

PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & LIFESTYLE



Claudia Martínez

5 EN LOS 30



Luis Duarte

E-MARKETING
Agencias creativas de México



Luis Treviño Chapa

Auge del E-COMMERCE



Mario A. Zambrano

LAS TI
que impactan los negocios



Valeria Guerra

OCTUBRE 2011 MONTERREY

\$40.00 MEX \$2.50 US \$3.50 CAN



emwa®

La marca de marcas

Matríz Valle 8335 0177

Galerías 8348 9007

Galerías Valle Oriente 8486 0108

Paseo San Pedro 8378 5349

Aeropuerto 1088 8431

Plaza Cumbres 1095 2825

México León Toluca Chihuahua

Guadalajara Querétaro Hermosillo Acapulco Mérida

www.emwa.com.mx



HUBLOT

GENEVE



⌚ **BIG BANG** ⌚

CAMEL CARAT 41mm

emwa

Joyeros desde 1949

Matriz Valle 83350177 / www.emwa.com.mx

Visítanos en la zona nueva de Cumbres: Mejor servicio y mejor precio



Lincoln MKZ 2012

EXTERIOR

- Motor DURATEC V6 de 3.5L de 263 hp (calibrado para gasolina Magna)
- Transmisión de 6 velocidades SelectShift (modo automático y manual)
- Sistema BLIS ayuda a monitorear los puntos ciegos por medio de una luz ámbar que parpadea en el espejo lateral cuando el MKZ detecta un vehículo a la derecha o izquierda
- Rines de 18" que equipan neumáticos para toda temporada, con clasificación de desempeño V. Además posibilitan un manejo excepcional bajo cualquier condición

INTERIOR

Equipado con el nuevo sistema Lincoln SYNC by Microsoft, que incluye:

- Pantalla de 8" Touch Screen de alta resolución
- GPS que contiene la cartografía más completa de México, Estados Unidos y Canadá
- Activación por comandos de voz
- Bluetooth para conexión de celular
- Reproductor de DVD, entrada USB y iPod
- JukeBox que almacena hasta 2,400 canciones aprox. (10 GB)



Mensualidad desde \$4,930 MXN
a 24 meses tasa 0%
con comisión por apertura gratis.

T. 80-73-60-00 www.lincolncumbres.com.mx

Transmisión Power Shift de 6 Velocidades

(Comodidad de transmisión automática y eficiencia de transmisión manual)

Mensualidad desde:
\$3,176.00

Gran Potencia y excelente rendimiento de Combustible

Motor 2.0 con 160 HP

Máxima Seguridad en todas sus versiones

6 Bolsas de Aire

Comodidad y Confort al estacionarte

Sistema AutoPark Asist - catalogo Z4B

CATALOGO Z4B



Focus 2012

T. 8158-1600 www.fordcumbres.mx

INTERIOR

-Bolsas de aire frontales, cinturones con pretensores y reguladores de fuerza, pedales colapsables, construcción TripleH y Sistema inmovilizador de motor.

-Sistema Antibloqueo en frenos y EBD.

-Motor 1.5, 4 cilindros, Transmisión: Manual / 5 velocidades y Automática / 4 velocidades

-Volante forrado en piel con controles de audio (AM/FM, CD'S, MP3)

-Aire acondicionado, seguros, vidrios y espejos eléctricos, Bluetooth e integración para iPod.

Precio desde \$179,900

Mazda Extended Warranty

Es un servicio con el que es posible extender la garantía de un vehículo Mazda al doble del tiempo regular, es decir la garantía con todo el respaldo Mazda en taller así como en Asistencia en el Camino llega hasta 6 años o 125,000 km (lo que ocurra primero).



T. 8073-0000 www.mazdacumbres.com.mx



Mazda 2 2012

| | | |
|---------------|--|------------|
| MANTENIMIENTO | 10,000 km. 30,000 km. 50,000 km. 70,000 km. 90,000 km. | \$695.00 |
| | 20,000 km. 60,000 km. | \$1,545.00 |
| | 40,000 km. 80,000 km. 100,000 km. | \$1,995.00 |



En esta ocasión nos pareció muy oportuno abordar un tema de vanguardia, como es el de e-mkt. La tecnología avanza muy rápido y cada vez más gente está conectada al internet a través de sus *smartphones* y *tablets*.

Aunque en todas las ediciones incluimos secciones relacionadas con estos dispositivos y medios de comunicación, este mes profundizamos más debido a la necesidad de que empresarios y ejecutivos tengan conocimiento de los avances y nuevas opciones, ya que estas herramientas se están convirtiendo en fundamentales para que las organizaciones sean más eficientes, cuidando siempre su uso correcto, para que no sea una distracción que nos impida ser más productivos.

Por otra parte, aprovechamos esta temática de progreso para presentar-

les a cinco jóvenes que viven la década de sus 30 años y prometen ser grandes líderes para México. Con los *baby boomers* a punto de retirarse, esta Generación X (nacidos entre los años 1970 y 1981), son quienes llevarán las riendas de nuestro país.

En la sección 5 en los 30, cada uno eligió una palabra que los caracteriza, sin embargo, el común denominador para todos es Éxito. Servir, Exigencia, Esfuerzo, Equilibrio y Transcendencia son característicos de un líder y es por eso que nuestros invitados, que también nos acompañan en portada, son una esperanza para una mejor y más competitiva nación.

Finalmente me despidió invitándolos a ingresar a nuestro renovado sitio web y a estar en contacto en Twitter y Facebook, donde además de mantenerse informados de las mejores entrevistas y columnas, pueden participar en nuestras dinámicas para ganar premios.♥

Arturo Villarreal Torres

@villarreal82

PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & LIFESTYLE

DIRECCIÓN GENERAL

Maurice Collier de la Marliere / Alejandro Martínez Filzola
e: maurice@grupomacom.com / e: alejandro.martinez@grupomacom.com
@AlexMtzfill

GERENCIA EDITORIAL REGIONAL

Mariana de los Ángeles Ramírez Estrada e: mariana.ramirez@grupomacom.com

GERENCIA CREATIVA REGIONAL

Mariana Serna e: mariana.serna@grupomacom.com

GERENCIA DE DISEÑO REGIONAL

José Martínez Borrego e: jose.martinez@grupomacom.com

GERENCIA CONTABLE REGIONAL

Mónica Álvarez Carrillo e: monica.alvarez@grupomacom.com

GERENCIA DE MARKETING REGIONAL

Mara Fajér Alonso e: mara.fajer@grupomacom.com

ASISTENTE DE MARKETING REGIONAL

Mónica Gallardo Gurrola e: monica.gallardo@grupomacom.com

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

EJECUTIVOS COMERCIALES

Nancy Villavicencio e: nancy.villavicencio@playersoflife.com
Judith Elizondo e: judith.elizondo@playersoflife.com
Rodrigo Buxade e: rodrigo.buxade@playersoflife.com
Ana Escalante e: ana.escalante@playersoflife.com

GERENTE EDITORIAL Ana Beatriz Priego e: ana.priego@playersoflife.com

GERENTE DE DISEÑO Adriana B. González e: adriana.gonzalez@playersoflife.com

ASISTENTE EDITORIAL Samantha Fematt e: samantha.fematt@playersoflife.com

ASISTENTE ADMINISTRATIVA Sharai Cortés e: sharai.cortes@playersoflife.com

RELACIONES PÚBLICAS Aldo Villarreal e: aldo.villarreal@playersoflife.com

FOTOGRAFÍA Mauricio Alanís y María Navarro

LOGÍSTICA Ricardo Vega Flores

FOTOGRAFÍA SOCIALES Francisco León

COLABORADORES

Héctor González / Marcelo Barreiro / Victor Soulé / Carlos Viesca / David Pérez / Tatiana Clouthier Press-Club Pfizer / Javier Prieto / Roberto Cabrera / René Díaz / Deyanira Flores / Carlos Padrón Gloria Guevara / Jorge Treviño Welsh / José Manuel Gómez Porchini / María de Lourdes Dieck Assad / Jorge López / Judith Hernández / Jacinto Faya / Israel Garza / Guillermo Ramos / Juan de Dios Apodaca / Jorge Fernández Amann / René Galacha / Marco A. López / Jaime García Seceñas / Karla González

VENTAS Y SUSCRIPCIONES ventas@playersoflife.com / suscripciones@playersoflife.com

TORREÓN Tels: (871) 192 34 34, (871) 192 47 67, (871) 228 00 30 y 31
Cizda. Cuauhtémoc No. 90 Col. Centro 27000 Torreón, Coahuila

MONTERREY Tels: (81) 1522 0536 / 37, (81) 1366 7961 y 1366 7991
IZA Business Center Plaza 02 Vasconcelos
Av. Vasconcelos 150 ote. Col. del Valle, San Pedro Garza García, NL

CHIHUAHUA Tel. (614) 200 37 08 / 09
Lateral Ortiz Mena 1607 2°Piso Colonia Residencial Campestre
31238 Chihuahua, Chihuahua

LEÓN Tels: (477) 293 8820 y 21
Blvd. Juan Alonso de Torres 2303 Col. Panorama, 37160 León, Guanajuato

REPRESENTACIÓN EN CANCÚN Tel: (998) 848 2271
Calle Crepusculo 2, Residencial Alborada, 77156 Cancún, Quintana Roo
Nadia González e: nadia.gonzalez@playersoflife.com

REPRESENTACIÓN EN SAN ANTONIO Tel. (210) 275 6933
16607 Blanco Rd Suite # 1104 San Antonio, Texas 78232
Alfredo Serna e: aserna@playersoflife.com

PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 5 No. 59. Fecha de publicación: 1 de octubre de 2011. Revista mensual, editada, publicada y distribuida por Grupo PLAYERS. Cizda. Cuauhtémoc No. 90 Col. Centro, 27000 Torreón, Coahuila. México. Editor responsable: Ana Beatriz Priego. Reserva de derechos: 04-2009-09240837300-01. Reserva de título INDUTOR: 04-2010-06021303320-102. Certificado de Licitud de Título y Contenido: 15023. Título de Registro de Marca: 1005840. Impresa en México. Grupo PLAYERS investiga sobre la seriedad de sus anunciantes, pero no se responsabiliza de la publicidad y ofertas relacionadas con los mismos. Cada uno de los colaboradores es responsable directo de la información que facilita para ser publicada. Todas las colaboraciones reciben corrección de estilo. Prohibida su reproducción parcial o total.

IMPRESA EN MÉXICO - PRINTED IN MEXICO TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. ALL RIGHTS RESERVED.

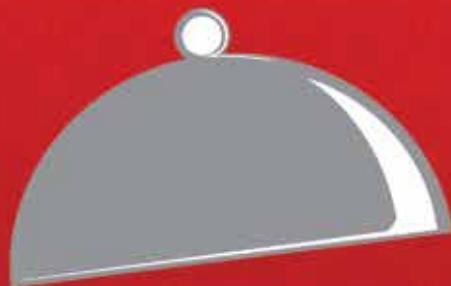
www.playersoflife.com



(871) 707-4200
ventas@carmonaimpresores.com.mx
01800-228-2276 / 01800-228-2676

¡Gracias!

Por participar en



**PLAYERS'
RESTAURANTS**



**CHOICE
2011**

Espera la lista de ganadores en

PLAYERS OF LIFE

Noviembre 2011

Especial de Restaurantes

VINOTECA.

**Corona.**
Extra

10 SPOTLIGHT

INSIDE

40 **ESTILO & GENTLEMAN**
Must have de la temporada



44 **TEMPS**
El arte del equilibrio



ACTUALÍZATE

70 **ECONOMÍA GLOBAL**
La siguiente evolución de la tecnología

72 **MONEY & MORE**
Las TI que impactan en los negocios

76 **ADVANCE**
Endeavor, impulsando emprendedores

VITAL

106 **SALUD**
Problemas de atención en adultos

108 **BIENESTAR**
Dolor agudo y crónico

52 e-mkt
Agencias Creativas de México

- 54 Media Planning Group
- 56 Buró Creativo
- 58 Playful Interactive
- 59 Central Media
- 60 Multimail



62 5 en los 30

5 Regios
destacados
Viviendo al máximo
en sus **30**

PODER

110 **POLÍTICA LOCAL**
¿Otro casino en Monterrey?

DID U?

120 **MANÍA**
Diferencias entre ansiedad y miedo

124 **NUMERALIA**
México móvil

126 **ENCICLOPLAYERS**
Novedades en marketing y ventas online



- Para empresas que requieren soluciones probadas y de fácil implementación, contamos con un catálogo de productos estándar.
- Para las empresas que desarrollan sus propias soluciones, contamos con gran variedad de terminales especializadas, herramientas de desarrollo, servicio de acceso inalámbrico y una amplia gama de planes.

Red Privada Virtual VPN Cost Control

- Control de consumos (renta fija)
- Bloqueo de llamadas y servicios
- Listas de distribución avanzada
- Números elegidos fuera de la red (personales y otras empresas)
- Marcación corta (3 a 5 Dígitos)

Es un plataforma que permite integrar a todos los usuarios fijos y móviles en una sola red, otorgando a quienes la administran, la oportunidad de eficientar la operación al máximo, así como controlar y reducir costos por concepto de comunicación dentro y fuera de la red, ampliando enormemente las posibilidades de la organización.

Oficina Móvil

Reciba y envíe correos directamente desde su celular o computadora no importa donde se encuentre con Oficina móvil. Administre su tiempo, sus contactos y tareas; organice citas, asigne tareas o revise documentos fuera de su oficina.

Contamos con los Smartphone y tablets más poderosos del mercado. También tenemos Tarjetas 3G de banda ancha para tu laptop. Y además ofrecemos Routers y hotspots para conectar grupos de personas, a la red de su empresa con la velocidad y el ancho de banda de la red 3G de Telcel.



NOKIA
E7



SONY ERICSSON
XPERIA PLAY



SAMSUNG
GALAXY TAB



MOTOROLA
ATRIX

Localización Empresarial Telcel

El servicio de Localización Empresarial Telcel, está diseñado para negocios en los que, conocer la ubicación de sus empleados es importante ya que representa control, mayor productividad, disminución o eliminación de pérdidas de recursos, así como ahorros representativos, mediante la localización de sus empleados o recursos con el fin de optimizar y administrar eficazmente el negocio.

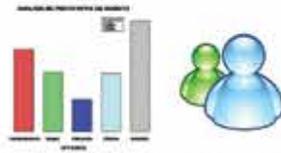
No requiere instalación de software, ni adquirir costosos equipos ya que es posible localizar a cualquier teléfono no importa marca o modelo.



Planes de Datos



Para Intercambio Bidireccional autónomo de máquina a máquina



Para acceso a sistemas internos desde dispositivos móviles



Para Navegación en distintos sitio web, conexión a los sistemas de la empresa



Para monitoreo remoto, cámaras de video, oficinas móviles

Para mayores informes: (81) 8319 - 4000 exts. 4008, 4009 y 4010 / Fax: 8378 - 1530, e-mail: ventaempresasmt@telcel.com
Av. San Pedro No. 212 Sur, Col. del Valle, Garza García, N.L.



SPOTLIGHT



COMPROMISO SOCIAL
Narcedalia Lozano **12**



AS BAJO LA MANGA
Alma Susarrey
y Daniela Santos **16**



PLAYER DEL AYER
Fray Servando Teresa de Mier **14**



FINISH
Jaime Lomelín **18**



PERFILES
Homero Richards **20**

HACE 190 AÑOS

UN HOMBRE APOSTÓ A LOS CABALLOS Y CAMBIÓ
LA RELOJERÍA PARA SIEMPRE.



En 1821, en una carrera de caballos en París, Nicolas Rieussec probó con éxito su revolucionario invento, que permitía que el tiempo se grabara con una precisión de una décima de segundo. Nació el cronógrafo. Un tributo a un hombre visionario, el *Montblanc Nicolas Rieussec Chronograph Automatic* está centrado en la esencia de su invención, la técnica de disco giratorio. *Cronógrafo Monopulsador, manufactura de movimiento automático MB R200, segundo huso horario, discos contadores giratorios de 30 min. y 60 seg. Creado en la manufactura de Montblanc Le Locle, Suiza. MONTBLANC. A STORY TO TELL.*

Estamos celebrando este aniversario con el concurso de cortometrajes "The Beauty of a Second", presentado por Wim Wenders. Entre ya a montblanc-onesec.com. Cada segundo cuenta.

Montblanc®

**MONT
BLANC** 

BOUTIQUE MONTBLANC: GALERÍAS VALLE ORIENTE - LÁZARO CÁRDENAS 1000 - PLANTA BAJA - MONTERREY, N.L.
TEL: 01(81) 8486 0303 - WWW.MONTBLANC.COM



Narcedalia Lozano

Fundadora de La Paz Comienza con los Niños, AC

Por Samantha Fematt

Desde hace once años Narcedalia visualizó una gran problemática en México: violencia intrafamiliar y niños con mucho potencial viviendo en casas hogar o situaciones de maltrato, abandono, orfandad y pobreza. Para hacer algo al respecto voluntariamente empezó a dar clases de música en una casa hogar, emprendiendo gracias a ello la organización La Paz Comienza con los Niños, AC.

Narcedalia

A sus 32 años, es una dedicada esposa y madre de dos hijos. Sus padres le enseñaron la importancia de aprovechar sus talentos para dar frutos y trascender ayudando a quienes más lo necesitan. Siempre soñó con formar parte de la ONU, hecho que fue clave para que estudiara Relaciones Internacionales en el Tec de Monterrey y que más tarde emprendiera el proyecto que hoy en día dirige. Debido a su desempeño y humildad recientemente Canadá le otorgó una beca para estudiar un doctorado en Ciencias Políticas en la McGill University.

La Fundación

“Pensé que era necesario educar para la paz desde la niñez, fomentar una actitud crítica y dar herramientas para que las personas tengan una vida digna y próspera”. Esta idea originó la Fundación en el año 2000, sin embargo, lo que detonó su creación fue cuando un primer donante le preguntó si la ayuda era deducible de impuestos, iniciando la aventura que hasta la fecha ha beneficiado a 11 mil 721 niños y jóvenes gracias al apoyo de tres mil 754 voluntarios.

No todo ha sido sencillo, pues algunas personas no creen que la paz sea posible, aquellos que piensan que en NL no hay guerras y otros que incluso quisieron usar la Fundación para sus propios fines. Sin embargo, Narcedalia afirma: “todos los retos fueron superados gracias a la fuerza y convicción que Dios ha plantado en mi corazón” y agrega que sabe que su labor vale la pena cuando ve triunfar a sus alumnos y darle las gracias por enseñarlos a pensar y tomar buenas decisiones.

Gracias al éxito obtenido la organización sigue creciendo, hace poco encontraron un

programa con el que revolucionarán la forma de educar para la paz en México y el mundo. Este proyecto tiene una currícula única en la que se construye una cultura de paz desde uno mismo, la familia, la sociedad, el país y el planeta. “Es uno de los mejores programas del mundo y estoy segura de que dará frutos en México como lo ha hecho en otros países”. Enlazando Esfuerzos, AC y La Paz Comienza con los Niños, AC, entre otras organizaciones, impulsan este programa que iniciará en diciembre del 2011.♥

Más información

El 24 de octubre en el Auditorio Luis Elizondo se efectuará el evento, “Educación para la Paz: Desafío de nuestro tiempo”, liderado por Education for Peace International y reconocido por organizaciones internacionales como la Swiss Development Agency, la Organization for Co-operation and Security in Europe (OSCE), la Unesco y otras, contando además con la presencia del padre de los estudios para la paz, Johan Galtung. www.lapaz.org.mx

(Entrada libre)



Narcedalia con el Primer Ministro de Canadá al recibir su beca de investigación doctoral Vanier.

“ Lo mejor del mundo es invertir en los seres humanos, en su vida presente para que construyan una existencia integral y feliz ”



NUEVO RELOJ
SÉBASTIEN LOEB EDICIÓN LIMITADA
DISEÑADO POR EL 7 VECES CAMPEÓN
MUNDIAL DE RALLY

MARVINWATCHES.COM | SWISS MADE




MARVIN
WATCH C° 1850

NEW TIME, NEW CODES.

GHIBERTI
arte milenario

Galerías Valle Oriente
+52 (81) 8486.0303

Plaza Fiesta San Agustín
+52 (81) 8368.4811
info@ghiberti.com.mx

Plaza Fiesta Anáhuac
+52 (81) 8332-2644



Fray Servando Teresa de Mier

Sacerdote e insurgente mexicano

Por Samantha Fematt

José Servando de Mier Noriega y Guerra fue un destacado sacerdote, Doctor en Teología, escritor, político e impulsor de la Independencia de México, un personaje del que todos hemos escuchado hablar. Nació en Monterrey el 18 de octubre de 1765; hijo de Joaquín de Mier y Noriega, un regidor del Ayuntamiento y Gobernador de Monterrey. Inició sus estudios en su ciudad natal en 1780, sin embargo se vio forzado a trasladarse a la capital del país para incursionar en el convento de los dominicos. Más tarde ingresó al Colegio Regina Porta Coeli donde estudió Filosofía y Teología, ordenándose sacerdote.

Con el título de Doctor regresó al convento dominico para enseñar Filosofía, gozando de popularidad y haciéndose famoso como predicador. El 8 de noviembre de 1794 ofreció un servicio fúnebre por Hernán Cortés, que llamó la atención del pueblo mexicano. Un mes más tarde, el 12 de diciembre, pronunció un sermón en el que rechazaba las tradiciones sobre las apariciones de la Virgen, poniendo en duda su verdadera fe. A raíz de ello el Arzobispo Alonso Núñez de Haro ordenó su encierro en una celda del convento de Santo Domingo, condenándolo a diez años de exilio y reclusión en el convento de los dominicos de Nuestra Señora de las Caldas, en Santander, España. Se le prohibió enseñar como maestro y profesar como religioso, retirándosele el título de Doctor que le había concedido el Pontífice.

Su retractación fue inútil y debió aceptar la promulgación de un edicto de condena pública que se leyó en todas las diócesis de España, con excepción de Nuevo León,

donde el obispo era un viejo amigo suyo. En 1801 se fugó a Francia, donde tradujo el *Atala* de Chateaubriand y escribió un discurso de la tesis del Conde de Volney, lo que atrajo la atención del Vicario Mayor de París, que le confió la parroquia de Santo Tomás de Aquino. Un año después partió a Roma para solicitar al Papa su permiso de seguir oficiando, otorgándosele el título de Monseñor.



Vivió expatriado 22 años mientras luchaba a toda costa por la causa independentista

En plena batalla entre Francia y España, Teresa de Mier volvió a la península como militar del cuerpo de Voluntarios de Valencia donde fue hecho prisionero por los franceses. Más tarde se trasladó a Londres, colaborando con José María Blanco White en *El Español*, periódico que apoyaba los movimientos independentistas en los dominios españoles de América. Escribió obras como *Historia de la revolución de Nueva España, antiguamente Anáhuac*, desarrollándose también como traductor y editor. En esta misma ciudad conoció al revolucionario español Francisco Javier Mina, quien lo convenció de acompañarlo en una expedición a Nueva España para pelear por la independencia de ese virreinato, nuevamente cayó preso, logrando escapar por sexta ocasión. Fray Servando se refugió en Filadelfia, EU, donde permaneció hasta consumada la Independencia.

Duró expatriado 22 años, a través de los cuales se convirtió en un personaje rebelde y crítico, buscando siempre la manera de escapar de los lugares donde estuvo recluso. En 1822 volvió a México, logrando ocupar el puesto de Diputado al Primer Congreso por el estado de Nuevo León, mostrándose indiferente y en contra del Imperio Mexicano con Agustín de Iturbide a la cabeza. Fue miembro del Congreso Constituyente y electo Diputado al Segundo Congreso.

Guadalupe Victoria, primer Presidente de México, lo invitó a vivir en el Palacio Nacional, lugar en que pasó sus últimos años entre la admiración y la crítica de los ciudadanos. Fray Servando Teresa de Mier murió el 17 de noviembre de 1827 y fue sepultado en el convento de Santo Domingo de la capital del país.♥



Te ofrecemos la
mejor oportunidad
de inversión en la
zona de mayor
plusvalía
punto.

Una solución antes, durante y después
de comprar tu terreno.



T. 8103.1600
www.ucalli.com



Síguenos como ucallimx

Tenemos el crédito que necesitas.



BANCARIO

núcleo residencial

u-calli
alta tecnología inmobiliaria



Alma Susarrey y Daniela Santos

Bulbo Living & Lighting

Por Samantha Fematt

A su corta edad las emprendedoras Alma Susarrey y Daniela Santos han dejado en claro que las ideas innovadoras y el trabajo son la clave para el éxito. Hace más de un año fundaron Bulbo, una tienda de iluminación que ha tenido muy buena aceptación y promete seguir creciendo hasta consolidarse como un negocio fuerte y sólido a nivel nacional.

Las emprendedoras

Además de socias, son amigas. Cada una con habilidades que han aprendido a fusionar a la perfección: “Al principio fue un reto adaptar nuestras personalidades a la manera de trabajar, complemento que al final resultó ser muy positivo”.

Desde pequeña Daniela supo que quería ser Arquitecta, sueño que realizó y hoy combina con la tienda. Se describe como apasionada y creativa, “Soy muy firme en mis decisiones y en la visión de las cosas”. Por otro lado, Alma deseaba ser Bióloga Marina, pero se inclinó por estudiar Mercadotecnia, conocimiento que ha aplicado con el proyecto. Es una persona alegre, justa y honesta: “Gozo demasiado de las cosas simples de la vida”.

Estructurando el proyecto

Un día mientras platicaban surgió la idea de crear una tienda de iluminación que ofreciera opciones de diseño innovador y funcional. Lo primero fue buscar el nombre perfecto, que resumiera en una sola palabra el concepto y los servicios, el resultado fue Bulbo. Originalmente llevarían a cabo el negocio mediante el e-commerce, sin embargo a través de un estudio de mercado se dieron cuenta de que la gente se interesaba en sus productos, pero no se atrevía a comprar solo por verlos en internet. Fue cuando cambiaron todo su esquema de negocio y empezaron a pensar en un *showroom* con productos en exhibición, además de tener la página como un canal más de venta.

El punto crucial donde afirmaron que su proyecto era viable y podía tratarse de un buen negocio fue al lanzar su *fan page* en Facebook, pues en menos de una semana tenían alrededor de mil *followers*. Con estas herramientas echaron a andar su proyecto.

La tienda

A un año de la apertura acaban de ampliar y remodelar su showroom para seguir buscando nuevas marcas que innoven en diseño, tecnología y materiales. “Tratamos de presentarle nuevas pro-



Fotografía por Mauricio Alanís

“Ver cómo van cumpliéndose las pequeñas y grandes metas es una gran satisfacción”

puestas a nuestros clientes y brindarles un servicio personalizado”.

Su máxima meta es diseñar proyectos de iluminación integrales con productos vanguardistas, funcionales y estéticos tanto en Monterrey como en otras plazas, y están seguras de lograrlo pues ambas son conscientes de que un proyecto no es solo la inversión económica, sino la calidad del tiempo que se le dedica y la pasión con que se trabaja. “Nos divertimos mucho, así que estamos seguras de que esto nos facilitará todo el camino que a Bulbo le queda por recorrer”.♥

Los quesos se sirven al pinot noir



**Haz la
prueba.**

Inténtalo esta noche.

Piensa en un vino, luego en un queso,
ponlos sobre la mesa y descubre por qué
decimos que la comida se sirve en copa.



Calzada Duendes . Calzada Lobo . Roberto G. Sada . Gómez Morín 404
Cumbres Leones . Cumbres Estrellas . Eugenio G. Sada
t. 8173 5000 / telemarketing@vinoteca.com

**La comida
se sirve
en copa.**

hazlaprueba.com

La distinción es no excederse.





Jaime Lomelín

Nadador de aguas abiertas



Fotografía por María Navarro

“Éxito son los ciclos de trabajo bien hechos, cumplidos y cuanto va detrás de ellos”

Por Samantha Fematt

Pasión por la natación y la competencia es lo que mantiene activo a Jaime Lomelín Gavaldón un destacado empresario y nadador en aguas abiertas que ha logrado múltiples reconocimientos y distinciones en ambas actividades.

Emprendiendo el nado

Su gusto por esta disciplina comenzó a los ocho años, cuando sus padres lo animaron a tomar clases de natación. Al cursar su carrera como Ingeniero Químico Administrador en el Tec de Monterrey, la práctica y habilidad lo condujeron a formar parte del equipo Borregos, ganando marcas estatales. Además jugó en el representativo

de waterpolo, quedando en tercer lugar nacional en dos ocasiones.

Mientras era estudiante y deportista, cada año su entrenador del Tec lo llevaba al Maratón Guadalupano en Acapulco (considerado la mejor competencia nacional de mar abierto), afirmando que: “desde entonces supe que quería nadar en aguas abiertas”.

