





DIRECCIÓN GENERAL  
Alejandro Martínez Filizola  
alejandro.martinez@grupomacom.com

GERENCIA EDITORIAL REGIONAL  
Mariana de los Ángeles Ramírez Estrada  
mariana.ramirez@grupomacom.com

GERENCIA CREATIVA REGIONAL  
Victor H. Blankense P.  
victor.blankense@grupomacom.com

GERENCIA DE DISEÑO REGIONAL  
Alejandra Aguilar Vilardell  
alejandra.aguilar@grupomacom.com

ADMINISTRACIÓN REGIONAL  
Mónica Álvarez Carrillo  
monica.alvarez@grupomacom.com

DIRECTOR EJECUTIVO  
Arturo Villarreal Torres  
arturo.villarreal@playersoflife.com

GERENTE DE DISEÑO  
José Martínez Borrego  
jose.martinez@grupomacom.com

EJECUTIVOS DE VENTAS  
Eugenio González-Paullada  
Francisco Yturria

ASISTENTE ADMINISTRATIVA  
Perla Grisel Macías Coronado  
perla.macias@grupomacom.com

FOTOGRAFÍA DE SOCIALES  
Ernesto González

LOGÍSTICA  
Ricardo Vega Flores

COLABORADORES  
Daniel Rodríguez / Javier Prieto / Esteban de Gyvés / Armando Torres  
Marcelo Barreiro / David Pérez / René Díaz / Alfredo Peraza / Marco Ruvalcaba

VENTAS Y SUSCRIPCIONES MACOM Torreón  
Tels: (871) 192 34 34, (871) 712 34 56  
(871) 192 47 68, (871) 192 47 69  
Czlda. Cuauhtémoc No. 999-B Nte. Col. Centro  
27000 Torreón, Coahuila, México  
ventas@playersoflife.com

VENTAS Y SUSCRIPCIONES MACOM Monterrey  
Tels: (81) 1522 0536 / 37  
Plaza Comercial Pabellón Vasco. Local 10-2º piso  
Vasconcelos 192 Pte.  
66220 San Pedro Garza García, N.L. México.

VENTAS Y SUSCRIPCIONES MACOM Chihuahua  
Lateral Ortiz Mena # 1607 - 2º Piso  
Colonia Residencial Campestre  
31238 Tel. (614) 200 37 08 / 09  
Chihuahua, Chihuahua, México

PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 2 No. 34. Fecha de publicación: 1 de septiembre de 2009.  
Revista mensual, editada y publicada por Grupo MACOM. Czlda. Cuauhtémoc No. 999-B Nte. Col.  
Centro, C.P. 27000 Torreón, Coahuila, México. Editor responsable: Victor H. Blankense P. Certificado  
de Licitud, Título y Contenido: En proceso. Título de Registro de Marca: 1005840. Impresa en México.  
Grupo MACOM investiga sobre la seriedad de sus anunciantes, pero no se responsabiliza con las  
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)

Celsa Impresos

celsaimpresos.com.mx  
(871) 159-1135/36  
ventas@celsaimpresos.com.mx  
01800-00 CELSA (23572)

# Carta Editorial

Edición 34 Septiembre 2009



En este mes marcado por la conmemoración del 199 aniversario de haber iniciado el proceso de convertirnos en una nación independiente, resaltamos la trascendental función de las leyes en la vida y desarrollo de una sociedad, como medio de implantar las normas morales que la rigen y posibilitan la convivencia armónica y equidad entre sus miembros, y por supuesto, dan paso al desarrollo y progreso como realidades palpables.

Teniendo el anterior principio como punto de partida, quisimos reconocer la labor de los profesionales del Derecho: Abogados y Notarios, encargados de estudiar, comprender, interpretar y aplicar la ley; un gremio de especialistas de fundamental presencia en el destino individual y comunitario, empresarial y de negocios de México. Desde esta idea esencial, te damos a conocer la trayectoria de los más destacados bu-

fetes tanto nacionales como regionales, como una recomendación y orientación de PLAYERS of life.

Por otra parte, agradecemos a las instituciones y patrocinadores su participación en el festejo del segundo aniversario de nuestra revista el pasado 28 de agosto, un evento que contó con la asistencia de 400 personas que disfrutaron una deliciosa cena en un agradable ambiente de celebración. Ahí se entregaron merecidos reconocimientos a 10 promesas de diferentes ámbitos que cuentan con edades entre los 30 y 39 años, quienes nos acompañarán en la edición de octubre, para que podamos conocerlos a detalle.

Finalmente, te invitamos a acercarte al resto de los contenidos que hemos preparado con cuidado y dedicación para que disfrutes, estés al día, reflexiones y sobre todo, pases agradables momentos de lectura. ♥

Arturo Villarreal Torres

Alejandro Martínez Filizola



# CONTENIDO Septiembre 2009



## 40 Abogados PLAYERS 2009

- 42 Backer & McKenzie
- 44 Haynes and Boone
- 46 Quintero & Quintero Asociados
- 48 Santamarina y Steta

- 62 Morales Banuet & Asociados
- 64 Martínez Arrieta, Abogados
- 66 Leal Isla & Horváth Abogados
- 68 De Hoyos Koloffon & Asociados
- 70 Garza Durán
- 72 Flores Abogados
- 74 García-Corral Rodríguez y Asociados
- 76 Quintanilla y Bartoni Abogados
- 78 Raigosa Consultores
- 79 Lic. Sergio Elías Gutiérrez Domínguez, Notaría 104

## Historias de Éxito

- 52 Arturo Quintero
- 55 Andrés Ochoa
- 58 Roger Morales



## 18 ESTILO

Verse bien en la oficina

## 24

## GUESS WHO?

Carolina Herrera, sueño de una diseñadora



## 84

## FRANQUICIAS

Novedades en su regulación

6 ENCICLOPLAYERS  
Las ciudades más caras del mundo

12 STARS OF LIFE  
Beyoncé, fama y fortuna

14 LIDERAZGO  
Aprendiendo a decir ¡gracias!

OUTDOORS  
Encantos de la Sierra Madre de NL **28**

TRAVESÍA  
Disfruta la Ruta 2010 **32**

VIVENDUS  
Corporativos funcionales **86**

Elegance is an attitude

# LONGINES®



"...I've found generosity. You have given me your shoulders to stand on to reach for my dreams, dreams I could have never reached without you... Thank you."

Andre Agassi

Longines supports The Andre Agassi Foundation



GrandeVitesse

**GHIBERTI**   
arte milenario®

Plaza Fiesta San Agustín, Tel. (81) 8368 4811  
Galerías Valle Ote., Tel. (81) 8486 0303

# Ciudades más costosas

La encuesta anual sobre las urbes más costosas para vivir abarca 143 ciudades y utiliza a Nueva York como punto de referencia para comparar los precios de más de 200 artículos, incluyendo vivienda, alimentos, transporte y entretenimiento.



## 1 Tokyo



Tokio, la metrópoli más poblada de Japón, resultó elegida la ciudad más cara del mundo según el estudio anual realizado por la consultora estadounidense Mercer. El factor determinante para que esto fuera posible se centró en el fortalecimiento del yen frente al dólar.



## 2 Osaka



Las ciudades asiáticas predominan entre las diez primeras posiciones de este estudio sobre prácticas y costes de vivienda. Osaka, que el año anterior ocupaba el puesto número 11, actualmente se sitúa como la segunda ciudad más cara del planeta.



## 3 Moscú



Moscú, tercer lugar de la lista, es de las urbes con los alquileres más elevados del mundo. Con el mismo dinero que se paga la renta de un apartamento de lujo en la capital rusa, podrían arrendarse cinco en Johannesburgo y aún quedarían libres 500 euros.



## 4 Ginebra



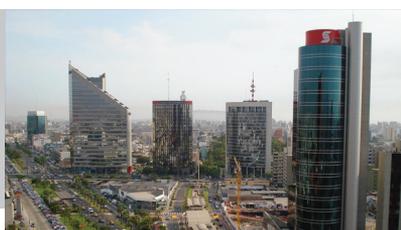
Ginebra, cuarta en el ranking, ha tenido un gran avance debido a la influencia de organismos internacionales, conferencias y rotación de personal, que han representado un impacto en los alquileres de habitaciones, incrementando la demanda y con ello, los precios.



## 5 Londres



Londres perdió el "honor" de ser la ciudad más cara del mundo para el arrendamiento de oficinas. Fue sustituida por Hong Kong, que también ocupa la quinta posición dentro de las urbes más caras del orbe.



## 6 Caracas



Con la posición número 15, luego de ascender 74 lugares desde el 2008, Caracas, la capital de Venezuela, es la ciudad que encabeza la clasificación en Latinoamérica dentro de las más costosas para vivir, ubicándose por encima de Sao Paulo, Buenos Aires, Bogotá y la capital de México.



un peu d'air sur terre



LACOSTE

# México legal

## 120 mil

juristas laboran en bufetes, notarías y administradoras de trámites, cobranza y auditoría.

## Las principales ramas del Derecho en México son ocho:

- constitucional
- administrativo
- penal
- procesal
- laboral
- agrario
- civil
- y mercantil.

El Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación resolvió

## 263

asuntos durante el 2008.

Hay **531** órganos jurisdiccionales del Poder Judicial de la Federación, entre los que se encuentran los tribunales colegiados y unitarios, así como los juzgados de distrito e itinerantes.

Hasta el momento se han realizado **50** reformas constitucionales durante el periodo presidencial de Felipe Calderón Hinojosa.

En promedio, un defensor de oficio tiene a su cargo una cartera de 150 casos en materia familiar y unos **400** en materia penal.

Entre **100 y 200** bufetes de primer nivel atienden a empresas AAA, y un grupo indefinido de despachos de hasta 20 personas dan servicio a las pymes.

Dentro de la República mexicana operan 124 órganos legislativos que ocupan a

## 20,769

empleados.

## 191 mil

es el número aproximado de abogados que existen en el país.

Hay 160 agencias del ministerio público del fuero federal, en las cuales laboran **1,179** agentes.



# AN EXPRESSION OF JOY THE NEW BMW Z4.

Presentamos la máxima expresión de placer del BMW Z4 Roadster. Para revelar nuestra más reciente obra de arte, le dimos al artista visionario Robin Rhode un pincel de 306 caballos de fuerza para plasmar la impresionante evolución del nuevo BMW Z4 Roadster, que ofrece un gran lujo interior, capota retráctil, el mejor chasis de su categoría y un exceso de inspiración. Para ser testigo de esta creación visita [www.bmw.com.mx](http://www.bmw.com.mx)

## PARA CELEBRAR UNA OBRA DE ARTE, TUVIMOS QUE CREAR OTRA.

**BMW EfficientDynamics**  
Less emissions. More driving pleasure.



### Sierra Motors

Fundadores esq. David A. Siqueiros 101  
Col. Valle Oriente  
66269 San Pedro, Garza García, N.L.  
Tel: (81) 50.35.35.50



La marca BMW y su logotipo son marcas registradas de BMW AG y se encuentran licenciadas a favor de BMW de México, S.A. de C.V.

Nuevo BMW  
Z4 Roadster

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



El placer de conducir

# TECNOLOGÍA

## Portátil

Hoy en día alrededor del mundo las denominadas laptops o computadoras portátiles han superado en ventas a las PCs. Con características muy específicas, las también llamadas *notebook* son ligeras y tienen funciones casi iguales y en algunos casos mejores que las de escritorio, con la ventaja de llevarlas de un lado a otro. Desde su primera aparición en 1981 con el modelo Epson HX20, hasta la actualidad, constantemente vemos en el mercado el surgimiento de mejoradas computadoras portátiles. Al visitar alguna página de internet especializada en la venta de electrónicos o tienda especializada, verás la infinita gama de opciones que encontrarás. Aquí te damos algunas para despertar tu curiosidad.♥



**1. N3400 . AVERATEC.** Lanza su *notebook* de aluminio, una laptop de 13.3 pulgadas que pesa 1.7 kg, lo que la hace increíblemente simple de transportar. Cuenta con procesador Intel CPU de 2.16GHz, 3GB de RAM, 250GB de HDD SATA, WiFi, Bluetooth, placa de video Intel GMA X4500HD y cámara de 1.3Mpix. **2. Timeline .1810T . ACER.** Cuenta con una pantalla de 11.6 pulgadas, tiene un procesador SU3500 de 1.4GHz, 2GB de RAM, 250GB de HDD, placa de video GMA X4500MHD con conexiones WiFi, Bluetooth y salida HDMI. Pesa 1.4 kg y mide 285×204×22.1-30mm; su batería de seis celdas le permite vivir por ocho horas. **3 . U series . ASUS** Resumida en los atributos de ligereza, delgadez y prestaciones. Con versiones en medidas desde 12.1 hasta 15.6 pulgadas, todas iluminadas con LEDs. Su tarjeta es Intel GMA 4500 con disponibilidad de la Nvidia GeForce G105M, altavoces Altec Lansing con SRS Premium Sound y sensores de luz que ajustan el brillo de la pantalla. **4 . VAIO . Serie P SONY** Un ordenador ligero y compacto de 10 pulgadas, muestra un atractivo diseño y está dotado con pantalla LCD de 10.1 pulgadas, resolución de 1366×768 pixeles, formato 16:9., procesador Intel Atom a 1.6GHz., 1GB de RAM, disco duro de 160GB de capacidad (5.400 rpm), gráfica Intel GMA 950, conectividad WiFi y Bluetooth.



