

PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & LIFESTYLE

**Agencias
de MKT y
Publicidad**
Campanas exitosas

**Expertos
Automotrices**
Grupos regios

Manuel Montoya
Director del Claut

**Leopoldo
Cedillo**

Director General de Metalsa
Líder con valor

MARZO 2012

MONTERREY



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

emwa[®]

La marca de marcas

Matriz 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

PANERAI.COM



TRADITION AND INNOVATION.

LUMINOR 1950 CHRONO MONOPULSANTE 8 DAYS GMT TITANIO - 44MM

PANERAI
LABORATORIO DI IDEE.

Available exclusively at Panerai boutiques and select authorized watch specialists.

emwa

Joyeros desde 1949

Calzada del Valle 472 Oriente, Monterrey Tel: 8335-0177 www.emwa.com.mx



DIRECTORIO CORPORATIVO

DIRECCIÓN GENERAL

Maurice Collier de la Marliere / Alejandro Martínez Filizola
 e: maurice@grupomacom.com / e: alejandro.martinez@grupoplayers.com.mx
 @AlexMtzFili

GERENCIA EDITORIAL

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

ASISTENTE EDITORIAL

Jenny Miranda e: jenny.miranda@grupoplayers.com.mx

GERENCIA CREATIVA

Mariana Serna e: mariana.serna@grupoplayers.com.mx

ASESORA CREATIVA

Isabel Belausteguigoitia e: isabel@grupoplayers.com.mx

GERENCIA DE DISEÑO

Edgar Piña Ontiveros e: edgar.pina@grupoplayers.com.mx

GERENCIA CONTABLE

Mónica Álvarez Carrillo e: monica.alvarez@grupoplayers.com.mx

SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA

Pamela Reyes e: pamela.reyes@grupoplayers.com.mx

GERENCIA DE MARKETING

Mara Fajér Alonso e: mara.fajer@grupoplayers.com.mx

ASISTENTE DE MARKETING

Mónica Gallardo Gurrola e: monica.gallardo@grupoplayers.com.mx

GERENCIA DE RELACIONES PÚBLICAS

Victor Blankense e: victor@grupoplayers.com.mx



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

GERENTE COMERCIAL Nancy Villavicencio e: nancy.villavicencio@playersofflife.com

EJECUTIVOS COMERCIALES

Laura Juárez e: laura.juarez@playersofflife.com

Ligany Otaduy e: ligany@playersofflife.com

GERENTE EDITORIAL Samantha Fematt e: samantha.fematt@playersofflife.com

COEDITORIA Dyana Rivera e: dyana.rivera@playersofflife.com

ASISTENTE EDITORIAL Lucía Quintanilla e: lucia.quintanilla@playersofflife.com

GERENTE DE DISEÑO Rogelio Nasaed Díaz e: rogelio.diaz@playersofflife.com

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

RELACIONES PÚBLICAS Andrea Chavero e: andrea.chavero@playersofflife.com

FOTOGRAFÍA Alejandro Aguirre y Mauricio Alanis

LOGÍSTICA Ricardo Vega Flores

FOTOGRAFÍA SOCIALES Francisco León

COLABORADORES

Héctor González / Clicerio González / David Pérez / Patricia Rivera / Ricardo Garza
 Samuel Peña / Víctor Souls / Ricardo Castro / Alejandro Valdés / Óscar Silva / César Garza
 Karla González / Jaime García / José Manuel Gómez Porchini / Arturo Castañeda Orduña

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

TORREÓN Tels: (871) 192 34 34, (871) 192 47 67, (871) 228 00 30 y 31
 Ocampo 24 ote., Col. Centro 27000 Torreón, Coahuila

MONTERREY Tels: (81) 1522 0536 / 37
 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 Crepúsculo 2, Residencial Alborada, 77156 Cancún, Quintana Roo
 Nadia González e: nadia.gonzalez@playersofflife.com

REPRESENTACIÓN EN MÉXICO, DF Tel. (55) 6280 6869
 Carretera México-Toluca 2846, Col. Vista Hermosa, 05100 México, DF
 Martha E. Ortiz e: martha.ortiz@playersofflife.com

PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 5 No. 64. Fecha de publicación: 1 de marzo de 2012. Revista mensual, editada, publicada y distribuida por Grupo PLAYERS. Ocampo 24 ote. Col. Centro, 27000 Torreón, Coahuila, México.
 Editor responsable: Samantha Fematt. Reserva de derechos: 04-2009-052408373300-01. Reserva de título INDAUTOR: 04-2010-060213033200-102. 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.playersofflife.com