Nadador de aguas abiertas

Desde los maratones Guadalupano, no ha dejado de competir y entrenar. Participó en un Mundial de la FINA, cruzó el Canal de la Mancha dos veces y ha competido en las carreras más importantes de aguas abiertas, ganando la mayor parte de ellas. Sin embargo, comenta que son pocas las competencias que han dejado huella en su vida. La primera fue de Capri a Nápoles: “Nunca había nadado más de 10 km y aquí de entrada eran 33”. La segunda fue de Santa Fe a Coronda, Argentina, donde ganó su primer pódium. “Ya no tenía vacaciones del trabajo y le aposté dos días a mi jefe, que si llegaba en los tres primeros me los regalaba y si no, los pagaría de alguna forma”. La tercera fue el mundial de la FINA en Perth, Australia, la cual describe como “toda una experiencia”, ya que considero un gran logro haber participado y quedar en 15° lugar de los 60 participantes de todo el mundo. Sin embargo, la competencia más presente en su memoria es la del Canal de La Mancha, vista por muchos como el Monte Everest o Doctorado de los nadadores. En 1990 nadó solo de Inglaterra a Francia, siendo el sexto mexicano en hacerlo y cumpliendo tres metas: cruzar, romper el récord mexicano y estar entre los mejores de Latinoamérica. La segunda ocasión participó en relevos, su equipo rompió la marca de América Latina en el cruce doble y el sexto mejor de todos en la historia.

El entrenamiento

Sentirse sano, con mucha energía y optimismo, es la razón por la que Lomelín nada de seis a siete veces por semana un promedio de cinco a seis km. Sin dejar a un lado la preparación mental, en la que trata de visualizar la prueba en las peores condiciones para tenerlas registradas y afrontarlas de diferente manera. A sus 48 años, siendo Director de Ventas y Mercadotecnia de Pinturas Osel, competir continúa en sus planes; su meta es obtener mejores resultados en su categoría y en general. “Hasta que el cuerpo aguante nadaré”.♥

Jaime al instante...

- Natación: Pasión
- Competencia: Lo máximo
- Constancia: Indispensable
- Meta: Motor



Un precio que solo vas a querer para ti.

Visítanos y llévate un CC a un precio increíble, o aprovecha los sorprendentes planes de financiamiento desde 24 meses sin intereses* que Volkswagen tiene para ti.

Valle ★
Tu Agencia, Tu Estilo

*Cotización basada en CC 2.0 Turbo 2011 con Credit de Volkswagen Bank con un enganche del 44.7%. CAT informativo sin IVA del 2.5%. No incluye comisión por apertura, seguro del auto, de vida ni desempleo. Aplica para personas físicas asalariadas. No aplica con otras promociones. Sujeto a aprobación de crédito. Volkswagen Bank, S.A., Institución de Banca Múltiple es una entidad distinta a Volkswagen de México S.A. de C.V., y a cualquiera de sus negocios afiliados. Aplica solo en concesionarias participantes. Vigencia del 01 al 30 de septiembre de 2011. Las imágenes son de carácter ilustrativo.



Autos Valle, S.A. de C.V.
Vasconcelos #355 Oriente, San Pedro Garza García.
Teléfono: 8040 6350 www.vw-valle.com.mx

Sigue nuestras promociones en:





Homero Richards

Piloto y dueño de su propia escudería de autos



Homero Richards compitiendo en la NASCAR Corona Series (San Luis Potosí)

Por Samantha Fematt

Adrenalina y velocidad son las dos razones por las que Homero Richards ha dedicado gran parte de su vida a hacer lo que más disfruta: manejar autos de carreras. Hace 23 años comenzó la historia que hoy se traduce en retos y logros que lo han impulsado a seguir adelante en esta profesión. Heredó su pasión por los autos de su padre, a quien siempre veía trabajando en su taller y recorriendo el país haciendo pistas y competencias de Off-Road. “Él fue quien me puso por primera vez en un auto de carreras”.

Trayectoria profesional

En 1988 inició su vida profesional como piloto al competir por primera vez en el Off-Road, logrando una excelente participación y posicionándose como campeón en la categoría de Novatos al año. En 1994 incursionó en la Fórmula 3 Internacional, recibiendo el galardón de Novato del Año,

posición que mantuvo hasta 1997. En este mismo periodo saltó a las ligas internacionales ocupando un volante en la posición Indy Light en EU. Un año después regresó al país para competir en la Fórmula 3 Mexicana, convirtiéndose en uno de los pilotos más destacados.

Con el tiempo y su experiencia, en el 2002 Homero decidió enfocarse en su debut dentro de la Fórmula Renault, uniéndose al poco tiempo al equipo de pilotos del Nextel Racing, donde obtuvo tres títulos. Su fructífera trayectoria lo llevó a ser uno de los pilotos mexicanos que corrió en la Champ Car con el equipo HVM, a debutar en el 2006 en la categoría de Stock Cars e incursionar en el 2007 en la Nascar Corona Series. Sin embargo, en el 2008 dio un giro al fundar junto con su hermano su propia escudería, hecho que en el 2010 lo llevó a ganar su primer subcampeonato general de la competencia.

A lo largo de todos esos años de constan-

te trabajo y crecimiento Richards menciona que lo más difícil ha sido adaptarse a los autos y a las condiciones de cada categoría. Sin embargo, recalca “hoy mi mayor reto ha sido combinar mi desempeño en la pista al ser propietario de una escudería. Esto nos ha llevado a ver el deporte de una manera muy diferente”.

Preparación

Mantiene el ritmo y se prepara físicamente para las carreras yendo al gimnasio todos los días, además cuida su alimentación, dependiendo de la ciudad donde sea la carrera y las condiciones del clima. Para la carrera en sí, habla mucho con su hermano Horacio, que es su Jefe de Equipo, al igual que con sus mecánicos para saber cómo están el auto, la pista y la estrategia de la carrera. Pero sabe que contar con el apoyo de su familia, la disciplina, el esfuerzo y la convicción de ser el mejor son los elementos que lo han ayudado a salir adelante, sin dejar a un lado el respaldo de su equipo y el apoyo de sus patrocinadores.

Estrategia y visión

Actualmente Homero tiene la mira puesta en el campeonato de Nascar Corona Series. “Considero que uno debe de ir paso por paso consiguiendo cada una de sus metas iniciales para pasar a la siguiente con el mayor éxito y satisfacción posible”. Por ello, disfruta de practicar el deporte que lo apasiona: “No siempre representa ganar o perder, sino intentar ser el mejor y dar al máximo en cada carrera”.♦

Homero en corto...

- Carreras: Adrenalina
- Deporte: Mi vida
- Equipo: Lo más importante
- Adrenalina: Increíble
- Autos: Mi pasión

SORPRENDENTE



EL CAMPANARIO®

Residencial & Golf

Querétaro

LA VIDA TE SONRÍE

Vivir en El Campanario Residencial & Golf es descubrir momentos sorprendentes cada día. Descubre cómo los detalles y servicios de primer mundo te harán vivir momentos inolvidables.

VEN A EL CAMPANARIO, TE VAS A QUEDAR.



COMERCIALIZADO POR:


activoinmobiliario


nurban
LA MEJOR INVERSIÓN EN LA TIERRA
ES LA VIDA

www.lavidatesonrie.com

01800 837 52 70



FORTE Arquitectos

DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN



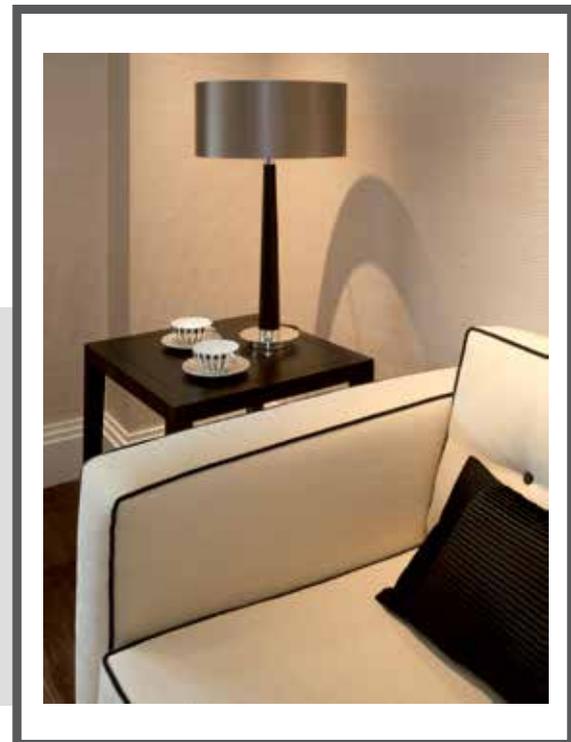
La Firma

FORTE Arquitectos es una constructora especializada en el diseño y construcción de todo tipo de inmueble. Para ello realizan un estudio previo a las necesidades de sus clientes con el fin de proponer un diseño óptimo y de excelente calidad, que aproveche de manera inteligente todos los recursos del entorno: clima, asoleamientos y vientos dominantes, entre otros. FORTE Arquitectos fusiona los elementos antes mencionados y entre sus distintos servicios, brinda la creación de áreas confortables con importantes ahorros en su ejecución y mantenimiento, siempre bajo la estricta línea de calidad y selectiva clasificación de materiales y acabados de cada uno de sus proyectos.



FORTE Residencial

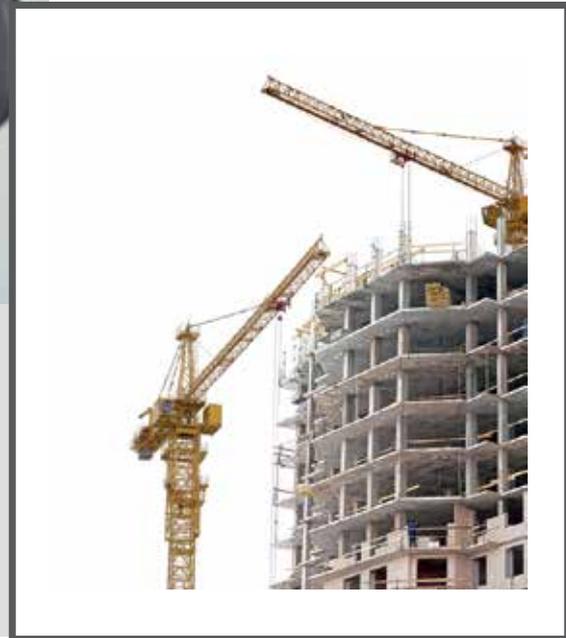
Su experiencia y creatividad les permite ofrecer asesoría para la construcción de residencias en cualquier área de la ciudad. Sus diseños van desde lo clásico, al que pueden acentuarse detalles de molduras, vitrales, mármol y cantera, hasta los contemporáneos, donde utilizan un perfecto juego de volúmenes, contrastes de piedras y madera, entre otros recursos. En espacios amplios optan por balcones interiores, terrazas, tapancos y dobles alturas, ventanas acentuadas, iluminación a base de domos inteligentes, chimeneas, cúpulas o vitrales rectos, dando lugar a espacios confortables y totalmente habitables.





FORTE Comercial

Con la intención de abrir nuevos mercados y ampliar la economía, FORTE Comercial ofrece diversas opciones en este segmento. Desde proyección y construcción de plazas, oficinas generales y hotelería, entre otras obras. Sus proyectos son a la medida, con oficinas inteligentes y lo esencial para cubrir las necesidades de cada empresa. Optimizan al máximo los espacios y utilizan los recursos tecnológicos. La firma está al pendiente de todo el proyecto, desde el inicio de la construcción, edificación y adecuaciones internas, hasta el equipamiento y decoración, rigiéndose con el concepto de “llave en mano”.



“ Las cosas más grandes se definen por sus pequeños detalles ”



FORTE Marcas y Franquicias

Actualmente tener un negocio es solo el principio, FORTE Marcas y Franquicias se encarga de su correcta conceptualización para potencializarlo. Crear una imagen sólida hacia el consumidor es la base de todo, por ello generan desde cero los espacios para marcas y franquicias o bien, actualizan los ya existentes. Cada vez se ve más firme el enfoque del empresario hacia el mercado al que se dirige su producto, así como hacía donde quiere potencializarlo y convertirlo en franquicia. Por ello esta división de la firma de arquitectos cuenta con las herramientas para crear manuales de funcionamiento, así como para determinar la imagen arquitectónica correcta de cada negocio, haciendo entrega del negocio base y sus sucursales, totalmente equipadas y decoradas.



Los Top 10 de Octubre

Libros

-Marketing turístico / Antoni Serra: analiza y describe los elementos que diferencian los productos y servicios turísticos, así como las peculiaridades inherentes a su comercialización.

-Gutenberg 2.0: la revolución de los libros electrónicos / José Antonio Cordon: profundiza en el fenómeno del auge que han tomado los libros electrónicos, ofreciendo un diagnóstico global de su estructura y funcionamiento.

-Mi hijo y las nuevas tecnologías / Javier Urrea Portillo: explica de manera clara, completa y comprensible los riesgos que conlleva la tecnología. Enseña a propiciar su buen uso y utilidad para el desarrollo educativo que ofrece.

-Futuros imperfectos / Daniel Altman: doce lúcidas predicciones sobre los cambios críticos que nos aguardan: rápido declive de China, desintegración de la Unión Europea, supervivencia del capitalismo y efectos de los fuertes movimientos migratorios.

-Pequeñas empresas, grandes instituciones / Patricia González: muestra qué pueden hacer las pymes para llegar a ser institucionalmente fuertes, sanas y bien manejadas.



Música

-The best of / Chicago: compendio de dos CDs con 15 canciones cada uno, que hacen recordar las mejores canciones de este grupo estadounidense.

-Mozart: wind concertos and serenades / Karl Böhm: siete CDs que deleitan con música recreada de este reconocido genio.

-Woody Allen & La Musique: ritmos de jazz y folclor componen parte de las 36 canciones seleccionadas por el director para este CD.



Cine

-El juego de la fortuna: drama basado en hechos reales sobre Billy Beane, manager general de los Atléticos de Oakland, y un grupo de jugadores que lograron mantenerse en los primeros puestos de su división (estreno 14 de octubre).

-Detrás de las paredes: el exitoso editor Will Atenton (Daniel Craig) deja su trabajo en Nueva York y se traslada con su esposa Libby (Rachel Weisz) y sus dos hijas a una preciosa casa en una pequeña ciudad de Nueva Inglaterra, donde empezarán a ocurrir sucesos paranormales (estreno 14 de octubre).





La empresa fabricante de sacos de papel líder en México y en el mundo comprometida con el planeta.

Sustentabilidad





e-marketing

COMO MODELO DE NEGOCIO EN LOS DISTRIBUIDORES AUTOMOTRICES

Por Lic. Héctor Gonzalez Cruz
Gerente General Asia Motors

Si acaso existe un fenómeno que haya conseguido dar un giro espectacular a la forma de concebir el trabajo en los distribuidores de autos, éste ha sido el avance y aplicación de las nuevas tecnologías de información y comunicación en todos y cada uno de los ámbitos profesionales del mercado. En el mundo actual, en que la tecnología juega un papel crucial se produce un cambio radical en el cual la estrategia de marketing, con el objetivo de ofrecer soluciones a la medida, gira en torno al cliente (por ejemplo, del automóvil de su preferencia hasta la forma en que desea pagar su unidad).

Mientras hace unas décadas era impensable, todo esto ha significado un cambio en las relaciones con los clientes, estableciendo lazos más personales para lograr la fidelización. Ya la mayoría de los distribuidores en México, aparte de tener la página de internet de la marca que comercializan, cuentan con una propia donde informan y ofertan de manera directa, realizando campañas continuas de e-marketing con muy buenos resultados.

Estas campañas se apoyan principalmente en una base de datos (obtenida de las visitas a la agencia, así como de la facturación) en que constantemente envían promociones de financiamientos atractivos, precios promocionales de *balance out*, lanzamientos de modelo, invitaciones al *open house*, campañas de servicio o accesorios, etc. Una vez creado el primer contacto de interés vía electrónica, el objetivo es generar tráfico de calidad en la sala de exhibición de autos nuevos, la recepción de servicio o los mostradores de refacciones, sin tener que realizar grandes inversiones en otro tipo de publicidad. De esta manera se fortalece una relación continua con los clientes, cuantifi-



cando mayor rentabilidad en sus operaciones, generando el tan buscado ganar-ganar para clientes y distribuidor.

Estrategia Integral de CRM

Los compradores de autos nunca habían tenido tantas alternativas e información en la que basar su decisión de compra. Esto ha causado que el servicio al cliente tome más fuerza como ventaja competitiva. Los distribuidores, apoyados por sus respectivas marcas, han creado una especialización en un puesto clave dentro de la agencia para administrar, en conjunto con todo el personal, las relaciones con sus clientes. El puesto se rige bajo los cuatro conceptos básicos que un CRM debe tener para optimizar procesos que los lleven a: identificar, atraer, satisfacer y retener a los clientes buscando

asociarlos con las premisas de sus productos y servicios configurando una cadena global de valor orientada hacia el cliente respondiendo y anticipándose a sus necesidades en cualquier punto de contacto.

Las herramientas de e-marketing, así como de CRM han sido de gran utilidad en los últimos tiempos para los distribuidores de autos en México, sobre todo en las plazas donde existen más concesionarios, como DF, Estado de México, Guadalajara y Monterrey, y en las que debido a la competencia su estándar de atención y servicio es mayor. Si no cuidas a los clientes que ya están contigo no existen tiempos de recuperación, el más favorecido es el cliente final y el distribuidor que cuente con mejor recurso humano y procesos para manejar estas herramientas.♥



ARMATEC

PROTECCIÓN INTEGRAL

Protección
del área de
MOTOR

PARED DE FUEGO
Área de tablero

Protección en
CRISTALES



RUN FLAT
Protección en
LLANTAS

MATERIAL OPACO
Carrocería
-acero balístico
y fibras-

BLINDAJE DE VEHÍCULOS

Somos expertos en blindajes y sistemas de seguridad para vehículos. Contamos con la experiencia, la tecnología y materiales de última generación que le proporcionarán una protección integral.





Autos clásicos *de colección*

Una historia y un lujo

El término “auto clásico” a menudo se usa como sinónimo de “auto antiguo”, pero la definición formal se restringe a vehículos específicos de alta calidad fabricados antes de la Segunda Guerra Mundial, desde la “gran depresión” de 1930 hasta 1948.

Por René Galache Vega

Ahora se dice que un auto es clásico cuando el vehículo es de alto desempeño, calidad y tiene más de 25 años. Los autos de colección continúan vigentes en el mercado de consumo actual y en muchos de los casos han adquirido un mejor valor incluso que los modelos nuevos. Esos precios pueden oscilar en varios millones de pesos, dependiendo del año, tipo y de si el auto es poseedor de alguna historia o récord interesante, siendo altamente atractivo para los coleccionistas. Los vehículos que han logrado mantenerse en excelente estado tanto en su apariencia como mecánicamente y conservan su diseño original con el lujo que los distingue, han alcanzado un llamativo precio.

Entre las muchas características que se observan en el desempeño de los modelos de colección son la mecánica, el confort interior y los accesorios, que constituyen valores muy relevantes los cuales con el paso del tiempo y la evolución de la industria automotriz han adquirido valores superlativos.

Las distintas marcas que han evolucionado hasta la actualidad plantean y proponen un fascinante escenario, desde donde el aficionado observa con detalles la evolución y oferta de tecnología. Historias muy sorprendentes relacionadas con las diversas marcas de automóviles clásicos, sus principios, desarrollo y evolución, han influido en el diseño automotriz de hoy.

La actualidad no está ausente en esta propuesta temática, que ingresa en el mundo de lo que para muchas personas es una pasión. El automóvil es un producto tecnológico que ha revolucionado la existencia del hombre. Desde su aparición, en las distintas expresiones de tecnología, el automovilismo se ha manifestado de un modo que refleja en variados aspectos las preferencias individuales, el estilo y hasta las características de personalidad de los conductores. En la modernidad el vehículo de traslado por excelencia es el auto, y su gran impacto social y tecnológico tiene cotidianamente un avance sin precedentes en la historia industrial.

En la apreciación de los autos clásicos o de colección se deben tomar en cuenta algunas especificaciones que, además del año de



Dodge Chager B



Ford Mustang 1966



Cadillac Eldorado

fabricación, incluyen: tipo de motor, transmisión, suspensión y sistemas de frenos, entre muchos detalles más.

Un vehículo clásico es el que detiene el valor de la depreciación con el paso del tiempo y pasa a ser de colección, otorgándole a su poseedor glamour y una historia que a su vez lo hace acreedor de un valor económico.♥

RENAULT® FLUENCE®

Desde **\$205,000**



RENAULT® SAFRANE®

\$359,900



RENAULT® KOLEOS®

Desde **\$298,200**



*Imágenes sólo de carácter ilustrativas

renault.com.mx

100,000 km
3 AÑOS GARANTÍA

RENAULT® VALLE ORIENTE

Av. Lázaro Cárdenas #2514. Colonia Valle Oriente.
San Pedro Garza García, N.L. Tel. 1158.5000

www.renaultmonterrey.com

twitter.com/Renaultmty

Atención a Clientes 01-800-505-1516

DRIVE THE CHANGE®

Renault® asociado a **Clif**



* Precio aplica para el nuevo Programa de Mantenimiento Renault para vehículos a gasolina (10,000 kms. ó 1 año); incluye partes, mano de obra e I.V.A. El precio aplica para aceite mineral. Para más detalles consulta con el Asesor de Servicio directamente en la Franquicia Renault Autorizada. Precio sujeto a cambio sin previo aviso. Vigente hasta del 30 de septiembre de 2011.



Liderazgo, comunicación y cortesía

Un arte en que el protocolo es indispensable



Juan de Dios Apodaca Dueñas

Consultor en protocolo profesional, abogado y profesor universitario, con estudios superiores en Relaciones Internacionales en España, India y Estados Unidos.

Cada día son más los políticos, empresarios y profesionales que experimentan la necesidad de aprender protocolo para desarrollar habilidades en el arte de dirigir, comunicar y atender invitados, generando una imagen eficaz para alcanzar el éxito deseado. Porque han descubierto que el protocolo es el conjunto de reglas para hacer las cosas bien y en el orden correcto, pues no deja nada al azar o a la improvisación, y en consecuencia, su práctica demuestra eficacia, capacidad, calidad y poder.

Las reglas de protocolo no son una pose ni gestos de vanidad excesiva. Son normas de cortesía establecidas por ley y costumbre para llevar a cabo actividades importantes, tratar a las personas con respeto y vestir correctamente para cada ocasión, porque el éxito o fracaso del encuentro de ideas e intereses depende de la interacción de sus interlocutores, independientemente de su origen étnico, cultural o lingüístico. Como decía Thomas Carlyle: “La educación y la cortesía abren todas las puertas”.

El origen del protocolo es el ejercicio prudente y eficaz del poder, porque se destina a afirmar y representar la importancia, jerarquía y respeto, y a determinar el orden de lo que se hace y de quienes lo llevan a cabo. Por eso existe el protocolo oficial, diplomático, empresarial, académico, militar, religioso, funerario y deportivo. Son principios dinámicos, siempre a tono con las exigencias de cada tiempo, desechando lo inútil y anticuado, para tomar lo práctico, ágil, sencillo, elegante y competitivo.

Observar el protocolo es válido y necesario, ya que demuestra orden, realza la imagen, y genera credibilidad y confianza. Cuando las organizaciones toman conciencia de su potencial estratégico, aprovechan las ventajas que brinda en todas sus actividades, contribuyendo a la consolidación de la cultura organizacional, al facilitar la comunicación y fomentar las relaciones interpersonales.

Herramienta de las relaciones públicas

Las relaciones públicas son una estrategia de la comunicación organizacional para incrementar el conocimiento de cualquier entidad y en consecuencia, gene-

rar confianza, credibilidad y prestigio. También tienen funciones consultivas y gerenciales, porque informan al consejo directivo sobre el clima interno, los estados de opinión pública y el alcance de las decisiones tomadas por la gerencia en términos de imagen institucional.

Esta responsabilidad debe ser los ojos y oídos de toda organización, la herramienta para el análisis y predicción de los procesos comunicativos, operativos y funcionales. No consiste solo en organizar eventos y difundir fotografías y notas periodísticas en los medios, es un trabajo que requiere talento, conocimiento y profesionalismo; por ello es indispensable que los publicirrelacionistas sean expertos y dominen el protocolo.

Lamentablemente aún son muchos los gobiernos, empresas y organizaciones que delegan sus estrategias de relaciones públicas en personas no calificadas, engañados o seducidos por una linda cara y figura, por la fluidez de palabra con la que negocian sus honorarios, por los “contactos” que poseen en medios de comunicación o porque el público, para bien o para mal, se acuerda de ellos.

“El protocolo evita el azar y la improvisación; demuestra eficacia, capacidad, calidad y poder”

Impostergable en los negocios y la política

El ambiente político, económico y social lleva a cabo muchas actividades que requieren de protocolo y buen manejo de relaciones públicas. Pero es muy frecuente observar descuido, desconocimiento e indiferencia de parte de políticos, empresarios y representantes sociales. Por supuesto, hay momentos de excepción en que pueden “brincarse” el protocolo, pero no debiera ser el sello personal de muchos de ellos. Es impostergable exigirles que aprendan a ejercer su posición o cargo público, que incluye cómo expresarse, vestirse y conducirse, para que proyecten lo que representan con mayor estatura y dignidad.♥

POR TI TRABAJAMOS

Organizando las elecciones del 2012
en nuestro Estado.

CONTIGO CONTAMOS



COMISIÓN
ESTATAL
ELECTORAL
NUEVO LEÓN



XV aniversario de la
CIUDADANIZACIÓN

Síguenos en:

 facebook.com/ceenlmx  twitter.com/ceenlmx www.ceenl.mx

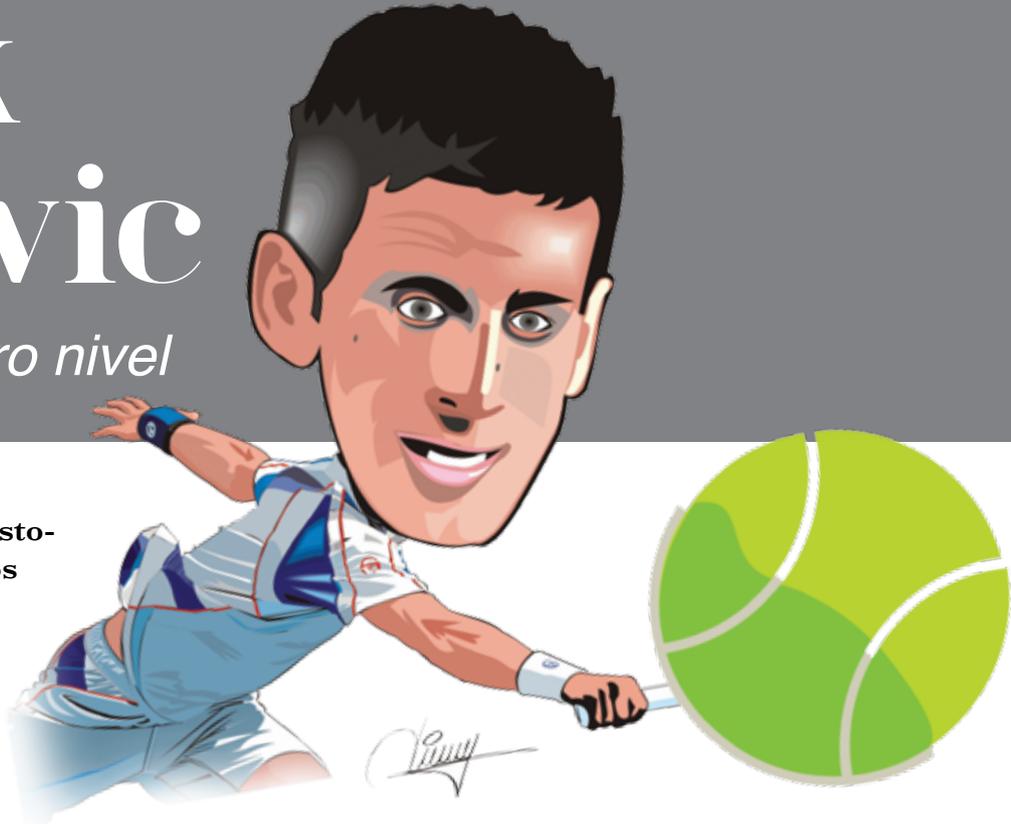


Novak Djokovic

Con su juego a otro nivel

El mejor tenista serbio de la historia tuvo que luchar por muchos años contra sí mismo y frente los mejores para encumbrarse como el nuevo número uno del mundo.

Ilustración por Jaime García Secañas



Novak Djoković nació el **22 de mayo de 1987** en Belgrado, Serbia.

Comenzó a jugar tenis a la edad de **4 años** en la región **montañosa de Kapaonik**.