Carretera Nacional 1120  
Local 19-B Plaza Remax  
Col. El Encino  
Monterrey, NL

**+52 (81) 1099.4867**

# *AUTOS RADIO CONTROL*

*de edición limitada, desde Fórmula1 hasta  
Monster Truck, unidades RTR y Versión Kit*



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

# Beyoncé Knowles

Sinónimo de juventud, sensualidad y ganancias millonarias

Sus notas musicales y voluptuosos pasos de baile son una verdadera mina de oro gracias a lo cual se ha convertido en una de las mujeres mejor pagadas de Hollywood.

Su nombre completo es Beyoncé Giselle Knowles, nació el 4 de septiembre de 1981, en Houston, Texas, EU.

Su madre es la diseñadora de modas Tina Knowles y su padre el productor y manager musical Matthew Knowles.

La madre de Beyoncé sugirió el nombre con el que bautizaron a la agrupación Destiny's Child, formada a finales de los años 90, después de leerlo en un pasaje de la Biblia.

Comenzó formalmente su carrera en el musical de la película *Carmen: a hip hopera* (2001).

Según la revista *Forbes*, a sus 27 años, es la famosa menor de 30 mejor pagada del mundo, ya que sólo en el último año ha ganado alrededor de 87 millones de dólares.

Junto con su esposo, el cantante Jay-Z, forman parte de las parejas más ricas de Hollywood, con una fortuna estimada en 162 millones de dólares.

En el 2001 obtuvo el premio ASCAP como Mejor Compositora Pop del Año, galardón que le otorgó el honor de ser la primera artista afroamericana y la segunda mujer de la historia en conseguirlo.

En varias ocasiones ha sido considerada como una de las 50 personas más bellas del mundo.

En una sola noche ganó cinco premios Grammy (2004), en categorías como: Mejor Performance Vocal Femenino, R&B por *Dangerously in love 2*, y Mejor Álbum de R&B de Contemporáneo.

Ha sido la imagen de importantes marcas comerciales como L'Oréal, Emporio Armani, Tommy Hilfiger y Pepsi.

La mayoría de los éxitos de Destiny's Child, que ascendieron a más de 60 millones de discos vendidos en todo el mundo, fueron coescritos y coproducidos por ella.

Los tres conciertos que ofreció el mes pasado en la ciudad de Las Vegas han sido los más caros de toda su gira, alcanzando los mil dólares por persona, pero con la recompensa de recibir un trato preferencial por parte de la cantante.



# DESTAPA

UNA BOTELLA DE SABOR

EL GRAN SABOR  
DE *Coca-Cola* zero AZÚCAR



HAZ DEPORTE **HOLA** 01800 704 4400 sin costo INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR ©The Coca-Cola Company 2009. "Coca-Cola", "Coca-Cola Zero" son marcas registradas de The Coca-Cola Company.

# Aprender a compartir y a decir gracias



**Ing. Javier Prieto**  
Conoce más sobre él en [www.javierprieto.com.mx](http://www.javierprieto.com.mx)

“Gracias a la vida, que me ha dado tanto...”

**Violeta Parra**

Detenernos a pensar en lo mucho que hemos recibido y reconocer que somos afortunados frente a millones de seres humanos que no han tenido las mismas oportunidades y bendiciones que nosotros, nos obliga a pensar en las múltiples implicaciones de cada uno de los beneficios recibidos.

Somos afortunados porque estamos vivos, porque tuvimos la oportunidad de abrir los ojos y vivir este día, porque hoy reconoceremos a todas y todos aquellos que han contribuido para que seamos lo que somos. Agradecer por los beneficios recibidos genera un vínculo especial entre quienes reciben y dan, lo cual refuerza el espíritu y nos hace humildes. Ese acto nos ayuda a dimensionar la suerte contra la expresión genuina de amor de alguien que nos quiere y pone en su real perspectiva a la soberbia, que a veces invade a los afortunados como tú y yo.

**¿POR QUÉ NO RECONOCERLO?**

**¿POR QUÉ NO AGRADECER LOS BENEFICIOS Y DONES RECIBIDOS?**

La gratitud implica por sí misma reconocer que estamos siendo favorecidos con algo,

apreciar lo que recibimos, para luego regresarlo de alguna manera; no para devolver el favor, sino como muestra de amor y agradecimiento. Y la mejor forma de hacerlo es compartiendo el beneficio con alguien más necesitado.

En el año 2005 nació en Monterrey un símbolo de generosidad, conocido como Becas SELIDER, el cual involucra a instituciones académicas reconocidas (Tecnológico de Monterrey, Universidad de Nuevo León, Universidad de Monterrey y Universidad TEC Milenio), quienes nos apoyan con becas académicas de 70%, además del respaldo de personas físicas y empresas que completan el 30% restante, necesario para los gastos de manutención, transporte o libros de los jóvenes becados, así como una computadora personal para cada uno de los alumnos seleccionados.

Este modelo se ha convertido en una beca sello, puesto que no opera en calidad de préstamo como todas, sino que compromete a los becados para regresar a la sociedad los beneficios recibidos mediante un proyecto so-

cial dirigido a personas menos favorecidas.

Los jóvenes becados se seleccionan de entre 170 aspirantes, que pasan por un intenso proceso que considera su capacidad intelectual, necesidad económica imperiosa y compromiso social. A cada uno de se le asigna un tutor para acompañarlo en éste largo camino, complementando de manera especial el proceso de formación de los candidatos.

Se otorgan sólo 10 becas anuales y al día de hoy contamos con 50 jóvenes cursando su carrera profesional gracias al apoyo y generosidad de toda la comunidad.

La Fundación PLAYERS of life ha decidido sumarse al proyecto y este año cubrirá una de esas becas, mediante el apoyo de su comunidad de lectores, quienes participaron en el pasado evento de filantropía que se llevó a cabo el 28 de agosto en el Centro Convex.

Así todos somos parte de esta cadena de generosidad que contribuye a que seamos mejores seres humanos y donde la gratitud refleja un símbolo de nobleza. ♦

## DATOS DEL COLABORADOR

Javier Prieto de la Fuente es Director de la Cátedra de Liderazgo del Tecnológico de Monterrey. Durante 22 años ocupó diferentes cargos directivos del Grupo CEMEX. Fue Coordinador de Asesores del Secretario de Gobernación y Subsecretario de Empleo y Política Laboral. Es fundador de SELIDER. [editorial@playersoflife.com](mailto:editorial@playersoflife.com)



*The*  
**MACALLAN**<sup>®</sup>  
*The MALT*



## Llega a México la obra maestra del Whisky máspreciado del mundo

Las marcas de lujo The Macallan y Lalique revelaron en noviembre del 2007 el excepcional decantador diseñado para embotellar la cosecha de 55 años de este fabuloso whisky.

El decantador de color natural ha sido diseñado por la legendaria y reconocida casa de cristal Lalique, exclusivamente para The Macallan.

Una edición limitada de sólo 420 se han producido y cada uno ha sido numerado individualmente.

Ken Grier, Director de The Macallan comenta: "El primer Macallan en cristal de Lalique rindió homenaje a las cuidadosamente seleccionadas barricas de madera en que el espíritu madura.

Esta segunda colaboración entre The Macallan y Lalique celebra el color natural que es el resultado de la interacción del espíritu y de la madera para ofrecer la rica diversidad de color que encontrarás en este excepcional whisky".

Esto llegó a ser la fuente de inspiración para el diseño del decantador que conocemos como Natural Color.

El Macallan de 55 años de malta única que figura en el decantador ha permanecido intacto durante más de medio siglo madurando en barricas de jerez dentro la casa espiritual de The Macallan, ubicada en Speyside, Escocia.

Esta obra de arte será subastada en el prestigiado evento "El encuentro con lo sensible", a beneficio del Instituto Nuevo Amanecer, el 10 de septiembre del presente año. ♦

# Coaches

## Secretos del éxito de algunos famosos



Bill Gates, Fundador de Microsoft

Greg Norman, Ana Guevara, Bill Gates y cualquier otra historia de éxito involucra siempre mentores y *coaches*, con el beneficio de su experiencia.

**Por Esteban de Gvés**  
**Presidente de la Asociación Mexicana de Coaches de Negocios, AC**

Exitosos empresarios aseguran que todos requieren de un *coach* de negocios. Tal es el caso de Eric Schmidt, CEO de Google, quién recientemente comentó en una entrevista para NBC: "Un buen consejo que he recibido es el de tener un *coach*. Cuando me lo propusieron mi primera reacción fue ¿para qué un *coach*, qué estoy haciendo mal? Cuando platicué con él me di cuenta de que cada atleta reconocido tiene uno; alguien que puede observar lo que estás haciendo y te dará una perspectiva adecuada. Una persona por sí misma siempre será mala para verse de la forma en que los demás la ven, un *coach* realmente ayuda".

Durante tus estudios contaste siempre con el apoyo de maestros; como empleado, siempre pudiste recurrir a tu jefe o supervisor, pero como dueño de negocio, ¿con quién puedes contar cuando las cosas no van como deseas? La respuesta es: con un *Coach* de Negocios. "Y ¿qué podría enseñarme un *Coach* de Negocios de mi negocio? He estado aquí por años y lo he hecho bastante bien". La respuesta es: absolutamente nada, pues si has construido exitosamente tu negocio, sin duda eres un experto en tu área. Pero lo que sí pue-

de hacer es darte una vista objetiva de tu negocio, trabajar contigo para empaparte de su conocimiento y experiencia con cientos de negocios, transmitiéndote qué ha funcionado en ellos realmente e introduciéndote una manera de pensar tu negocio que cambiará la forma en que percibes las cosas y hará que alcances tu máximo potencial.

Continuando con una analogía deportiva, puedo decirte que David Beckham es sumamente talentoso como jugador de fútbol. Pero, ¿fue su talento el que lo hizo tan exitoso? Casi cierto: Alex Ferguson, su *coach*, reconoció los alcances de su potencial, le brindó el conocimiento para aprovecharlo y tuvo la habilidad de llevar al máximo su talento.

Exactamente igual aplica con tu negocio. Muchos dueños han logrado negocios exitosos por sí mismos, pero, ¿cuál es su potencial y el de sus negocios? Un *coach* no consulta y tampoco hace el trabajo por ti. En cambio, te enseña cómo comprender y sacar ese potencial, dándote conocimiento, herramientas, visión, motivación y el reto de llevar al siguiente nivel junto con tu negocio, para finalmente disfrutar los beneficios finan-

cieros y el estilo de vida que vendrá con los resultados. ¿Cómo se consigue? Analizando las tres áreas más importantes de tu negocio, donde se encuentran la mayoría de los retos:

**Tiempo**, ¿trabajas más duro que cualquier persona en tu negocio? En ActionCOACH tenemos la definición de lo que debe de ser un negocio: "Una empresa comercial rentable que funcione sin ti", ésa es la clave. Si eres el activo más importante que mantiene a todo unido, entonces no tienes un negocio, sino un trabajo.

**Equipo**, necesitas de uno para recuperar tu tiempo. Los equipos magníficos no se forman solos, hay que trabajar en reclutamiento, capacitación y motivación. Una vez que tu equipo marche como debe, tu negocio podrá funcionar sin ti.

**Dinero**, es la razón más importante que hace a la mayoría de los clientes decidirse por un *coach*. Las utilidades del negocio comúnmente son la primera cosa en la que me enfoco cuando trabajo con un nuevo cliente. Tenemos 344 estrategias eficientes comprobadas que ayudarán a desencadenar el crecimiento de tu potencial. ♦

CONTACTO CON EL COLABORADOR [editorial@playersoflife.com](mailto:editorial@playersoflife.com)

# SÓ Práctico

Radio de  
**Nextel**



- TECLADO COMPLETO
- TECLAS DE ACCESO RÁPIDO
- CÁMARA Y BLUETOOTH®

**ZIP** i465



Incluye

**iAlarm** y Nextel BACKUP



**MOTOROLA**

Para mayor información consulta [www.nextel.com.mx](http://www.nextel.com.mx)  
Llama al 10 18 33 00 y del interior de la República al 01 800 200 93 00.