(871) 707-4200



ventas@carmonaimpresores.com.mx
 01800-228-2276 / 01800-228-2676



Leopoldo Cedillo y Arturo Villarreal

En esta ocasión enfocamos nuestra labor en entregarles contenidos muy amplios acerca del imprescindible campo del marketing y sus actividades afines, ya que todos hemos presenciado la forma en que desde hace unos cuantos años ha adquirido nuevas herramientas y especialidades para responder a las modificaciones de un público consumidor cada vez más informado, crítico y por lo tanto, exigente. En las secciones Agencias de Medios, Agencias de Publicidad y Medios, encontrarás datos que de seguro serán útiles cuando decidas recurrir a los profesionales que acercarán a tu empresa a las tendencias de vanguardia en este rubro.

Con el arribo de una nueva estación y la cercanía de la primera temporada vacacional del año que constituye la semana santa, también centramos parte de nuestros contenidos en contribuir a tus planes, para lo cual hicimos una selección de los más reconocidos Hoteles de Playa, abordando detalles acerca de sus servicios, amenidades y ventajas, para que los tomes en cuenta como opciones inmejorables para pa-

sar un descanso lleno de sol y diversión, con gran estilo.

Los autos son uno de los símbolos de todo PLAYER que gusta de transportarse no solo de manera ágil, sino que desea un vehículo con excelente equipamiento, veloz y seguro, al igual que poseedor de una línea que se identifique con su personalidad. Pensando en todo esto, creamos la sección Grupos Automotrices, donde accederás a imágenes y datos que te mostrarán las marcas que manejan los *holdings* más destacados de la ciudad, los cuales sin duda alguna se ajustan a tus deseos y necesidades.

En portada contamos con la presencia de Leopoldo Cedillo, Director General de Metalsa, empresa regía que fabrica autopartes para firmas internacionales. Su inteligencia, valores y sencillez son algunas de las características que mejor lo describen; elementos que le han dado la oportunidad de trascender dentro de esta gran compañía.

Éste es un número nutrido y por ello estamos convencidos de que lo disfrutarás al máximo, en la misma medida en que nosotros nos hemos deleitado en el proceso de crearlo para ti. ♥

Arturo Villarreal Torres
 Director Ejecutivo

@villarreal82



TUKI BRANDO by
TechnoMarine



technomarine.com

GHIBERTI 
arte milenario

Plaza Fiesta San Agustín | Tel. 8368-4811
Galerías Valle Oriente | Tel. 8486-0303
Plaza Fiesta Anahuac | Tel. 8332-2644
Dimitri & Co Mexico S.A. de C.V. Distribuidor Exclusivo
Servicio al Cliente 01-800-TECHNOS | info@dilemcorp.com
MODEL SHOWN: DIMITRI_SPORT

DISTRIBUYE:
DC
Dimitri & Co.

 facebook.com/players.mty

56 **Agencias de Medios**

- 58 Arena Media
- 60 Carat
- 61 Materia Gris
- 62 Universal McCANN
- 63 MPG
- 64 Mindshare
- 65 Nivel Creativo
- 66 Syntagma



86 **ESTRELLAS AUTOMOTRICES**

- 88 Audi
- 90 BMW
- 92 Honda
- 93 Mercedes-Benz
- 94 Subaru
- 96 VW



8 **SPOTLIGHT**

INSIDE

- 40 **TODOPODEROSO**
Eike Batista
- 44 **DELICATESSEN**
El Vodka



ACTUALÍZATE

- 106 **ECONOMÍA GLOBAL**
Mercado de rápido crecimiento
- 114 **CONOCER MÁS**
Visión de un mexicano
- 116 **ANÁLISIS PLAYERS**
Importancia de los Likes

VITAL

- 128 **NUTRICIÓN**
Cuida tu arterias

PODER

- 134 **POLÍTICA INTERNACIONAL**
La ley SOPA

Gabriela Zacarías

Será interesante ver cómo reacciona el mercado... ¡aprovecho para felicitarlos por la revista de este mes!

Litzy Cinco

Hermosos arcos, ¿en qué lugar fue la sesión?

Jorge de la Mora

¿Dónde compro una suscripción y te puedo dar ideas?, soy medio ocurrente.