La entrenadora **Jelena Gencic**, quien descubrió a Mónica Seles, **fue la primera** en notar su extraordinario talento.

En el **2006 ganó su primer título** de la Asociación de Tenistas Profesionales en el Torneo de Amersfoort.

Después de años buscándolo, logró alcanzar el **No. 1 del ranking mundial** al ganar el Torneo de Wimbledon en el 2011.

En lo que va del año **solo ha perdido dos partidos**, uno de ellos fue retiro por lesión.

Terminó el dominio que **Roger Federer y Rafael Nadal** ejercieron en el tenis mundial durante los últimos años.

Ha ganado **27 títulos** individuales en su carrera, incluyendo **3 de Grand Slam y 10 de Masters Series**; además de una medalla de bronce olímpica y una Copa Davis con Serbia.

Es reconocido **por su carisma, buen humor y por hacer imitaciones** de sus compañeros dentro de las canchas.

Nole, como también es llamado, **habla tres idiomas**: serbio, inglés y alemán.

Su ídolo es el norteamericano **Pete Sampras**, ex número uno del tenis

Es un **gran aficionado del esquí**, deporte que practican sus padres.

Tiene su residencia en la **ciudad de Monte Carlo**, en el Principado de Mónaco

PLAYERS of life invita a los ilustradores a participar en esta sección. En la próxima edición la estrella será: el chef Mario Batali
Contacto: mariana.serna@grupomacom.com

IDEAS HAVE THE POWER, NEST® HAS THE PLACE

- everybody



creamos.

departamentos.
oficinas.
áreas comerciales.
áreas residenciales.

somos.

boutique.
confiables.
trascendentales.
concientes.
esenciales.
naturales.
adaptables.
sinceros.

nest.com.mx

nuestra nueva
página web está lista,
esperamos tu visita.



Tercer Encuentro Mundial de Valores

No Violencia: De Adentro Hacia Afuera



El Dalai Lama compartiendo el tema: "Construyendo armonía a través del altruismo y la compasión"

Por Samantha Fematt

Un llamado de acción y una oportunidad para motivar la transformación de la problemática actual en el país fue la razón que por tercer año consecutivo motivó el Encuentro Mundial de Valores, con el tema No-Violencia: De Adentro Hacia Afuera, invitando a la sociedad a transformar y generar soluciones.

Durante tres días, 33 expositores de talla internacional promulgaron la importancia de poner manos a la obra y "despertar una conciencia de acciones positivas y de paz en nuestro país", señaló Bárbara Arredondo, Directora de Contenido.

Buscando soluciones de paz

Los temas del Encuentro efectuado en el Auditorio Banamex fueron: construcción de paz, inmigración, imaginación y educación, mujeres por la paz, compasión y

familia, entre otros, donde cada uno de los expositores externó su punto de vista.

Entre muchos otros ángulos de visión de personalidades que han logrado cambiar con sus esfuerzos al mundo y con su ejemplo buscan permear a más personas, destacamos los de Leoluca Orlando, ex Alcalde de Palermo que luchó contra la corrupción para recuperar su ciudad de la mafia y desde el 2000 funge como Presidente del Instituto para el Renacimiento Siciliano, el cual busca promover una economía y cultura de la legalidad, así como de los derechos humanos, comentó que "Necesitamos hablar del papel de las mujeres y niños, de la sociedad civil, de los religiosos. Sin ellos no podemos seguir". Por otro lado y desde un enfoque distinto, Lily Yeh, Fundadora de Barefoot Artists, organización sin fines de lucro que construye comunidades a través del arte, el aprendizaje, la transforma-

ción de la tierra y el desarrollo económico, agregó que "Juntos podemos cambiar; el arte no solo hace a las cosas hermosas, sino que puede evocar un cambio social profundo". Además, Shirin Ebadi, Premio Nobel de la Paz 2003, abogada y activista por los derechos humanos, Presidenta de la Corte y una de las primeras juezes de Irán, resaltó que "El sentido verdadero de la paz es la tranquilidad, pues la ausencia de guerra no es paz". Y el Dalai Lama, ganador del Premio Nobel de la Paz 1989, comentó que a través de la paz podremos conseguir la felicidad: "Cuando se enfatizan las diferencias secundarias (entre hombre y mujer, rico y pobre, credos religiosos) se pierde el objetivo de la paz, haciendo que recurramos a la violencia, resultando en infelicidad".

Transformando vidas

Conferencias, foros de discusión, eventos culturales y artísticos fueron lo que seis mil 500 asistentes por día y 93 mil visitantes sintonizándose desde 728 ciudades en 74 países, tuvieron la oportunidad de vivir en este magno evento. "Si te detenías por un momento a ver a los ojos de algún asistente podías ver que su vida había sido transformada en cuestión de minutos", agregó Arredondo. Este tercer Encuentro concluyó con un concierto de las bandas locales Panda, Jumbo y Chetes, quienes con su música expresaron los deseos de No-Violencia en la ciudad.

El camino de la no-violencia está preparado para todos, con sus respectivos obstáculos, pero al final es solo cuestión de caminarlo con gratitud y confiando en lo que somos y podemos llegar a ser.♥

GENERICOS

PLIEGOS

El mundo de IT habla
de mejores prácticas.



TERCER FORO INTERNACIONAL
**ITIL & IT SERVICE
MANAGEMENT 2011**

Ven y escucha
lo que dice al respecto.

**NOVIEMBRE
22 Y 23 / 2011**

Mejores prácticas / Certificaciones
Tecnologías / Procesos

Tecnológico de Monterrey | Campus Monterrey
Tel. (81) 8358.2000 Ext. 4589
Correo electrónico: foroitol.mty@itesm.mx
<http://cs.mty.itesm.mx/foroitol>



**TECNOLOGICO
DE MONTERREY.**

Patrocinadores



El nuevo significado de la e

Negocios, trabajo y comunicación de vanguardia

Por Arturo Castañeda
Experto en Recursos Humanos, Master Trim de México

Todos hablamos del e-mail, e-card, e-trade, e-commerce, e-marketing, e-mobile y un sinfín de términos que comienzan con la “e-”, refiriéndose a nuevas herramientas tecnológicas en la manera actual de hacer negocios, trabajar y comunicarnos. Las empresas que no están en internet se consideran con una estructura del pasado, y es que la tecnología no solo ha venido a mostrarnos nuevos aparatos para “hacer nuestras actividades”, sino que también ha cambiado la manera de vincularnos como seres humanos. Las redes sociales, el internet y la tecnología en los dispositivos que usamos a diario han modificado nuestro acceso a los clientes. Los negocios se hacen mediante el e-commerce y el e-marketing.

Los pioneros de estas prácticas fueron compañías como eBay, que permitía vender y comprar en línea. En México, Mercado Libre estableció un sistema similar de compraventa de artículos y servicios, y poco a poco las empresas comenzaron a ofertar sus productos y fueron implementando mejores sistemas de venta, al principio no muy bien aceptados por la “inseguridad en la red”. Con las mejoras en la seguridad “virtual”, la gente comenzó a darse cuenta de que podía ordenar desde una pizza hasta todo el súper de la semana. La red ya contaba con un e-commerce bien establecido, en espera de usuarios ávidos de comprar. El siguiente paso fue llegar a los consumidores.

Con el incremento de las redes sociales y el internet en los celulares el marketing tradicional también sufrió un cambio, dando lugar al

e-marketing, una nueva manera de hacer publicidad, tener presencia y empuje en un mundo altamente competitivo. El e-marketing ha añadido el análisis de los usuarios de Facebook, Twitter, Msn, Google, Yahoo y demás redes sociales para llegar a ellos por medio de banners, animaciones, cupones e incluso “descargas gratuitas”. Al tener una red sólida y segura de comunicación de datos, bastó solo un programa de marketing para difundirlo.

Videoconferencias, salas virtuales y pizarrones en la red permiten que no haya excusa para trabajar en equipo. Y hablando de emprender, poner una tienda online es cosa sencilla

Hoy el internet nos da la ventaja de trabajar en equipo vía remota, actualizarnos en tendencias, modas y programas de vanguardia, sin salir de nuestro hogar. La labor grupal también se beneficia de la tecnología al facilitar reuniones, lluvias de ideas e implementación de soluciones.

Conforme se entienda que los avances tecnológicos son para simplificar la vida y darnos más tiempo individual y grupal, encontraremos en ella un gran aliado que sabrá llevarnos hacia una mejor calidad de vida en todos los sentidos.



MPG \digital

Leading new thinking

MPG

Leading new thinking.

SERVICIOS:

- Estrategias de medios digitales
- Creatividad y Desarrollos
- Mercadotecnia Directa
 - Medición y Optimización



Aplicación en iPad del sistema de calificación y votación del Premio Obras Cemex.

MPG es la agencia de medios líder del país con presencia desde 1995, dedicada a impulsar el valor de las marcas de sus clientes desarrollando estrategias de comunicación que cubran los puntos de contacto eficaces.

Cuenta con ocho oficinas: dos en el DF, Monterrey, Tijuana, Guadalajara, Querétaro, Puebla y Mérida, cada una con un área de influencia regional, lo que garantiza cobertura en todo el país.

MPG se diferencia por su propia metodología de planeación de comunicación Concert y su sistema Artemis, el cual mide, gestiona y optimiza los resultados de las campañas. MPG es la red más grande de Havas Media, uno de los grupos líderes en comunicación a nivel mundial. Son poseedores de premios como: Agency of the Year en el Festival of Media 2010, Media Lion en el Festival Internacional de Cannes 2011 con la campaña: City Cup de Nike, IAB Conecta 2011 en la categoría de Posicionamiento y Brand Awareness con la campaña "El Talismán" de AXA, entre otros.

Nuestro pensamiento estratégico, capacidad de negociación y capital humano son nuestras principales ventajas



CLIENTES:

- Industrias Alen
 - Cemex
 - Gruma
- Supermercados HEB
 - Rayados
 - Carl's Jr.

NOVEDADES:

A través de la IAB están presidiendo los primeros estudios Mobile en México.



EN UNO DE LOS LUGARES MÁS PRECIADOS DE LAS AMÉRICAS,
las cinco pirámides del Gran Meliá Cancún se alzan radiantes sobre una deslumbrante
playa de arena blanca y su campo de golf de intenso verde esmeralda. Descubra el
lobby en un bosque tropical interior. Experimente la piscina como una obra de arte.
Disfrute del ritual de agua en el YHI Spa. Viaje más allá de lo esperado hasta
encontrar lo verdaderamente excepcional, donde el exclusivo servicio "Red Level"
de Gran Meliá Cancún le ofrece un incomparable lujo tradicional personalizado
con estilo vanguardista.

T. 52 (998) 881 1100 / 01 800 90 171 00 / granmeliacancun.com
Blvd Kukulcan Km 16.5 Zona Hotelera Cancun Q, Roo Mexico 77500



GRAN MELIÁ
RESORT
CANCÚN

Lujo tradicional con estilo vanguardista

Buró Creativo

Somos Marketing Digital

BURO CREATIVO.COM
WEB MARKETING

SERVICIOS:

- Marketing Digital (social media marketing, campañas de pago por clic, optimización de motores de búsqueda y manejo de reputación en línea)
 - Diseño Web
- Estrategia Comercial
 - Branding



Buró Creativo recientemente cumplió seis años desde que arrancó operaciones en Monterrey, Nuevo León. En el 2010 expandió su alcance, abriendo oficinas en México, DF y Austin, Texas. Esta empresa se distingue por servir a sus clientes con Marketing digital, Diseño web, Estrategias comerciales, Branding y otros servicios complementarios como Fotografía, Video y Animación. Su principal objetivo es darle a sus clientes una solución integral a sus necesidades de marketing, ofreciéndoles múltiples servicios que en conjunto ayudarán al éxito de sus empresas. Es por esto que cada uno de sus servicios empieza con una estrategia clara y definida antes de su elaboración; desde un logo hasta una campaña de marketing por internet, todo tiene un por qué. A lo largo de su trayectoria han recibido diversas distinciones y premios. El sitio de mayor reconocimiento en ranking digital, topseos.mx, desde noviembre del 2010 ha otorgado a Buró Creativo cuatro primeros lugares en las áreas de Social Media Marketing, Campañas PPC (pago por clic), Diseño Web y SEO (optimización de motores de búsqueda).

Como líderes en la industria ofrecemos a nuestros clientes una solución de marketing integral con un enfoque en el retorno de su inversión.



CLIENTES:

- Gobierno del Estado de Nuevo León
 - CINSA (Grupo Industrial Saltillo)
- Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma
 - Hispanic Teleperformance
 - Sannissimo
- GIM (Grupo Inmobiliario Monterrey)

NOVEDADES:
Nuevo servicio de manejo de reputación en línea



4S WEB MARKETING COMBO

Te ayudamos a posicionarte e incrementar tus ventas.



PAY PER
CLICK



SEARCH
ENGINE
OPTIMIZATION



SOCIAL
MEDIA
OPTIMIZATION



MAILING



DIRECTORIOS



BLOGS



VIDEO/FOTO



ANALYTICS

MONTERREY

jardín de san jerónimo 114G
san jerónimo, monterrey, n.l. 64640
T. +52 (81)8348-4448

MÉXICO, DF.

masaryk 123 int. 105
polanco, méxico, df. 11560
T. +52 (55)4615-4924

www.grupo4s.com

Playful Interactive

Engage Emotions



engage emotions.

SERVICIOS:

- Estrategia digital
- Desarrollo Web
- Diseño y animación digital
 - Videojuegos
- Aplicaciones móviles



Playful Interactive es una Agencia de Marketing Interactivo, perteneciente a Grupo Empresarial EISEI, fundada en 1996. La matriz se encuentra ubicada en Monterrey, Nuevo León y cuentan con oficinas de representación en Estados Unidos y Canadá. Playful Interactive es una agencia creativa y multidisciplinaria de medios digitales, enfocada en ofrecer consultoría de primer nivel, comunicación de marca y soluciones interactivas de clase mundial para empresas específicas con el fin de ayudarlas a alcanzar sus metas de comunicación. Sus áreas de especialización son Desarrollo de estrategias digitales, Diseño de experiencia de usuario, Soluciones web y Aplicaciones y videojuegos para móviles y redes sociales. Han recibido el premio Web Association's Web Award 2010 For Outstanding, fueron posicionados en el lugar 14 en el Ranking de Agencias de Mercadotecnia Digital 2010 por la revista *Merca 2.0* y han ganado concursos realizados por CoolSites y el Secretaría de Economía de México. Sus estrategias enfocadas al marketing interactivo y digital son el desarrollo de aplicaciones para plataformas móviles con características funcionales e innovadoras para los usuarios y la expansión de contenidos virales e interactivos en las principales redes sociales.

Generamos experiencias innovadoras "Engage Emotions"



CLIENTES:

- Banorte
- Oxxo
- American Airlines
- Berel
- Televisa
- Sigma Alimentos

NOVEDADES:

- Videojuego para iPad en la tienda App Store: Tripper Mission
- Aplicaciones móviles
- Aplicaciones en redes sociales
- Juegos sociales

Central Media

Agencia de comunicación digital



SERVICIOS:

- Desarrollo interactivo: sitios web y tiendas virtuales
- Medios digitales: presencia en buscadores, redes sociales, portales y sitios especializados
- Integración: creatividad, diseño gráfico y producción audiovisual



Fundada en 2001, Central Media ha desarrollado propuestas de comunicación funcionales y a la medida para sus clientes a nivel nacional e internacional, dando respuesta a sus necesidades de promocionar, informar, motivar e incluso capacitar a sus consumidores y/o usuarios internos. En 2011 inicia operaciones en España con la apertura de oficinas en Madrid. Es también miembro de asociaciones especializadas en la industria, como Asociación Mexicana de Internet, Interactive Advertising Bureau México, Asociación Mexicana de Comunicadores e International Association of Business Communicators. Con casi 40 millones de internautas mexicanos, los medios digitales son indispensables en cualquier estrategia de comunicación, nuestro país se encuentra en un momento de convergencia tecnológica donde las marcas que logran una comunicación innovadora, adquieren ventajas competitivas que provocan retorno de inversión en el corto y mediano plazo. Durante 2011 la empresa obtuvo cinco premios Aspid en diferentes categorías, como Web, Móvil y Social Media. En 2010, llegó a la cuarta posición en el ranking realizado por la revista *Merca 2.0* sobre Agencias de Marketing Digital 2010. Adicionalmente, ha sido galardonada por la industria con diversas preseas como AMIPCI, AMCO, Pantalla de Cristal y varios reconocimientos Best Practices.

Empresa
100% mexicana con 10
años de
experiencia en
comunicación
y marketing
digital



CLIENTES:

- LillyIcos
- Lotería Nacional para la Asistencia Pública
 - Nestlé
- Ópticas Lux
 - Syncol
 - Zurich

NOVEDADES:

- Aplicación de Lotería Nacional para equipos móviles Apple y BlackBerry para consultar resultados de sorteos.
- Libro *DécadaDigital.MX* (www.decadadigital.mx)

Multimail

Publicidad Creativa Electrónica



SERVICIOS:

- E-mail marketing
- Diseño, implementación y administración de portales especializados
- Generación de bases de datos especializadas
- Desarrollo integral de estrategias de mercadotecnia basadas en las redes sociales más importantes del mundo



Multimail inició operaciones en Monterrey, NL en 2006, especializándose en e-mail marketing profesional y administración de portales web. Actualmente tiene franquicias operando en Torreón, Chihuahua, Oaxaca, Morelia (2), Toluca (2), Villahermosa y Guadalajara.

La principal ventaja competitiva de Multimail es el manejo especializado de las bases de datos, integrándolas bajo criterios que garanticen su confiabilidad, así como la integración de herramientas tecnológicas para lograr que la publicidad de sus clientes llegue al mercado específico requerido. La implementación de sistemas tecnológicos les permite conocer el impacto directo e indirecto de sus campañas, obtener diversas métricas como frecuencia de visitas de usuarios, regiones de donde proceden y evolución de la campaña por tiempos, entre otras.

Estas estrategias de mercadotecnia electrónica van a la par con el incremento de usuarios de sistemas y equipos de cómputo año tras año, así como el uso de internet en dispositivos móviles, que combinados llegan a más de 50% de la población del país.

Manejo especializado para lograr que la publicidad de nuestros clientes llegue al mercado específico



CLIENTES:

- Liverpool
- ITESM
- Weight Watchers
- Gobiernos de los Estados
- Hospital Ángeles
- Agencias automotrices

NOVEDADES:

El uso de estas tecnologías para desarrollar campañas de mercadotecnia y publicidad viene a la par con el incremento de la conciencia ecológica en la población, ya que se deja de usar el papel para publicitarse e incrementar ventas y posicionar marcas.



PUBLICIDAD CREATIVA ELECTRÓNICA

multimail

Servicios de **mercadotecnia digital**

- Servicios profesionales de email marketing (publicidad por correo electrónico).
- Diseño, implementación y administración de portales especializados.
- Generación de bases de datos especializadas.
- Desarrollo integral de estrategias de mercadotecnia basadas en las redes sociales más importantes del mundo.

Franquicias disponibles

- Alta rentabilidad
- Simplicidad
- Seguridad
- Retorno rápido de su inversión



PUBLICIDAD CREATIVA ELECTRÓNICA

multimail

Tel: (81) 11 00 05 52
franquicias@multimail.com.mx
ventas@multimail.com.mx



5 Regios destacados

Viviendo al máximo

en sus 30

La realidad actual de México nos convoca a dar lo mejor de nosotros mismos no solo en función de recuperar las estructuras que han resultado dañadas, sino de mejorar en general, para llevar a nuestra nación a un grado de competitividad que responda al contexto global, marcado por la información, la tecnología y otras múltiples ventajas y retos.

De acuerdo al Censo Poblacional 2010 realizado por el INEGI, históricamente en este momento los mexicanos en edades de actividad económica han alcanzado su máxima importancia en todos los tiempos, hecho que es relevante señalar, debido a que en gran medida de ello depende alcanzar el desarrollo que deseamos.

Sin duda los jóvenes constituyen el tejido

social que por excelencia tiene la responsabilidad de llevar a cabo acciones para potencializar toda la riqueza que nos caracteriza. La población de 30 a 39 años constituye 16.74% de los 112 millones 336 mil 538 que somos, es decir, 18 millones 805 mil 137 individuos; de esta cifra, 8.76% son mujeres (nueve millones 840 mil 681) y 7.98% (ocho millones 964 mil 456) hombres. Se trata de personas en la plenitud de sus capacidades, motores de cambio y perfeccionamiento. Considerando esto, creamos un espacio destinado a que nuestros lectores conozcan a fondo a cinco regiomontanos que con su constancia, esfuerzo y visión, cada día se suman a la gran tarea de todos: engrandecer a nuestra ciudad, Estado y país.

**Corona
Extra**

HECHO EN MEXICO

LA
CERVEZA
MAS
FINA

CERVECERIA MODELO, S.
MEXICO, D.F.


Corona[®]
Extra

01 800 466 3356

TODO CON MEDIDA 083300201C1481



Luis Treviño Chapa

Director General de la Corporación para el Desarrollo Turístico de NL

Mi preparación consistió en

Licenciatura en Mercadotecnia (ITESM campus Monterrey). Participé cinco años en el sector privado y en el 2003 incursioné en la política para servir a NL. He aprendido que las cosas salen bien al tener un método que sirva de brújula, con sugerencias y retroalimentación de tu equipo de trabajo.

Determinación por los retos

Trabajo mejor donde hay libertad para pensar “fuera de la caja”. Se requiere intuición, preparación y no subestimar nada. Estar siempre con el botón de *alert mode on* y poner toda la pasión y entrega posibles.

Los gadgets que no cambiaría por nada

BlackBerry Torch, iPod en su versión regular con nuevos *playlists* cada mes, iPod nano y iPad (cuando mi hijo no me lo quita).

Para relajarme

Tengo una excesiva afinidad por la música, siempre escucho, busco y descubro sorpresas de todo tipo. Un buen café y un buen libro también son una combinación infalible. Sin embargo, la compañía que más disfruto es la de mi familia.

Dentro de 10 años, me visualizo

Mi máximo objetivo es ser un factor de cambio real, lograr la cristalización de proyectos que no se hayan imaginado antes y cambiar las reglas del juego.



“ Los objetivos no se cumplen porque deban cumplirse, sino porque quieres ver los sueños realizarse ”

t @wichtrevino

Claudia Martínez

Directora de Publicidad e Imagen en AXTEL

Mi preparación consistió en

Licenciatura en Administración de Empresas (ITESM Campus Monterrey). Mi primer trabajo fue en CEMEX, incorporándome después a IMSA y años más tarde a FEMSA en el área de Medios, Estrategia de Marca, Publicidad y Promoción.

Disciplinada en administrar mi tiempo

Me gustan los retos que generan pasión y trabajo en equipo. Soy muy entregada, así que hago todo lo que esté a mi alcance para lograr mis objetivos.

Los gadgets que no cambiaría por nada

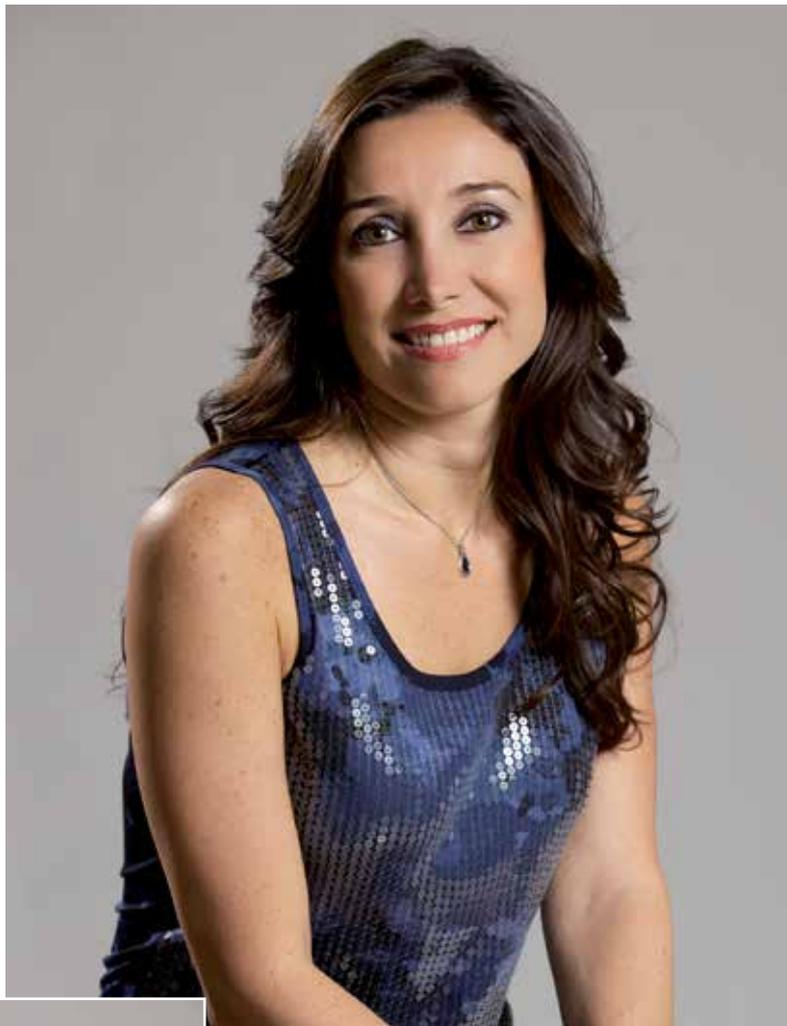
El iPhone es mi principal gadget. En la oficina cargo mi MacBook Pro a todos lados y al viajar no salgo sin mi iPad.

Para relajarme

Me gusta salir a correr o nadar, tomar un baño de agua caliente o simplemente ver una película. Disfruto mucho los entrenamientos con mi equipo de triatlón TRAINER, así como la compañía de mi novio, familia y amigos.

Dentro de 10 años, me visualizo

En constante crecimiento y abierta a nuevas cosas. Como una profesional de la publicidad y el marketing más experimentada, en proyectos retadores y compartiendo mis conocimientos con las nuevas generaciones y todo lo que pueda ser útil para los demás.



“

Cuando eres honesto contigo mismo y eres disciplinado, los resultados se van dando. Es cuestión de perseverancia

”

@claudiamtzm



Mario A. Zambrano

Socio de Santos-Elizondo y Director de la Fundación Bernardo Elosúa y José G. Martínez, AC

Mi preparación consistió en

Licenciado en Derecho por el ITESM con Maestría en Derecho por Harvard Law School. Recién egresado comencé a trabajar en el despacho Santos-Elizondo, donde actualmente soy el socio más joven.

Abrazando la cultura del esfuerzo

Me encantan los retos, entre más complejos y mayor necesidad de persistencia, mejor. Disfruto mucho el trabajo bajo presión que se realiza por equipos enfocados a materializar proyectos ambiciosos, visionarios y generadores de valor.

Los gadgets que no cambiaría por nada

BlackBerry es mi oficina móvil, me facilita revisar información, delegar trabajo y comunicarme con los clientes en México y el extranjero.

Para relajarme

Me gusta dar clases, plasmar mis ideas por escrito, leer, ir al cine y hacer ejercicio para estar sano y mantener el estrés bajo control.

Dentro de 10 años, me visualizo

Ejerciendo un sólido y ético liderazgo social y político, transformando las instituciones y poniendo mis habilidades al servicio de la comunidad. Mi esposa e hijos me dan la energía para luchar y siempre tener la esperanza de que lo mejor está por venir.



“

Hay que tener claro el plan de vuelo, actualizarlo, no perder piso y hacer equipo con la sociedad

”

@MarioZambranoA

Valeria Guerra

Directora de la Preparatoria BIT
Universidad Metropolitana de Monterrey

Mi preparación consistió en

Licenciatura en Derecho (ITESM) con Maestría en Administración Pública (Universidad Francisco de Vitoria) y Maestría en Antropología y Ética (Centro Panamericano de Humanidades). La pasión por mi país, el interés de prepararme y las ganas de ser útil con mi trabajo me llevaron a elegir mi profesión.

Busco rodearme de gente que admiro

Buenos ejemplos de maestros y jefes me ayudan a concretar mis metas. Me considero muy dinámica y a la vez busco un ambiente tranquilo para concentrarme y aprovechar mejor el tiempo.

Los gadgets que no cambiaría por nada

iPhone y iPad, porque reviso mis correos en todo momento y avanzo en mi trabajo donde esté.

Para relajarme

Me gusta leer, comer rico y salir con mi familia y amigas. Voy al gimnasio una hora al día y a patinar los domingos con mi esposo y mis tres hijos.

Dentro de 10 años, me visualizo

Con nuevos proyectos, creciendo en mi preparación y siendo una mujer influyente que contribuya al cambio tan necesario en México. Espero estudiar un doctorado que me dé las credenciales para ser referente nacional e internacional en ciertos temas.