**EL PODER  
DE HACER.**

**NEXTEL**

Pregunta por nuestras áreas de cobertura. La prestación de los servicios iAlarm y Nextel Backup estará sujeta a los términos y condiciones aprobados por el usuario al instalarse la aplicación. MOTOROLA, y el símbolo estilizado de la M están registradas en la Oficina de Patentes y Marcas de E.U.A. Las marcas de todos los demás productos o servicios son propiedad de sus respectivos dueños, © Motorola, Inc. 2009.

# AD HOC EN LA OFICINA

## Con lo necesario para lucir perfecto

La oficina es el sitio donde pasamos la mayor parte de nuestro tiempo, y para que siempre estemos cómodos y perfectamente presentados, artículos como los elaborados en piel son una excelente inversión, pues brindan ese toque de elegancia y distinción tan necesario en el desarrollo de la vida profesional. Pensando en ello, te damos algunas opciones de calzado, cinturones y portafolios, que conjuntan utilidad y belleza.

De igual manera, pequeños detalles que hacen la diferencia son

por ejemplo los bolígrafos de gran calidad, como los que aquí te presentamos, pues estos artículos son tan personales, que suelen mostrar tu sello particular y los gustos más peculiares que te caracterizan.

Y por supuesto, ningún atuendo estaría completo sin una fragancia que ponga el acento en el conjunto de elementos que construyen nuestro estilo e imagen, que finalmente contribuye en nuestra definición ante los demás en el mundo del trabajo y los negocios.

Louis Vuitton



Hugo Boss



Hugo Boss



Tiffany & Co



# GENERICOS

**GENE**

**RICOS**



# GENE

**RICOS**

**GENE**

# RICOS



# GENE

**RICOS**

**GENE**

**RICOS**



# GENE

**RICOS**

**GENE**

# RICOS



# GENE

**RICOS**

**GENE**

**RICOS**



# GENE

**RICOS**

**GENE**

**RICOS**



# GENE

**RICOS**

**GENE**

# RICOS



# GENE

# RICOS

**GENE**

**RICOS**

# Fachada, clientela y parentela

Importancia de los spots publicitarios

Con esta expresión puede describirse un mal spot, carente de creatividad y falta de estrategia.

Por Marco Ruvalcaba Escalona  
Director de Mercadotecnia Récher & Leng

Generalmente un spot hecho al vapor, con el tiempo encima o la promoción a la vuelta de la esquina, o sólo por poner algo, no funciona, pues su mensaje está basado (si es que se puede decir que tiene un punto de partida) en una comunicación pobre que únicamente exhibe atributos sin beneficios, y en muchos casos, ni siquiera atractivos, por lo que la curiosidad que generan se liga nada más en ver si sale alguien conocido en la foto o el spot, pasando inmediatamente después al olvido, ya que no emocionó a su *target*, no lo vinculó con ningún sentimiento ni deseo y mucho menos le ofreció una solución a sus necesidades ni un estatus o el logro de alguna aspiración.

Es muy importante que seamos más exigentes y críticos con nuestro marketing y no hagamos mercadotecnia para nosotros, hacia adentro, y que nos guste el spot, diseño o *jingle* y paguemos por él, sin saber y sin pensar si impactará a nuestro *target*. Ser más exigentes con los medios de comunicación cuando nos produzcan el material o las piezas publicitarias, y con las agencias, en el caso de que sirvan como intermediarios, pidiéndoles que no hagan de nuestra mercadotecnia una línea de producción, a las prisas o en serie, con malos y refritos ejemplos de publicidad, y por supuesto ineficientes, sin propuesta de

venta ni diferenciación. La próxima vez que nos ofrezcan grabar o fotografiar nuestro local, con clientes adentro y que aparezcamos, platiquemos con el ejecutivo de cuenta y con base a nuestro plan de marketing, establezcamos con él la estrategia apropiada para pautar en su medio, y que no sea el spot el que desarrolle una estrategia en sí mismo. Hay que efectuar campañas, no anuncios. Y cada campaña debe ir en función del plan y las estrategias de marketing, no del medio, y mucho menos, de uno que nos ofrece una propuesta atractiva, pero no es el canal de comunicación adecuado.

Recordemos que no hay publicidad más cara que la ineficiente, y por hacer algo rápido y económico podemos perder dinero con un gasto y no una inversión, además de dejar de ganar clientes y perjudicar nuestro *branding*, afectando nuestra marca. Hay que mediar entre creatividad, producción, arte y efectividad del mensaje. La tendencia indica que al consumidor hay que enamorarlo, emocionarlo y llegarle con historias cotidianas, brindarle a través de nuestros productos o servicios experiencias positivas que le den satisfacción, estatus, sentimiento de pertenencia y cercanía con la marca, posicionarnos construyendo una relación basada en la comunicación efectiva, obteniendo su lealtad.

Las campañas publicitarias fracasan al carecer de plan, objetivos, estrategias y tácticas; cuando el mensaje no se renueva y se diluye, por no ser creativos y no segmentar apropiadamente. Es imposible pautar en todos los medios y no resulta recomendable el *spray and pray* ("pauta en todos lados y reza"), por lo que el retorno de la inversión se logra con un adecuado plan de medios, con balance y equilibrio, y sobre todo, midiendo resultados, retroalimentándonos con valiosas experiencias que nos indicarán el camino en nuestra continua inversión publicitaria. Hay que aprovechar las características, ventajas, flexibilidad y opciones que ofrece cada medio, conocerlo, entenderlo y apoyarnos en el conocimiento y *expertise* de sus ejecutivos, así como de las diferentes agencias que intervengan, y encaminarlos a nuestro favor.

En esta época importa más la estrategia que la creatividad. Con poco o mucho presupuesto, una segmentación definida, un mensaje poderoso y la debida frecuencia, logremos excelentes resultados de nuestra publicidad. Así es que, empresarios, la próxima vez que les ofrezcan un gran precio sacando su fachada, clientela y parentela, piensen bien si les conviene desaprovechar ese valioso espacio de contacto y comunicación para mostrarle eso a su cliente: ¡nada!♥

**NUEVA**



MÁS LIGERA



TODO CON MEDIDA

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

083300201C2137



# Arturo J. Quintero

## Amor a la justicia

Forma parte de Quintero y Quintero Abogados, una de las firmas de mayor trayectoria en nuestro país, con 60 años de existencia, y su sólida convicción profesional y humana.

Por Edgar Ruiz del Río Fotografías: Fer Juaristi

**—¿Qué significó para usted tener un padre abogado?**

—De niño siempre quise ser ingeniero civil. Mi padre, que inició su carrera hace más de 60 años, jamás me pidió, recomendó ni insistió que fuera abogado. Aunque le parecía muy raro que inmerso en un mundo de abogados, quisiera ser ingeniero civil, y más porque los números no se me daban. En secundaria cambié de parecer y empezaron a gustarme las leyes, así que ingresé a la carrera de Derecho en la Universidad Autónoma de Nuevo León. La abogacía me encantó y aquí estoy. Terminé la Facultad en 1978, me recibí en 1979, pero desde el primer año ejercí la profesión como meritorio en un juzgado de Monterrey, y luego en el despacho, desde 1975.

**—¿Alguna vez practicó la docencia en su área?**

—Sí, en el ITESM, por tres o cuatro años, con la materia Derecho de los Negocios para los alumnos de Economía, Administración de Empresas y Contaduría. Fue una experiencia muy bonita, me duele haber dejado la docencia, pero el trabajo me envolvió mucho, absorbió mi tiempo.

**—¿Cuál considera que ha sido su mejor cliente?**

—Hablar de clientes es difícil. En toda la existencia del despacho, muchos clientes y empresas importantes han recurrido a nosotros. Prefiero enfocarme en los casos interesantes y significativos que hemos manejado, que dan gran satisfacción no necesariamente económica, sino de hacer justicia, que es lo que buscamos. Uno muy sonado en Monterrey fue aquel contra Wal-Mart, atendido principalmente por mi padre, apoyado por algunos miembros del despacho; se manejó en Estados Unidos por un grupo empresarial regiomontano que demandaba incumplimiento de contrato y se ganó con un monto relevante, aunque lo mejor fue el antecedente de hacer justicia en el vecino país, aun y cuando se trataba de socios pequeños y mexicanos. Ha sido el primer caso con un monto grande para una empresa nacional, obteniéndose una resolución favorable contra una compañía de ese tamaño en Estados Unidos.

**—¿Qué nos puede decir del caso Amigos de Fox?**

—Asesoré al ex Presidente de la República, el equipo y grupo que conformaba dicha asociación o sociedad civil (Lino Korrodi y el Doctor Derbez, por mencionar algunos), encargada de recaudar fondos para la campaña presidencial, y más tarde hubo denuncias contra la supuesta ilegalidad de esa recaudación. Por fortuna ganamos la defensa en todas las instancias y el nombre de todos salió limpio ante las autoridades. Fue un caso que implicó un largo historial, hubo diez o quince procesos o procedimientos civiles, penales y electorales para exigir las supuestas ilegalidades. Después de tres o cuatro años se ganó un camino que empezó alrededor del segundo año de gestión del Presidente (2002) y concluyó un año antes de que finalizara.

*Las principales características de una persona para lograr algo en su vida son dedicación y responsabilidad.*

**—Tiempo durante el que no recibí honorarios y tuvo que demandar, ¿cierto?**

—Sí, y no fue tanto por la remuneración económica, sino por situaciones más de hecho, pues algunos de los abogados en nuestro bufete tuvimos que estar de planta en la ciudad de México, poniendo gastos personales y de operación; inclusive nos asesoraron despachos de ahí, prácticamente de tiempo completo. Trabajamos con una entrega total, y a fin de cuentas las resoluciones fueron a nuestro favor, pudimos negociar y llegar a un acuerdo.

**—¿Esta demanda fue un parteaguas en su carrera, algo que lo puso más a la vista de la gente, o simplemente un caso más?**

—No es un caso más, pues asesorar a un grupo de personas entre las que está un Presidente marca una gran diferencia. No es un parteaguas en mi carrera, porque, por fortuna, hemos tenido y seguimos teniendo mucho trabajo después de ese asunto. Sí se da

una exposición pública, como en otros casos que hemos tenido, por las personalidades que intervienen. Ocasionalmente hay que dar explicaciones a los medios, pero es simplemente un caso con características especiales.

**—¿Cómo se define personal y profesionalmente?**

—Las principales características de una persona para lograr algo en su vida son dedicación y responsabilidad. A veces en el despacho los días son de 15 o 20 horas por asuntos que lo ameritan, y ser responsable y dedicado son atributos que permiten lograr las metas en cualquier campo. Como profesionalista del área legal, he participado en asuntos importantes con resultados positivos en su mayoría, quizás esto hace que alguna gente hable de prestigio, y para llegar a eso en materia legal, también se necesita terquedad para salir adelante y tenacidad para no quedar en el camino.

**—¿Es usted un hombre que cause envidias?**

—No debería haber envidias cuando una persona de cualquier profesión u actividad logra un éxito. Aunque un dicho muy común reza: "En México lo único que no se perdona es el éxito", pero no debería ser así, en vez de envidiar, podríamos emular al otro, seguirlo, aprenderle. Sin embargo, este país es curioso y sí se ataca mucho al éxito.

**—¿Se considera exitoso?**

—El éxito no ocurre en un momento dado de la vida, se va cultivando, y uno nunca termina de alcanzarlo. El éxito es una situación favorable derivada no sólo de la actividad profesional, sino de muchas otras cosas que realiza en su vida. Lo importante no es ser, considerarse, creerse o saberse exitoso, sino estar consciente de que en el camino constantemente buscamos el éxito.

**—¿Ha alcanzado todas sus metas?**

—Nos ponemos metas temporales, que se van alcanzando, mientras que otras deben volverse a intentar. No puedo decir que he alcanzado la totalidad de mis metas, pues tal vez es una sola: trabajar incansablemente en mi campo profesional, y aprender de los logros y los fracasos, y seguir trabajando por amor a la justicia.



—¿Cómo manejarse con profesionalismo y ética?

—Teniendo valores, principios y educación bien cimentados; discerniendo entre lo que está bien y lo que no. No debería ser difícil manejarse con ética y profesionalismo. Se presta mucho en esta carrera, en el litigio particularmente, porque hay diferentes ejercicios de la profesión de abogado. Nosotros somos mayormente litigantes, y como tal, siempre se está en medio de opiniones en pugna, y eso se presta mucho a que uno caiga fácilmente en la falta de ética al tratar de expresar un caso o hablar con la autoridad para que resuelva a favor de uno, para obtener la resolución, la razón y la justicia para uno. Pero, como lo mencionaba, las leyes son muy claras, sobre todo los valores y la ética, para no caer en tentaciones.

*Aprender de los logros y los fracasos, y seguir trabajando por amor a la justicia, es mi meta global.*

—¿Qué falta en cuestión legislativa en México?