Laura Juárez

Corriendo 15K y trabajando mucho... ¡Ánimo Players! ¡Buen día a todos!

 twitter.com/players_mty

@ginecologomx

@players_mty Regalo para San Valentín: "Todo lo que hay que saber: una pequeña historia del mundo" por si alguien se anima @mallygzz

@Villalonso

@players_mty Buena edición pero encontré un error de ortografía, Nota: Ing. Alejandro Rodríguez / El Campeonato pág.80 / 4 línea, 2do párrafo.

@xmtty

@players_mty ¿dónde está publicada la promoción? Por otro lado, excelente publicación con el artículo del Ing. Rodríguez.

@hernanmadariaga

RT@Players_mty sesión de fotos con los Directores de #Epicor

OPEN HOUSE

VIVA
y disfrute los entornos
de su Pasión.



CANCUN *COUNTRY CLUB*
RESIDENCIAL & GOLF

LOTES RESIDENCIALES • CASA CLUB • CAMPOS DE GOLF CATEGORÍA TPC • ACADEMIA DE GOLF • CICLOPISTA

ICK PRICE
REAL ESTATE
Low Lajoie

(998)886-2815 • 01800-838-2121

WWW.CANCUNCOUNTRYCLUB.COM





SPOTLIGHT

HISTORIAS DE ÉXITO

Leopoldo Cedillo

Director General de Metalsa



Descubre cómo su visión y capacidad intelectual lo han llevado a conquistar puestos que pocos han logrado a los 40 años. Combina sus actividades como directivo, padre de familia, amigo y promotor de los valores.

98

PERFILES

Manuel Montoya

10



12

EJECUTIVO EN ASCENSO
Myrna Macías

AS BAJO LA MANGA

Carlos Longoria

14



16

PLAYER DEL AYER
José Marroquín Leal

FINISH

Patricia Martínez Ramírez

18





ECOVERGEL

HOTEL BOUTIQUE

inauguración
Marzo
2012



HOTEL BOUTIQUE
SPA



HOTEL BOUTIQUE
AVENTURA



HOTEL BOUTIQUE
ESTETICO



HOTEL BOUTIQUE
MEDICINAS



HOTEL BOUTIQUE
WELLNESS



HOTEL BOUTIQUE
GOLF



Dentro del Campo de Golf "El Sol"
Carretera Nacional KM.230 | contacto@ecovergel.com | Tel: 01 800 044 2639 y 8881 1028
Allende, Nuevo León, México



MANUEL MONTROYA



DIRECTOR GENERAL DEL CLÚSTER AUTOMOTRIZ EN NL

Por Dyana Rivera
Fotografía por Mauricio Alanis

Colaborar con la industria automotriz e implementar estrategias para su potenciación en la región y el país, surgen de la iniciativa y empuje de personas comprometidas con proyectos de largo alcance, cuyos beneficios poseen implicaciones trascendentales para el futuro. Un hombre de esta categoría es Manuel Montoya Ortega, quien funge como Director del Clúster Automotriz en NL (Claut), asociación civil de gran importancia en esta industria. Originario del DF, es Ingeniero Químico Administrador por el Tecnológico de Monterrey con un MBA en el IESE Business School de Barcelona, España.

De 1990 a 1997 llevó a cabo varios proyectos en el sector inmobiliario y fue Director de Seival, AC. Entre 1997 y 2000 tuvo el cargo de Vicepresidente de Transferencia Tecnológica de Tata Ficosa Pvt. Ltd, en Pune, India (filial de la multinacional española Ficosa Internacional). Entre finales del 2000 y principios del 2007 colaboró en la Escuela de Negocios del IPADE, primero como Director del programa Medex en Monterrey y posteriormente dirigiendo el programa AD2, y finalmente estuvo a la cabeza de programas en San Luis Potosí. Comenzó el proyecto del Claut en el 2007, por invitación de su primer Presidente, el Ingeniero Enrique Zambrano, Director del Grupo Proeza.

Claut

El Claut es una asociación civil cuyo objetivo es ganar competitividad a través de la colaboración entre las empresas ubicadas en Nuevo León, junto con el Gobierno del Estado, las universidades y centros de investigación. Sus miembros son fabricantes en la cadena de valor de la industria automotriz. Está conformado por un consejo de ocho CEO de empresas del sector, los rectores de tres universidades asociadas, el Secretario de Desarrollo Económico de NL y el Director General del Instituto de Innovación y Transferencia de Tecnología.