“ Con cada trabajo y proyecto llega el reto más difícil, pues siempre hay que superar el pasado

”

@guerravaleria



Luis Duarte

Socio Cofundador y Director de Operaciones de YoReciclo

Mi preparación consistió en

Ingeniero Mecánico Administrador por el Tec de Monterrey, con MBA en Babson College. Desde chico mis padres me impulsaron a soñar y luchar por alcanzar mis metas, por ello, a los 19 años emprendí mi propia empresa.

Me gusta opinar, innovar y ser creativo

Soy una persona que no le teme al trabajo ni a redoblar esfuerzos para llegar a la meta; si es necesario restar horas de sueño para lograr el objetivo, hay que hacerlo.

Los gadgets que no cambiaría por nada

iPad y iPhone, pues me ayudan a actuar rápidamente y tomar decisiones más certeras, gracias a la cantidad de información que permiten manejar.

Para relajarme

Trato de vivir un balance entre lo laboral, personal, físico y espiritual. Me gusta pasar tiempo con mi esposa, bebé y mascota, además de tocar guitarra y hacer deportes.

Dentro de 10, años me visualizo

Con una familia más grande, iniciando más negocios que también tengan en su misión el ingrediente social. Con uno o dos posgrados más y disfrutando de la vida como hasta hoy.

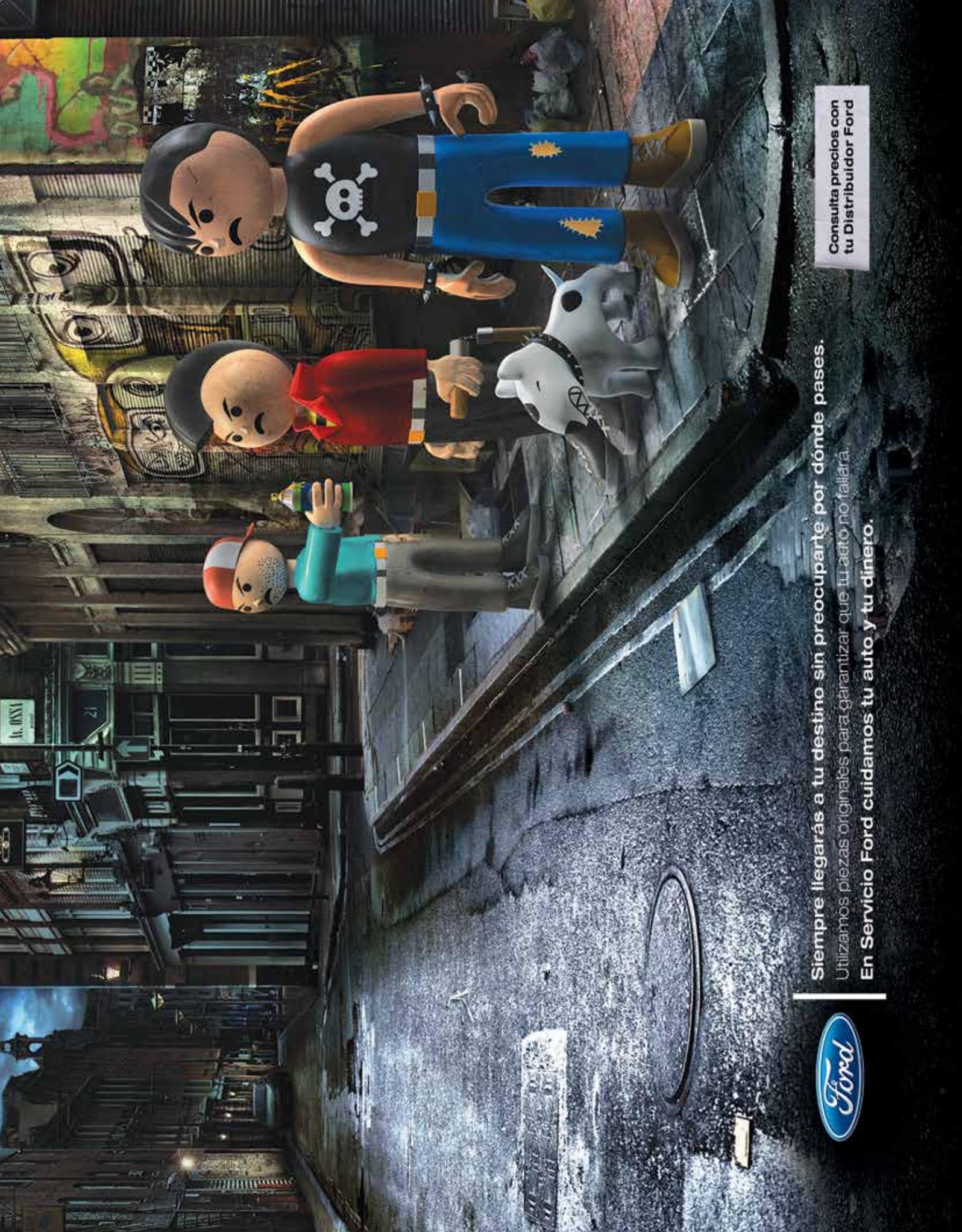


“

Ser emprendedor es la habilidad de adaptarte e innovar para cambiar rumbos rápidamente

”

 @luisdh



Siempre llegarás a tu destino sin preocuparte por dónde pases.

Utilizamos piezas originales para garantizar que tu auto no fallará.

En Servicio Ford cuidamos tu auto y tu dinero.



Consulta precios con
tu Distribuidor Ford



La siguiente evolución de la tecnología

NUEVOS PRODUCTOS, SERVICIOS Y MODELOS DE NEGOCIO



Víctor Soulé
Socio Director Región Noreste Ernst & Young México.

En la economía del siglo XXI, la toma acertada de decisiones dependerá del acceso inmediato a los datos e información y la tecnología avanzada está permitiendo que esto sea posible. Las herramientas analíticas sofisticadas, una mayor conectividad y las nuevas plataformas digitales le darán a los negocios oportunidades sin precedentes para impulsar su ventaja competitiva.

Los mercados emergentes comenzarán a adoptar estas plataformas digitales, dejando atrás las tecnologías heredadas y obteniendo una ventaja en la innovación tecnológica. Al mismo tiempo, los negocios a nivel mundial tendrán más libertad para elegir y utilizar la tecnología, así como la capacidad de contratar más servicios externos para satisfacer sus requerimientos y comprar servicios en este rubro, en la medida que lo vayan requiriendo.

Las nuevas plataformas digitales están aumentando drásticamente la capacidad de los negocios para aprovechar la información. A medida en que las bases de datos crecen y las herramientas mejoran, se reconoce cada vez más el valor del proceso de análisis (inteligencia de negocios) para crear o blindar una ventaja competitiva, más allá de la investigación de mercado tradicional. Las organizaciones están buscando maneras de aplicar ésta a nuevas áreas de sus negocios. La inteligencia de negocios está encontrando aplicaciones incluso fuera del mundo de los puros datos: la video vigilancia está cambiando de su capacidad exclusivamente forense al monitoreo de eventos basado en excepciones, habilitado por el análisis (de datos) del video. Esta tecnología puede tener aplicaciones de productividad o seguridad en las compañías, tales como el monitoreo del tránsito de personas, uso de equipo o comportamiento sospechoso, proporcionando informes en tiempo real acerca de estos patrones.

Estas nuevas plataformas digitales reconfigurarán a industrias completas. Aunque la tecnología para las videoconferencias ha sido adoptada a nivel del consumidor, los avances en los negocios han sido modestos hasta el momento. Sin embargo, al mejorar los algoritmos de compresión de datos, la infraestructura de red y los costos asociados con la tele-presencia, aumentarán drásticamente con el tiempo la adopción de estas plataformas digitales.

Los servicios gratuitos como Skype y la disponibilidad

de computadoras con capacidades de videoconferencia integradas se volverán generalizados. Como resultado, la ubicación será menos importante de lo que es hoy en día, con la posibilidad de abrir la puerta a una competencia global cada vez mayor de firmas que no cuentan con los recursos para establecerse en países con salarios más bajos.



Las compañías pueden anticipar el debut de la segunda ola de la entrega digital; conforme la primera ola de la digitalización del contenido de medios llega a su fin, está listo el escenario para una explosión de nuevos productos, servicios y modelos de negocio. Manténgase atento al crecimiento de características como la próxima generación de video a solicitud, la convergencia tecnológica (que ofrecen los teléfonos, tablets, computadoras, consolas de juegos y televisores multifuncionales), descargas de música digital y libros electrónicos. Innovadores, modelos de negocio nuevos al dejar atrás tecnologías como la telefonía y cables fijos, los mercados emergentes podrán acceder a tecnologías para mejorar la productividad por una pequeña porción del costo. Cada vez con mayor frecuencia se desarrollarán más innovaciones tecnológicas tomando en cuenta a los consumidores de los mercados emergentes, y las innovaciones mismas vendrán cada vez más de dichos mercados, incluyendo a India, China y Rusia, ya que aspiran a convertirse en líderes en el mercado global de tecnología de la información.♥

interjet

**Gran servicio,
más espacio entre asientos,
baño exclusivo para mujeres,
botanas y bebidas ilimitadas.
Ah por cierto, también
te llevamos de una ciudad a otra**



Tú nos inspiras a volar más alto

www.interjet.com.mx

DEL INTERIOR: 01 800 01 12345



Las TI

QUE IMPACTAN A LOS NEGOCIOS

En años recientes la masificación de las nuevas Tecnologías de la Información (TI) en el mercado ha influido directamente a los negocios. Adaptarse a ellas es uno de los nuevos retos a los que los empresarios se enfrentan. Pero, ¿cuáles son los cambios radicales que afectarán a las empresas en el aspecto tecnológico durante los próximos años?

Por Roberto Cabrera

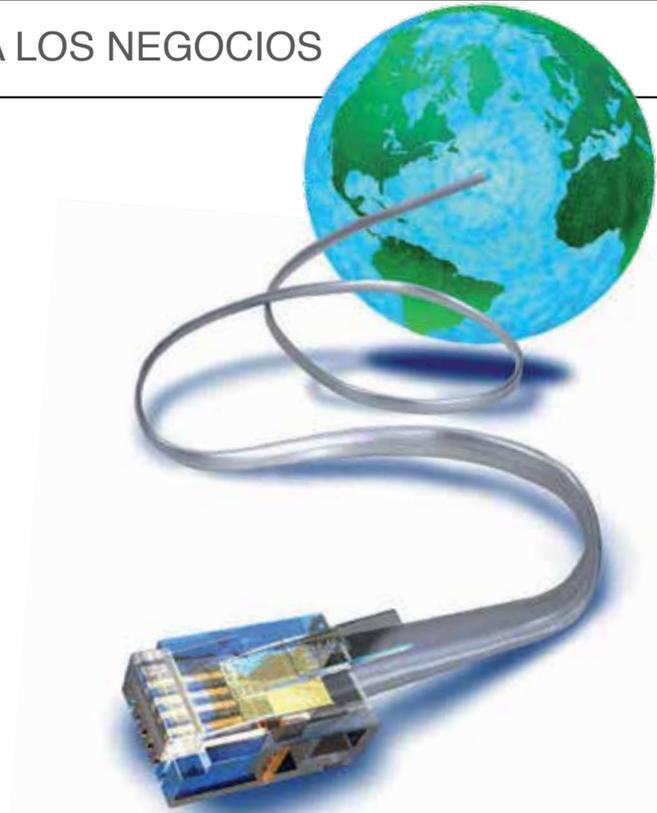
Socio Director de Industrias y Mercado de KPMG en México

KPMG ha identificado cinco tendencias en TI que pueden afectar a las compañías. Integrarlas o no en los planes de negocio podrá determinar la evolución o el fracaso de la organización:

1. Cloud Computing. Se ha posicionado en el *top of mind* de la comunidad empresarial, sin embargo esto no significa que sea una tecnología viable y vigente a largo plazo. Aún es un concepto confuso para algunos CEO's, sobre todo por su terminología. Hoy las empresas lo están utilizando para funciones específicas, como recopilar la información de ventas a distancia o hacer cuentas de correo electrónico móvil. Con el tiempo los sistemas operativos completos o herramientas de Enterprise Resource Planning (ERP) se encontrarán alojadas en la nube. El Cloud Computing es visto como una herramienta con alto riesgo, aunque la evaluación y creación de medidas de administración de riesgos es necesaria con ésta y otras tecnologías. El correcto *due diligence* entre proveedor-cliente reducirá el nivel de riesgo al que se puede enfrentar la organización.

2. Adopción de nuevas tecnologías. Los *gadgets* se han vuelto imprescindibles; la accesibilidad a la información es cada vez más veloz y la entrada al mercado de nuevas tabletas y *smartphones* eleva las expectativas de los empleados. De acuerdo a un estudio, 34% de los empleados jóvenes considera que la tecnología utilizada en su vida diaria es superior a la que emplean en sus oficinas. Algunos corporativos están buscando cómo incorporar el uso de redes sociales sin comprometer la seguridad de los sistemas ni de la información de la compañía. Ciertas empresas han optado por permitir los dispositivos personales y acceso a redes o incluso asignar un presupuesto personal para la compra de TI según su conveniencia.

3. Mobile e-commerce (comercio en dispositivos móviles). Utilizar un celular para transacciones bancarias o comerciales es un concepto relativamente nuevo para algunos países como México. A pesar de que no se encuentra en la agenda de los usuarios, esto no significa que sea una tecnología fallida. Se está viendo que el uso de aplicaciones para dispositivos móviles contribuye a cons-



truir lealtad de marca. La encuesta *Consumidores y Convergencia 2010* realizada por KPMG International revela que 46% de los consumidores a nivel global ha utilizado un teléfono móvil para realizar operaciones bancarias.

4. Seguridad de la información. Recientes fusiones y adquisiciones de proveedores de *software* de seguridad son ejemplo de la importancia que ha adquirido la seguridad de datos a nivel multinacional. De acuerdo con el *Data Loss Barometer* de KPMG, la pérdida de información en las organizaciones ha afectado a más de 500 millones de personas en los últimos tres años; 21% de los incidentes de pérdida de datos se ha dado por culpa de alguien interno.

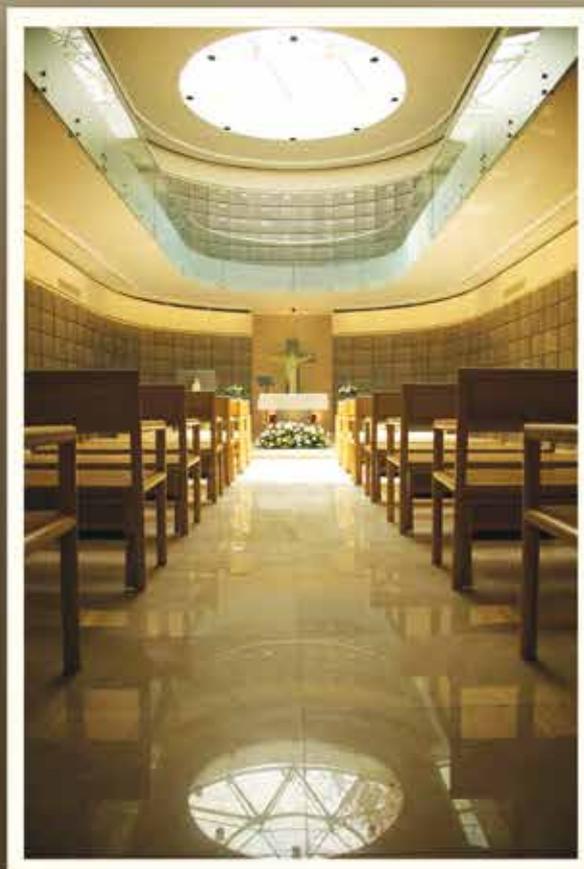
5. Satisfacción del cliente (uso de redes sociales). Las redes sociales son un foco de atención que no puede pasarse por alto, pues afectan directamente la reputación de marca. La creación de *blogs*, grupos, comunidades virtuales y conversaciones en línea acerca de una empresa y su entorno muestran la percepción de los usuarios sobre las compañías. Estudios recientes demuestran que una opinión publicada en redes sociales es tres veces más influyente que la percepción mostrada en otros medios.

Seguir estas tendencias en TI podría influir directamente en la reputación, competitividad y lealtad de marca, sin importar el tamaño o giro de la empresa, por lo que es recomendable actuar pronto y puntualmente en busca de obtener los mayores beneficios posibles para la organización.▼

Parroquia y Santuario de Nuestra Señora de Fátima
Nichos Fátima



*Un espacio para el descanso eterno
bajo el manto de Nuestra Señora de Fátima*
Precios atractivos y facilidades de pago



Delitos cibernéticos en México

Por Lic. Deyanira Flores Rodríguez, Socia de Baker & McKenzie / Lic. Carlos Padrón Sánchez, Asociado de Baker & McKenzie

Las operaciones a través de medios electrónicos se han incrementado considerablemente en los últimos años, no solo por el uso de computadoras personales que nos permiten llevar a cabo operaciones virtualmente desde cualquier lugar donde exista acceso a internet, sino porque además éstas se han extendido a los teléfonos celulares.

A lo anterior lamentablemente debemos sumar las circunstancias de inseguridad que han imperado en nuestro país y particularmente en ciertos Estados (como Nuevo León), orillado a que quienes normalmente acudían al banco más cercano para realizar sus operaciones cotidianas se inclinen por efectuar, además de las bancarias, otras para la adquisición de bienes a través de los medios electrónicos antes referidos.

Con el crecimiento en este tipo de operaciones se ha incrementado otro fenómeno: la comisión de delitos a través de medios electrónicos; fraude, robo de identidad y otros más graves, como pornografía infantil, han proliferado en gran medida por el uso

casi obligatorio de estas herramientas, incluso llegando al grado de que las redes sociales están sirviendo para que la delincuencia organizada identifique a sus víctimas para llevar a cabo actos relacionados con la privación ilegal de la libertad y extorsión.

Es momento de reflexionar desde el punto de vista legal y de la seguridad de las personas físicas y morales para cuidar su patrimonio, en ese sentido cabe hacernos las siguientes preguntas: ¿nuestro sistema legal está preparado para resolver los retos que se le presentan día a día con motivo de los cientos de delitos que se comenten en los medios electrónicos? ¿como usuarios de los sistemas electrónicos, ¿estamos preparados para evitar ser víctimas de un delito informático?

Nuestras autoridades afrontan importantes desafíos para prevenir los delitos cibernéticos; desde la jurisdicción y competencia de quien debe investigarlos, hasta lo más importante, que es determinar la existencia de un delito y dar con el paradero de sus responsables. Es bien sabido que muchos de éstos se cometen de forma virtual en distintos Estados o países, pero surten efectos en determinado lugar. Esto es lo que en gran medida dificulta la comprobación de los de-

litos informáticos o cibernéticos, así como el castigo a los responsables.

A lo anterior debemos sumarle la inviolabilidad de las comunicaciones privadas que separa mediante una línea muy tenue las pruebas que pueden ser admisibles en un juicio y las que no pueden ser consideradas como tales, existiendo incluso un riesgo para el oferente de las pruebas cuando se trata de correos electrónicos, pues podría incurrir en una conducta delictiva. También debemos reconocer que nuestras autoridades están respondiendo ante los retos actuales al implementar en los códigos penales Federal y de los Estados, descripciones de conductas cometidas a través de medios electrónicos a efecto de que los delitos no queden impunes. Así observamos que las autoridades a cargo de la investigación de los delitos ya no se sorprenden, como lo hacían poco tiempo atrás, cuando se ofrece como prueba un correo electrónico o una pericial en informática e incluso una inspección ocular en determinada página de internet.

Pese a lo aquí expuesto, no debemos dejar todo en manos de la autoridad, pues muchos delitos cometidos en medios electrónicos pueden prevenirse con la utilización de herramientas antivirus vigentes, ingreso a redes y páginas de internet confiables, pero sobre todo, no compartir contraseñas y nombres de usuario de los perfiles creados en redes sociales, banca en línea o correo electrónico, bajo ninguna circunstancia.

Aunque todavía nos falta mucho en legislación, particularmente en cuanto al desahogo de las pruebas relacionadas con estas infracciones, vemos con beneplácito que nuestras autoridades han avanzado en la investigación de delitos cibernéticos, al grado de tener en la Procuraduría General de la República y algunos Estados elementos dedicados a investigar esta clase de conductas delictivas. Sin embargo, es importante incrementar una cultura sana del uso de los sistemas electrónicos en México.♥



SUBASTA PÚBLICA SIN RESERVA

Torreón, México

9 de noviembre de 2011



NO SE LA PIERDA.

Todavía estamos consignando equipos para esta subasta. No se la pierda: llame y despreocúpese de todo el trabajo que tendría que hacer al vender sus equipos o camiones.

- ▶ Opciones de contrato flexibles
- ▶ Servicio todo incluido
- ▶ Postores compitiendo en persona y en línea por sus bienes
- ▶ Certeza de venta & fechas de pago fijas

LLAME PARA CONSIGNAR: +52.871.731.7424

Para un listado de equipos completo y actualizado, visite

» rbauction.com.mx

SITIO DE LA SUBASTA:

Perif Raúl López Sánchez Km 7, Fracc. Torreón 2000,

27016 Torreón, Coah, México

La subasta comienza a las 9 AM



Endeavor

IMPULSANDO NUEVAS IDEAS

“Creamos casos de éxito, y con ellos inspiramos y fomentamos la cultura emprendedora, es así como podremos multiplicar el impacto en el país”.

Por Samantha Fematt

Transformar a México demostrando que los emprendedores de alto impacto son la principal y más significativa fuente de desarrollo económico es la misión de Endeavor. Esta idea los ha llevado a impulsar a 83 personas con negocios innovadores y frescos a nivel nacional. Fundado en México en 2002, con el Doctor Pedro Aspe como Presidente del Consejo de Administración. En el 2009 Emilio Azcárraga-Jean, Presidente, Director General y Presidente del Comité Ejecutivo de Grupo Televisa, tomó el cargo principal de la organización.

En el país actualmente existen más de tres millones de empresas, de las que tres mil 33 aportan 48% del Producto Interno Bruto, mientras que 3.3 millones de microempresas suman solo 5% del PIB. De ahí nace el objetivo de Endeavor por impulsar a las pymes para que se conviertan en compañías grandes, generadoras de empleo y contribuyan representativamente al crecimiento de México.

Proceso de selección

Mediante un proceso se elige a los emprendedores potenciales para expandir sus negocios a nivel mundial. Se identifica a los que tengan negocios en operación que sean innovadores, proyecten escalabilidad y cuenten con un alto grado de identificación con la misión de Endeavor. A través de una serie de entrevistas con expertos, los candidatos avanzan con la meta de convertirse en emprendedores y recibir los servicios necesarios para acelerar su crecimiento.

Con el apoyo de la red de mentores y aliados estratégicos como consultoras de prestigio, fondos de financiamiento, medios de comunicación y gobiernos, la organización brinda asesoría clave a sus emprendedores. Sus servicios más destacados son consejo consultivo, mentorías, *internships*, acceso a fuentes de financiamiento y asesoría con consultoras de prestigio. Luego, con la difusión de casos de éxito en medios, espacios educativos, foros y programas internacionales, Endeavor transmite la energía de los emprendedores al inspirar a otros para tomar este camino y forjar una mayor cultura de empresa en el país.

Convencidos del impacto que genera la organización en México, la red de emprendedores, mentores, consejeros y aliados, donan en efectivo y especie, aportaciones gracias a las cuales se posibilita la misión de Endeavor, y por ello los innovadores pueden realizar y concretar sus aspiraciones empresariales.

Futuros proyectos

El crecimiento nacional de esta organización ha sido tal, que hasta la fecha cuenta con oficinas en nueve Estados, las cuales acercan y conecta a los emprendedores. Endeavor prevé que las mejores ideas y planes más ambiciosos de los innovadores incrementen el PIB mexicano en 1% para 2020.

La extensión de la oficina del Distrito Federal en Monterrey está en proceso de formar un Consejo de Administración liderado por grandes empresarios regiomentanos. Además, en noviembre será la Global Entrepreneur Week, en que la organización colabora como *host* en los doce países con presencia y del cual busca promover la creatividad, innovación y emprendimiento en los jóvenes. También por primera vez realizará el evento de Innovación dirigido a la red de Endeavor en NL, en que mentores y emprendedores, con sus respectivas familias, participarán en talleres dinámicos, con el objetivo de fomentar la integración para encontrar soluciones innovadoras relacionadas con ciertas empresas que expondrán.♥



we're in the **game**

“ Para mí las críticas son
asesorías gratis ”

Mario Laborín
Edición 32 Julio 2009

Regístrate para leer la Revista
en Línea y obtén todos los beneficios
de ser parte de la comunidad
PLAYERS of life.

www.playersoflife.com/online

Revista en línea



[Facebook.com/players.mty](https://www.facebook.com/players.mty)



[Twitter.com/players_mty](https://twitter.com/players_mty)



Sustentabilidad que conduce a la rentabilidad

Actualmente la sustentabilidad y el cambio climático son temas de todos los días. Lo *in* es cuidar el ambiente, y las empresas grandes y pequeñas empiezan a percatarse de que los consumidores están decididos a apoyar los productos que contribuyan a tener un mejor planeta.

Por Gloria Guevara
Socia de Consultoría en Deloitte

¿Qué es la sustentabilidad? Se trata de un concepto que desde hace varias décadas ha llamado la atención a estudiosos de diferentes disciplinas, como biólogos, sociólogos, antropólogos, geógrafos, urbanistas y arquitectos, entre otros. El término de sustentabilidad ambiental se refiere a la administración eficiente y racional de los recursos (naturales, económicos y sociales), de manera tal que sea posible mejorar el bienestar de la población actual sin comprometer la calidad de vida de las generaciones futuras. Para una empresa esto implicaría lograr la eficiencia de recursos, además de mejorar su desempeño y relaciones con la sociedad, siendo capaces de trascender en su negocio y lograr su perdurabilidad en el tiempo.

La sustentabilidad no es una moda, sino un cambio fundamental en los paradigmas y estructuras organizacionales que conducen a la rentabilidad: representa oportunidades para innovar los modelos de negocio y lograr beneficios adicionales, como abatimiento de costos u optimización de márgenes por aumento de eficiencia; considerable disminución de ciertos riesgos operativos, administrativos, estratégicos y legislativos; y operaciones más amigables con el medio ambiente.

En mi opinión, el tema de la sustentabilidad cada día irá tomando mayor rele-

vancia, hoy es común ver a las compañías preocupadas por utilizar energías menos dañinas al medio ambiente, generar productos biodegradables, administrar mejor los insumos naturales, no realizar actividades que impulsen el calentamiento global y mantener una reputación de “empresa verde” ante la sociedad.

Un evento importante en el camino a la sustentabilidad, sin duda es la creación del Índice de sustentabilidad generado por la Bolsa Mexicana de Valores. Éste es un parámetro idóneo para reconocer las mejores prácticas de sustentabilidad de las empresas con el objetivo de construir una economía sólida, adecuada al contexto actual y futuro.

De tal manera que el Índice de sustentabilidad permite:

- Reconocer empresas para la inversión socialmente responsable
- Acceder a fondos internacionales destinados únicamente a este tipo de compañías, los cuales calculamos que ascienden a más de 3.3 trillones de dólares a nivel mundial
- Ser una herramienta para la investigación de la sustentabilidad empresarial
- Ser un marco de referencia y comparación con otras empresas
- Identificar áreas de oportunidad en cuestiones de sustentabilidad y fomento de intercambio de mejores prácticas entre los participantes
- Incentivar a las emisoras a comprometerse con la sustentabilidad

Es un hecho que la BMV busca que más empresas se adhieran a su Índice de sustentabilidad y promoverá que las que cotizan en la Bolsa se adhieran a los 10 principios del Pacto Mundial de la ONU, principios que sirven como guía objetiva y confiable para enfocar los esfuerzos hacia la sustentabilidad. En esta nueva visión, Naciones Unidas ha propuesto el mencionado Pacto para que las empresas hagan suyos, apoyen y lleven a la práctica un conjunto de valores

fundamentales relacionados con derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Como paso inicial hacia un desarrollo sustentable, las empresas deberán diseñar estrategias que se incorporen a la visión del negocio y establecer objetivos, metodologías y métricas para alcanzar la sustentabilidad, entendiendo a los proyectos enfocados en ello como inversiones que generan retornos. Implementar procesos de responsabilidad corporativa con el fin de generar valor para las compañías, a través del correcto balance de las variables ambientales, sociales y económicas.▼



“¿Quién logre ser sustentable, será quien tenga mayor posibilidad de ser rentable y permanecer!”

PLAYA DEL CARMEN

El confort en perfecta armonia con la naturaleza



Tranquilidad



Seguridad



Privacidad



Bienestar



Plusvalía

[Residencias y departamentos de lujo]

[Lotes residenciales con financiamiento]

[Lotes condominales y comerciales]

[Unidades desde \$1,500,000 mn]



www.SELVAMAR.com.mx
Complejo Residencial



TEL: 01 (984) 803 08 80 CEL: 045 984 157 85 78



Crisis de deuda

DENOMINADOR COMÚN

La atención de los mercados recientemente se ha centrado tanto en los problemas de deuda europeos como en los de EU, los cuales tienen mucha similitud.

