio.

El Pollo Loco es preparado y marinado con una mezcla de condimentos, hierbas, especias y frutas que le dan, junto con el proceso de asado, ese sabor único.

El lunes 6 de enero de 1975 se inauguró en Guasave, Sinaloa, el primer Pollo Loco que daría inicio a la tradición de miles de familias mexicanas.

## BRAD PITT

Según la información en internet, el actor Brad Pitt, antes de ser famoso, trabajó para la cadena utilizando una botarga de El Pollo Loco cuando solamente tenía 17 años de edad.



La marca tiene más de 70 sucursales en el país

## REGIÓN NORTE MÉXICO

En las ciudades de Torreón, Coahuila y Monterrey, Nuevo León, la cadena ha sido muy exitosa en su comercialización por radio y mantiene promociones clásicas como la de medio pollo gratis en la compra de un pollo entero durante los designados Miercolocos.

También cuenta con gran presencia en Saltillo, Torreón, Nuevo Laredo, Reynosa, Tampico, Piedras Negras, Monclova, Matamoros, Morelia, Monterrey y su área metropolitana.



elpollo.com.mx

ElPolloLocoMexico

elpollocomx

# PLAYDOIT®

Casino en Línea

## Football

Ganas con una diferencia de 17 puntos.

## Basquet

Ganas con una diferencia de 20 puntos.



**PAGO ANTICIPADO**

**GANAS ANTES DE QUE TERMINE EL PARTIDO EN LOS SIGUIENTES DEPORTES:**

## Hockey

Ganas con una diferencia de 3 goles.

## Soccer

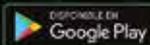
Ganas con una diferencia de 2 goles.

## Baseball

Ganas con una diferencia de 5 carreras.



**DESCARGA LA APP**



**ENTRA A GANAR**



**SEGOB**  
SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN



**JUEGA BIEN, JUEGA RESPONSABLE**



PATROCINADOR OFICIAL



David Garza, Eudelio Garza, Catalina Santos, Joaquín Garza, Mariana Llaguno, Milena Garza y Roberto Clariond



Jesús Ramírez y Cecy Gutiérrez

# DESDE BROADWAY

El público regio disfrutó del aclamado musical *Cats* en Showcenter Complex. En el arranque de las funciones, se realizó una alfombra roja con invitados especiales.♥



Paola Tanguma y Katya Armijo



Ale Treviño y Ana Pau Treviño



Jorge Escamilla y Eugenia González Ballesteros



Álvaro Barrera y Lucía Lozano de Barrera

Expertos en implementaciones exitosas  
de **SAP®** para las **empresas regias**  
**desde hace más de 20 años**



CORPONET



T. 81 3404 1287

El partner **más regio**

**corponet.com**



Poncho Robledo y Melo Montoya

# DISFRUTAN EL NORTEX

Se llevó a cabo la *cowboy experience* más impactante de México: el festival Nortex, organizado por Primitime Entertainment. Miles de asistentes disfrutaron de grandes exponentes de la música como Bobby Pulido, Los Palominos, Albert Zamora, David Olivarez y muchos más. ♡



Natalia Solís, Salvador Cantú, Marcela Solís y Alberto García



Johanna García, Yuriko Yamaguchi, Mónica Tamez, Stephanie Gutiérrez y Celina Eivet



Juan Lorenzo Palau, Nancy Palau, Leslie de Ochoa y Eddy Garza



Julia Ramos de Zavala y Cecylú Martínez



**TORITO**  
- SINALOENSE -

**¡EL SABOR  
DE SINALOA  
EN MONTERREY!**

**MIÉRCOLES DE CHEVE 3X1**



Juan Carlos Herrera, Paula Segovia y Gabriel Segovia

Grace Lingow

# 50ª ASAMBLEA AMCHAM

La American Chamber of Commerce of Mexico, Capítulo Monterrey, llevó a cabo su 50ª Asamblea General Anual: *Building on Competitiveness and Ally-Shoring*. Directivos de empresas y autoridades gubernamentales asistieron al Gran Salón del Hotel Safi Metropolitan.♥



David Eaton, Samuel García e Iván Rivas



Sara Garza, Sandra Shaddick y Heidi Gómez



Michele Antonio Ingravallo y Enrique Hinojosa



Pedro Casas y Daniel Baima



GALERÍA PLAZA  
MONTERREY



# VIVE MONTERREY A OTRO NIVEL

Reserva: 800.2.BRISAS | [brisas.com.mx](http://brisas.com.mx)



Alberca al aire libre



Centro de negocios



Restaurante Plaza



Espacios  
vanguardistas



Firepit



GRUPO BRISAS

MOOD

DESCUBRE MÁS





Pablo Rosada, director Comercial de Birkenstock



Dany de la Garza



Ale Valdés

# BIRKENSTOCK LLEGA A, NUEVO LEÓN

Llegó a Punto Valle la primera boutique de Birkenstock en la zona norte de México. La esencia de la marca comparte con el *lifestyle* regio la fascinación por las nuevas tendencias, por lo que ofrecerá un espacio donde se podrán conocer los lanzamientos de la nueva colección *Spring / Summer 2023*, junto con los diseños icónicos que se han convertido ya en básico de cada temporada, además de incluir calzado de especialidad y accesorios. ♦



Carlos Torres



Carolina Herrera y Mar Marroquín



Anagaby Ornelas y Lupita Villarreal

# BIENESTAR AQUÍ Y AHORA



Somos expertos en cáncer y conocemos el valor del calor humano. Luchemos juntos.

**iCan** Oncology  
Center

📍 Piso Penthouse 2, Dr Fernando Guajardo 155, Los Doctores Mty, N.L. Mx. C.P. 64710

☎ +52 (81) 2555-8165 📞 +52 (81) 2555-8168

📞 8127615245 🌐 icanoncologycenter 📱 icanoncologycenter

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

*ryoshi*



*Red Dragon Roll*

*metropolitan center  
San Pedro GG, NL*

*@ryoshimty  
ryoshi.mx*

*RSVP: 81 2474 9856*