Cuenta con ocho comités: Desarrollo Humano, Cadena de Suministro, Desarrollo de Proveedores, Innovación Automotriz, Operaciones Lean, Sustentabilidad, Tier 2 y Atracción de Inversión, en los que parti-

cipan académicos y personal del Gobierno, y se identifican áreas de colaboración que luego se traducen en acciones concretas: programas de capacitación, desarrollo de proveedores de procesos específicos, estrategias logísticas, etc. “Cada comité define los proyectos de interés de acuerdo a las ventajas que se pueden alcanzar”, comentó Montoya, quien busca que el Claut se convierta en un eslabón que una las vinculaciones necesarias para definir las actividades pertinentes.

El Clúster es un punto de encuentro de la industria automotriz con la academia y las instituciones gubernamentales, constituye el modelo de la triple hélice. Sus principales retos han sido crear programas de formación y capacitación especializados para el sector (tanto técnicos como de profesio-

tas); realizar trabajos de investigación de la mano con las universidades y centros de investigación y desarrollo, y atraer a nuevas compañías de manufactura, así como centros de ingeniería y diseño.

Entre las principales actividades que actualmente desarrolla se encuentra la formación de líderes en el sistema de Manufactura de Toyota (TPS), directamente con el apoyo de expertos de Toyota Norteamérica. Su objetivo para los próximos años “es contribuir en la creación de trabajos de mayor valor agregado, a través de más puestos en centros de ingeniería y en el avance de tecnologías creadas en México para el mundo”, así como, principalmente, incrementar el contenido nacional de producción, integrando más proveedores mexicanos.▼





Myrna Macías

Directora Nacional de Manufactura de PepsiCo Alimentos México

Por Dyana Rivera

Entre el trabajo, la dedicación y el esfuerzo, una mujer empresaria ha sobresalido y ha sabido cimentar sus triunfos, que en definitiva van en aumento. Desde muy joven se fijó metas claras, y hasta hoy contribuye con la mejora y el desarrollo de la empresa para la cual labora. Se trata de Myrna Macías, actual Directora Nacional de Manufactura de PepsiCo Alimentos México, quien se distingue por su notable carrera ascendente en su trayectoria.

Originaria de Monterrey, estudió Ingeniería en Administración de Sistemas en la UANL y cuenta con Maestría en Administración en la EGADE, así como diplomados de Supply Chain en diferentes partes del mundo, como Suiza y Michigan, y un Diplomado en Planeación Estratégica en el Tecnológico de Monterrey.

En diciembre de 1994 se incorporó a Gama, unidad de negocio de PepsiCo, donde con rapidez el despunte de su carrera se hizo evidente. Pasó de Analista de Ventas a Analista de Proyectos en Ventas; después cruzó al área de operaciones, siendo parte de equipos de Proyectos para la Distribución y Transporte, y al poco tiempo tomó el rol de Líder de Proyecto. Luego ejerció las gerencias de Mejora Continua y de Planeación de la Demanda. Regresó al departamento de Ventas como Gerente de Ventas para Quaker y enseguida fue Directora de Exportaciones en Chicago. Volvió a México como Directora de Logística y finalmente recibió su actual cargo como Directora Nacional de Manufactura.

Con el respaldo de PepsiCo, Myrna ha expandido sus conocimientos, logrando un progreso continuo. Siempre dispuesta a la retroalimentación y a recibir ayuda en cada nuevo rol que se le ha presentado, y a la par consciente de que no lo sabe todo, está segura de que el éxito en cada posición proviene de interactuar y aprender de los demás.

La organización, por su parte, en su interés por fomentar el talento y crecimiento de sus empleados, ha sido reconocida por la revista *Expansión* con el primer lugar en la denominación de “Mejor Empresa para Impulsar tu Carrera”, pues entre sus principios se encuentra brindar las herramientas y el apoyo necesario para el máximo despliegue de sus colaboradores, de lo cual Myrna Macías es un claro ejemplo. Para ella ser la primera mujer en dirigir la operación de manufactura en la compañía ha sido una experiencia muy significativa, ya que encontró la oportunidad de ayudar a

personas con carencias y necesidades, contribuyendo a que tengan un trabajo que las motive y les permita acceder a una mejor calidad de vida.

A futuro le encantaría proseguir con el crecimiento en la organización, siendo líder relevante en las operaciones de PepsiCo, con la oportunidad de gestionar una operación completa.