Por Equipo de Análisis de Wealth Management Research de UBS, con la adaptación de Jorge Fernández Amann, Executive Director para México del departamento de Investment Products & Services de UBS Asesores México, SA de CV

Los americanos están preocupados por la posibilidad de bancarrota de alguna de las economías europeas, y los europeos por los altos niveles de deuda de EU y su falta de planes para reducirla. La realidad es que sus problemas son muy similares: la perspectiva de crecimiento económico para ambas regiones es baja, porque tanto gobiernos como individuos necesitan reducir urgentemente sus altos niveles de endeudamiento. Este hecho obligará a los gobiernos a la consolidación de sus presupuestos, buscando evitar la tan temida recesión. Deberán encontrar un equilibrio entre las políticas de recortes y ahorro a implementar y su efecto en la perspectiva de crecimiento futura.

La crisis europea ha continuado afectando negativamente a los mercados. En un intento de generar una mayor confianza entre los diferentes intermediarios financieros, se han producido intervenciones por parte tanto de los países de la eurozona, legitimando nuevas líneas de créditos tanto directos como garantizados, y del BCE, que ha comenzado a comprar bonos de distintos países europeos en el mercado secundario. Pero las causas de esta mayor desconfianza persisten sin una solución. Tanto las Agencias de Calificación, como los inversores en general, muestran una mayor desconfianza hacia los gobiernos y sus promesas sobre nuevas medidas de consolidación fiscal. Además, existe un importante calendario electoral por delante, que hace dudar de estos futuros ajustes.

Las crisis de deuda nunca se han solucionado únicamente con el aumento de los ahorros. Históricamente los niveles excesivos de deuda se han eliminado con una mayor inflación, una normativa más coercitiva o en el peor de los casos, con procedimientos de quiebra. En Europa, Grecia se encuentra en esta última fase. Una quiebra del Estado puede llegar a ser inevitable tan pronto como en la próxima primavera, dentro de la tercera revisión del programa de ayuda del FMI. Para el resto de las economías europeas todavía hay esperanza. Portugal e Irlanda están en el comienzo de un tortuoso camino de consolidación, pero no en un riesgo inminente de



quiebra. Gracias al menor tamaño de estas economías, el resto de la Unión Europea sería capaz de ayudarlos a través de diferentes créditos, hasta que logran implementar las reformas necesarias y éstas dieran sus primeros frutos.

Pero la incertidumbre actual también ha afectado a España, Italia y Francia, tres de las mayores economías de la eurozona. Ni las promesas de sus gobernantes de mayores ajustes, ni las nuevas modificaciones en el Fondo de Estabilización Europeo (EFSF por sus siglas en inglés) han generado una mayor confianza. El BCE se ha visto obligado a comprar de forma agresiva deuda de Italia y España para evitar un aumento en sus tasas de interés. En las próximas semanas el EFSF debería tomar estas funciones, aunque no es sencillo, pues carece tanto de la flexibilidad en su operación como de la velocidad necesaria en sus posibles intervenciones. Por lo tanto, el BCE habrá de continuar, por ahora, con sus actuaciones, a pesar de las críticas de algunos miembros de la eurozona.

En las últimas semanas se ha hablado repetidamente de que una posible solución radicaría en la emisión de eurobonos. Económicamente sería un modelo viable, siempre que venga acompañado de un cambio regulatorio a nivel europeo, especialmente en lo que respecta a la soberanía fiscal de cada país. Llegados a este escenario podríamos ver cómo algunos países (entre ellos Finlandia o Eslovaquia) optarían por abandonar el euro.

En el último año hemos mantenido una visión cauta hacia los mercados, pero hoy vemos claramente que han sobre reaccionado. En nuestra visión, no pensamos que Europa se encuentra al borde del colapso inmediato. Es complicado predecir en qué momento la actual crisis alcanzará su pico y cuándo se tomarán las medidas necesarias, pero descartamos la posibilidad de una quiebra generalizada en los países europeos.♥

Consideraciones legales: El presente artículo ha sido preparado por el equipo de análisis de Wealth Management Research de "UBS AG" y adaptado por Jorge Fernández Amann, Executive Director para México del Departamento de Investment Products & Services de UBS Asesores México, SA de CV (en adelante, "UBS Asesores") y en conjunto con UBS AG, "UBS".

Es importante destacar que el presente artículo se basa únicamente en las opiniones personales de los autores, derivadas de la información de carácter público obtenida de fuentes fidedignas y de buena fe a la fecha del presente artículo, que ha sido preparado exclusivamente con fines informativos y no debe ser interpretado como una oferta de adquisición o venta de valores o instrumentos financieros relacionados. El lector no debería interpretar su contenido como una recomendación o asesoría legal, tributaria, contable o de inversión, sino consultar a sus propios asesores legales, tributarios y financieros con respecto de cualquier asunto legal, tributario o de otra índole que pudiera afectar cualquier operación descrita en el presente artículo, que no pretende ser completo. Ningún acto o decisión de inversión, enajenación u otro acto o decisión financiera, debería basarse exclusivamente en la información contenida en el presente artículo.

UBS expresamente rechaza cualquier responsabilidad derivada del uso del presente artículo y no garantiza de manera expresa o tácita, la fiabilidad o integridad de la información, así como tampoco que estas estimaciones o proyecciones serán cumplidas. Los resultados finales variarán de las proyecciones y dichas variaciones podrían ser sustanciales. La información contenida en el presente artículo no es ni debe ser considerada como una promesa o garantía respecto al pasado o al futuro. Toda la información, opiniones y precios establecidos en este documento, son actuales únicamente al momento de su publicación y pueden ser alterados sin previo aviso. Cabe destacar que los valores referidos por los autores fueron valuados sobre la base de precios aproximados y de mercado utilizados comúnmente por la banca, los cuales deberán considerarse solo como indicativos y UBS no está obligado con ellos. Este artículo no debe ser interpretado como una oferta de adquisición o venta de valores o instrumentos financieros relacionados por parte de UBS.

UBS Asesores México, SA de CV.

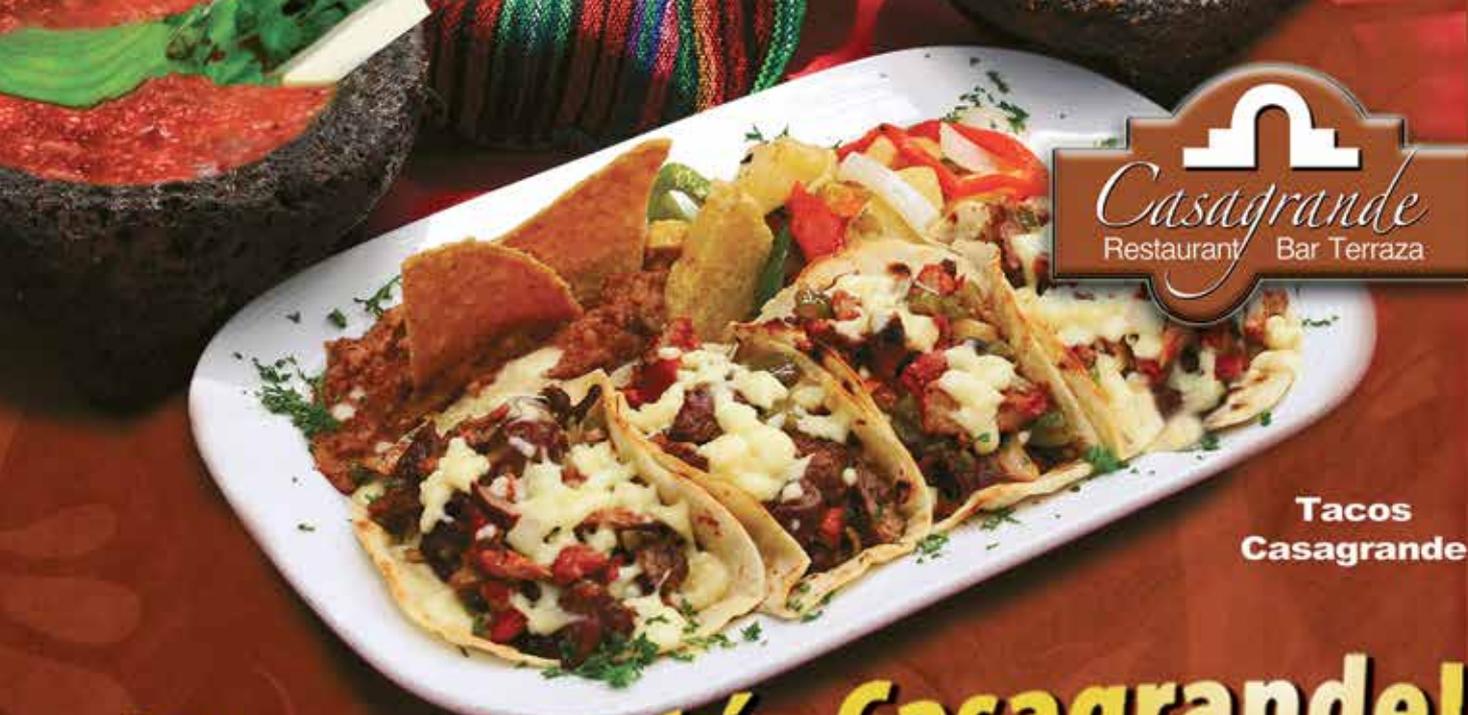
Es afiliado de UBS AG Suiza.

No está sujeto a la supervisión de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

No forma parte de UBS Grupo Financiero, SA de CV ni de ningún otro grupo financiero mexicano y sus obligaciones no se encuentran garantizadas por ninguna tercera parte.

No ofrece rendimientos garantizados.

Contacto: UBS Asesores México, SA de CV Tel. (56) 5282-7700 www.ubs.com



Tacos Casagrande

Mi casa es tú... Casagrande!

Vasconcelos 152 Pte.Colonia del Valle
L-S 7:00 a.m.-12:30 a.m. D- 9:00 a.m.-12:00 a.m.
www.casagrandemty.com

Exquisito Buffet de Desayunos todos los días



 /casagrande Mty

 @casagrandemty

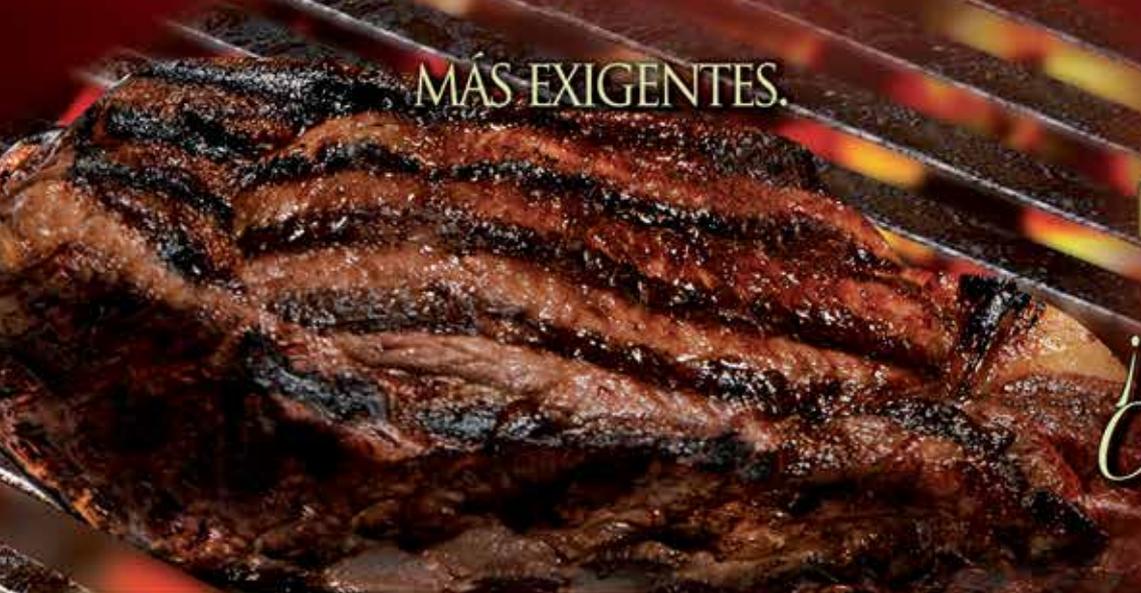
34 AÑOS AGRADANDO LOS PALADARES

MÁS EXIGENTES.



INTERNATIONAL CUISINE

El Granero Como Siempre!

Calzada del Valle 333 Ote. Col. Del Valle. San Pedro, Garza García Tel. 1257.3950

Lunes a Domingo 12:30 pm a 12:30 am

 /elgranerogrill

www.elgranero.com.mx

 @granerogrillmty



e-sustentabilidad

**Carlos Viesca**

Biólogo Marino (UABCS) y Maestro en Ciencias (CIBNOR). Director de Sustentabilidad y Asesor Científico en DESUS y titular del área de Consultoría en Sustentabilidad Corporativa. Ha migrado desde la investigación en ecología marina hasta la consultoría en sustentabilidad integral, pasando por la conservación y restauración de ecosistemas, la economía de la pesca y el ordenamiento territorial, entre otras áreas de investigación.

IMPLICACIONES DE UNA NUEVA REALIDAD

El uso generalizado de las tecnologías de la información (TI's) constituye el arraigo tecnológico más evidente de las sociedades industrializadas.

La enorme diversidad de aplicaciones para la vida cotidiana representa, visto desde el desarrollo sustentable, una gama de oportunidades y riesgos que deben ser plenamente entendidos. Un claro ejemplo de esto es la desmaterialización. La sustitución de bienes o actividades con una importante huella ecológica como los libros impresos o los viajes, por papel electrónico, teleconferencias o pagos a distancia. Como tal, las oportunidades que la tecnología ofrece son reales, sin embargo, cuando se considera el factor humano, también tienen sus riesgos.

Por ejemplo, se ha calculado que la navegación en internet emite la misma cantidad de gases de efecto invernadero que la aviación comercial. También, al ser más fácil y barato comprar en línea y sustituirse más actividades con aplicaciones electrónicas, se fomenta el consumismo y la gente deja de socializar, hacer ejercicio o contribuir a la economía local.

Tampoco podemos perder de vista la huella ecológica y social del ciclo de vida de los dispositivos, que evidentemente, para empezar, utilizan energía eléctrica, además de estar hechos principalmente de plásticos y componentes electrónicos basados en diferentes metales (no renovables y en claro declive), extraídos de minas, muchas de las cuales operan bajo condiciones inhumanas y con severo impacto ambiental a nivel local.

Por supuesto que abundan las TI's inherentemente positivas, pues permiten mejorar muchas prácticas (como manejar) y sobre todo, facilitan la administración de recursos naturales (optimización del uso de agua o energía, diseño de rutas de reparto, monitoreo de salud o edificios inteligentes, entre otros). Hoy el reto es la implementación generalizada para que su impacto se vuelva realmente significativo. Se debe garantizar la total penetración de las aplicaciones que ayuden a reducir el uso de agua y la energía o la generación de residuos.

Brecha tecnológica

Las TI's se han vuelto esenciales para la educación y el trabajo, por ende, la falta de acceso a tecnologías como teléfonos celulares o internet son un obstáculo real para el desarrollo y una brecha no solo entre ricos y pobres, sino incluso entre hombres y mujeres. Por ejemplo, ya sea por razones culturales o socioeconómicas, las mujeres reciben menos educación, tienen menos oportunidades de empleo y obtienen menos ingresos que los hombres, haciendo desigual su acceso a la tecnología. Ésta, y no una cuestión de capacidad, es la base del estereotipo de que las mujeres son "tecnofóbicas", pues se ha comprobado que con iguales circunstancias de desarrollo y accesibilidad, ellas usan más la tecnología que los varones.

Entre ricos y pobres esta brecha es aún más compleja. Por ejemplo, se considera que la diferencia entre el internet como herramienta esencial o como lujo es que su costo sea de 10 dólares cada mes. Si pensamos que 40% de la población vive con 60 dólares mensuales, gastaría 16% de su ingreso en internet, lo cual es irreal. Aunque en telefonía móvil la diferencia se ha cerrado más rápido, los pobres todavía tienen mayores costos relativos que los ricos, lo que implica que muchas personas, en particular las autoempleadas, destinen más ingresos en "ser vistos" por sus clientes o por el contrario, tienen un menor acceso al mercado y son menos competitivos.▼

Tres retos en sustentabilidad para las TI's

Para lograr el fortalecimiento de las TI's sustentables debe tenerse una visión sistémica del sector, lo que implica tres grandes retos:

1. Reducir la huella ecológica y social de la industria electrónica.
2. Generar modelos económicos que garanticen 100% de implementación de TI's.
3. Trabajar a marchas forzadas para cerrar la brecha tecnológica.

Investigación: Camila Barragán

RECICLANDO MÉXICO HACIA EL MUNDO ENTERO



RECUPERACIONES INDUSTRIALES INTERNACIONALES SA de CV



RECOLECCION DE DESPERDICIOS FERROSOS Y NO FERROSOS A EMPRESAS

COMERCIALIZACION DE METALES PRIMARIOS



www.riisa.com.mx

riisa@riisa.com.mx



Carretera a Laredo
km 25.2
Ciénega de Flores, NL.
Tel: (+52) 81 8154-1900

Ubicuidad se escribe con “e”

“Las plataformas de aprendizaje con tecnología tienen una estructura que les da forma y propósito encaminado al aprendizaje”.



Qué tiempos aquellos cuando decíamos que el pizarrón, gis y borrador eran piezas de tecnología educativa, y realmente lo eran. Igual de remotos parecen los días en que los libros emulaban al hipertexto con notas seriadas en páginas diferentes, para que como investigadores acuciosos, aumentáramos nuestra información. Esos libros vanguardistas pero impresos, junto al pizarrón y gis, fueron los antecesores a lo que hoy se ve precedido por una “e” que refiere a electrónico, eficaz, eficiente y emprendedor, tanto aplicado al aprendizaje (e-learning), al intercambio de bienes (e-commerce), la comunicación en movimiento (e-mobile) o a formas de gobierno apoyadas en tecnología (e-government).

La posibilidad de usar la electrónica para comerciar, comunicarse, hacer eficiente el servicio público o aprender, ya no sorprende, pero sí nos obliga a mantener una dinámica vanguardista que se torna constantemente obsoleta. Esto se aplica en particular a las enormes posibilidades del aprendizaje. El uso de la tecnología es cosa de niños, dirán algunos, pues los infantes son más hábiles que los adultos en su dominio. Pero todo cambia al tratarse de desarrollar habilidades y competencias específicas, y de

construir redes sociales con propósitos más encaminados a la formación de capital humano.

Quienes desean actualizarse, y que por razones laborales o personales no pueden estar en un sitio fijo recibiendo una clase presencial, se desaniman al creer que no tienen opción. ¿Qué alternativa existe? ¿Deben renunciar a la oportunidad de seguir desarrollándose? Gracias a la tecnología las personas han adquirido el don de la ubicuidad. Mediante el e-learning (aprendizaje en línea), por ejemplo, la educación se ha flexibilizado y ya no es necesario asistir a un curso que les interesa para adquirir o generar conocimiento. Se construyen plataformas y espacios de aprendizaje que permiten conectarse desde distancias infranqueables en el tiempo, pero cercanas gracias a la tecnología. En estas plataformas se crean verdaderas comunidades de aprendices que intercambian conceptos, posturas, opiniones y experiencias, y van incorporando a su acervo una serie de nuevas perspectivas que pueden tornarse más tarde también en un intercambio de bienes y servicios, así como en alianzas y sociedades comerciales.

Algunas opciones son híbridas, combinan educación a distancia con estancias presenciales que afianzan los lazos formados mediante las redes electrónicas, o viceversa. Pero los nexos se forman y afianzan; éste es el espíritu de las redes sociales encaminadas a respaldar la fortaleza de la sociedad civil, la formación de empresas transnacionales y el acceso al conocimiento, a optimizar la labor gubernamental, a tener información instantánea sobre los mercados y a la toma de decisiones informada y rápida.

La tecnología es tan versátil que vuelve versátiles a las personas. Quienes así aprendan, extrapolarán el uso de las tecnologías en el desarrollo de sus competencias como futuras herramientas de intercambio comercial para hacer transacciones a distancia con el sello de la globalización. Nunca como ahora se cumple la frase de que “vivimos en la aldea global”. El mundo ha empequeñecido, mediante la tecnología alcanzamos grandes distancias sin movernos del lugar de residencia. Por eso tenemos el don de la ubicuidad, que nos permite estar en muchos lugares a un tiempo, sirviéndonos de la “e”. Electrónica y tecnologías de información son nuestra llave para seguir ampliando horizontes de progreso. Las instituciones educativas, en todos los niveles, deben asegurar que sus alumnos adquieran la competencia de la ubicuidad que les permitirá convertirse en ciudadanos de la aldea global, lo cual les augura el éxito.♥



Ma. de Lourdes Dieck Assad

Rectora de las Escuelas Nacionales de Posgrado EGADE Business School y EGAP del Tecnológico de Monterrey. Cuenta con Doctorado en Economía (UT) y Maestría en Economía (Universidad de Vanderbilt). Fue Embajadora de México en la Unión Europea, Bélgica, Luxemburgo y el Consejo de Europa, y Subsecretaria de Asuntos Económicos.

Hazlo latir, dale un obsequio de corazón



Ofrece a tus seres queridos un presente único para el cuidado de su salud a través de nuestras tarjetas **Regalo de Vida** que incluyen consultas médicas especializadas y estudios diagnósticos en cardiología.

Instituto de
Cardiología
y Medicina Vasculare  **Tecnológico
de Monterrey**

Trabajamos al ritmo de tu corazón.

www.icmv.org.mx

Adquiere en:

Departamento de Atención a Pacientes
con la Lic. Cassandra Fuentes al tel. (81) 8389.8390
Conmutador: (81) 8347.1010 Ext. 8390
Av. I. Morones Prieto 3000 Pte.
Col. Los Doctores. 64710. Monterrey, N. L.
info@hsj.com.mx

Precios no incluyen IVA. Sujeto a cambio sin previo aviso



Motivación

ENERGÍA QUE MUEVE AL MUNDO



Por Javier Prieto

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@playersofflife.com

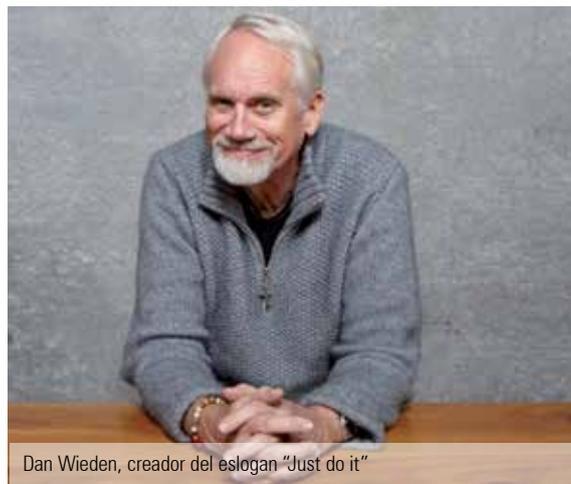
“La clave es convertir la energía en motivación para llegar a ser el escultor de tu propio destino”.

Hace más de 40 años, en 1968, nació una empresa que se convirtió en promotora y compañera de atletas que serían ídolos e imagen de la motivación, inspiración, fuerza, deseo, energía y pasión por el deporte. ¿Cómo no imaginarnos a Lance Armstrong, pedaleando su bicicleta y luchando contra el cáncer hasta lograr muchas veces el codiciado Tour de France?, ¿a Michael Jordan, considerado el mejor basquetbolista de la historia, dirigiendo varias veces a los Bulls de Chicago hasta el campeonato de la National Basketball Association? o ¿a Tiger Woods rompiendo todos los récords del golf en el mundo? El común denominador de todos era un emblema de una empresa: Nike.

Antes de la cumbre de estos personajes, un suceso habría de marcar el rumbo de esta gran compañía, que hoy es la inspiración de propios y extraños a la firma. Hacia fines de los 80 Nike se enfrentaba férreamente a otra gran empresa que lideraba el mercado de los artículos deportivos, me refiero a Reebok, y vivía tiempos complicados. El publicista Dan Wieden (de Wieden+Kennedy, una de las agencias más importantes del mundo fundada en 1982), en un mensaje dirigido a los empleados les dijo repetidamente que el éxito era parte de la actitud de la compañía por “hacer las cosas” y los arengó con una frase que se grabó en la mente y la historia de la firma: “You Nike guys, you just do it”. Esta expresión representó la fuente de energía que los hizo pensar en la posibilidad de lograrlo y luego se convirtió en el famoso slogan “Just do it”.

Lo que para una empresa fue una estrategia publicitaria, mercadotecnia y justificación del aumento en sus ventas, para una sociedad se convirtió en una nueva actitud hacia la vida y motivación para lograr medallas olímpicas o campeonatos mundiales en infinidad de disciplinas deportivas. **Just do it** se ha transformado en un movimiento, porque refleja el espíritu de lucha que conectaría a los triunfadores. Es sinónimo de energía para quienes se atreven a retar a las probabilidades y convertirse en la referencia obligada de su especialidad.

Todos los días la vida nos enfrenta a decisiones, simples o complicadas, que exigen mostrar una respuesta, y cuando estás preparado, te pide “hacerlo”. Hay muchas personas que se la pasan argumentando por qué no pueden hacerse las cosas, en vez de dirigir su energía a encontrar cómo lograrlo. La clave es convertir esa energía en motivación para llegar a ser el escultor de tu propio destino. Mediante la motivación ayudas a sentir o vivir la realidad que deseas cambiar o construir. Motivación que eres responsable de transmitir a tus colaboradores, haciendo la tarea más efectiva. ♥



Dan Wieden, creador del eslogan “Just do it”

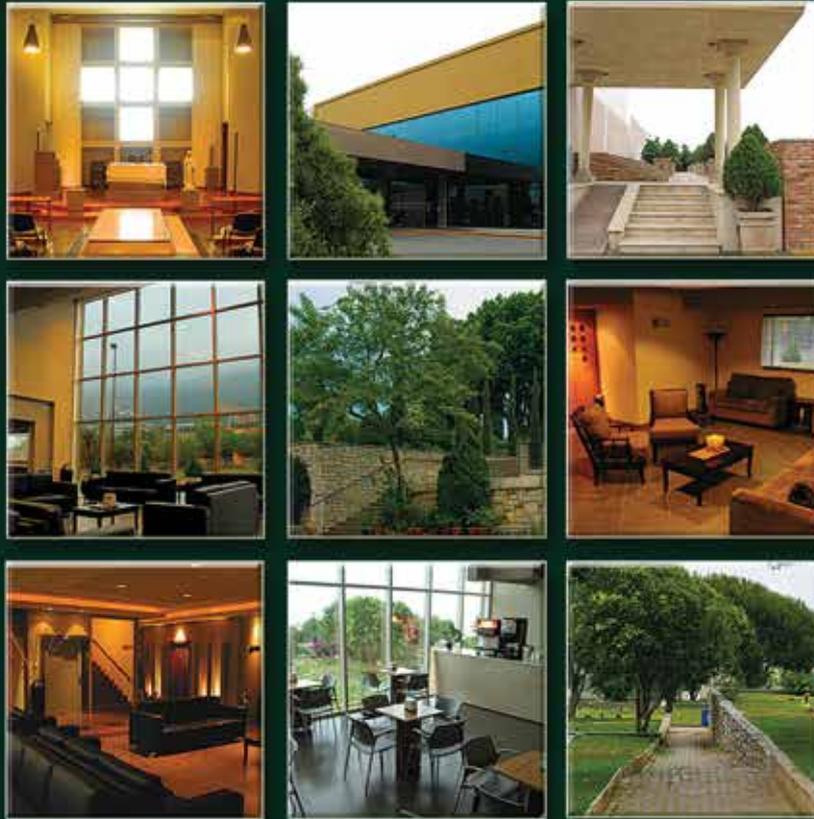
Algunas reflexiones para tu vida:

“Just do it” será un buen eslogan para tu actuación personal.

No pierdas energía discutiendo por qué no pueden hacerse las cosas; mejor gástala en pensar cómo pueden lograrse los cambios.

Mientras descansas para reponer las energías perdidas, “sácale filo a tu hacha”, es decir, prepárate con nuevas y mejores tecnologías para la tarea que emprendes.

Recarga tu mente con estímulos positivos que te motiven a la acción.



Desde 1973, Valle de la Paz es la empresa funeraria que ha garantizado servicios funerarios profesionales de la mejor calidad y con el valor humano.