—Mucho: crear leyes en varios campos, según lo exige nuestro ritmo de vida actual, pero más que nada, se requieren personas que las apliquen, pues habiendo más gente capaz que dirima las controversias, nos irá mejor en cuanto impartición de justicia.

—¿Cómo está el campo de oportunidades para los jóvenes en la abogacía?

—Hay muchos estudiantes y egresados de las facultades, con oportunidades de trabajo, en nuestro país como en otros. El que no trabaja es porque en realidad no le echa suficientes ganas, con todo y la falta de oferta de empleo, si se quiere salir adelante y progresar, sobre todo en esta carrera, puede hacerse, con perseverancia y tenacidad.♥

Estés donde estés®



 **QualityPost**®

*Nadie te va a querer más*

CKENZIE



# Andrés Ochoa Bünsow

## Servir con valor agregado

Pieza clave de la firma Baker & McKenzie en México, lleva a la acción en ella los principios personales que lo sustentan no sólo como profesional del Derecho, sino como persona.

Por Arturo Villarreal Fotografías: Ramiro Valenzuela

**—¿De dónde es originario?**

—Nací en Chihuahua, en 1955, y después de estudiar en varias partes, me ubiqué con mi familia aquí en Monterrey, en 1992. Estuve en Chihuahua, luego estudié en Estados Unidos unos años, para continuar mi preparación académica en la ciudad de México y concluirla en la Universidad de Columbia, en Nueva York.

**—¿Por qué eligió la profesión de abogado?, ¿viene de familia o se trató de una decisión personal?**

—Fue algo personal. Ningún miembro de mi familia había sido abogado, aunque mi padre siempre quiso serlo, y nunca pudo estudiar... creo que también fue un poco de influencia de su parte, aunque yo siempre tuve la intención de estudiar Derecho.

**—¿En qué influye el desarrollo de la carrera jurídica en México con un estudio de apoderado de licencias en otros países?**

—Para mí ha sido de mucha utilidad no sólo haber estudiado en el extranjero, sino tener licencia para ejercer en México y el estado de Nueva York, por mi práctica corporativo-financiera. En las transacciones más importantes es frecuente que se establezca algún contacto con el Derecho estadounidense, en particular el de Nueva York, donde hay la mayor concentración de servicios y entidades financieras. Entonces, me ha sido muy provechosa la preparación, y ser miembro de la Barra de Abogados de Nueva York.

**—¿Por qué se enfocó a las áreas corporativas de fusiones y adquisiciones?**

—También fue una decisión personal. Con el transcurso del tiempo en esta carrera hay que ir especializándose, no es posible ser un abogado "todólogo" y conocer el Derecho en su totalidad. Por el tipo de ejercicio que he tenido desde antes de finalizar mis estudios, fui enfocándome al área corporativa, específicamente en fusiones y adquisiciones, y en cuestiones financieras, créditos, financiamientos, emisiones de capital o de deuda. Nuestro despacho, el más grande de México, permite que logremos grados de especialización bastante elevados, pues los abogados se enfocan en una materia particular con un importante nivel de profundización.

**—Desde su punto de vista, ¿qué atributos definen a un buen abogado?**

—Obviamente es indispensable una buena preparación académica dentro de la materia jurídica, pero además, un buen abogado es la persona que está en posibilidad de entregar un servicio de alto valor agregado a su cliente por un honorario justo.

**—¿Cómo se lleva a la práctica lo anterior en Baker & McKenzie?**

—Siempre es un reto ofrecer a los clientes un servicio de alta calidad y valor agregado, manteniendo a toda la organización al corriente de las necesidades que tienen los distintos mercados que servimos, y para ello es fundamental crear una plataforma en que los miembros del despacho se desarrollen profesional y personalmente, atrayendo y reteniendo al mejor talento jurídico en la firma.

*El día que pierda la convicción de que en verdad hay abogados 100% honestos, me retiro de la práctica del Derecho.*

**—Como Secretario o Consejero de importantes empresas, ¿de qué forma encuentra las estrategias necesarias para cumplir con el aporte que se espera de usted?**

—En general, es básico tener conocimiento y experiencia en materia de gobierno corporativo, lo cual aplica en distintas organizaciones, y además, conocer el sector de la economía en que participa la empresa asesorada.

**—Otra de sus tareas es formar parte de distintas organizaciones relacionadas con su gremio, platíquenos acerca de ello.**

—Es una función dual: contribuir como miembro del gremio y devolver algo de lo que uno ha recibido, y obligación profesional de mantenerse actualizado en la constante evolución del Derecho, y sobre todo, de los distintos sectores de la economía en que participan las empresas asesoradas. De igual manera, es fundamental hacer trabajo pro-

bono en bien de nuestra comunidad.

**—En su trayectoria dentro de Baker & McKenzie, ¿cómo ha equilibrado la natural competencia y el necesario trabajo en equipo con los colegas?**

—En nuestra organización, como en todo grupo humano, siempre hay competencia sana que nos impulsa a un mejor desempeño en beneficio de la firma. Pero nuestra competencia también está fuera de la compañía, y eso nos hace conducirnos con altos estándares de ética profesional, fomentando una competencia leal y sana con colegas de otros despachos del país y el extranjero.

**—¿Cómo define la justicia?**

—Desde la Roma clásica la justicia se define como el arte de dar a cada quien lo que merece, lo justo. Todo ser humano es sujeto de derechos y obligaciones. Como abogado, la misión es asegurar que se respeten los derechos del cliente y se le haga justicia.

**—¿Qué evolución debe haber en México para una práctica más eficaz en impartición de justicia?**

—Como miembros de una comunidad estamos obligado a asegurar que el sistema de impartición de justicia siempre se conduzca con altos estándares de ética, reduciendo o erradicando la corrupción o falta de ética. Se están haciendo esfuerzos en nuestro Estado, por ejemplo, al introducir juicios orales, que son más transparentes y evitan la deshonestidad. Nuestra legislación debe tener un alto contenido de técnica jurídica adecuada para impedir que funcionarios deshonestos aprovechen los reglamentos para caer en la corrupción, fomentada por leyes inadecuadas, así como las facultades discrecionales que ponen al funcionario en la posición de exigir dádivas al aplicar el Derecho.

**—¿Podrían incidir las recientes generaciones de abogados en esa nueva impartición de justicia que todos los ciudadanos esperamos?**

—En primera instancia, todos, como ciudadanos, debemos conducirnos con altos estándares de ética en nuestras actividades. Al conducirnos en un nivel muy elevado de ética no sólo estaremos haciendo lo correcto, sino que fomentaremos y exigiremos que los demás hagan lo mismo. Los valores éticos en



nuestra sociedad deben transmitirse desde muy temprana edad en todos los ámbitos. En la medida en que la cultura en general se eleve a grado tal que la sociedad no permita o tolere prácticas de falta de ética, estaremos contribuyendo a lograr mayor justicia.

**—¿Hay abogados 100% honestos, éticamente intachables?**

—En definitiva, y me consta, así como les consta a todos los miembros de Baker & McKenzie, que en México, nuestro Estado y ciudad, puedes conducirte con los más altos estándares de ética y lograr el respeto de los derechos del cliente, eso es fundamental. El día que pierda esa convicción, me retiro de la práctica del Derecho.

*La competencia profesional nos impulsa y nos hace conducirnos con altos estándares de ética profesional.*

**—¿De qué manera compagina su vida profesional y personal, considerando que la abogacía es exigente y absorbe mucho tiempo?**

—Esta carrera es muy demandante con nuestro tiempo, damos un servicio, como decimos los abogados, *intuitu personae*, o sea, personal, que el cliente siempre espera recibir individual y directamente, eso nos exige mucha disponibilidad, hay que organizar con equilibrio la vida privada y profesional en todos los ámbitos.

**—¿Cuáles son las claves del éxito?  
¿Qué les recomienda a los abogados jóvenes?**

—Conducirse siempre correctamente y con los mayores estándares de honestidad posibles: con uno mismo, la organización a la que se pertenece, los clientes, las autoridades y la sociedad. Para ello hay que ofrecer a los clientes servicios de óptima calidad, mediante un gran nivel de preparación académica y profesional; es necesario un importante esfuerzo de constante actualización, con todas las exigencias y evolución del mercado al que servimos.♥

**¡Bally para todos,  
y todos para Bally!**  
Paga sólo el tiempo que entrenas.



## Night Time

Sácale cuerpo a tus noches.



## Senior

Para los jóvenes de corazón.



## Wedding

Entrenen juntos para ese día tan especial.



## Executive

Trabaja tu cuerpo...  
Estamos cerca de tu oficina.



## B-Youth

Plan exclusivo para estudiantes.



## Weekend

Nuestro programa de fin de semana.



## Traveler

¿De paso por Monterrey?  
Entrena con nosotros.

\*Aplican restricciones.



**BALLY**  
TOTAL FITNESS<sup>SM</sup>

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

VALLE  
8363 8090

CONTRY  
8400 8686

SAN PEDRO  
8004 9494

01 800 00 BALLY



# Roger Morales Banuet

## Servir en todo momento

Hace casi 30 años fundó la firma Morales Banuet & Asociados, SC, desarrollando así su vocación y también, actuando con base en una profunda convicción en pro de la justicia.

Por Arturo Villarreal Fotografías: Ramiro Valenzuela

—¿Por qué eligió convertirse en profesional del Derecho, viene de una familia de abogados o fue una decisión derivada únicamente de su vocación?

—Mi abuelo paterno fue un reconocido abogado y notario, así que en ese sí podríamos hablar de una parte de herencia. Pero por otro lado, siempre he sido una persona muy sensible a las injusticias. De niño acompañaba a mi madre a los tribunales, quien desesperada buscaba que se le hiciera justicia, experiencia que indudablemente me despertó el coraje e interés para ser abogado.

—¿Dónde efectuó su preparación académica?

—La licenciatura la cursé en la Facultad de Derecho de la Universidad Autónoma de Nuevo León, y en la misma máxima casa de estudios de nuestro Estado realicé la Maestría en Derecho Fiscal.

—¿Cuál fue la razón que lo condujo a especializarse en las materias de Derecho Civil y Administrativo?

—Las elegí para profundizar en ellas debido a que son materias que me apasionan, ya que el Derecho Civil es la base de todas las áreas del Derecho, y por su parte la división jurídica Administrativa, por la extensión de su ámbito de aplicación, permite un desarrollo profesional en distintas ramas, cuyo denominador común es la regulación de la autoridad en áreas estratégicas.

—¿Ha practicado la docencia en su área de especialidad?

—Sí, por algunos años fui maestro del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, impartiendo clases en Derecho de los Negocios y Sociedades Mercantiles a diversas carreras correspondientes a las áreas académicas Administrativas.

—Desde su punto de vista y basado en su propia experiencia, ¿qué atributos definen a un buen abogado?

—Un buen abogado es quien se prepara y mantiene en constante actualización, es quien estudia cuidadosamente sus asuntos con un alto grado de responsabilidad y eficiencia, y además, es una persona incansable, que está dispuesta a servir en todo momento.

—Sabemos que fundó su despacho Morales Banuet & Asociados en 1982, por lo que ya podemos hablar de una trayectoria cercana a los 30 años. En todo este tiempo, ¿cuál considera que ha sido su mejor cliente?

—Ciertamente en este tiempo hemos tenido una gran cantidad de clientes, pero en todo momento lo importante radica en saber elegir a un buen cliente, algo que se va aprendiendo con el tiempo y la experiencia acumulada. Para mí los buenos clientes son generalmente aquellos que depositan su confianza en ti como abogado y reconocen el esfuerzo desempeñado en sus casos.

—De todas las especialidades que maneja dentro de su firma, ¿en cuál ha recibido más satisfacciones al cumplir con los retos que le han representado los casos atendidos?

—Las materias Civil y Administrativa en verdad son muy apasionantes, y por lo mismo, en ambas disciplinas he tenido grandes retos y por supuesto, también enormes satisfacciones. Pero independientemente, en todos los casos, la mejor y mayor satisfacción es lograr la justicia para tu cliente.

*Siempre he sido una persona muy sensible a las injusticias.*

—Además de usted, integran Morales Banuet & Asociados, SC cinco abogados más, ¿cómo se logra integrar a un equipo exitoso en la labor jurídica, con qué ingredientes tanto personales como profesionales?

—Sinceramente no es fácil integrar a un buen equipo, como puede ocurrir en todos los ámbitos profesionales. Desde mi punto de vista, lo más importante para conseguirlo es seleccionar abogados que compartan tu propia visión profesional, y de igual manera, que sean éticos, responsables y estudiosos.

—La carrera dentro de la abogacía es sumamente competitiva, ¿en su trayectoria alguna vez ha enfrentado visiblemente la envidia de sus colegas?

—Me parece que en todas las profesiones y negocios encuentras envidias. Para mí siempre es preferible ignorarlas y dedicarme o lo que realmente vale la pena, que es mi trabajo. No existe nada mejor para hablar de quién es uno que su trayectoria, es lo más honesto, visible y concreto.