En su vida privada, goza el tiempo que pasa con su familia y amigos. Entre sus hobbies, disfruta de eventos deportivos, como los juegos de los Tigres y partidos de fútbol americano, aparte de su afición por correr.♥



Fotografía por Mauricio Alanís

“Para tener éxito dentro de una organización hay que ofrecer resultados consistentes, y recibir con humildad la guía y consejo de otros, además de hacer la diferencia poniendo el corazón y la pasión en todo lo que se realiza”

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:


activo inmobiliario


nurban
LA VIDA SONRÍE EN LA TIERRA

www.lavidatesonrie.com

01800 837 52 70

Carlos Longoria

Director Comercial de La Casona de Santa Lucía

Por Dyana Rivera

Compartir con las personas, acercarse a ellas y escuchar sus solicitudes, son sus principales intereses; siempre al tanto de las necesidades de los demás y con un claro interés por detectar sus anhelos.

Originario de Monterrey, de niño Carlos siempre se imaginó haciendo algo por México y su gente; quería ser Presidente de la República o encontrar algún medio para dar a los otros un poco de sí mismo. Sin embargo, su interés por los números lo llevó a cursar Finanzas Internacionales en la UDEM.

Al mismo tiempo que estudiaba, incursionó en el giro restaurantero, y fue así como aprendió el desarrollo y organización en el sector servicios; eso bastó para que se diera cuenta de su gusto y habilidad por emprender y potencializar negocios.

Al poco tiempo logró unirse al mundo de los eventos con la Casona de Santa Lucía. Longoria tenía apenas 20 años y su mayor impulso para tomar este camino fue el encanto ante la arquitectura y ubicación del lugar; y el ser parte fundamental en la vida de las parejas. Fue así que comenzó a impulsar el negocio, perfeccionar la calidad de cada uno de los servicios que ofrecen, para la realización de eventos de alta categoría.

Con el paso de los años la fórmula dio resultados, pues hoy en día el salón es uno de los lugares más cotizados y reconocidos de la ciudad. El directivo señala que su mayor objetivo y el de la empresa es brindar tranquilidad a sus clientes con la mejor atención, 100% personalizada, además de cumplir las expectativas en todo momento y cuidar los detalles para obtener el resultado deseado.

La Casona de Santa Lucía

Abrió sus puertas en junio de 2004, como un lugar único en Monterrey y ofreciendo una fabulosa oportunidad de fusionar el ambiente tradicional y el diseño con los momentos trascendentales de nuestras vidas. Su principal labor es la producción de bodas, XV años, graduaciones y posadas; también proporcio-



Fotografía por Mauricio Alanís

Palabra por Palabra

-Pasión: Bodas

-Equipo: Fuerza

-Servicio: Esencia

-Frase: "La confianza en ti mismo es el primer secreto del éxito", R.W. Emerson

na sus servicios a corporativos donde incluso, dentro de su trayectoria de casi ocho años, ha contado con infinidad de clientes como XX Lager, Whirlpool, Ballet de Monterrey y Benson & Hedges; sumando además la realización de eventos gubernamentales de alcaldes, gobernadores y funcionarios de renombre.

Ha logrado reunir un equipo de coordinación y logística, altamente capacitado y comprometido con sus clientes, quienes dan las mejores recomendaciones en todo momento y apoyan en la acertada selección de proveedores para que cada evento sea simplemente perfecto. Además del salón Santa

Lucía, hace dos años abrió el salón Tenerías destinado a parejas que desean una boda íntima y más pequeña. Asimismo, se inauguró la Terraza Lounge, la cual cuenta con una vista privilegiada.

Recientemente Longoria se sumergió en un nuevo e innovador proyecto. El pasado enero lanzó *Bodas Exclusivas*, revista semestral que ayuda a las parejas en la preparación de su boda, mediante reportajes y entrevistas con los expertos. Así mismo, el empresario busca seguir emprendiendo y encontrando más proyectos potenciales en el mundo de la organización de eventos.♥



Coca-Cola
light.

DESTAPA
UN INSTANTE
ÚNICO.

light
on!

HAZ DEPORTE **HOLA** 01800-704 4400 Forma sus pedidos. INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

© 2012 THE COCA-COLA COMPANY. DERECHOS RESERVADOS. COCA-COLA LIGHT Y LA ONDA DINÁMICA SON MARCAS REGISTRADAS DE THE COCA-COLA COMPANY.