Valle de la Paz

www.valledelapaz.com.mx
EL VALOR HUMANO

Información y ventas: **81 24 98 21** prevision@valledelapaz.com.mx.



El valor humano, nuestra frase institucional, es sustentada con acciones como ofrecer una consulta tanatológica en cada servicio funerario por parte de un profesional en nuestras propias instalaciones, así como la capacitación de todo nuestro personal con una orientación en tanatología.

Capillas:

San Pedro y Solemnis

Tel. 01(81) 81 24 9800
Av. Alfonso Reyes # 408 Ote.
Col. Los Sauces
San Pedro Garza García

Monterrey Centro

Tel. 01(81) 83 72 2572
Madero 861 Ote.
esquina con Dr. Coss.
Centro de Monterrey

San Nicolás

Tel. 01(81) 83 32 3210 y 01
Av. Benito Juárez # 700
Zona Centro
San Nicolás de los Garza

Santo Domingo

Tel. 01(81) 80 57 8747
Ave. Nicolás Nava S/N
Col. Valle de Santo Domingo
San Nicolás de los Garza

San Felipe

Tel. 01(81) 82 18 4774
Lázaro Garza Ayala 997
Col. Lázaro Garza Ayala
San Pedro Garza García



¿Es e-commerce?

GOOGLE ADWORDS, ENVÍO DE MAILS Y PUBLICIDAD EN INTERNET

Haciendo un recuento de los inicios del internet, estaban muy de moda las palabras e-business y e-commerce. Pero realmente qué diferencia hay entre ellas. Simplemente el e-commerce nos ayuda a crear la interacción de comprar y vender por medios electrónicos a través de diferentes actividades como marketing, publicidad, generación de pedidos y entrega del bien final, por lo cual es la herramienta que nos ayuda a vender. El e-business agrupa todo el negocio: administración de clientes, recursos e inventarios. Por lo tanto, e-commerce es parte del e-business.

Entonces, ¿podemos decir que cuando tenemos publicidad en internet, enviamos correos electrónicos masivos o contamos con una tienda electrónica estamos haciendo e-commerce? En efecto sí, ya que analizando, la finalidad de estas herramientas es la generación de ventas.

Para entender el crecimiento del e-commerce debemos conocer las tendencias iniciales del internet. Según la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) en 2005 existían 17.2 millones y en el 2010 34.9 millones de usuarios de internet, lo que implica que en cinco años hubo un aumento de 100% de usuarios en México. Definitivamente estas cifras tienen como resultado que las empresas inviertan cada vez más en soluciones de publicidad y ventas en medios electrónicos, si no preguntémosle a Google, que en el 2010 obtuvo una utilidad neta de mil 960 millones de dólares.

¿Qué está sucediendo en México?

Es un caso curioso, pues revisando las cifras que presenta la AMIPCI en el 2008, del total de ventas realizadas por internet, 79% es por boletos de avión y el resto por otros bienes (7% computadoras y 3% entradas para espectáculos). Las ventas por internet están ganando terreno a las tradicionales al presentar un crecimiento de 8% en el 2008 y 12% en el 2009. Sin embargo el bajo porcentaje de operaciones por internet se da debido a que los usuarios tienen miedo de ingresar sus datos personales y de sus tarjetas, así como por la desconfianza en la entrega de los productos.

Otro dato relevante es conocer que Nuevo León representa 5.2%, Guanajuato 3.6% y Chihuahua 3.4% de usuarios de internet, consideradas entidades importantes. Por esa razón las empresas invierten más de



Según AMIPCI, en México 79% del total de ventas por internet corresponden a boletos de avión; también destacan computadoras con 7% y entradas para espectáculos con 3%

su presupuesto de publicidad y mercadotecnia en el e-commerce, siendo que las ciudades que cuentan con más de un millón de personas llevan el liderazgo en el manejo de Google Adwords, campañas en redes sociales o posicionamiento SEO; recordemos que existen 34.9 millones de usuarios de internet, de los cuales más de 80% realizan localizaciones de información, servicios o productos, principalmente en buscadores como Google, Yahoo o Bing.

La recomendación para las empresas es invertir en las nuevas tendencias, iniciando por una página web con toda su información, con una forma sencilla de navegar y una estructura que se acople a las necesidades del mercado, pues es la carta de presentación ante los usuarios: “de la vista nace el amor”. El siguiente paso es dar a conocer la página o en su caso, tienda virtual, puede ser mediante campañas en Google Adwords, e-mail marketing, anuncios pagados en internet y posicionamiento web, que son las principales herramientas. Por último, atender a los usuarios que se comunican vía electrónica, telefónica o personal, para así cerrar nuevos negocios.♥



Guillermo Ramos Ruiz

Licenciado en Comercio Internacional (Tec de Monterrey), con Diplomado en Logística Internacional (Universidad Texas A&M) y Curso en Alta Dirección de Empresas (ESADE, Barcelona). Estudia la Maestría en Mercadotecnia (Tec Milenio). Fue Gerente de Exportaciones de Rexal, Coordinador de Ventas Internacionales de LAMBI e International Business Manager en Mexling Consulting. Socio e International Sales Manager de Headways Media México y Presidente de la Comisión de Empresarios Jóvenes de Coparmex Nuevo León.



"LOS EXPERTOS EN
TARJETAS DE PVC"



LLAVEROS



MONEDERO
ELECTRÓNICO



CREDECIAL
ESTUDIANTIL

Fabricación y Venta de Maquinaria para tarjetas de PVC

¡ADQUIERE UNA DE NUESTRAS FRANQUICIAS!

Monto de Inversión: \$800,000.00 M/N

Regalías: 0% Retorno de Inversión: de 6 a 8 meses

PAQUETES

- 1**
- 1,000 Tarjetas de PVC*
 - Software de puntos
 - Capacitación de 5 hrs
 - Lectora de código de barras
 - REGALO: diseño de tarjeta
- 2 PAGOS de \$3,750.00 M/N**

- 3**
- 5,000 Tarjetas de PVC*
 - Software de puntos
 - Capacitación de 5 hrs
 - Lectora de código de barras
 - REGALO: diseño de tarjeta y 500 tarjetas de presentación en espesor 15 mil
- 2 PAGOS de \$8,000.00 M/N**

- 2**
- 3,000 Tarjetas de PVC*
 - Software de puntos
 - Capacitación de 5 hrs
 - Lectora de código de barras
 - REGALO: diseño de tarjeta
- 2 PAGOS de \$6,750.00 M/N**

- 4**
- 10,000 Tarjetas de PVC*
 - Software de puntos
 - Capacitación de 5 hrs
 - Lectora de código de barras
 - REGALO: diseño de tarjeta y 1000 tarjetas de presentación en espesor 15 mil
- 2 PAGOS de \$11,500.00 M/N**

Zaragoza 44 Sur, Colonia Centro, C.P. 27000, Torreón Coahuila
Tels. (871) 7-16-08-48 (871) 7-16-59-48 FAX (871)-7-12-45-15

Lada sin costo: 01800-836-75-80

Iván Cuellar e-mail: ivan_cuellar@hotmail.com

www.id-tec.mx www.id-tec.com.mx



Adminbiliaria

THE PROPERTY MANAGEMENT BOUTIQUE

Empresa dedicada a la administración de propiedades desde un punto de vista nuevo y vanguardista, el cual, de la mano con la tecnología, busca brindar tranquilidad, transparencia y accesibilidad para monitorear propiedades desde cualquier parte del mundo.

Por medio de dispositivos como laptop, iPad, iPhone y BlackBerry, Adminbiliaria ha logrado incorporar las necesidades del administrador en una herramienta web que le permite al propietario (dueño, empresa de administración o comité) y sus clientes (condóminos, renteros o inquilinos) tener datos e interactuar con ellos sin la necesidad de estar físicamente allí o vía telefónica con el administrador.



La compañía pone sus servicios a disposición de cualquier persona que maneje y/o administre una propiedad, ya sea privada o inmuebles en régimen de condominio, mediante el sistema UBICUA, que ayuda a monitorear y llevar el control de:

- Ingresos (cuotas de mantenimiento, rentas, multas, etc.)
- Egresos (pagos de servicios, proveedores, reparaciones, etc.)
- Cobranza (clientes morosos)
- Reuniones de comités y asambleas
- Información de la propiedad y de sus clientes
- Actividades (del administrador o del personal de mantenimiento, seguridad y limpieza)
- Control de áreas comunes (separación de espacios, lista de invitados, etc.)



Oscar Nieuwenhuis, Director General de Adminbiliaria

info@adminbiliaria.com www.adminbiliaria.com

Con esta herramienta Adminbiliaria se convierte en una empresa de administración que ofrece soluciones a clientes con cualquier presupuesto, ya que adicional al sistema UBICUA, los apoya con servicios contables, legales y de mantenimiento especializados en inmuebles así como comercialización de las propiedades.

Oscar Nieuwenhuis, Director General de Adminbiliaria cuenta con más de diez años de experiencia en el ramo inmobiliario. Gracias a su trayectoria ha visto que en la mayoría de los casos el control y manejo de una propiedad se lleva de manera rudimental y/o utilizando Excel. “A mis clientes les comento que su propiedad es como una empresa, que requiere atención legal, contable, fiscal, de recursos humanos y administrativa, entre otras”. Por ello considera la importancia de que el control de la inversión y patrimonio no se deje solo en una bitácora de papel o en un Excel.

Gracias a su esquema de servicio Adminbiliaria puede atender desde clientes individuales o condóminos que tienen propiedades en renta y que por falta de tiempo, seguridad, comodidad o porque residen fuera de la ciudad, no pueden estar físicamente para cerciorarse del buen manejo de su inmueble.

Los servicios de la compañía abarcan lo mismo un apoyo en la administración de su condominio que la administración completa del inmueble, hecho que les permite adaptarse a cualquier presupuesto.♥

FORO MONTERREY DE EMPREDIMIENTO Y RIQUEZA

14 de noviembre 2011 CINTERMEX, MONTERREY



KENNETH MORSE

Innovación y Emprendimiento



CARTER WILLIAMS

Generación de Riqueza



BLAIR SINGER

Expansión de Ingresos y Mercados

Además un panel de expertos: **Capital Emprendedor**

Álvaro Rodríguez Arregui
IGNIA

Paul Ahlstrom
Alta Ventures

Luis García Peña
Legacy Wealth Corporation

Pedro David Martínez
MTY Global Ventures

Programa sujeto a cambios.

INFORMES

Tels.: (81) 8625 6286, (81) 8625 6288
01-800-FORO MTY (3676-689)
foro.mty@itesm.mx

INSCRÍBASE AHORA

Precio especial pronto pago
hasta el 24 de octubre de 2011

\$7,000 MX + IVA

Precio Público: \$8,500 MX+IVA

3
SIN INTERESES

Con tarjetas
participantes:
BBVA Bancomer
y Banamex

Organizado por:



EGADE.
Business School
TECNOLÓGICO DE MONTERREY

**CREATIVIDAD EMPRESARIAL
PARA GENERAR
NEGOCIOS EXITOSOS**



www.foromonterrey.com.mx



Franquicias en las redes sociales



Ing. René Díaz Domínguez
Socio Director
Gallastegui Armella
Franquicias

Ingeniero Industrial de la Universidad Iberoamericana (UIA), con Maestría en Administración de Empresas (ITESM) y Alta Dirección de Empresas (IPADE). Director General y Socio de Orbere Consulting; Director & Asociados; Asesoría y Consultoría en Franquicias, entre otras. editorial@playersofflife.com

COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DEL CONCEPTO DE NEGOCIO

“Facebook nació para dar a la gente el poder de compartir y hacer del mundo un lugar más abierto y conectado”, Mark Zuckerberg.



Pocos fenómenos en el terreno de la comunicación han sido tan exitosos en la sociedad del mundo contemporáneo como la aparición de las redes sociales. Su influencia en individuos, comunidades y países ha modificado costumbres, hábitos de consumo, modos de información e inclusive esquemas de organización y canalización del malestar público. Por ello científicos e investigadores del comportamiento humano se apresuran a estudiar más esta forma de comunicación e interacción social para determinar futuras tendencias sociales, culturales y económicas de la humanidad.

Es común que todo producto o servicio porte los emblemas de Facebook, Twitter, LinkedIn o YouTube, en un esfuerzo de integración al preciado espacio de comunicación y promoción cibernética. La franquicia, como expresión empresarial, no es ajena a esta situación y debe contemplar las redes sociales en sus estrategias de comercialización y difusión de su concepto de negocio. Es necesario tener en cuenta algunas directrices para que el esfuerzo sea eficaz en sus resultados y no solo un mero impulso de adherirse a esta tendencia.

En primer término, hay que identificar y conocer muy

bien al receptor del esfuerzo de promoción, para desarrollar correctamente los mensajes a publicar en cualquiera de los medios y que a la vez se tenga un rumbo acorde a la filosofía del negocio, los objetivos que se buscan y la información relevante que se desee difundir. Por otro lado, al usar las redes sociales no se sustituyen los métodos tradicionales para atraer inversionistas, sino que más bien se abre la posibilidad de obtener contactos distintos en sus características personales y profesionales.

Estas herramientas tienen diversas características, entre ellas la versatilidad, que debe aprovecharse manejando una variedad de perfiles con distintos mensajes. Se pueden crear diferentes cuentas con objetivos distintos, un perfil puede mantener la estrategia actual de comunicación con los clientes del negocio, como son: inserción de avisos de nuevos productos y servicios, promociones, resolución de dudas o sondeo del nivel de calidad percibida en el servicio; mientras que otro perfil puede dirigirse a los inversionistas, donde se comuniquen mensajes directos y de interés, como logros relevantes en la gestión, artículos empresariales, mejoras en imagen, nuevos franquiciatarios o sucursales, apoyos en financiamiento, en fin, todo aquello que se considere le da mayor posicionamiento a la marca y refleja eficiencia en la operación de las finanzas.

También es relevante fomentar un vínculo más estrecho con el emprendedor, por lo que es probable que sea necesario contar con encargados de establecer y mantener el contacto con aquellos que formen la comunidad interesada. Otro punto de interés, es que como todo vehículo de promoción y comunicación, hay que verificar su efectividad, con claridad en indicadores tangibles que en el mediano plazo se deberá obtener. Una vez establecido un vínculo permanente con los usuarios, pueden empezarse a enviar mensajes directos a través de la estrategia *one to one*.

Gracias a este nuevo mundo de la comunicación, éstas y muchas otras herramientas del siglo XXI pueden utilizarse en beneficio de nuestro negocio. Es solo cuestión de creatividad y de conocer bien sus alcances y posibilidades.♥



Tu oficina aquí

RENTA DE OFICINAS EQUIPADAS

IZA BC Prisma Insurgentes
Ave. Insurgentes Sur 1647
Col. San José Insurgentes
03100, México, D.F.

**¡PRÓXIMAMENTE!
MÉXICO, D.F.**

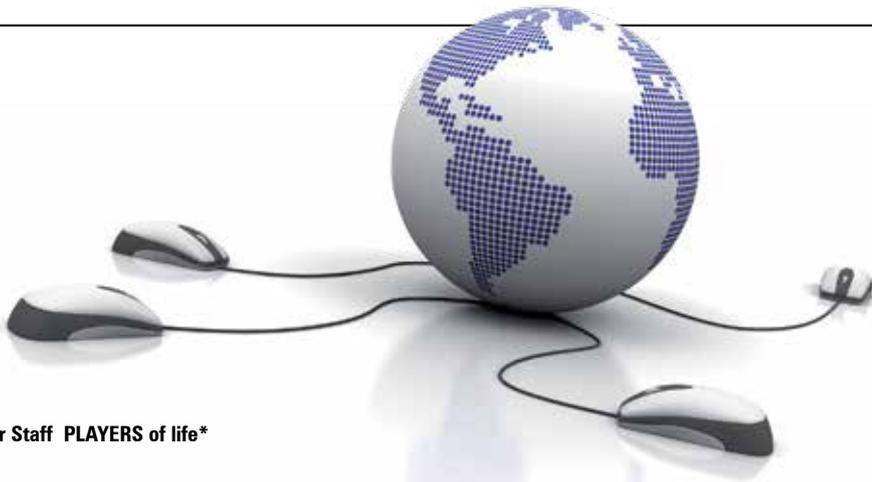
Tel. (55)8000-8000 www.izabc.com.mx

MÉXICO, MONTERREY, GUADALAJARA Y TIJUANA



Distinción y presencia online

ESTRATEGIAS ESENCIALES DE MARKETING WEB



Por Staff PLAYERS of life*

Hacer presencia en internet como marca o empresa se ha vuelto crucial para tener ventaja sobre la competencia. La mercadotecnia en internet o marketing web, es el estudio que se hace para publicitar y vender productos y/o servicios por este medio. Un dueño de negocio o ejecutivo siempre espera que cuando una persona busque en Google algún producto o servicio, su marca sea la primera en aparecer en la lista de manera orgánica o pagada (ppc). También busca contar con más *likes* en Facebook y generar un mayor número de seguidores y re-tweets en Twitter. Todo esto es posible a través de una buena estrategia de marketing web.

Pero, ¿por qué utilizar estas herramientas para vender? Simplemente porque se ha comprobado que pueden alcanzar de manera rápida y económica a más grupos de personas si se cuenta con la estrategia correcta.

Se estima que una persona pasa en promedio 55 minutos al día en Facebook (uno de cada 12 individuos en el mundo tiene una cuenta). México se ha colocado entre los primeros diez lugares con más usuarios, por lo que se trata de una plataforma viable para esparcir publicidad.

Para realizar un buen Facebook Ad y contenidos destinados a una página en esta red social, es fundamental llevar a cabo una adecuada segmentación de mercados que hará posible conocer el público al que se está dirigiendo para llamar su atención y entretenerlos. El objetivo de estos Ads no es solo tener el mayor número de impresiones posibles (darle clic al anuncio) con el menor costo por clic, sino llevarlos a la página de la empresa o marca y que se interesen por la información y contenido que presenta, logrando además que comenten y así se convierta en una herramienta de comunicación con el cliente.

Por eso las empresas se han encargado de hacer estas páginas más dinámicas e interesantes, creando subastas de sus productos en línea, quinielas en temporadas de partidos, concursos de fotografía y más. Facebook ha permitido que con una buena programación de aplicación y pestañas puedan crearse muchas actividades interactivas que enganchan al usuario.

Twitter es otra red social utilizada como *branding* o instrumento de comunicación con el cliente. Es importante saber su "idioma": comunicar con brevedad lo que se quiere decir y que captive la atención, aportar algo relevante al seguidor en el momento ade-

cuado y generar re-tweets para tener más *followers*.

Google AdWords es otra de las herramientas para hacer publicidad *online*. Es un programa que posibilita que cualquier tipo de empresa pueda vender o darse a conocer en internet. Una campaña en Google Adwords requiere de análisis de segmentación de mercado y palabras clave para que la persona siempre encuentre entre las primeras opciones la página en el buscador de Google.

También puede aplicarse el SEO (Search Engine Optimization), estrategia para que una página esté en los primeros lugares al momento de generar una búsqueda, el llamado posicionamiento orgánico o no pagado de Google. Realizarlo puede ser muy complicado, pues se escogen palabras clave dentro y fuera del sitio de acuerdo a su búsqueda y dificultad, y se hace un análisis para el diseño de la página de manera que Google identifique tales elementos, entre muchos más componentes.

Existen diversas maneras de hacer marketing web, pero además de saber de ello, es importante utilizar las estrategias correctas, que se adecuen a la marca o empresa. Además, es fundamental tomar en cuenta el mensaje: qué, cuándo y cómo decirlo, para crear fidelidad y flujo en el sitio, página o cuenta. ▼

Fuentes:

- Estadísticas de Facebook en México, www.pixeldigital.com.mx/blog/estadisticas-de-facebook-en-mexico
- SEO, www.seobook.com
- Facebook Statistics, Stats & Facts for 2011, www.digitalbuzzblog.com/facebook-statistics-stats-facts-2011
- Digital Marketing Strategies: Latests Statistics on Facebook Ads, www.quodosdigital.co.uk/latest-statistics-on-facebook-ads-for-digital-marketing.php
- Google Adwords, <http://hold.mx/servicios/adwords>

*En este artículo colaboraron Lucía Madero Marroquín y Natalia de la Fuente del Bosque.



eme.pe.
Enfatiza tu Marca.

”Enfatiza tu Marca”

Mty 81.8333.2491 / DF 55.4325.0940

www.emepeweb.com

¿Soy parte del problema o de la solución?



Tatiana Clouthier

Maestra en Administración Pública (UANL). Licenciada en Lengua Inglesa (ITESM). Colabora en la revista *Reporte Indigo*. Miembro del Consejo de la Organización Ciudadana Evolución Mexicana y ex Diputada Federal 2003-2006. Autora de *Maquío mi padre* (Grijalvo) y *Curul 206, una visión del Congreso*.

TRANSFORMANDO QUEJAS EN ACCIONES

Es fácil señalar los errores, pero sería mejor emplear esa energía en generar ideas, llevarlas a cabo e involucrar a otros.

Continualmente escuchamos a las personas en el café, una comida, cena o fiesta, quejarse de cosas. Unos dicen que la inseguridad es insostenible, otros que el tráfico o el calor, que no hay más parques o árboles. En otro rincón se oyen quejas de algo de la escuela o incluso de algún gobernante. En fin, estos son los comentarios que oímos día tras día y que no parecen parar por ningún lado.

Con la evolución de las redes sociales más quejas se han presentando, sin embargo todo esto nos termina llevando a lo mismo si no las transformamos en acciones.

Si queremos que algunas cosas mejoren o se corrijan debemos participar. Por ello es importante preguntarnos si somos parte de la solución o del problema. Considero que este cuestionamiento viene muy ad hoc después de los acontecimientos del Casino Royale. Muchas personas se preguntaron cómo fue posible que esto haya sucedido, que la inseguridad y la corrupción hayan llegado hasta lo incomprensible. Sorprendió más ver cómo horas después del lamentable suceso los casinos lucieran llenos, por no decir que abarrotados. También se le invitó a la sociedad a hacer algo al respecto, prefiriendo desde el teclado de su

computadora pedir la renuncia de diversos gobernantes, sin llevar sus acciones más allá de eso.

Es sorprendente ver cómo la corrupción privada y pública ha ido en aumento en nuestra sociedad. A tal grado que cuando se le preguntó a la gente que si un familiar cometiera un delito lo taparía o lo denunciaría, más de 60% respondió que lo protegería. Desde ahí comienza el acto de ser parte del problema más que de la solución, es decir, participamos en lo mismo de lo que nos quejamos.

Un caso de la vida diaria es cuando vamos tarde al cine, nos estacionamos en un lugar de minusválidos y por las prisas nos metemos a la fila, pues la película ya va empezar y hay que comprar las palomitas. Además, al terminar la función dejamos nuestro refresco y el contenedor de las palomas en el piso, pensando que para eso le pagan al intendente.

Todo sería diferente si empezáramos a hacernos conscientes de la manera en que podemos participar en muchas de las cosas de las que nos quejamos. Considero que cada vez que señalamos algo malo, hay que preguntarnos qué podemos hacer para modificar la situación y comprometernos a cambiarlo o simplemente dejar de quejarnos.

Les comparto un ejemplo. En mis caminatas diarias me percaté de que había muchas botellas de pet tiradas, me pregunté ¿qué puedo hacer para que esto no permanezca así? Investigué y di con una empresa que recoge el material, al poco tiempo logramos hacer que el municipio designara un recolector. Más tarde, cinco iglesias, dos colonias y algunas preparatorias lo implementaron. Esta queja se transformó en una acción colectiva que hoy ya es parte de una solución a un problema anteriormente sin salida.

Si cada uno tomamos la responsabilidad de cambiar las quejas por acciones y convertirlas en parte de la solución, en menos de lo que canta un gallo tendremos una sociedad distinta, mejor y más participativa. ▼





Hay 5 cosas que debes de conocer antes de comprar tu cocina..
Visítanos



Vasconcelos #321 Ote. Colonia del Valle,
San Pedro Garza García, N.L.
Tels. 4444-8376-75
ID. 62*149193*3

 Santisteban Cocinas



SANTISTEBAN
mobiliario y equipo de cocina

www.santisteban-cocinas.com



El futuro de la web



LA NUEVA ERA TECNOLÓGICA



Marcelo Barreiro

Director General de GPO Vallas Monterrey, mentor de Endeavor México y miembro de la International Advertising Association (IAA). Licenciado en Publicidad (Universidad Argentina de la Empresa) y docente de la UANL y el CEDIM, especializado en estrategia publicitaria y branding.

Hagamos una rápida revisión

¿Recuerdan cómo era la vida al cambiar de milenio? Solo fueron diez años, pero experimentamos múltiples modificaciones en los medios de comunicación y con el uso de la web. En esa época elaboré una tesis sobre la publicidad web, donde citaba que existían unas 64 formas de banner como principal formato publicitario en un medio que crecía y al cual se pretendía tratar como a un periódico. Anticipé la manera de trabajar en una agencia virtual, donde pueden encargarse trabajos vía internet. Los anchos de banda eran mínimos, se operaba con *dial-up* principalmente a conexión telefónica y el Wi-Fi, los servicios de internet vía dispositivo móvil eran virtualmente ciencia ficción.

Incluso el internet intentaba recuperarse de la famosa burbuja donde las “compañías clic” habían alcanzado relevantes valores y se derrumbaban al no existir un auténtico modelo de negocios o debido a que no se comprendía cómo explotar al medio, era más que nada moda y experimentación. Años más tarde surgió una forma diferente de usar el internet, creando otra burbuja que pronto se desinfló: la Second Life, que tocó la médula psicológica de los internautas. “Sé lo que quieras y cumple tus fantasías”.

Miremos el presente

Estamos en transición, no solo de tecnologías, sino de cultura de medios. Hay una integración inédita, cada vez más tecnológica, y a la vez una muy alta migración de usos hacia los medios digitales. Los medios tradicionales ya están capturados en la web: diarios, revistas y radio, mientras que la TV aún se resiste en lo masivo, pero ya tiene una buena parte de lo selectivo sumergido en internet. Pero, ¿cómo integramos los anuncios en un medio interactivo que contiene a los otros medios?

La tentación superficial es adaptar formatos tradicionales a la web, poniendo en un medio periodístico online los típicos anuncios en sectores fijos o expandibles, con alguna animación. Pienso que los medios online no son lo suficientemente creativos al ofertar opciones para anunciar; han surgido las Adword que resaltando pala-

bras clave disparan una liga a un site específico, pero no tienen un impacto de marca. Estamos en el otro extremo: lo no invasivo que parece inteligente pero de bajo impacto, salvo que se haga un clic sobre la liga, frente a lo burdo de entrar a un medio y sentir invadida la pantalla por un anuncio. Seguimos sin encontrarle la vuelta a la integración de publicidad en los medios dentro del internet. Por otra parte, cuando el site es específico de web (no una adaptación de otro medio), parecería que las soluciones de formatos y estrategias están mejor pensadas, como en las redes sociales y los sites de marca o nacidos como medios de información online.

A dónde vamos

Estamos en la prehistoria de la web, me animo a decir que en breve surgirá su reemplazo, quizá manteniendo el concepto original, pero con una nueva tecnología o mecanismo de comunicación, por la velocidad de innovación tecnológica y nuestra necesidad de nuevas tendencias. La posibilidad de mayor ancho de banda y mejores herramientas de diseño, puede generar un renacimiento de proyectos como el de Second Life, donde existan diferentes niveles de usuarios.

Para las marcas sería un universo fantástico: imaginen a los millones de usuarios que hoy tienen las redes sociales o YouTube, integrados a una nueva forma de web. La publicidad tendría inagotables espacios, tácticas y formas, y la mercadotecnia un nuevo escenario de pruebas para sus productos reales y a la vez un nuevo negocio en el mundo virtual, incluso hasta podría generar una economía notable por las posibles transacciones comerciales y el desarrollo de marcas. Con la gran ventaja que ofrecen soportes de comunicación como tabletas, *smartphones* y nuevas laptops.

Solo resta preguntarnos si cada vez más nos estamos integrando socialmente a un mundo completo o por el contrario, entramos en la etapa del individuo aislado. Hoy no me animo a responder, pero es un aspecto que me preocupa.♥



Camiones Urbanos

Cartelera Móviles

Carritos Smart

Av. Revolución 3633 L-8, Col. Contry San Juanito. Monterrey N.L. C.P. 64859. T. (81) 81 03 05 05
 ventas@publiktpublicidad.com.mx
 www.publiktpublicidad.com.mx

Estudio de la Fundación Ethos

EL ROSTRO DE LA POBREZA EN AMÉRICA LATINA

La pobreza no constituye novedad alguna en América Latina. Es una flagrante infracción a los derechos humanos fundamentales, desestabiliza la democracia y debilita el crecimiento económico.