—Sabemos que este año recibió un trascendental reconocimiento dentro de su gremio profesional, cuéntenos de qué se trató.

—La Asociación Nacional de Abogados de Empresa, mejor conocida como ANADE, me entregó el reconocimiento como abogado litigante del año, y para brindarme esta distinción se basaron en mi trayectoria y éxitos profesionales, pues consideraron que los casos manejados y resueltos en los que he participado han tenido una relevancia que sobrepasa.

—¿Qué caracteriza unitariamente a todos esos casos atendidos por usted, haciéndolos relevantes?

—Tanto en los que se refieren al ámbito administrativo, como los que corresponden a asuntos litigiosos internacionales, destaca que se ha logrado hacer justicia en representación de importantes empresas mexicanas y además, se han obtenido las correspondientes ganancias en pro de los intereses de estas organizaciones nacionales.

—¿Cómo define justicia?

—De forma sumamente sencilla y clara: dar a cada quien lo que le corresponde.

—¿Qué evolución debe ocurrir en México respecto de una práctica más eficaz en lo que se refiere a impartición de justicia?

—Hablar de eficacia en la impartición de justicia, es hablar de una justicia pronta y expedita, en la que se respeten las garantías de seguridad y legalidad. En México, en algunos Estados de la República, incluyendo Nuevo León, se han reformado los Códigos de Procedimientos Judiciales hacia una justicia oral, es decir, más transparente, pública y eficaz, y sobre todo, más expedita. Respondiendo a la pregunta, pienso que debe seguirse promoviendo la oralidad, ya que está probado que da mejores resultados y acrecienta la credibilidad ante nuestra sociedad.



—¿Existe una forma específica en que las nuevas generaciones de abogados puedan incidir significativamente en esa eficacia en la impartición de justicia, que seguramente es una de las metas que como ciudadanos esperamos se logre?

—Toda sociedad tiene su propio entorno en lo referente a sus necesidades y carencias específicas, pero el mayor y peor enemigo que la justicia enfrenta es la impunidad. Yo recomendaría formar una comisión o consejo ciudadano, con atribuciones de autonomía y gestión, cuyo fin o propósito sea erradicar la impunidad.

*El mayor y peor enemigo que la justicia enfrenta es la impunidad.*

—¿Cómo ha logrado una compaginación entre su vida profesional y personal, tomando en cuenta que el desarrollo profesional dentro de la abogacía es muy exigente y por lo mismo, ocupa gran parte del tiempo?

—Pues lo único que puede hacer el equilibrio es la organización, para de esta manera estar en posibilidades de atender tus asuntos profesionales y a la vez los de carácter personal. Entonces, por ejemplo, los fines de semana los tengo completamente dedicados a llevar a cabo actividades con mi familia y mis amigos.♥



**LOS ARCOS**<sup>®</sup>  
RESTAURANT

*La Mejor Cocina de Mariscos  
de la Costa del Pacífico<sup>®</sup>*

**Culiacán • Mazatlán • Tijuana • Mexicali • Cd. Juárez  
Guadalajara • Cd. de México • Monterrey • Toluca • San Diego (USA)**



# Morales Banuet & Asociados

## Un equipo de profesionales

La continua actualización jurídica y tecnológica le han proporcionado los recursos necesarios para resolver oportunamente los asuntos jurídicos que se le confían.



Licenciados José Benutto Montemayor,  
Roger Morales Banuet y Rosybel Valdés Valerio

**B**ringar servicios legales en forma oportuna y profesional mediante la disposición de conocimientos y experiencia, es el principal objetivo de Morales Banuet & Asociados, SC, una firma que cuenta con más de 25 años de labor en el área jurídica.

Desde su fundación, Morales Banuet & Asociados ofrece a sus clientes representación y asesoría legal adecuada para la conducción exitosa de negocios, tanto en México como en el extranjero; así como asesoramiento jurídico oportuno en la resolución de los asuntos encomendados, motivo por el cual sus integrantes se mantienen en continua actualización jurídica y tecnológica. Además, desde el año 2008 es miembro de Globalaw, "The International Law Group".

Sus servicios profesionales en el área de litigio se han sustentado en años de experiencia con importantes casos en derecho civil, mercantil, sucesorio, penal, corporativo, bancario, administrativo (telecomunicaciones, ambiental y urbano), internacional privado y juicios de amparo. Morales Banuet & Asociados se caracteriza por ser una firma coherente, estable y altamente efectiva; lo integran abogados con la preparación y cualidades necesarias para conseguir los objetivos trazados. Su equipo de profesionales posee una filosofía de servicio fundada en principios de ética y eficacia, con el propósito de proteger y asegurar el continuo desarrollo de toda empresa y sus transacciones.

Llevar asuntos de clientes cuya presencia en la industria es altamente significativa, ha refinado la capacidad del bufete para reunir maestría y experiencia, respondiendo más rápida y efectivamente a las necesidades de los clientes, con los resultados esperados, brindando asesoramiento jurídico oportuno y solución a los asuntos que le son confiados.♥

## U CURRÍCULUM

**DESPACHO:** Morales Banuet & Asociados, SC

**SOCIO FUNDADOR:** Roger E. Morales Banuet

**PLANTILLA:** un socio y cinco asociados

**CLIENTES RELEVANTES:** Destacan industrias relacionados con telecomunicaciones, construcción, farmacéutica y bienes raíces, entre otras

**CASOS MÁS IMPORTANTES:** Diversos asuntos relacionados con las materias en que se desempeñan

**SERVICIOS EXTRAS:** Asesoría nacional e internacional



### INFO

Edificio Moll del Valle  
Calzada del Valle 400 ote. piso 9. despachos 916-917  
66220 Garza García, Nuevo León  
Tel. (81) 8004-2222 y 1522-0750 al 52  
E-mail [contacto@moralesbanuet.com.mx](mailto:contacto@moralesbanuet.com.mx)  
[www.moralesbanuet.com.mx](http://www.moralesbanuet.com.mx)



Socios de Martínez Arrieta, Abogados

# Martínez Arrieta,

Especialistas en proveer soluciones de litigio

Este despacho combina experiencia y creatividad, ofreciendo las mejores soluciones a las problemáticas más complejas

**F**undada en 1978, Martínez Arrieta, Abogados es una firma de servicios legales que hoy cuenta con 33 abogados (cinco de ellos socios) y oficinas en Monterrey, ciudad de México y Los Cabos. Ha sido reconocida en diversas publicaciones como uno de los bufetes de abogados de más prestigio en la capital de Nuevo León, y uno de los 50 más importantes en México. Su perspectiva para el año 2015 es ubicarse entre los 10 primeros del país.

El socio Roberto Vega, detalla los factores que impulsaron el desarrollo del despacho a través de su historia: "En Martínez Arrieta vamos siempre un paso adelante, y continuamente estamos marcando pautas e innovando conceptos, procedimientos y alternativas de solución a los requerimientos de nuestros clientes. Por eso nos adaptamos de inmediato a los cambios y nuevas tendencias, con el objetivo de ofrecer servicios profesionales de vanguardia; nos hemos

expandido para atender litigios de alcance transnacional, pues continuamente participamos e interactuamos con abogados de otros países. Además, brindamos consultoría para dar forma a los proyectos y oportunidades de negocios del empresario".

Martínez Arrieta, Abogados siempre está en busca de superar las expectativas de sus clientes, escuchándolos con atención y comprendiendo sus necesidades, para responder a su confianza, construyendo relaciones de largo plazo, fundadas en la lealtad y retroalimentación recíprocas. Su equipo multidisciplinario, integrado por abogados especialistas en todas las ramas del Derecho, ofrece asesoría integral y perfectamente coordinada, para lo cual le han apostado a la preparación y educación continua de sus miembros, aplicando además rigurosos procesos de selección para los aspirantes a formar parte de la firma.

#### INFO

Av. San Jerónimo 999 Despacho 99 Torre Banamex Col. San Jerónimo 64640 Monterrey, NL  
Tel. (81) 8333-6767 Fax (81) 8333-9444 E-mail [admon@martinezarrieta.com](mailto:admon@martinezarrieta.com) [www.martinezarrieta.com](http://www.martinezarrieta.com)



Asociados de la División Corporativa, de izquierda a derecha: Agustín Villarreal de la Vega, Enrique García de la Garza, Rafael Muñoz Cantú y Humberto Loya Osuna

# Abogados

División Corporativo

Referente en Derecho Corporativo Financiero

Con 30 años como despacho líder en la rama del litigio, en 2002 Martínez Arrieta, Abogados emprendió la tarea de formar el mejor equipo de abogados corporativos para atender de forma integral las necesidades de sus clientes, para lo cual se incorporó el licenciado Enrique E. García de la Garza, egresado del ITESM, con maestría en The Law School at the University of Pennsylvania y la experiencia de haber trabajado en Shearman & Sterling, una de las firmas más prestigiadas del mundo, quien señala: "Asumí con gran responsabilidad la tarea de formar el área de Derecho Corporativo en el despacho. El éxito de nuestra práctica lo debemos al gran equipo de abogados que hemos formado y al apoyo incondicional de cada integrante de nuestra firma".

En siete años el área de Derecho Corporativo & Financiero del bufete se ha consolidado como una de las prácticas más importantes en México, ya que Martínez Arrieta, Abogados representa a fondos de inversión, bancos, empresas nacionales e internacionales en las ramas de alimentos, biotecnología, transformación, inmobiliaria y agroquímica, entre otras, y asesora a personas físicas en diferentes ramas del derecho, con especialización en planeación patrimonial.

Brindar servicios jurídicos de excelencia es lo que esta firma busca, basada en el orgullo de haber logrado reconocimiento como una de las mejores del país en todas las ramas del Derecho. Sin duda Martínez Arrieta, Abogados es uno de los despachos con mayor proyección a futuro; su equipo de abogados, investigadores y personal administrativo ha impulsado un crecimiento exponencial e ininterrumpido.

## CURRÍCULUM

**DESPACHO:** Martínez Arrieta, Abogados  
**SOCIO FUNDADOR:** Sergio T. Martínez Arrieta

**PLANTILLA:** 5 socios y 28 asociados  
**CLIENTES RELEVANTES:** ABA Seguros, Banregio, Constructora Maiz Mier e Industrias Ragasa; así como los grupos Protexa, Financiero Afirme y Ucalli

**CASOS MÁS IMPORTANTES:** Han sido materia de discusión en la Suprema Corte de Justicia e incluso en cortes federales de EU, constituyendo referencia obligada para otros asuntos

**AREAS DE EJERCICIO:** Mercantil, Civil, Familiar, Concursal, Amparo, Agrario, Penal, Fiscal, Laboral, Administrativo, Ambiental, Inmobiliario, Internacional y Corporativo, en todas sus subáreas de ejercicio





# Leal Isla & Horváth Abogados

## Un apellido de tradición en Monterrey

Una visión internacional adquirida por los integrantes de esta firma a través de estudios y actividad profesional en diversos países del mundo, se combina con la herencia de un apellido connotado en el ámbito local

Con más de 100 años de presencia continua en el medio jurídico de Nuevo León, el apellido Leal Isla continúa la tradición de grandes abogados, a la cual se le ha añadido el valor de la internacionalidad para crear el despacho Leal Isla & Horváth, S.C. actualmente integrado por Alejandro Leal Isla Macías, Carlos Leal Isla Garza, Zita Horváth, Rafael Ibarra Garza, Liliana González Flores y Mario Edmundo Farías Castillo, quienes conforman un equipo profesional con estudios de alto nivel en prestigiosas universidades europeas y experiencia en importantes instituciones de los sectores privado y público, que les permite prestar servicios de la mejor calidad en sus áreas de especialización.

Entre los servicios que ofrece Leal Isla & Horváth se encuentran: asesoría general en materia laboral, mercantil y de propiedad industrial; negociación y redacción de contratos nacionales e internacionales en materia civil, mercantil y laboral; derecho corporativo, incluyendo constitución, modificación y administración de la secretaría corporativa de sociedades mercantiles; litigio laboral, civil y mercantil; demandas de amparo; métodos alternos de solución de controversias (arbitraje comercial y mediación) y servicios migratorios especializados para extranjeros.