José Marroquín Leal

Retrato de un payaso

Por Lucía Quintanilla

También conocido como el “rey de los payasos”, nació el 1 de abril de 1933 en Monterrey, Nuevo León. Sus padres eran originarios del municipio de Allende. Tuvo ocho hermanos. Aunque desde pequeño destacó en su pasión por actuar, su primer oficio fue el de mecánico tornero, con el que a los 19 años consiguió su primer empleo en una empresa local. Ahí realizó las primeras presentaciones como comediante en varios eventos para los empleados. Decidido a probar suerte en la actuación, ingresó a la Escuela de Arte Dramático de la UANL, donde luego de representar a la universidad en un certamen de teatro en la ciudad de México, ganó el primer lugar con la obra *Los cuervos están de luto*, la cual lo consagró como actor y distinguido director a los 26 años. Tiempo después fue puesto al frente de dicha escuela y su crecimiento siguió.

Su disciplina, enfoque y esfuerzo lo llevaron a intentar introducir una obra en el Canal 3, donde desarrolló una relación amistosa con Horacio Alvarado Ortiz, quien lo impulsó a consolidar su carrera en televisión. Se le pidió caracterizar la versión mexicana del payaso Bozo, con la que salió al aire el 18 de diciembre de 1961. En este programa se incluyó un pequeño segmento llamado *Aventurillas*. En diciembre de 1963 terminó su contrato y al no poder renovarlo, Mario Quintanilla le pidió que creara un nuevo concepto, es decir, un payaso fresco, innovador y diferente.

La tarea del nuevo personaje les fue encomendada a Carlos Velázquez y Francisco Castillo, con la supervisión del mismo Marroquín. Se desarrollaron diferentes diseños de vestuario, maquillaje, zapatos y pelucas para la caracterización. Asimismo, se realizaron diferentes pruebas para determinar el nombre, entre las opciones destacó “Pipo”, pues cumplía con los requerimientos del concepto: corto, fácil de pronunciar y recordar. Tras meses de arduo trabajo, el programa *Pipo* salió al aire el 20 de enero de



“Pipo dejará de ser Pipo hasta que el último latido del corazón de José Marroquín deje de escucharse”

1964 y fue un éxito inmediato. El payaso de cabellera naranja, zapatos redondos de gran tamaño y nariz roja, se convirtió en la estrella para los niños regiomontanos que todas las tardes sintonizaban el programa para ser cómplices de las aventuras de Pipo, el profesor Pilocho y otros personajes que fueron incorporándose a la producción.

Debido al rotundo éxito del programa, José Marroquín se convirtió en una importante figura pública. Sin embargo, su vida se vio oscurecida por una serie de rumores que afectaron seriamente su salud física y mental. Además, el rompimiento de su compromiso matrimonial con Virginia Villaseñor, el amor de su vida, lo entristeció profundamente. Sin importar las dificultades, la sonrisa de Pipo no

se desvaneció. Su amor por el entretenimiento infantil, disciplina y compromiso, lo llevaron a mantener el programa por 34 años más, dejándolo como un icono de la región.

Lamentablemente, el 6 de febrero de 1998 el corazón de José Marroquín dejó de latir. Su muerte reunió a centenares de regiomontanos que expresaron su respeto en los servicios funerarios, transmitidos también por varias televisoras locales. En su honor una calle de Monterrey recibió el nombre de José Marroquín *Pipo* y se inauguró el Parque Pipo en Guadalupe. Hoy el rey de los payasos sigue viviendo dentro de todos aquellos corazones que fueron contagiados por la imagen mágica de un personaje con humor blanco, cariñoso, noble y siempre dispuesto a ayudar.♥



Impresionante

Es la expresión más común de quienes visitan por primera vez Doctors Hospital.

Impresionante. Por su especializada atención y sus equipos con la más ALTA TECNOLOGÍA a nivel mundial.

Impresionante. Por sus espléndidas habitaciones, que van desde los 60, 84 y hasta los 130 mts².

PERO LO MÁS IMPRESIONANTE ES SU ÉXITO EN NUESTRO PRIMER AÑO.

DOCTORS HOSPITAL

Confirmando ser uno de los mejores hospitales del mundo



Ecuador 2331 Col. Balcones de Galerías Monterrey, N. L. / (81) 5515 5000 / www.doctorshospital.com.mx



Patricia Martínez Ramírez

Disciplinada campeona mundial de taekwondo

La define su pasión por la competencia, además de ser una destacada mujer y madre de familia que ha logrado numerosos éxitos y reconocimientos deportivos internacionales.