Por Jorge López
Internacionalista

La definición de pobreza nunca ha sido monolítica, precisamente por sus variadas repercusiones y causas. En lo particular la Fundación Ethos la define como una “situación caracterizada por la incapacidad de satisfacer las necesidades del hogar, así como del entorno, que resultan indispensables para conducir a las personas a un estado de bienestar de acuerdo a la realidad política, económica y social de una determinada sociedad”. A partir de este enfoque la institución construyó el Índice Ethos de Pobreza, medición multidimensional dirigida a México, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela.

Chile y Brasil mostraron ser los mejor calificados, seguidos por México. Por su parte, Ecuador y Bolivia ocuparon el séptimo y octavo lugar respectivamente en los dos componentes utilizados: “pobreza de hogar” y “pobreza de entorno.” El primero incluye las dimensiones de ingreso, educación, agua potable y servicio sanitario, condiciones de la vivienda, combustible para cocinar y electricidad. El segundo engloba características del ámbito en que se desarrollan los individuos: salud pública, instituciones, economía, democracia, seguridad pública, género y medio ambiente. Esta segunda esfera llama la atención sobre el Índice, pues toma en cuenta los aspectos del entorno sociopolítico y no solo los del ingreso. Del promedio simple entre ambos elementos se obtiene el resultado, siendo la dimensión de la pobreza del entorno la que presentó mayor concentración entre los observados.

Una constante en todos los países fue el elevado porcentaje de hogares con carencias en la dimensión de agua potable y servicio

sanitario. Bolivia y Ecuador registraron una situación particularmente grave en el acceso al servicio de drenaje, pues más de la mitad de sus hogares carecen de él. Perú presenta el mayor porcentaje de hogares sin acceso a agua potable en viviendas. En México, la variable del ingreso contribuye más a la pobreza de hogar (22.1%), seguida de la carencia de servicio sanitario y agua potable. Asimismo, se tiene un rezago pendiente en educación de los adultos y asistencia a la escuela de niños entre siete y 15 años. Un mayor énfasis en la tarea educativa del país representaría un mecanismo primordial para elevar los niveles de ingreso nacional tan golpeado entre 2008 y 2010 (-12.3% según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares del INEGI).

Mauricio Rodas Espinel, Director de la Fundación Ethos, indicó que “El tema de la seguridad tiene una relación estrecha con la pobreza”, pues la falta de oportunidades es una causa directa de la

delincuencia. Según la fundación, en México hay 11.6 homicidios por cada 100 mil habitantes, nivel inferior a los de Venezuela, Colombia, Brasil y Ecuador. Pero México ocupa el primer lugar del subcontinente en robo de vehículos con una tasa de 153% en 2010 (más del triple de la región, ubicado en 50%) y la tasa de personas que no confían en los cuerpos policíacos es de 37%.

En el ambiente democrático, el Índice señala que las libertades civiles y la cultura política en México registran niveles inferiores al promedio de América Latina, contribuyendo de manera importante a la pobreza de entorno. La Fundación Ethos señala que “los regímenes con sistemas democráticos frágiles, caracterizados por la falta de respeto a las libertades civiles y los derechos políticos, configuran escenarios poco propicios para la superación de la pobreza”.

La pobreza no es solo un tema de ingreso o crecimiento económico, idea que recalca notablemente la Fundación Ethos. Precisamente una de las grandes falacias sobre el desarrollo social en América Latina es que “con el crecimiento económico basta”, pero en realidad se trata de mejores salarios, Estado de derecho y rendición de cuentas.♥





Oui, Le Cordon Bleu Bienvenu à Cancun.

Gastronomía • Turismo Internacional • Dirección Internacional de Hoteles

Inicio de cursos: enero, 2012.

www.anahuaccancun.edu.mx



Informes:

Lic. Wilson Arceo Romero
Coordinación de Atención Preuniversitaria
Tel. 881.77.50 ext 228, 01800 822.26.28
wilson.arceo@anahuac.mx



Carretera Chetumal Cancún SM 299
Mza. 2 Zona 8 Lote 1 C.P.77565
Cancún, Quintana Roo



Red de Universidades
Anáhuac

Máximas de Séneca



Por Jacinto Faya Viesca
Columnista

“Nadie hay que, cuando favorece a otro, no se favorezca a sí mismo”

Es cierto lo que afirma este filósofo español radicado en Roma. Cuando favorecemos a alguna persona, ejercitamos dimensiones muy especiales de nuestro ser, como nobleza y generosidad. De hecho, nadie puede ser feliz si no se entrega a los demás. Y también, como lo afirmó uno de los médicos más destacados en el mundo sobre el tema del estrés, Hans Seyle, cuando ayudamos a alguien se activan hormonas que fortalecen nuestro sistema inmunológico y nos producen bienestar emocional. Al favorecer a otros, crecen nuestro autorespeto y autoestima.

“Los buenos preceptos, si los tienes presentes con frecuencia, te aprovecharán igual que los buenos ejemplos”, afirmaba Séneca también. Por su parte, el poeta Goethe decía que nada nos sería más útil que tener presente en todo momento un buen número de excelentes máximas. Existen una gran cantidad de máximas morales que resumen una sabiduría profunda. Los buenos ejemplos siempre han sido muy edificantes y de ahí proviene nuestro gusto por las grandes biografías y los destacados hechos de hombres y mujeres que la historia nos relata. La gran ventaja de los preceptos morales y la sabiduría es que no solo impactan a nuestra inteligencia, sino que también mueven nuestras más auténticas emociones. Por ello pocas cosas son de tanta utilidad práctica como escribir en tarjetas las frases que nos motivan a la acción útil y productiva, así como al mejor comportamiento moral.

El pensamiento de Séneca también nos legó el principio de que “Desde que nacimos nuestra condición es buena, si no la hemos abandonado, de tal modo dispuso la Naturaleza las cosas que para vivir bien no hiciera falta gran aparato: cada cual puede hacerse feliz”. En sus escritos Goethe nos reitera esta misma idea, para él la naturaleza nos ha provisto de todo lo necesario a fin de vivir de una manera muy útil a nosotros mismos y a los demás, así que no necesitamos de profundos conocimientos ni de una gran inteligencia o posición social o económica para vivir felices. El consejo es que utilicemos muy eficazmente nuestros cinco sentidos, que observemos con cuidado todo lo que la naturaleza nos ofrece y que con férrea decisión metamos de lleno las manos en la vida, que siempre nos deparará grandes beneficios y oportunidades. Nos dice Goethe que si somos fieles a las capacidades con que nos dotó la naturaleza, obtendremos lo mejor de la vida.

Eso mismo es lo que Séneca nos aconseja, haciendo hincapié en que al nacer estamos provistos de lo que requerimos y por lo tanto, no nos hace falta vivir con gran aparato. En

“Séneca, al igual que los grandes filósofos griegos y romanos como Sócrates, Platón, Cicerón y Marco Aurelio, siempre sostuvo la idea de que los lujos y las superficialidades jamás podrían darle felicidad a los seres humanos, y más bien, que tales lujos y abundancia siempre son enemigos de la felicidad”

efecto, no necesitamos de lujos, nos bastan las capacidades y habilidades con que fuimos dotados: “Tratándose del hombre, no es pertinente cuántas fincas posee, con cuánto caudal negocia, cuántos lo saludan, en qué precioso lecho se acuesta o lo espléndida que es la copa en que bebe, sino solo, cuán bueno sea”.

La abundancia de bienes se convierte en lujos innecesarios, así como en preocupaciones y desvelos, mientras que la buena estructura moral de un hombre le asegura un extraordinario contentamiento en su vida. Federico *El Grande* escribió en sus *Memorias*: “El lujo no estimula al hombre a la virtud, sino que sofoca en él todos los buenos sentimientos”. Ya Séneca había afirmado que “De los hombres buenos no es mejor el más rico, como tampoco irás a decir que de dos expertos en el manejo del timón de barcos, sea mejor el que posee el barco más grande”.

Con estas reflexiones el monumental pensador clásico desea indicarnos el inmenso valor de una buena colección de reflexiones que nos lancen a conductas más eficaces, a acciones que nos conduzcan de lleno en una vida útil y entregada a los demás. De igual manera, desea hacernos ver que en gran medida la felicidad depende de nosotros, de nuestro buen comportamiento y de que sepamos utilizar al máximo aquellas capacidades y habilidades con que la naturaleza nos dotó.♥

SOLUCIÓN DEFINITIVA PARA LA CALVICIE



Kaloni diseña y reconstruye cejas, barba y bigote.



Nuestros especialistas realizan diseños que imitan los patrones naturales de crecimiento del vello facial, tomando en cuenta las preferencias y expectativas de los pacientes.

Enfocada en resolver el problema de la calvicie, Kaloni Hair Restoration es una clínica que realiza micro-injerto de cabello en forma mínimamente invasiva y con un resultado enteramente natural. Esta técnica extrae e implanta cabello, uno por uno, **sin cicatrices, sin suturas y sin bisturí.**

Siempre a la vanguardia en diagnóstico y tratamiento, Kaloni cuenta con reconocidos médicos de amplia experiencia, los cuales realizan los procedimientos de restauración, con los más altos estándares de calidad, además de utilizar tratamientos capilares a base de fórmulas comprobadas que fortalecen y previenen la caída del cabello.



Todos los pacientes realizan los siguientes pasos:

- 1. Evaluación:** Nuestros especialistas realizan un estudio detallado con una micro-cámara, que determina las condiciones del cuero cabelludo y el número de cabellos necesarios para la restauración.
- 2. Extracción:** El extractor trabaja en la zona donadora (cabeza, pecho y/o espalda), obteniendo folículo por folículo sin dejar cicatrices; en menos de 24 horas la zona donadora se reestablece.
- 3. Preparación:** Los folículos son clasificados bajo microscopio.
- 4. Implantación:** Los folículos son colocados a través de un implantador en el cuero cabelludo; controlando el **ángulo, la dirección y la profundidad** para garantizar resultados 100% naturales.
- 5. Seguimiento:** Tras efectuar el procedimiento, el paciente permanecerá constantemente supervisado por un equipo multidisciplinario, con la finalidad de brindarle seguridad en los resultados obtenidos.

"En ningún momento podría decir que sentí molestias, ni dolor, al contrario fue una sesión en que me relajé, tuve la oportunidad de platicar con los doctores, saber más sobre el procedimiento, conocer a médicos profesionales en la extensión de la palabra."

Artemio Pérez Olguín
22 años, Celaya, Guanajuato

Clave Aut. 103300201A0339 Ced. Prof. 4469121 IPN

Las malas decisiones
te marcan de por vida.



Recupera tu cabello
con inteligencia.

SIN CICATRICES
SUTURAS
BISTURÍ

ESPECIALISTAS EN MICRO-INJERTO DE CABELLO

(0181) 8335-5520, 26 y 28

www.kaloni.com

KALONI
HAIR RESTORATION



El tren de la innovación



Israel Garza

Director de Planeación Estratégica en Madero Equipos de Ordeño, con amplia experiencia en consultoría y planeación de negocios, obtenida por su colaboración con empresas del Top 100 mexicano. Es Ingeniero Mecánico Administrador por el ITESM Campus Monterrey. Creador del sitio www.75dolaresporhora.com

LA OFERTA DE NUEVAS ALTERNATIVAS A SUS PROPIOS CLIENTES

¿Sabe usted si su empresa va dentro o fuera del tren de la innovación? ¿Se ha preguntado qué tan rápido avanza esta disciplina? Pocos sabemos que el primer tren fabricado en 1814 alcanzaba una velocidad de 35 km/h y que hoy en día el récord lo tiene un tren japonés que llegó a 581 km/h en el año 2003. Pues bien, la innovación es otro tren cada día más veloz y en el que su empresa debe asegurar un lugar si pretende mantenerse cerca o poseer el récord de márgenes operativos.

La incertidumbre económica, las crisis tangibles y los problemas sociales amenazan la constante inversión en innovación y desarrollo de productos. Es observable que cada día somos clientes de más y más empresas comercializadoras de *software*, éste se ha constituido como un producto clave hoy en día, por lo que las compañías mexicanas deben desarrollarlos y venderlos a manera de complemento de sus productos o servicios.

Imagine que lo que ya vende, puede ser operado y monitoreado desde un software que usted ofrezca a sus clientes. Veamos ejemplos:

- Las compañías de alarmas del país evolucionaron al ofrecernos la opción de adquirir una aplicación para activar o desactivar los dispositivos de la casa o empresa desde un celular o cualquier computadora vía internet.
- Existen sistemas de aire generados por abanicos que se controlan en velocidad y orientación desde un software instalado en el celular o la PC.
- En ciertos modelos de refrigeradores hay un software que indica cuando el alimento se agota.
- Robots y software controlan y documentan el proceso de ordeño de cierto ganado.
- Se utiliza un software que indica el monto a pagar para salir del estacionamiento.

Ahora algunos ejemplos de la pérdida de lugar en el tren de la innovación:

- Motorola, el anterior líder en telefonía se preocupó tanto por el *hardware*, que olvidó la inversión necesaria en la innovación del software y utilidades de sus productos. A consecuencia de la distracción de sus decisiones, su actual Presidente Ejecutivo Sanjay Jha, ha vendido la empresa al gigante del software: Google, en una operación de 12 mil 500 millones de dólares.

- Hace casi 10 años HP adquirió la compañía Compaq



En 2011 se pronostica 5.5% de incremento en la inversión de desarrollo de software en México

Computer Corporation por 25 mil millones de dólares, planeando convertirse en el líder del mercado de PCs, sin embargo, el viernes 2 de septiembre de este año anunció (estratégicamente a destiempo) su plan de deshacerse de la unidad de negocio de fabricación y ensamble de estos equipos, pensando en atacar enérgicamente el nicho de tablets.

Por estos ejemplos y realidades las empresas deben destinar un presupuesto anual al desarrollo de nuevos productos, inversión que puede ser hecha en casa o subcontratando el diseño electrónico de expertos que creen un software complementario al producto o servicio que ya venden.

El escenario nacional pronostica un incremento en la inversión de desarrollo de software cercano a 5.5% durante el 2011 en relación al año anterior. Los procesos de desarrollo de nuevos productos impactan directamente en su margen de operación, por lo que es importante analizar y lanzar estrategias de innovación lo antes posible. Recuerde que a los trenes no les gusta la reversa, es seguro que no regresará por usted.♥

SERVIMOS A LOS MEJORES RESTAURANTES Y BARES DE MONTERREY



Pedidos al teléfono:

83.81.06.40

83.81.06.41

MIYELO.COM



TDAH Residual

TRASTORNO POR DÉFICIT EN LA ATENCIÓN EN EL ADULTO

Por mucho tiempo se pensó que este trastorno era exclusivo de niños y adolescentes, ahora se sabe que puede ocurrir a cualquier edad. Cada vez es más común ver que cuando un niño acude a consulta, uno de los padres también requiera tratamiento.

Por Dr. Jorge Treviño Welsh

TDAH Residual es el término para referirse a la continuación de síntomas que aparecen durante la niñez. Se dice que más de 60% de los infantes al crecer presentan rasgos de este trastorno, situación que vuelve difícil las relaciones interpersonales, laborales y familiares, además de disminuir considerablemente la calidad de vida del paciente, pues le es complicado realizar las actividades cotidianas.

Cabe recalcar que es un trastorno neurológico en la modulación cerebral de los neurotransmisores, especialmente los dopaminérgicos, así como un problema en el funcionamiento de las conexiones de la corteza cerebral en la región frontal, por lo que es de carácter orgánico y puede tener algunas repercusiones psicológicas. En el adulto, a diferencia de los niños, se clasifica en tres tipos: inatento, hiperactivo-impulsivo y combinado (aunque es muy raro encontrar rasgos de hiperactividad en individuos mayores de 20 años).



“ Este trastorno es de carácter orgánico y puede tener algunas repercusiones psicológicas ”

La principal dificultad para determinarlo radica en que es un diagnóstico clínico, es decir, no existe un estudio de laboratorio que lo compruebe; además, tanto el paciente como sus familiares se han acostumbrado a “su forma de ser”.

Los individuos con TDAH tienen problemas de autorregulación, automotivación, organización, jerarquización y procrastinación, y suelen trabajar mejor bajo una presión excesiva. Otros criterios son indecisión, pobre manejo del tiempo libre, dificultad en iniciar y completar tareas e impulsividad. Son vistos como personas que interrumpen, no esperan su turno, finalizan las frases de otras personas, hablan demasiado, abandonan su asiento con facilidad, cometen errores por descuido, no se concentran, normalmente se sienten inquietos y no tiene tiempo para sí mismos. También es frecuente ver que se mueven en su asiento, retrasan el inicio de sus deberes y no finalizan sus proyectos. Se ha observado que los adultos con estas características tienen un mayor índice de accidentes automovilísticos, problemas matrimoniales y posibilidad de abuso de sustancias nocivas; además de ser más fácilmente presas de ansiedad y depresión.

Tratamiento para adultos

Una vez realizado el diagnóstico, y generalmente aceptado por el paciente y sus familiares, existen varias estrategias para el tratamiento. Se utilizan medicamentos como estimulantes, que son efectivos en aproximadamente 80% de los individuos; el más usado es el metilfenidato que se aplica en dosis mucho menores que en el niño. Un gran mito es que estos medicamentos producen adicción. También se usa la atomoxetina, que actúa directamente sobre las sustancias neurotransmisoras encargadas de la atención. Se han utilizado otras familias de medicamentos que pueden mejorar el desempeño del paciente.

Desde 2008 en EU la Ley Federal Antidiscriminación reconoce el TDAH en adultos y niños como un trastorno que causa discapacidad, y se ha visto que en Norteamérica las personas sin tratamiento tienen un salario de hasta 10 mil dólares menos por año. Además ocurre una gran descomposición en el tejido familiar, pues en ocasiones es difícil que puedan actuar como padres responsables o parejas estables. La baja autoestima y la sensación de no pertenencia es frecuente en estas personas, pero debemos recordar que personajes como Churchill, Einstein, Beethoven o Mozart presentaron este trastorno.♥

DATOS DEL COLABORADOR

Neurólogo Pediatra y del Desarrollo. Encargado del Centro de Neurociencias del Hospital San José y Profesor de Neurología en el Tecnológico de Monterrey. miembro del Child Neurology Society, de la Academia Mexicana de Neurología, Consejo Mexicano de Neurología e Instituto de Neurología del Tec Salud del Sistema Tecnológico de Monterrey.



BALLY
TOTAL FITNESSSM
MEXICO

Pregunta por nuestras
excelentes promociones

50%
descuento
en inscripción

APLICAN RESTRICCIONES*

Síguenos en:



VALLE
8363 8090

SAN PEDRO
8004 9494

01 800 00 BALLY
ballyfitness.mx



Simplemente dolor

LA CAUSA MÁS FRECUENTE DE CONSULTA MÉDICA

La Asociación Internacional para el Estudio del Dolor lo definió como “una experiencia sensitiva y emocional desagradable, asociada a una lesión tisular real o potencial”.

Por Press-Club Pfizer

En países como Estados Unidos, este tema ha cobrado una relevancia significativa debido a los costos anuales que ocasiona al sistema de salud, pues 116 millones de adultos sufren de dolor cada año, gastando en general entre 560 y 635 mil millones de dólares en atención médica.

Llevar a cabo las actividades diarias, como transportarnos de nuestra casa al trabajo, intercambiar ideas, relacionarnos con los colegas laborales, pasar tiempo con la familia o dedicarnos a nuestros pasatiempos, resultan tareas imposibles o desgastantes cuando se tiene dolor.

El dolor es una sensación desencadenada por el sistema nervioso, sin él no sabríamos si estamos lastimados o tenemos algún padecimiento que requiere ser tratado.

Puede experimentarse dolor en alguna área específica, como espalda, abdomen, pecho o bien, en todo el cuerpo. Puede ser agudo o crónico, el primero tiene una duración limitada y por lo general desaparece a medida que el cuerpo sana, mientras que el crónico no es un simple dolor agudo que se prolonga, ya que puede haber comenzado como agudo y continuar luego de la curación, pero sin relación aparente con la alteración causal. No hay relación entre la importancia del estímulo nociceptivo y la intensidad del dolor, lo cual puede llevarnos a etiquetar erróneamente al paciente de neurótico o simulador, sin embargo, hay padecimientos “modernos” difíciles de diagnosticar, como la fibromialgia.

Para considerar crónico a un dolor debe cumplir con:

- Causa dudosa o no susceptible de tratamiento
- Tratamientos ineficaces
- Persistencia por más de un mes posterior al tiempo razonable de curación

El dolor crónico puede ser moderado o intenso e invalidante, durar meses o años y producir cambios significativos a nivel emocional y psíquico, afectando la conducta y calidad de vida del paciente. Suele acompañarse de alteraciones del sueño, fatigas, ansiedad, depresión, trastornos intestinales, disneas, migraña e hipotensión, entre otros signos. Si se padece de dolor crónico en cualquier parte del cuerpo es recomendable acudir con un especialista para tener un diagnóstico y tratamiento precisos.



Entre los dolores más comunes se encuentran el de espalda baja o lumbar, y los musculares (que pueden involucrar ligamentos y tendones) y usualmente están muy relacionados con tensión, sobrecarga o lesión por un ejercicio o trabajo exigente. Debido al estilo de vida, nadie está exento de padecer dolores.♥

Consejos para evitar o aminorar el dolor de espalda

- Si por necesidad laboral se permanece demasiado tiempo sentado, puede disminuirse el impacto al dolor manteniendo recta la columna y la mirada al mismo nivel del monitor de la computadora, postura que también debe aplicarse al trabajar con una laptop.
- Es importante usar una silla que dé soporte a la espalda, o bien, colocar un cojín o toalla.
- Levantarse y moverse por lo menos cada 40 minutos, subir escalones para entregar documentos, hablar por teléfono o efectuar alguna otra actividad, lo importante es cambiar de postura y hacer de éste un hábito.
- Deben sacarse de los bolsillos de sacos o chamarras las carteras, celulares o cosas pesadas, ya que este peso podría desbalancear la columna.
- Al estar sentado es fundamental mantener las plantas de los pies pegadas al suelo y no sobre las ruedas de la silla.

1 Elige

2 Disfrútala

3 Dale la vuelta



Botella eco flex



ciel[®]



¿Otro casino en Monterrey?



CAPACIDADES Y LÍMITES DEL ESTADO

Por David Pérez

A principios de 2007 pretendí convencer a mis compañeros de equipo de realizar un estudio prospectivo de los casinos, particularmente para la ciudad de Monterrey. Les argumenté que era una industria con potencial y al mismo tiempo podría ser una amenaza al no contar con una regulación clara. Lo extraño fue que, a pesar de ser un equipo con tantas procedencias, la respuesta fue contundente: “apostar es tan poco regio, tan en contra de sus propios e históricos valores, que no creo que funcionen en Monterrey, o al menos no de forma masiva”.

A cuatro años de distancia está claro que ni ellos ni yo vimos el gran *boom* que ocurría en Nuevo León. Solo en Monterrey habría 31 casinos, más otros 23 en el resto de las zonas metropolitana y citrícola, como parte de los 790 que operan en el país con distintos “niveles” de legalidad.

Lo que ocurrió en el Casino Royale es una tragedia que nos entristece y provoca sentimientos que asfixian. Mucho del debate posterior ha estado centrado en la evidente ausencia de vigilancia por parte de Protección Civil del Estado y recientemente, en las acusaciones contra la familia del Alcalde de Monterrey, dos temas que necesitarían responderse con la contundencia de una democracia madura, pero no hay que confundirnos y suponer que es todo lo que debe resolverse. La situación legal de los casinos amerita lo que hasta este momento no ha ocurrido: tomar decisiones precisas y contundentes, en lugar de suponer que una ley con tintes prohibicionistas es un instrumento realista de gestión.

La historia parece dar la razón. Los chinos comenzaron a apostar desde 4700 a.C. y después de prohibirlo por décadas, tuvieron que aceptar una zona de tolerancia en Macao; y cuando la oferta no fue suficiente, surgieron casinos en Singapur y Corea del Sur. Lo mismo ocurrió en Italia alrededor de 1638 y en Portugal en 1920. Sin duda el caso paradigmático es EU, donde tres ciudades importantes vivieron ciclos de auge y represión desde hace más de un siglo: St. Louis, Chicago y San Francisco. ¿Qué ocurrió al final? Ganó el pragmatismo orientado a cumplir la demanda, tanto como sea posible apegada a la Ley, y se aceptó la creación de tres paraísos regulados para los jugadores: Las Vegas y Reno en 1931, y Atlantic City en 1978.

Argumentar que lo mejor es promover ciudades orientadas en exclusiva a la industria del juego, persistentemente es complicado.

Suponer que partes de una ciudad pueden tener total dedicación a esta actividad, siempre y cuando estén firmemente vigiladas por una autoridad especial, también lo es. Debatir si conviene que los casinos, en lugar de privados, sean operados por parte de una empresa pública del Estado (como ocurre con las licoreras públicas en Canadá), si se estipula la cantidad de casinos máxima o si se permite solo para fines de lucro de minorías étnicas, cualquier opción es igual de compleja y retadora, porque hay una multitud de dilemas éticos de por medio que necesitan atenderse con soluciones de políticas públicas orientadas a prevenir la adicción al juego, disminuir la corrupción y generar un balance entre lo deseable y lo viable en una industria que genera mil millones de dólares de ganancia anual.

La experiencia internacional revela que, si bien es cierto hay muchas complicaciones en lo que a materia de casinos se refiere, siempre es peor hacer como si no pasara nada. Tanto dinero tan poco regulado, es un imán natural para la corrupción y el crimen; y como cualquier otra actividad, si no somos capaces de prohibirlo, al menos deberíamos regularlo. Siempre el peor escenario es ignorar que la demanda crea la oferta y que en la medida en que la Ley se hace más dura y las autoridades menos honestas, lo que ocurre es lo que algunos llaman la paradoja de la prohibición: más regulación, que al ir no ir en serio, lo único que puede generar es corrupción.

La moraleja es que casi cualquier decisión en materia de juegos y apuestas será cuestionable; lo peor que puede ocurrir es que el Estado rechace aceptar sus capacidades y límites, dejando a una industria con tantos ingresos a su libre albedrío. Cuando el Estado se niega a cubrir su papel, deja un vacío, cuyo problema es que tiene una debilidad: siempre se llena. Pero, cómo y por quién.

Por todo lo anterior, si en 2007 no estaba convencido de entrar al debate, hoy no queda la menor duda de que como sociedad tendríamos que repensar: qué somos, qué queremos ser y cuál es la forma más realista de conseguirlo.▼

DATOS DEL COLABORADOR

Internacionalista y Maestro en Política Pública por la EGAP con estancia en la KSG de Harvard University. En 2008 recibió el Premio Estatal de Administración Pública. editorial@playersoflife.com



METAL.CH

Swiss Made Chronometry



GHIBERTI 
arte milenario

Distribuidor Exclusivo NHR de México Comercializadora, S.A. de C.V.
ventas@nhrdemexico.com.mx

Plaza Fiesta San Agustín L-2432
Tel: 8368-4811

Galerías Valle Oriente L-1141
Tel: 8486-0303

Plaza Fiesta Anáhuac L-1157
Tel: 8332-2644



Presentación del Passat 2012

AUTOS VALLE

Para dar a conocer el nuevo Passat 2012 en Monterrey, la Agencia Autos Valle organizó un cóctel de presentación. Sus instalaciones sirvieron como punto de reunión donde un exclusivo grupo de

personas asistieron para conocer esta nueva propuesta de la marca Volkswagen.♥



Arturo Molina y Raúl Castello



Alejandro Guzmán y Arturo Cobos



Daniel Schnyder y Mauricio Charur



Enrique Iglesias Jr., Enrique Iglesias y Hussam Elbakra



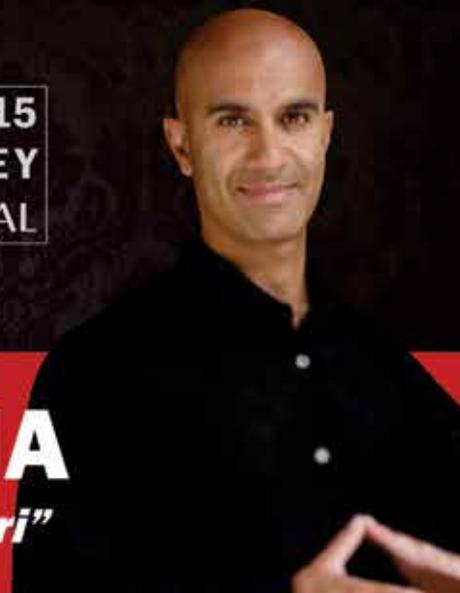
Israel Castorena, Raúl Holguín y Faustino Cantú



Nuevo Passat 2012

Seminario Internacional **LIDERAZGO SIN TÍTULO**

NOVIEMBRE 15
MONTERREY
CAMINO REAL



Impartido por: **ROBIN SHARMA**

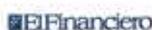
Autor de: *"El Monje que vendió su Ferrari"*



La clausura del seminario se llevará a cabo con el ejercicio interactivo: **"Life Audit Tool"** a cargo de **Ángel de Luna**, reconocido escritor y conferencista mexicano autor del aclamado libro: **"Yo Soy Dios"**.