Cabe destacar que para Leal Isla & Horváth los clientes son el centro de su actividad, por lo que enfocan todos sus conocimientos y esfuerzos en otorgarles el mejor servicio con la mejor calidad. Conscientes del compromiso que esto representa, desempeñan su profesión con un alto nivel de responsabilidad y entusiasmo.♥

## U CURRÍCULUM

**DESPACHO:** Leal Isla & Horváth S.C.

**SOCIOS FUNDADORES:** Alejandro Leal Isla Macías, Carlos G. Leal-Isla Garza y Zita Horváth

**PLANTILLA:** ocho miembros

**CLIENTES RELEVANTES:** Sectores industrial, comercial y de servicios de México, Estados Unidos, Europa y Asia

**CASOS MÁS IMPORTANTES:** Distintos asuntos relacionados con las materias en que se desempeñan

**SERVICIOS EXTRAS:** Asesoría en los idiomas español, inglés, francés, alemán, italiano y húngaro



### INFO

Blvd. Díaz Ordaz 140 Torre II, Piso 20, Col. Santa María  
64650 Monterrey, Nuevo León  
Tel. (81) 8865-4385  
E-mail: [info@lealislacom.mx](mailto:info@lealislacom.mx)  
[www.lealislacom.mx](http://www.lealislacom.mx)



# De Hoyos Koloffon & Asociados

## Una firma de primer nivel

Proporcionar asesoría jurídica precisa y bien fundamentada, así como brindar soluciones innovadoras y competitivas a sus clientes es la prioridad de este despacho.



De pie, de izquierda a derecha: Bárbara Humphrey Marín, Leticia Toro Cruz, Teresa Koloffon y López, Veronica Ruiseco Maldonado y Lorena Osuna de la Garza Sentados, de izquierda a derecha: Héctor M. de Hoyos Koloffon y Gilberto P. de Hoyos Koloffon

**D**e Hoyos Koloffon & Asociados (DHK) fue fundado en el año 2002, en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, y proporciona servicios legales especializados en materia de Propiedad Intelectual en México y el extranjero: asesoría en registros y protección de marcas, patentes, derechos de autor, derechos conexos, nombres de dominio, licencias, cesiones de derechos, competencia desleal y litigios relacionados, tanto para clientes nacionales como internacionales, establecidos en las más importantes ciudades del país.

La firma está integrada por un equipo de primer nivel, que cuenta con el apoyo y soporte de abogados de gran experiencia y renombre, características que hacen a este bufete único en su género. DHK ha creado una sólida red de asociaciones profesionales y corresponsalías especializadas en propiedad intelectual, en México y el mundo. En el ámbito internacional la red del despacho incluye bufetes de Europa, Estados Unidos, Canadá, Japón, China, Australia, África, India y Sudamérica, por mencionar algunos.

DHK cuenta con abogados y asesores técnicos 100% bilingües y egresados de las mejores universidades de México, Europa y Estados Unidos, quienes asimismo poseen experiencia laboral en el extranjero, lo que les otorga un nivel de *expertise* superior cuando se trata de asuntos internacionales en propiedad intelectual.

La prioridad de DHK es proporcionar asesoría jurídica precisa y bien fundamentada, así como brindar soluciones innovadoras y competitivas a sus clientes. Actualmente participa de manera activa en diversas asociaciones nacionales y globales.♥

## U CURRÍCULUM

**DESPACHO:** De Hoyos Koloffon & Asociados

**SOCIO FUNDADOR:** Gilberto P. De Hoyos Koloffon

**PLANTILLA:** dos socios y cinco asociados

**CLIENTES RELEVANTES:** Empresas nacionales e internacionales, bancos, gobiernos, universidades, PYMES y farmacéuticas

**CASOS MÁS IMPORTANTES:** Demanda de infringingimiento de marca y competencia desleal, en contra de una compañía transnacional, en representación de un conocido grupo industrial regiomontano

**SERVICIOS EXTRAS:** Cuenta con una red de corresponsalías a nivel nacional e internacional; asuntos ante COFEPRIS, PROFECO y SEGOB



### INFO

Padre Mier 1557 pte. Col. Obispado  
64060 Monterrey, NL

Tel. (81) 8340-2525 Fax (81) 8340-2555

info@dehoyoskoloffon.com

www.dehoyoskoloffon.com



Garza Durán

Nueva generación de abogados

Un despacho jurídico orientado a los negocios, que proporciona asesoría legal en las áreas de Derecho Corporativo, Financiero y Comercial



Con oficinas localizadas en la ciudad de Monterrey, la misión de Garza Durán es ofrecer servicios legales de gran calidad y con los mayores estándares éticos. Integran la firma una nueva generación de abogados altamente calificados, que cuentan con más de diez años de experiencia en el ámbito de su especialidad. Esta firma se distingue por su enfoque práctico de negocios y su orientación a comprender y atender las necesidades de sus clientes.

Los socios de Garza Durán, Fernando Durán-Platt y Sergio A. Garza-Corona, realizaron estudios de posgrado en las universidades de Nueva York y Georgetown, respectivamente, por lo que su conocimiento del marco jurídico que rige las transacciones en el ámbito nacional e internacional es cabal, por ello sus clientes incluyen individuos, empresas de reciente creación y grandes compañías públicas y privadas, nacionales y extranjeras, involucradas en una variedad de industrias, que abarcan, por ejemplo, telecomunicaciones, entretenimiento y manufactura.

La práctica legal de esta firma comprende derecho corporativo, financiamientos, fusiones y adquisiciones, inversiones de capital, asociaciones estratégicas y coinversiones, contratos comerciales, propiedad intelectual, inversión extranjera, comercio internacional, derecho aeronáutico y telecomunicaciones.♥

## U CURRÍCULUM

### FERNANDO DURÁN-PLATT

**-PREPARACIÓN ACADÉMICA:** Licenciatura en Derecho, Universidad de Monterrey, 1997 y Maestría en Derecho Corporativo, New York University, 2003.

**-ADMISIONES:** México, 1999 y Nueva York, 2005.

**-ESPECIALIZACIÓN:** Derecho corporativo, contratos comerciales, fusiones y adquisiciones, financiamientos, inversiones, *joint ventures*, propiedad intelectual y telecomunicaciones.

**-IDIOMAS:** Español e Inglés.

### SERGIO A. GARZA-CORONA

**-PREPARACIÓN ACADÉMICA:** Licenciatura en Derecho, Facultad Libre de Derecho de Monterrey, 1999 y Maestría en Derecho Internacional, Georgetown University (Washington, DC), 2003.

**-ADMISIONES:** México, 2000.

**-ESPECIALIZACIÓN:** Derecho corporativo, fusiones y adquisiciones, contratos comerciales, *joint ventures*, propiedad intelectual y derecho aeronáutico.

**-IDIOMAS:** Español e Inglés.



Socios de Garza Durán

INFO  
Equus Torre Norte piso 6  
Av. Ricardo Margáin 444  
Valle del Campestre  
66265 San Pedro Garza García, NL  
Tel. (81) 4780-2100  
E-mail [info@garzaduran.com](mailto:info@garzaduran.com)  
[www.garzaduran.com](http://www.garzaduran.com)



# Flores Abogados

## Presencia reconocida

Sus corresponsalías con otras firmas de abogados en diversas ciudades del país y del extranjero les permite proporcionar un servicio integrado y completo.



Licenciados Mario N. Flores Saldivar  
y Javier Enrique Flores Saldivar

Esta firma de abogados tiene sus orígenes en 1946, cuando el licenciado Mario N. Flores Treviño (finado) comenzó a ejercer la profesión de abogado. En la actualidad los hijos del fundador, en compañía de un grupo de profesionales del Derecho ejercen la abogacía principalmente en el área laboral, en representación de empresarios y patrones, así como en las ramas mercantil, civil, familiar y penal, tanto en la defensa de los acusados como en la representación de los sujetos pasivos de las conductas delictivas.

Además, Flores Abogados posee una presencia reconocida dentro del Foro de Abogados y Autoridades Judiciales y Administrativas del estado de Nuevo León, lo cual les permite brindar un servicio profesional serio, honesto y competitivo.

Aún y cuando su reconocimiento se encuentra basado en el área de litigio en las diversas ramas del Derecho de esta entidad federativa, poseen corresponsalia con otras firmas de abogados en diversas ciudades de la República Mexicana y el extranjero, hecho que los coloca en la posibilidad de proporcionar un servicio integrado y completo.

Dentro de la innumerable clientela con la que cuenta Flores Abogados, se pueden mencionar empresas y distintos particulares, quienes constatan la calidad del servicio que ofrece y todas las ventajas de recibir su asesoría. ♦

## U CURRÍCULUM

**DESPACHO:** Flores Abogados

**SOCIO FUNDADOR:** Mario N. Flores Treviño

**CLIENTES RELEVANTES:** Grupos Galería y Garza Ponce, Daltile de México, SA de CV, Mega Alimentos, Inmobiliaria Garza Pequeño, Cartón y Papel del Huajuco, SA de CV

**CASOS MÁS IMPORTANTES:** Asuntos de ámbitos transaccionales, de litigio y asesoría operativa jurídica y fiscal

**SERVICIOS EXTRAS:** Destacan asuntos relacionados con las ramas del Derecho que maneja



Daniel Zambrano 528  
Col. Chepevera  
64030 Monterrey, NL

Tels. y Fax: (81) 8347-2160, 8347-2163, 8346-0071 y 1133-9536  
E-mail: jfloresabogados@hotmail.com  
mario\_n\_flores@yahoo.com.mx



García-Corral,  
Rodríguez y Asociados  
Experiencia internacional

Su misión es proveer servicios personalizados de la más alta calidad profesional. Sus abogados se esmeran en poseer un conocimiento profundo del negocio de sus clientes y atenderlos de manera expedita, siendo accesibles a sus necesidades para mantenerlos bien informados de los progresos en sus asuntos y evitar o reducir al máximo posible los gastos de litigio recomendando medidas preventivas o métodos alternativos de resolución de controversias.

El éxito de García-Corral Rodríguez y Asociados, SC, puede apreciarse a través de los siguientes hechos: muchos de sus clientes actuales han permanecido con la firma desde su fundación, el despacho es recomendado con frecuencia por otros abogados debido a sus conocimientos en el manejo de asuntos especialmente complicados, voluminosos o confidenciales, apoyándose igualmente en ellos cuando la materia del asunto es de su especialidad. Entre sus clientes, el bufete cuenta a muchas sociedades financieras y empresas de gran tamaño, tanto nacionales como extranjeras, en litigios y transacciones de considerable monto.

Debido a que algunos de los socios del despacho han trabajado por largos periodos en firmas extranjeras, García-Corral Rodríguez y Asociados, SC posee los recursos para brindar asesoría sobre las idiosincrasias de diferentes culturas, lo cual es especialmente válido en el trato con Estados Unidos y Canadá. Su experiencia en asuntos internacionales demuestra la igualdad de importancia en conocer las leyes extranjeras, y la cultura y costumbres de cada nación.

García-Corral Rodríguez y Asociados, SC, se especializa en: transacciones comerciales, derecho inmobiliario, contratos comerciales, fideicomisos, fusiones, adquisiciones, reestructuras corporativas y desinversiones, servicios legales de secretaría corporativa, migratorio, administrativo, desarrollo urbano, franquicias, propiedad intelectual y litigio en todas estas áreas. ♦

## U CURRÍCULUM

**DESPACHO:** García-Corral, Rodríguez y Asociados, SC

**SOCIO FUNDADOR:** Hernán García-Corral Ferrigno y Jaime Rodríguez Arévalo

**PLANTILLA:** 4 socios y 4 asociados

**CLIENTES RELEVANTES:** CARZA, Baker Performance Chemicals Inc., inmobiliarias del valle de Mitras y El Barrial, Graves Dougherty Hearon and Moody y Oneida of New York

**CASOS MÁS IMPORTANTES:** Sentencia favorable en EU bajo la ley RICO federal, primera denuncia en México por tráfico con recursos de procedencia ilícita y obtención de daños punitivos por uso no autorizado de marca registrada

**SERVICIOS EXTRAS:** Asesoría nacional e internacional



### INFO

Calzada del Valle 412 pte.  
66220 San Pedro Garza García, NL  
Tel. (81) 8338-7358  
Fax (81) 8192-0132  
E-mail info@gcr.com.mx



# Quintanilla y Bartoni Abogados

## Una verdadera promesa

Considerado un despacho con gran enfoque, que ha logrado posicionarse dentro del mercado de la asesoría jurídica de excelencia.



Arriba, de izquierda a derecha: Rodrigo Arellano Almaguer y Héctor Quintanilla Villarreal  
Abajo, de izquierda a derecha: Javier Bortoni Canales y Noé Quintanilla Villarreal (socios)

**Q**uintanilla y Bortoni Abogados fue fundado en el año 2003 por sus actuales socios, Noé Quintanilla y Javier Bortoni, con el ánimo de brindar asesoría jurídica especializada en el área de litigio mercantil, civil, administrativo y penal patrimonial, así como en lo relativo al Derecho Corporativo e Inmobiliario.

Este despacho tiene totalmente claro que hoy en día las necesidades del mercado exigen especialización y sobre todo, un servicio de calidad que se distinga de la práctica tradicional, logrando con esta visión un lugar en el foro en que se encuentran los principales empresarios de la capital nueva-leonesa.