Por Lucía Quintanilla

Su inicio en la disciplina

Su primer contacto con los deportes inició cuando era pequeña, al ser inscrita en un curso de natación junto a sus hermanos, lo que le enseñó el valor de la constancia y la disciplina para alcanzar cualquier meta que se propusiera. Sin embargo, fue hasta los 42 años que comenzó a practicar el taekwondo cuando sus hijos, quienes llevaban tiempo practicando esta disciplina, la inscribieron como regalo de cumpleaños. A pesar de que en un principio se sintió dudosa, decidió seguir adelante: “Me costó tanto trabajo aprenderme la primera forma (poomsae), que cuando lo logré me determiné a trabajar para obtener mi cinta negra”.

El hecho que la orientó a competir en la especialidad de formas fue observar un video del Primer Campeonato Mundial de Poomsae. En esta área del taekwondo se simula un combate con un contrincante imaginario, por lo que al practicarlo se busca la perfección dentro de la técnica, la fuerza, el balance, el conocimiento de uno mismo y las habilidades que se adquirieron dentro de la praxis del deporte. Al terminar el video quedó fascinada y pensó: “Esto es lo que quiero hacer”.

Preparación

Como parte de su entrenamiento para competir, se prepara de forma integral con un programa que cubre el acondicionamiento físico, técnico, una alimentación balanceada, así como suplementación y terapia física. Esta fórmula, acompañada de su dedicación y disciplina, la ha llevado a sobresalir en las competencias internacionales más importantes, entre ellas los mundiales de Turquía (2008) y Uzbekistán (2009), ganando medalla de bronce en ambas; Juegos Panamericanos (2010) en Monterrey, donde obtuvo dos preseas de oro y una de plata en tres categorías, y el US Open (2011), donde se hizo acreedora a otra medalla de bronce. De la misma manera, participó en el Mundial de Rusia (2011), donde quedó en primer lugar, no solo para México, sino para todo el continente.

La deportista de 55 años afirma que su éxito se debe al apoyo de familiares y amigos, así como al respaldo de la Institución Von Acher, el Presidente de la Federación Mexicana de Taekwondo, el Licenciado Juan Manuel López Delgado, y la dirección del entrenador de la Selección Nacional, Kang Young Lee. Además comenta que entre sus próximos objetivos se encuentra seguir preparándose para representar dignamente al país, ya que “éste será un año



Fotografía por Alex Aguirre

Patricia al instante...

- Taekwondo:** Pasión
- Competencia:** Adrenalina
- Deporte:** Vida
- Frase:** “Sí puedo”

muy importante para el taekwondo a nivel mundial y habrá que estar preparados para ello”.

Entre los retos más significativos que ha enfrentado está cumplir con la responsabilidad de integrar la Selección Nacional de Poomsae, el compromiso de representar a México, su labor como madre de familia y su trabajo. Señala que los beneficios de la disciplina en su vida son mantenerse sana, motivar a otras personas para hacer deporte, transmitir su conocimiento a sus alumnos y la unión familiar. Afirma que siempre ha buscado un balance entre todas sus actividades y asegura que de no ser por el apoyo de su familia, sus éxitos no habrían sido posibles.

Considera fundamental separar entrenamiento, trabajo y actividades familiares: “Pasear con mi esposo, ver una película o reunirme con amigos me permite gozar plenamente de su compañía”. Este balance, más su carácter firme y perseverante, la ha llevado a alcanzar las metas trazadas, por lo que sus logros representan un sueño que con alegría comparte con quienes soñaron junto a ella: su familia.♥



1 CARRERA MÁS

COMPITE CONTRA TI MISMO

MEJORA. RÉTATE. PONTE DESAFÍOS.
ENFRENTA TU MÁS GRANDE RIVAL.

INOVAsport.com

   [innovasport](#)



INOVAsport



Oporto

El producto de exportación más famoso de Portugal



El oporto es un vino fortificado o Vdn (*Vin doux naturel*), es decir, se le añade alcohol (brandy) para interrumpir el proceso de fermentación, aumentando así tanto el contenido del alcohol como la concentración de azúcares. Este encabezado de los vinos se realiza en otoño, y en la siguiente primavera se traslada a las bodegas situadas en Vila Nova de Gaia, Portugal, zona en que el clima es más templado y atlántico, propiciando la larga y lenta crianza que el oporto requiere.