Preventa hasta el 15 de Octubre: \$3,600 MN / A partir del 16 Octubre: \$3,900 MN

ADQUIERE YA TUS BOLETOS  **1515 4100**
www.superboletos.com



www.liderazgosintitulo.com



No-Violencia: De Adentro Hacia Fuera

TERCER ENCUENTRO MUNDIAL DE VALORES

Por tercer año consecutivo se llevó a cabo el Encuentro Mundial de Valores con el fin de promover los valores y la cultura de la legalidad en Nuevo León. El macro evento tuvo lugar en el Auditorio Banamex, donde los más de 21 expositores expresaron sus mensajes de paz.

El EMV es un llamado de acción, una oportunidad para que los asistentes transformen sus preocupaciones en soluciones y una invitación a que desempeñen un papel proactivo para mejorar sus vidas y comunidades.♥



Alberto Santos



Lily Navarro y Gaby Martínez



Juan José González, Nancy Andreus y Luis Madaria



Raúl Barceló y Silvia Elva Treviño de Barceló



Romelia Nader, Bárbara Barceló de Nader y Bárbara Nader



El Dalai Lama dando un mensaje de paz a los siete mil asistentes



ÉSTE ES MI
MUNDO,
ASÍ ES MI VIDA,
MI *Club*.
ASÍ SOY YO.

www.clube.com.mx





Evolutions 2011

LIVE THE AVAYA EXPERIENCE

Con el objetivo de intercambiar conocimientos y soluciones de comunicación se llevó a cabo el primer Foro Avaya Evolutions 2011 en Monterrey.

El evento organizado en el Hotel Camino Real, contó con la

presencia de importantes directores y representantes de distintas empresas, los cuales tuvieron la oportunidad de escuchar a cinco conferencistas y expertos en el tema. ▼



Roberto Ricossa, John DiLullo y Agustín Abaroa



Hignio Sánchez y Rigoberto Tamez



Phil Larson y Pedro Fernández



Héctor Garza y Fernando López



Atalo Zazueta y Galib Karim



Cordelia Sarralde y Silvia Herrera



Estamos
cerca de ti

Andrea González
Conductora INFO7 matutino
Canal 7, Lunes a viernes 6:00 a 10:00 hrs.



www.info7.mx

LOOK
Lo mejor de la sociedad

Descarga tus fotos gratis

Las pymes en México

REALE INVESTMENT CONSULTING & EXCHANGE

La empresa Reale Investment Consulting & Exchange llevó a cabo su primer Congreso enfocado en las pymes mexicanas, por tal motivo un grupo de personas se reunieron en el Hotel NH para escuchar e intercambiar ideas con los expositores Jorge Yuste, Mario de

la Cruz y León Bendesky. Una característica de esta compañía es su dinamismo, que ofrece soluciones financieras buscando siempre la completa satisfacción de sus clientes.♥



Fernando Calzada, José Yuste y Mario de la Cruz



Alejandro Villarreal, Fernando Calzada Jr. y Mauricio Farah



Carlos Pedroza y Héctor Cortés



Alejandro Bastar y León Bendesky



Jorge González y Gabriel Garza



Miguel Pulido, Ángel de Torres y Luciano Pulido



LICENCIATURAS EN DISEÑO

- Animación
- Arquitectura
- Arquitectura de Interiores
- Arte Digital
- Diseño Industrial
- Diseño Gráfico
- Diseño de Modas
- Mercadotecnia

MAESTRÍA

- Master in Business Innovation

EDUCACIÓN CONTINUA

- Future Designers Camp
- Summer Stars
- Cursos y Talleres

PROGRAMAS EMPRESARIALES

- Enterprise Innovation Training
- Innovation Series

WEB

www.cedim.edu.mx

Reconocimiento de validez oficial de estudios otorgado por el Gobierno del Estado de Nuevo León, 14-1-85, Periódico Oficial 6-III-85; CDL-VI 005/2008

INFO

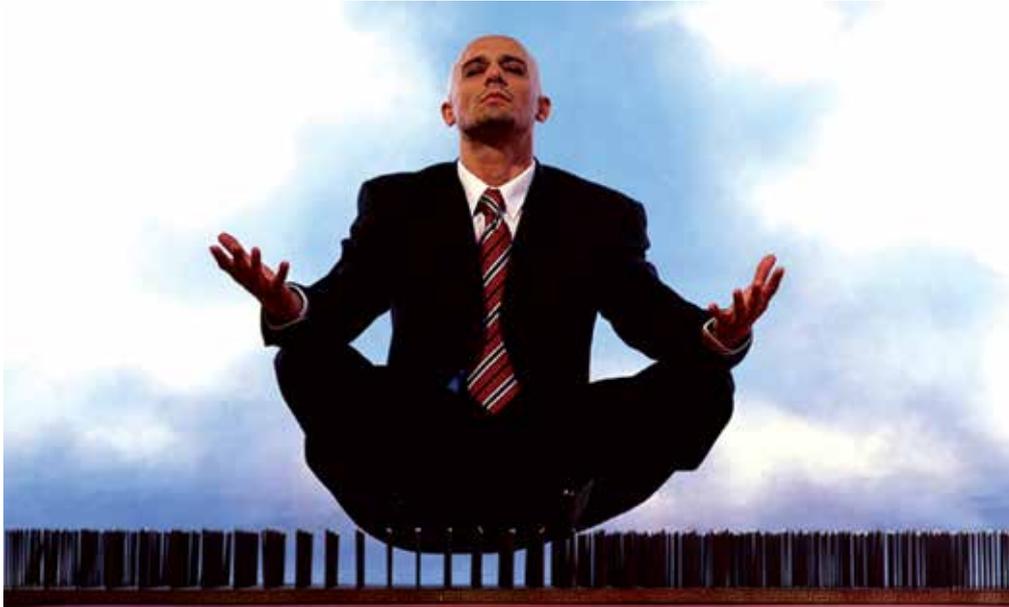
01 800 228 2200

admisiones@cedim.edu.mx



Ansiedad vs Miedo

¿CÓMO DISTINGUIRLOS?



“La imaginación es la loca de la casa”

Santa Teresa de Jesús

Por **Judith Hernández**
Psicóloga Clínica

Los trastornos de ansiedad ocupan el primer lugar de todas las alteraciones mentales a nivel mundial y nacional. Los estudios epidemiológicos en la población de adultos muestran que son los trastornos de mayor prevalencia en nuestro país.

Todos hemos experimentado en un momento de nuestra vida algún tipo de ansiedad. Ésta se puede describir como una sensación de aprehensión difusa, desagradable y vaga, que suele estar acompañada de síntomas físicos como dolor de cabeza, palpitaciones, opresión del pecho, molestias gástricas e inquietud, por mencionar algunos.

Es importante diferenciar entre la ansiedad y el miedo. La primera es una señal de alerta, parecida a un miedo generalizado, sin objeto; es decir, anticipado a un posible daño en el futuro. Por otra parte, el miedo está asociado a algo inmediato y que efectivamente amenaza.

El miedo y la ansiedad son reacciones ante situaciones que se perciben como amenazantes. Gracias a los cambios físicos que provocan, estas emociones permiten a los humanos alejarse o defenderse ante el peligro. Ejemplo de ello es la inercia del cuerpo

para correr, la cual se crea por el latido acelerado del corazón que permite la irrigación de una mayor cantidad de sangre a los músculos, una señal útil para la supervivencia.

Cuando se diagnostica a una persona con ansiedad, es posible distinguir la reacción como un rasgo diferenciable a otro padecimiento emocional, o como una ansiedad patológica donde se encuentra desequilibrando al YO, lo cual se refleja en el comportamiento, en la capacidad para funcionar normalmente y en el sentir emocional y físico de la persona (cómo me siento y lo que siento).

La ansiedad patológica es distinta por su forma de presentación, se caracteriza por una mayor intensidad y volubilidad en el estado de ánimo del afectado, desencadenando esta reacción sin motivo aparente y viviéndose constantemente durante largos períodos.

Existen varios tipos de ansiedad: generalizada, estrés post-traumático, obsesivo-compulsivo, fobias, por separación, etc. Su identificación y tratamiento oportuno son de suma importancia para detener el incremento de los síntomas, mismos que afectan la vida académica, laboral, familiar y social de quien la padece.♥

“La ansiedad se percibe como una señal de alerta, parecida a un miedo generalizado, sin objeto; es decir, anticipado a un posible daño en el futuro”



MENTIRA: La música en vivo NO es mejor

Si alguna vez te dijeron que "la música en vivo siempre es mejor", pues te engañaron. **No es mejor cuando la canción de Gaga no les sale como a Gaga.** No es mejor cuando la banda te pone pasitos de baile cursis. **No es mejor cuando se la pasan echando chistes malos entre canciones.** No es mejor cuando hacen tanto ruido que llegas ronco a tu casa de tanto gritar. **No es mejor cuando no pueden tocar la canción que tu quieres cuando tu quieres.** No es mejor cuando tratan de cantar en otro idioma mientras ni el suyo propio lo dominan. **No es mejor cuando te ponen los mismos shows de circo que ya te sabes.** No es mejor cuando queriendo cantar como Moderatto lo que se echan son solo gallos.

ES HORA DE IR PENSANDO
EN UN PARAÍSO ROSADA DE
LA OFICINA

Lo **mejor** en música para tu posada: lo **mejor**.



MOBILE DJ

T: (81) 1133.6429
NXT: (81) 8999.2935
www.bluestar.com.mx
dj@bluestar.com.mx
Río Colorado 206, L. 14
Centrito Col. del Valle
Garza García, NL





¿Ya eres parte de las redes sociales?

Gedink es la oportunidad para aprovechar las ventajas del *social media* dentro de una empresa o institución educativa, de forma privada y segura.

La manera en que muchas personas interactúan está cambiando, los avances tecnológicos facilitan el acceso a internet casi desde cualquier lugar y a través de una gran variedad de dispositivos. La creciente adopción de las redes sociales como medio de comunicación no debe quedar ajena al ambiente laboral y educativo, ya que permite compartir el conocimiento y retroalimentar para generar valor.

Gedink es un sistema de colaboración

privado y seguro, basado en internet, que aprovecha la dinámica de las redes sociales para fortalecer la interacción de los integrantes de una comunidad, empresarial o escolar, y promover la comunicación, participación y aprendizaje.

Este sistema está disponible en tres versiones: Gedink Enterprise, dirigido a las empresas con el fin de convertirse en una herramienta oficial de comunicación que facilite el intercambio de información, la integración y el sentido de pertenencia entre su capital humano; Gedink College, diseñado para las comunidades escolares de un nivel de educación básica, utiliza las redes sociales para congregar los esfuerzos educativos, sociales y de convivencia, y Gedink Professional, creado para las comunidades universitarias aprovechando el interés y uso cada vez mayor de las redes sociales como plataforma para la comunicación.

Con Gedink es posible contar con una red interna y segura, donde la información se comparte instantáneamente y fluye en múltiples direcciones, es posible abordar cualquier tema en distintos formatos y cualquier integrante de la comunidad es capaz de iniciar la interacción desde distintos dispositivos.

Esta red social incluye seguridad e identificación, moderador, calendario, avisos y respuestas, archivos adjuntos (fotos, documentos y videos), eventos, grupos configurables, chat, muro, estadísticas, conexión a Facebook y Twitter, SMS y otros elementos necesarios, dependiendo de su versión.

Gedink es la solución que permite situar a los miembros de una empresa o institución educativa en un rol más participativo, facilitando la máxima interacción entre todos sus usuarios para compartir información.♥



Para ampliar datos contactar a:
Luis González Troncoso
Ventas
luis.gonzalez@gedink.com.mx
www.gedink.com.mx
Cel. 8180-103-748
Tel. (81) 8333-9780

grupocosteño

HAMBURGUESA COSTEÑO

Deliciosos camarones, costra de queso, aguacate, lechuga y tomate

COSTEÑÍZATE EN LAS PLAYAS DE MONTERREY



CUMBRES Av. Paseo de los Leones, #1501 Col. Cumbres, Tel.81.23.07.85

CONTRY Plaza Paseo Tec, Av. Eugenio Garza Sada #2413 Int 30, Tel.82.44.53.74

SAN PEDRO Plaza Tanarah, Av. Vasconcelos #345 Local 116, Col. Sta Engracia, Tel.83.56.39.02

TORREÓN • SALTILLO • CHIHUAHUA • MONTERREY • QUERÉTARO • GUADALAJARA • LEÓN • SAN LUIS • MÉXICO D.F.

WWW.GRUPOCOSTENO.COM



México móvil



Al cierre del segundo trimestre del

2011 el segmento de telefonía móvil alcanzó un total de

95.2 millones de líneas.

La velocidad promedio de conexión en México es de

2.64 Mbps frente a **35** Mbps en Corea del Sur.

En promedio, los usuarios de dispositivos móviles se conectan a internet

4.5 horas al día.

Los tablets tuvieron un crecimiento de **4%** en **2010**.

67%

de los mexicanos utiliza una laptop como dispositivo para conectarse a internet.

Las líneas móviles tienen una penetración de

84.7 por cada **100**

habitantes, lo que significa que

4 de **5** mexicanos tienen servicio de telefonía móvil.

Los *smartphones* o teléfonos inteligentes representan

39%

de la oferta del mercado.

8 de **10**

usuarios utilizan sus dispositivos móviles para ingresar a alguna red social.

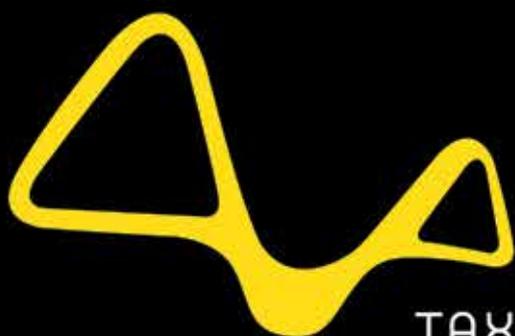
Los poseedores de tablets pasan un promedio de

1.2 horas diarias en internet.

Los "internautas nómadas" muestran una mayor disposición a recibir publicidad, ya que

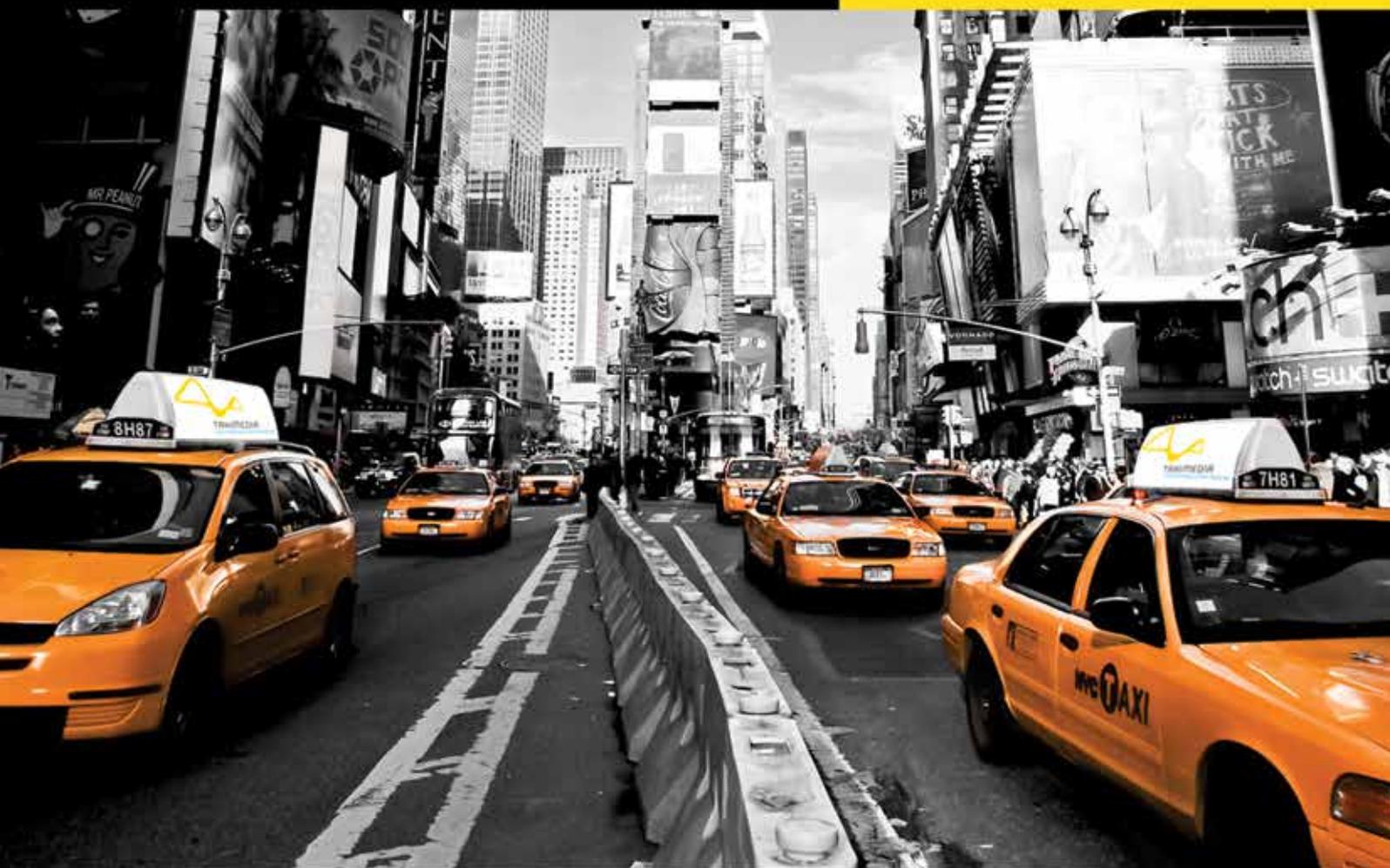
73%

declara hacerlo.



TAXIMEDIA
YOUR BRAND EVERYWHERE

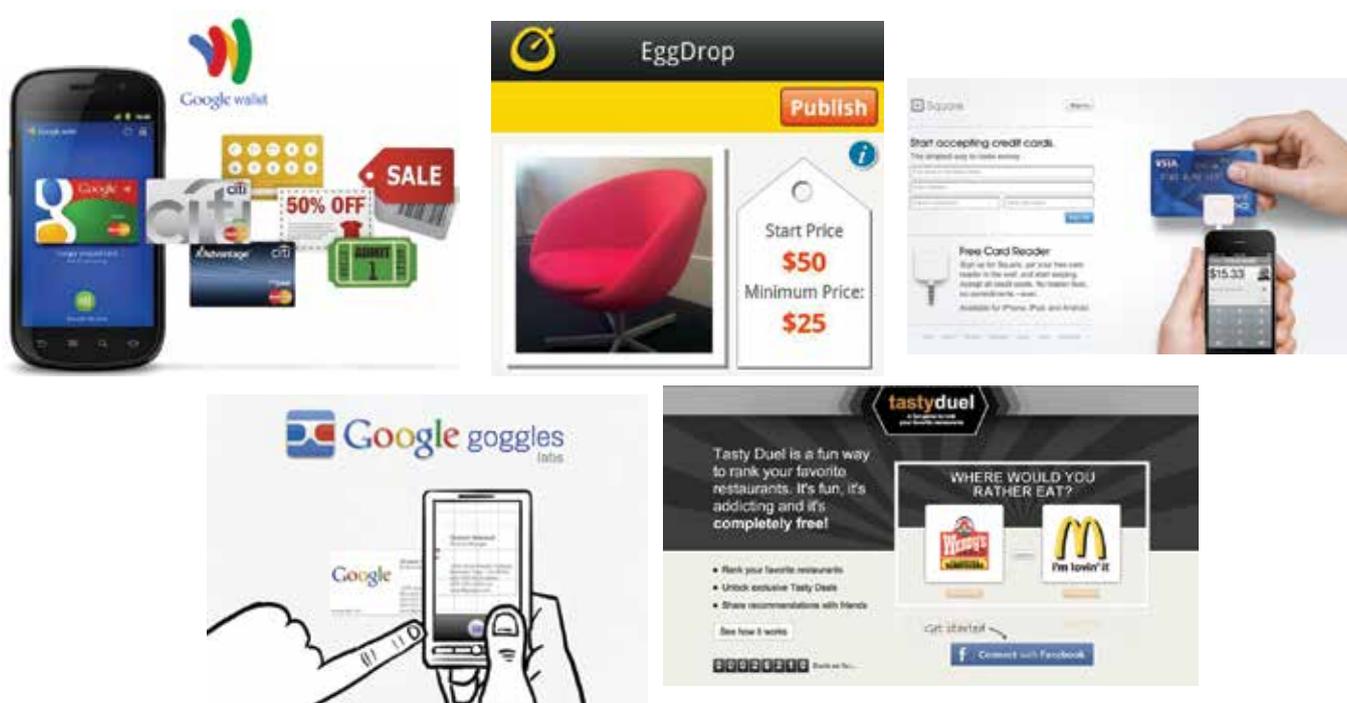
Un medio impactante,
rentable y con el mayor
grado de recordación
ahora en Monterrey



1767-6700  www.taximediamexico.com

5 Aplicaciones novedosas

El *boom* de los *smartphones* y las tabletas, unido a la proliferación del internet está generando una nueva forma de realizar el marketing y las ventas online.



Google Wallet

En mayo Google declaró tener planificado el lanzamiento del pago de compras con teléfono celular a través de la aplicación Google Wallet, la cual permitirá pagar las compras con tarjetas Citi MasterCard PayPass (elegible) o una Tarjeta Google Prepagada con solo acercar el teléfono celular en una terminal PayPass. Inicialmente funcionará nada más en el teléfono inteligente Google Nexus 4G S.

EggDrop

Esta aplicación desarrollada para iPhone es ideal en el desarrollo del comercio online, pues permite tomar una foto del producto a vender, fijar un precio y publicar rápidamente un anuncio clasificado. Al momento de fijar el precio se tiene la oportunidad de colocar un

rango mínimo para la venta del artículo, de esta forma, EggDrop se convierte en el nuevo eBay para teléfonos celulares.

Square

Sistema creado por Jack Dorsey, cofundador de Twitter, que funciona para hacer pagos con tarjeta de crédito entre particulares, a través de un dispositivo móvil, como puede ser un iPhone, iPad, iPod Touch o celular Android. Ya funciona en EU y evita las complicaciones de las terminales de cobro a cambio solo de 2.75% sobre el monto de lo adquirido y 0.15 dólares por transacción.

Googles

Google está potenciando esta aplicación para convertirla en una herramienta utilizable en la

publicidad. Mediante un software de reconocimiento de anuncios, la herramienta toma una fotografía y luego redirecciona al usuario a una página web específica, donde puede encontrar todos los detalles de la promoción de la marca que aparece en el anuncio. Empresas como Buick y T-Mobile se encuentran probando esta tecnología.

Tasty Duel

Básicamente consiste en escoger el restaurante que más le agrade al usuario de los dos que se presentan a través de esta aplicación en Facebook. Mientras más se avance en el juego, se tiene mayor información acerca de él y sus resultados, así como también acceso a cupones de descuentos, ofertas y otras características dirigidas al público consumidor.

NIKEFUTBOL.COM



MERCURIAL
VAPOR SUPERFLY II

VALLAS DONDE VAYAS

MÉXICO • USA • GUATEMALA • EL SALVADOR
• COSTA RICA • PANAMÁ • HONDURAS • PERÚ •
COLOMBIA • ARGENTINA

ACAPULCO
CD. JUAREZ
D.F.
ENSENADA
GUADALAJARA
HERMOSILLO
LEÓN
MONTERREY
MORELIA
PUEBLA
TIJUANA
TORREÓN
SALTILLO
VERACRUZ

Somos los creadores y líderes del medio más impactante para llegar directo a la mente de sus consumidores. Presencia en las zonas más exclusivas y principales arterias, exposición las 24 hrs., cobertura peatonal y vehicular. En GPO VALLAS sabemos y entendemos lo que quiere su público, por que estamos donde está la gente.

GPO VALLAS

GPOVALLAS.COM

Informes y contrataciones:

MONTERREY tel. (81) 8123-1689 GUADALAJARA tel. 3619-5151
TIJUANA tel. (664) 6840-034 D.F. tel. 5281-5099

RESUMEN DE SEPTIEMBRE



1. Con 37.04 segundos, Jamaica rompió récord mundial y ganó medalla de oro en Mundial de Atletismo en Daegu, Corea del Sur. **2.** El quarterback de Indianapolis, Peyton Manning, terminó racha de 227 partidos consecutivos por lesión; es la segunda más larga de la NFL entre los pasadores. **3.** Novak Djokovic obtuvo el título del US Open al derrotar a Rafael Nadal. **4.** Se anunció que Floyd Mayweather Jr. recibirá una propuesta de 100 millones de dólares para enfrentar a Manny Pacquiao en 2012. **5.** Mariano Rivera, de los Yanquis de Nueva York, se convirtió en el mejor cerrador de toda la historia en las Grandes Ligas al obtener 602 rescates. **6.** Se dio a conocer que David Beckham es el mejor pagado en la MLS, con 6.5 millones de dólares al año. **7.** Con 14 partidos sin derrota, Chepo de la Torre tiene el mejor inicio en la historia del Tri. **8.** 617 deportistas componen la delegación mexicana que participará en los Juegos Panamericanos de Guadalajara 2011. **9.** Checo Pérez fue galardonado como el mejor piloto joven en la F1. **10.** México definió al equipo que enfrentará a Ecuador en la Copa Davis. **11.** The New York Times destacó al Chicharito Hernández como uno de los 25 jugadores clave en la vida de Alex Ferguson, Director Técnico del Manchester United. **12.** Bernie Ecclestone, Director Ejecutivo de F1, dijo que el serial automovilístico busca volver a correr en países como México. **13.** El piloto regio Daniel Suárez se posicionó en tercer lugar de la carrera Nascar México. **14.** Ganaron dos preseas de bronce los arqueros Mariana Avitia y Gerardo Alvarado en la Copa Mundial de Shanghái, China. **15.** Fue anunciado que el torero regio Hernán Ondarza actuará en la Temporada de Otoño de la Monumental Monterrey.



QualityPost[®]

Estés donde estés[®]

Mensajería y
Soluciones Logísticas

I ❤️
QualityPost

Ponemos nuestra **pasión**
en cada entrega.

Oficinas Centrales
Catamarca No. 2129
Col. Residencial la Española
C.P. 64820, Monterrey, NL
+52 (81) 8288-9000
www.qualitypost.com.mx

RESUMEN DE SEPTIEMBRE



• 1. El FMI advirtió riesgo de una nueva recesión económica mundial • 2. Barack Obama encabezó ceremonia de homenaje a víctimas del 11-S • 3. En debate televisivo, candidatos republicanos a la presidencia de EU se manifestaron en contra de una reforma migratoria • 4. Talibanes atacaron la Embajada de estadounidense y la sede de la ONU en Kabul • 5. Crisis en Grecia tambaleó a la Unión Europea; su salida del euro implicaría costos en el plano económico, social y político • 6. Palestina busca reconocimiento como Estado miembro del Consejo de Seguridad de la ONU, pese a amenaza de veto de Estados Unidos • 7. Felipe Calderón emitió mensaje con motivo de su V Informe de Gobierno • 8. México avanzó ocho posiciones y se ubicó en el lugar 58 dentro del ranking de competitividad elaborado por el Foro Económico Mundial • 9. Encuentro entre el Dalai Lama y Felipe Calderón provocó molestia del Ministro de Relaciones Exteriores de China • 10. México es el tercer país con mayor proporción de ninis entre las naciones miembros de la OCDE, con siete millones 226 mil 680 jóvenes que no estudian ni trabajan • 11. Enrique Peña Nieto manifestó por primera vez su interés por ser candidato del PRI a la Presidencia de la República en 2012 • 12. El Senado aprobó la obligatoriedad del bachillerato a partir del ciclo escolar 2012-2013 • 13. Salvador Alva Gómez fue designado nuevo Rector del Tecnológico de Monterrey en sustitución de Rafael Rangel Sostmann • 14. La UDEM puso en marcha un laboratorio y centro bursátil en que los alumnos realizarán simulaciones de operaciones de Bolsa • 15. Se llevó a cabo el Encuentro Mundial de Valores 2011, con la presencia de 33 expositores, en el Auditorio Banamex

BLASTING DESIGN BY RADO



UNLIMITED SPIRIT

RADO
SWITZERLAND

RADO CENTRIX AUTOMATIC JUBILÉ / HIGH-TECH CERAMICS / WWW.RADO.COM

GHIBERTI 
arte milenario

GALERIAS VALLE ORIENTE LOC 1141 TEL. 84-86-03-03



Siempre innovando... #1



MirageMEXICO

mirage.mx

 **mirage**[®]