Durante su evolución, Quintanilla y Bortoni Abogados ha centrado sus esfuerzos en el mejoramiento continuo y la constante preparación profesional, elementos que le han permitido formar parte de múltiples negocios y litigios trascendentes, que ahora lo llevan a representar una verdadera promesa que pretende asegurar su permanencia desempeñando con alto nivel el ejercicio de la profesión.▼

## U CURRÍCULUM

**DESPACHO:** Quintanilla y Bortoni Abogados

**SOCIOS FUNDADORES:** Noé Quintanilla y Javier Bortoni

**PLANTILLA:** Dos socios y tres asociados

**CLIENTES RELEVANTES:** Reconocidas empresas relacionadas con el desarrollo inmobiliario industrial, generación y comercialización de energéticos y derivados, productoras de tecnología innovadora, así como sociedades ligadas con la exportación de productos e insumos, entre otros

**CASOS IMPORTANTES:** Participación constante en litigios concernientes a las materias de su especialidad, así como asesoramiento y ejecución de operaciones de coinversión y adquisición de sociedades nacionales y extranjeras.



### INFO

Avenida Manuel Gómez Morín 911  
Plaza Las Palmas, despacho 24  
Col. Del Valle

66220 San Pedro Garza García, NL  
Tel. (81) 8356-7451

E-mail contacto@quintanillaybortoni.com



# Raigosa Consultores

Innovando Servicios Legales

Uno de los despachos jóvenes con mayor crecimiento en Monterrey.

**R**aigosa Consultores nació en Monterrey hace casi cinco años, para integrar un equipo de profesionales del Derecho, honestos, innovadores y prácticos, que brinden certeza jurídica a sus clientes, asegurando rapidez de respuesta, disponibilidad absoluta y honorarios altamente competitivos. Los empresarios requieren abogados corporativos que se sumen a su equipo de trabajo para el avance de sus proyectos, por ello la misión de RC es ayudar a sus clientes en el crecimiento de sus negocios, con servicios legales otorgados con flexibilidad, confiabilidad y un enfoque práctico.

RC se especializa en servicios corporativos para empresas y personas físicas. Su cartera de clientes incluye compañías extranjeras y

multinacionales, pero desde sus inicios ha representado también a negocios, empresarios y emprendedores locales, reforzando así su compromiso de crecer junto con sus clientes.

Entre las áreas que ofrece destacan asesoría en la elaboración y negociación de todo tipo de contratos, fideicomisos, fusiones y adquisiciones, auditorías legales, constitución de sociedades, disoluciones y liquidaciones, derecho inmobiliario, minería, inversión extranjera, licitaciones, planeación patrimonial y registro de marcas. Integran su equipo diez profesionales jóvenes, comprometidos y con estudios y/o experiencia laboral en el extranjero. Tiene alianzas estratégicas con despachos nacionales y extranjeros para brindar una asesoría integral a nivel global. ♦

## INFO

Río de la Plata 309 ote. 3er. piso Col. del Valle 66220 San Pedro Garza García, NL  
Tel. (81) 8378-4470 E-mail info@raigosaconsultores.com www.raigosaconsultores.com

## U CURRÍCULUM

**DESPACHO:** Raigosa Consultores  
**SOCIO FUNDADOR:** Juan Pablo Raigosa T.

**PLANTILLA:** 10 profesionales

**CLIENTES RELEVANTES:** Seahawk Drilling, Verzatec, Whirlpool México, Xignux, Pinturas Osel, Ice Industries, ADS Mexicana, Grupo Kuo, Pride International, SysOp Internet y Grande Minerals and Resources, entre otros

**CASOS MÁS IMPORTANTES:** Reestructuras corporativas, operaciones hoteleras y apoyo a inversionistas extranjeros

**SERVICIOS EXTRAS:** Alianza con Directum Traductores (www.directum.com.mx)





Lic. Sergio Elías Gutiérrez Domínguez

# Notaría Pública 104

Profesionalismo jurídico

Unión de experiencia y juventud basada en la constante actualización y el sentido de responsabilidad con sus clientes.

La Notaría Pública 104 comenzó sus funciones a principios de los 90, teniendo como titular al licenciado Sergio Elías Gutiérrez Salazar, quien estuvo al frente de la misma por 18 años. En diciembre de 2008 se nombró como titular al licenciado Sergio Elías Gutiérrez Domínguez, quien a sus 33 años se convirtió en el notario más joven de Nuevo León, respaldado por más de una década de experiencia en el ámbito del Derecho Notarial.

Para esta Notaría cada cliente y caso es igualmente relevante, pues para quienes buscan los servicios que ofrece, su asunto notarial es de vital importancia, y desde esa perspectiva son atendidos.

La constante actualización es una de las ca-

racterísticas de la Notaría Pública 104, ya que en la labor que desempeñan sus integrantes es un requerimiento encontrarse totalmente empapados de las diferentes áreas del Derecho, considerando que se especializan sobre todo en el ámbito inmobiliario, apoyando a los desarrolladores desde el inicio de sus proyectos.

Además de lo anterior, esta Notaría brinda en todo momento y a todos sus clientes una atención personalizada, con una actitud de entregarse al 100% a su labor, y con la experiencia que más de 18 años le ha dado, elementos que le permiten otorgar a cada caso el plus que la profesión jurídica debe incluir y sus clientes se merecen.♥

## CURRÍCULUM

**NOTARIO:** Licenciado Sergio Elías Gutiérrez Domínguez

**PLANTILLA:** 28 personas

**ESPECIALIZACIÓN:** Inmobiliaria

**TRÁMITES MENSUALES:** Varía, destacando el periodo enero-julio con alrededor de mil 350 escrituras públicas, más las actas fuera de protocolo

**-INNOVACIÓN Y EFICIENCIA:** Implementación de sistemas en cumplimiento con los requisitos ISO, para el estricto control de los trámites de cada cliente



### INFO

20 de Noviembre 500 Sur Col. María Luisa 64040 Monterrey, NL  
Tel. y Fax (81) 8343-3000 [www.notaria104.com.mx](http://www.notaria104.com.mx)



# Branding, cuidando la marca

Por Marcelo Barreiro

## Un abogado por favor

Cuando se trabaja en mercadotecnia, llueven las ideas, propuestas y ganas de hacer cosas diferentes. Además de que todos quieren venderte algo para tu producto o marca, la tentación por desarrollar acciones diferentes, creativas y trascender produce una alerta permanente, donde como líder es necesario desarrollar la virtud de la objetividad y el análisis en equipo. Es entonces donde un buen estudio jurídico o un abogado especialista se tornan indispensables para sopesar las posibles consecuencias de cada acción, especialmente en industrias muy controladas en cuanto a publicidad y promoción, las herramientas que más tentación a innovar producen en un *product manager*. Sin ser esclavos ni limitar la innovación, no deberían implementarse acciones de comunicación sin la aprobación de nuestros abogados, ya que un error legal puede impactar en la construcción de marca haciéndonos retroceder años y cambiando el foco de nuestra estrategia.

## La auditoría de marca

Mientras llevamos adelante el posicionamiento de la marca, debemos identificar con claridad las fuentes de valor y cómo las estamos tratando. Toda marca que se posiciona y logra relevancia y reconocimiento, sin duda cuenta con fuentes que producen ese valor y están

claras en la mente de sus consumidores. La primera consigna es identificarlas, porque suele suceder que esos "lazos" nacen de forma espontánea y no necesariamente los ha impuesto la mercadotecnia aplicada.

La investigación cualitativa ayuda a esa identificación, pero el siguiente paso es establecer un plan de auditoría de mediano a largo plazo, para asegurar que los valores se mantienen inalterables y no estamos haciendo un uso incorrecto de ellos desde la perspectiva de los consumidores. En definitiva es una evaluación de la salud de la marca y para hacerla correcta y completamente, hay que determinar un inventario de marca, es decir, de todas sus fuentes de valor identificadas, especialmente los productos y las promociones de terceros, y estudiar paralelamente al consumidor en relación con cada uno de ellos.

Con frecuencia vemos promociones entre megamarcas muy diferentes, donde tal vez no se aprecia que exista una correlación entre los valores de unas y otras, parece una acción interesante de mercadotecnia, sin embargo puede generar una reacción adversa en los consumidores de una u otra marca o hasta ambas, por afectar alguna fuente de valor.

## Armando un equipo urgente

El caso Disney publicado por *Harvard Bu-*

*siness Review* en el artículo "The brand report card", desarrollado por Kevin Lane Keller hace algunos años, es un buen ejemplo de la importancia de contar con equipos de valor de marca encargados de manejar adecuadamente las franquicias, licencias y explotación por terceros. Estos equipos deben estudiar cada opción y evaluar si esos contratos tendrán un impacto favorable para la marca, si afectarán o no las fuentes de valor y deberán establecer las condiciones seguras para esas alianzas. Son equipos interdisciplinarios donde una vez más, necesitamos *players* especializados en cuestiones legales, además de los tradicionales perfiles de mercadotecnia, logrando así las mejores condiciones en cada contrato para la marca.

Disney, como explica Keller, descubrió la sobreexplotación de sus principales figuras en promociones con otras marcas líderes y el desagrado de sus seguidores de ver a sus iconos de la infancia expuestos con jabones en polvo, combos de hamburguesas y otras promociones que degradaban la estatura de esos personajes. La auditoría y los equipos de valor resolvieron el problema y construyeron una manera de operar que contribuyó al crecimiento sano de la marca, siendo éste uno de los aspectos claves en la gestión de una marca exitosa. ♦

### DATOS DEL COLABORADOR

Marcelo Barreiro es Director del GPO Vallas Monterrey. Miembro de Internacional Advertising Association. Especialista en marketing, branding y publicidad. Docente de la UANL y el CEDIM. Ex Director de la carrera de Publicidad en la UADE y Gerente de Marketing, e-banking para Bansud&Banamex (Argentina). Licenciado en Publicidad (UADE), con posgrado en e-business (UP). Jurado de Interad Global (IAA) y Presidente del Jurado de selección La Silla Fest 2008. [editorial@playersoflife.com](mailto:editorial@playersoflife.com)

# Arriba Impactas Más, Arriba Vendes **Más.**

 **eme.pe.**<sup>®</sup>  
Enfatiza tu Marca.

**” Haz que tu Negocio **Suba.**** 

Puentes y Panorámicos  
Monterrey | Guadalupe | Reynosa

Edisón 1120 Nte., Col. Talleres,  
Monterrey, N.L., México  
C.P. 64480

T. +52 (81) 8333.8817  
+52 (81) 8333.9677  
F. +52 (81) 8333.2491

[www.emepeweb.com](http://www.emepeweb.com)  
[contacto@emepeweb.com](mailto:contacto@emepeweb.com)  
**Enfatizamos tu Marca.**

# Certidumbre

## Realidad jurídica de la franquicia



“Es más fácil cambiar las leyes que las mentalidades y las inercias”.  
Francisco Fernández Ordóñez



**Ing. René Díaz Domínguez**  
Socio Director Gallastegui  
Armella Franquicias

En la historia de la franquicia han existido diversas modificaciones para definir mejor la relación entre las partes y proteger sus legítimos intereses. En el 2006 apareció en el Diario Oficial de la Federación el decreto de reforma y adición de diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial, esfuerzo jurídico para darle mayor certidumbre a la franquicia, con mecanismos de regulación al modelo. A continuación se enuncian brevemente las principales modificaciones contempladas en la reforma:

- El objeto de la ley es establecer las condiciones de seguridad jurídica entre las partes que participan en una franquicia, garantizando un trato no discriminatorio entre los franquiciatarios de una misma marca.

- Ratifica la definición de franquicia, agregando que su otorgamiento deberá constar por escrito: “Existirá franquicia, cuando con licencia de uso de una marca, otorgada por escrito, se transmitan conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica, para que la persona a quien se le concede produzca o venda bienes y preste servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos señalados por el titular de la marca, tendiente a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que ésta distingue.”

- La Circular de Oferta de Franquicia debe entregarse con un mínimo de 30 días de anticipación y su falta de veracidad puede ser sancionada con la nulidad del contrato y el pago de los daños y perjuicios ocasionados.

- Implementación de un contenido mínimo para el contrato de franquicia, que contempla: a) Zona geográfica de operación, b) Determinación de dimensiones y características de la inversión en infraestructura del establecimiento, c) Políticas de mercadotecnia y publicidad, y disposiciones respecto proveedores, d) Políticas de reembolsos, financiamientos y contraprestaciones, e) Criterios relativos a márgenes de utilidad y comisiones de los franquiciatarios, f) Características de la capacitación técnica y operativa del personal del franquiciatario y métodos utilizados por el franquiciante para prestar asistencia técnica, g) Criterios y métodos de supervisión, información y evaluación del desempeño de ambas partes, h) Términos y condiciones en que el franquiciatario puede subfranquiciar, cuando sea el caso, i) Causales para la terminación del contrato y j) Supuestos en que procede la revisión del contrato.

- Las reformas dejan muy claro que el franquiciante puede tener injerencia en la operación del franquiciatario para garantizar los estándares de la franquicia; asimismo,

el franquiciante puede intervenir aprobando o no cualquier transmisión de la titularidad que de la franquicia pretenda llevar a cabo el franquiciatario.

- Uno de los aspectos más importantes de la reforma consiste en la obligación del franquiciatario de guardar absoluta confidencialidad sobre la información que haya recibido, obligación que debe cumplir durante la vigencia del contrato y aún después de que concluya.

- Por último, resulta trascendente que se considere como infracción administrativa en los términos de la ley el hecho de “usurpar o piratear” la imagen comercial de un establecimiento franquiciado, lo cual reviste suma relevancia, pues hoy en día hay casos donde negocios competidores directos usan elementos gráficos, de imagen o publicidad, que pueden confundir al cliente haciéndole creer que su unidad pertenece o se deriva de un concepto exitoso, con el cual no hay relación alguna.

Es indudable que después de que la franquicia nació a la vida jurídica (27 de junio de 1991), se hacía necesaria una reforma que contribuyera a su consolidación y fortalecimiento, otorgando una mayor seguridad jurídica, “certidumbre y confiabilidad” a quienes intervienen en esta figura comercial, motor de crecimiento y bienestar.♥

### DATOS DEL COLABORADOR

René Díaz es Ingeniero Industrial (UIA), Maestro en Administración de Empresas (ITESM) y Alta Dirección de Empresas (IPADE). Director General de Asesoría y Consultoría en Franquicias, SC y Socio de Orbere Consulting, SA de CV y Dire & Asociados, SC, entre otras. [editorial@playersoflife.com](mailto:editorial@playersoflife.com)

**FERJUARISTI**  
ROCKSTAR WEDDING PHOTOGRAPHER



SITE

[FERJUARISTI.COM](http://FERJUARISTI.COM)

BLOG

[FERJUARISTIBLOG.COM](http://FERJUARISTIBLOG.COM)

MAIL

[INFO@FERJUARISTI.COM](mailto:INFO@FERJUARISTI.COM)

# Las oficinas que nos tocaron vivir...



Por Arq. Alfredo Peraza

Cuando pensamos en oficinas o espacios de trabajo, nos viene a la mente el esquema jerárquico piramidal que reinó durante décadas, cuyo ordenamiento de espacios dependía del puesto dentro del organigrama de la empresa. Entre más abajo del esquema, menos espacio o beneficios de infraestructura, lo cual evidenciaba que el jefe de la compañía estaba en la oficina más grande, con muebles finos y decoración saturada. Pero al pasar los años la estructura de las empresas y la forma de hacer negocios cambiaron, modificándose también la manera de diseñar los espacios laborales.

Las variantes sustanciales en los esquemas de trabajo se han reflejado en el contexto inmediato, pues de no ser así podrían representar una barrera en el rendimiento y productividad de la organización. Esto nos lleva al análisis de los sitios de trabajo hoy en día. Cada actividad o giro tiene sus necesidades y requerimientos específicos, pero hay ciertos nuevos patrones, lejanos del esquema antes descrito.

El actual espacio de trabajo es totalmente abierto, de ser posible en una planta libre subdividida con módulos fácilmente redistribuibles según se ofrezca. Recordemos la



frase célebre de la Bauhaus en la Alemania de los años 30, cuando reinaba el modernismo: "La forma sigue a la función". En estos casos la funcionalidad cobra vital importancia por y para conceptos de eficiencia, evitar tiempos muertos y elevar la productividad.

## Factores en el análisis de las oficinas actuales

**Luz.** A veces se deja en segundo término por la facilidad de suplir la luz natural con la artificial, olvidando la ventaja de un buen balance entre ambas por los ahorros energéticos y calidad del espacio de trabajo. Debido a su actividad algunas compañías requieren poca luz para evitar el deslumbramiento con monitores o el calentamiento del espacio interior, pero la verdadera ciencia está en la orientación, tamaño y características de las ventanas.

**Mobiliario.** Hace algunos años se basa en la ergonomía, que beneficia a quien lo utiliza, sin impedir o retrasar su rendimiento. Asimismo la tendencia al mobiliario sencillo o minimalista, sustituto de los fastuosos sillones o libreros, enfatiza siempre la función. La uniformidad en los muebles es tan importante como la equidad entre los espacios.

**Altura.** Parece un detalle menor, pero no considerarlo achica y oscurece los espacios, e impide colocar adecuaciones e instalaciones, como aire acondicionado y redes eléctricas y de comunicación, ocasionando con ello un gasto mayor para incorporarlos por el piso.

## ¿La forma sigue a la función?

La oficina donde desempeñamos nuestras labores es mucho más que cubículos y alfombras bien limpias: se trata de un espacio en que se desarrolla la creatividad, comunicación y servicio, entre muchas otras actividades de importancia.

**Imagen corporativa.** Por pequeña que sea una empresa debe cuidar la imagen de sus oficinas para lograr una coherencia integral, con un diseño interior, mobiliario, color, etcétera, que respalde su filosofía de trabajo e imagen ante clientes y proveedores.

**Instalaciones.** Hay un sinnúmero de equipamientos para acondicionar un espacio de trabajo (por ejemplo, sistemas de control de accesos, de ahorro de energía, de aire acondicionado y calefacción), dependiendo de las necesidades y capacidad de la compañía para incorporarlas, aminorando el impacto ambiental.

**Ubicación.** No siempre puede elegirse la idónea debió a factores externos, pero es importante considerar los que afectan a la planta de trabajadores. Por tanto, habrá que verificar los servicios de la zona, transporte público, estacionamientos y accesos.

Tomar en cuenta estos factores para conseguir un espacio laboral adecuado y propicio, es decisivo en el logro de ciertos objetivos, evitando la constante rotación de personal, mejorando la solución de problemas y la comunicación, y aumentando la productividad, porque es innegable que vivimos el espacio de nuestra oficina diariamente y lo que percibimos afecta nuestro comportamiento y desempeño. ♥

# TALLER ARTE & EMPRESA



## Arte y Empresa se combinan para Desarrollar la Creatividad e Innovación en el Siglo XXI

Los ejecutivos buscan alcanzar la competitividad en sus empresas y están desarrollando la creatividad y la innovación a través de la realización de actividades artísticas.

Cuando el lado izquierdo y el lado derecho del cerebro convergen surgen mejores ideas que dan valor agregado a los clientes y esto se logra través de la práctica de los talleres de creatividad.

En el Taller de Arte y Empresa se utilizan herramientas del arte como la pintura, la escultura y la música con el objetivo de abrir nuevos caminos que marcarán la diferencia entre los productos y servicios innovadores, generar ideas nuevas y crear oportunidades.

Estos talleres se imparten en la Escuela de Graduados en Administración y Dirección de Empresas del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (EGADE-ITESM) y se ofrecen a grupos y a empresas.



*"El taller, me permitió redescubrir lo fácil que puede ser reinventar la manera en la que hago las cosas en mi trabajo, y que puedan agregar valor que, al final de cuentas, es el principio por el cual una empresa como Whirlpool, así como muchas otras, están apostando en que su personal "piensen fuera de la caja"."*

Zinia Padilla

*Vive la experiencia de desarrollar tus sentidos a través del arte*

elizabeth  
welsh



01 (81) 8143 8326  
www.eliwelsh.com  
info@eliwelsh.com



# Reconocimientos **PLAYERS** 2009

**S**eguros de que en momentos y entornos complejos como el que hoy enfrentamos los mexicanos nuestros esfuerzos deben enfocarse en acciones que incidan positivamente para propiciar un cambio, vimos la oportunidad que representaba celebrar el segundo aniversario de PLAYERS of life poniendo en marcha una labor significativa en nuestra comunidad: la Fundación PLAYERS of life, cuyo objetivo es apoyar a quienes más lo necesitan, sumándonos a causas filantrópicas con mecanismos operativos bien definidos y considerando que la esencia de toda iniciativa de responsabilidad social incluye la convicción de involucrar a cada vez más personas para realizarla exitosamente.

Fue el pasado 28 de agosto que con esta finalidad en mente reunimos en una gala caracterizada por el glamour y la elegancia a grandes personalidades locales, amigos, colaboradores y clientes de nuestra casa editorial, quienes hicieron su

relevante aparición ingresando por la alfombra roja, para de manera entusiasta y solidaria formar parte de los objetivos de la Fundación al llevar a cabo su primera obra: reunir donativos en apoyo de Selíder, Red Cívica y Vifac, instituciones encaminadas a la labor filantrópica en distintos e importantes ámbitos.

Se recaudó un monto de 181 mil pesos, mismos que fueron entregados en el marco de este ambiente festivo al ingeniero Javier Prieto de la Fuente, señora Adriana Villarreal de Zavala y señor Salvador Benítez, representantes de las asociaciones civiles beneficiadas. Estamos muy satisfechos con este logro en común, razón por la que una vez más desde este espacio, reiteramos nuestro sincero agradecimiento a todos los asistentes y asimismo, con énfasis especial, a las empresas, instituciones y organismos que amablemente nos brindaron su patrocinio para reforzar e impulsar el deseo de generar recursos para esta noble causa. ♥

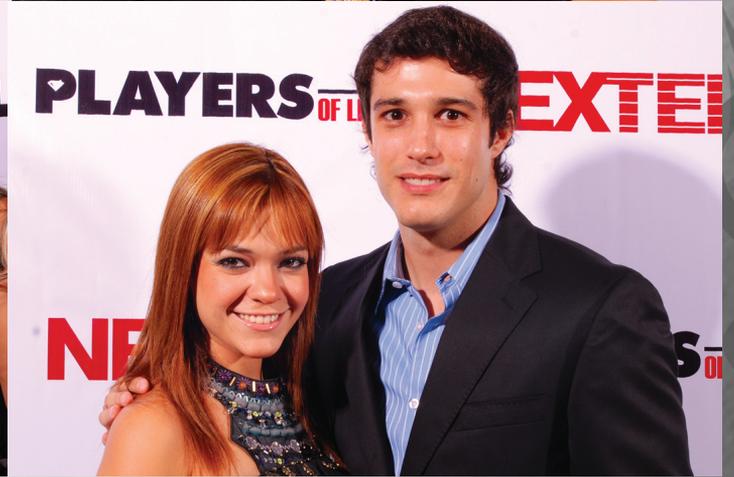


CHIVAS 12

NEXTEL













Gregorio Martínez Garza

Dentro del marco de festividad vivido la noche del segundo aniversario de PLAYERS of life, se contó con la presencia de diez personalidades a quienes se les rindió el homenaje denominado "10 en los 30". Se trató de hombres y mujeres exitosos que se encuentran en su tercera década de vida, y que gracias a su labor y esfuerzo, han logrado despuntar en el rubro en que se desempeñan empresarial o profesionalmente. El reconocimiento brindado es una escultura realizada por Boato Arte en Joyas, que consiste en una pieza elaborada en plata .925, latón y caoba, de estilo abstracto, que conceptualmente está ligada al conocimiento, primordial interés para un medio de comunicación, y la permanencia, que identifica a la trascendencia, fortaleza y estatus, características ligadas a PLAYERS of life. ▼



Sandra Zambrano Salas



Francisco Wolberg Casado



Gilberto Pablo de Hoyos Koloffon



Laura Cantú Elizondo



Juan García Sampayo



Agustín Landa Ruiloba



Felipe Mier Martínez



Raquel Santos Villarreal



Sr. Salvador Benítez



Sra. Adriana Villarreal de Zavala



Ing. Javier Prieto de la Fuente



Lic. Alejandro Martínez Filizola entregando la suma recaudada durante el evento



Lic. Viviana Mariscal en representación de Mario González de Grupo Modelo, haciendo entrega del donativo de esta empresa



Lic. Claudia de León representante de Fundación Nextel entregó la aportación donada a las instituciones beneficiadas



Sr. Raúl Quintero, ganador de un crucero a las Bahamas

# Fundación Nextel

En apoyo a los estudiantes

El pasado 21 de agosto en el Parque Fundidora, con la asistencia de un importante número de invitados, se llevó a cabo la firma del convenio entre Fundación Nextel y el Gobierno del Estado de Nuevo León para otorgar becas a estudiantes de bajos recursos con los mejores promedios.

El evento estuvo presidido por el Primer Mandatario Estatal Natividad González Parás, el Rector de la Universidad Autónoma de Nuevo León, ingeniero José Antonio González Treviño, Peter Foyo, Presidente y Director General de Nextel de México y Claudio X. González, Presidente de Fundación Televisa, quienes firmaron el documento como Amigos de Bécalos. ♥



Mensaje del Gobernador Natividad González



Omar Arwayo y Lisette Trepaud



Manuel Contreras y Eduardo Reding



Jorge Moreno y Fernando Gomez



Joselin Rivera y Cristina de la Rosa