Tal y como hoy lo conocemos, el oporto tiene su origen en las malas relaciones que enfrentaron a Francia e Inglaterra durante más de 500 años. En 1678 y después de décadas de desencuentros, el Gobierno inglés decretó el embargo del comercio con Francia, hecho que supuso una necesaria y urgente búsqueda para sustituir al vino galo, encontrándolo en una visita a un monasterio portugués. El Abad (Monje Superior) dio a probar a dos ingleses un vino tinto de Pinhao al que había añadido aguardiente durante la última fermentación. Tuvieron que pasar 50 años para que este método se generalizara en la elaboración de oportos.

En Oporto, Portugal, se producen seis tipos de vinos tintos dulces y blancos secos, de ellos los más importantes son los siguientes:

Productos exclusivos de La Castellana



RUBY

Los más jóvenes y frescos. Una mezcla de varias añadas y envejecidos en madera de dos a tres años. Tienen recuerdos a guindas, frambuesas y mermelada. Una vez embotellados están listos para su consumo y no llegan a madurar en botella como un Tawny o un Vintage.



TAWNY

Su nombre proviene del término "tostado" en inglés. Han permanecido más tiempo en madera, por lo que adquieren un matiz marrón rojizo. Aunque son mezcla de diferentes cosechas, en la etiqueta suelen llevar la categoría de la edad. Así encontramos Tawnys de 10 a 40 años. Son menos afrutados que los Ruby y con el tiempo adquieren notas de frutos secos, piel de cítricos y fruta pasa. Son más longevos que los Ruby, pero usualmente se consumen con rapidez.



VINTAGE

Sin lugar a dudas el rey de los oportos, la máxima calidad. Solo se elaboran en añadas declaradas como excepcionales por el Instituto dos Vinhos do Porto. Se seleccionan las mejores viñas de las más destacadas parcelas y en algunas bodegas todavía se hace el prensado de la uva con los pies. Es uno de los vinos más longevos que se conocen, no alcanza su pleno desarrollo hasta pasados al menos 20 años. Se cría únicamente dos años en barrica y alcanza su bouquet característico mediante un buen número de años de crianza en botella. Los llamados Vintage de Quinta son la quintaesencia del oporto, por ser vinos exclusivamente elaborados de una parcela con condiciones idóneas para fabricar los oportos más selectos.

Un maridaje perfecto para el oporto son los quesos roquefort, cabrales asturiano o stilton, así como chocolate oscuro, crème brûlée o tiramisú. El oporto es excelente digestivo o postre por sí solo.





LA CASTELLANA

PRESTIGIO EN VINOS DESDE 1936



Esto es un Arte,
y nosotros somos los expertos...



descubre tu vino.com.mx

Síguenos:  

Monterrey Calzada del Valle 390 Ote. Col. del Valle, Plaza Las Villas Local 1 Tel. 84005331/33
Torreón Río Panuco 790, esq. Boulevard Independencia, Col. Navarro Tels. (87) 1717.7406 / (87) 1718.8783
México, DF. Tlalpan • Coyoacán • Lomas • Tecamachalco • Santa Fe • Pedregal • San Ángel Querétaro

www.lacastellana.com



El smoking

La "etiqueta rigurosa"

En una sociedad donde la formalidad y códigos de vestir se han perdido (como por ejemplo en las oficinas, donde ahora puedes ir de pantalón y camisa o polo; o en eventos sociales y ceremonias de día, en que ya no es necesario llevar traje y corbata), el smoking continúa como una prenda muy solicitada y no ha dejado de ser requerida en los sucesos de "etiqueta rigurosa", como bodas de noche o galas.

En este sentido, quisiera acentuar los beneficios que por sí mismo te da el smoking en su formato más clásico. El traje en color negro es mi recomendación, y algunas sugerencias incluyen que puede ser liso o con una pequeña raya, negro sobre negro; con faja o chaleco y moño negro, y camisa blanca u *offwhite* (marfil muy claro); el elemento opcional y variable sería el pañuelo, en blanco o negro.

No puedo dejar de mencionar el Midnight-Blue Tuxedo, una opción que para muchos es igual o más distinguida que lo tradicional. Es el tono más oscuro del azul marino, el cual debe de ir con las solapas de seda y moño en negro.

El smoking otorga un *look* muy elegante, pues sin duda es la prenda de etiqueta que mejor hace lucir a la mayoría. Los anfitriones lo solicitan como código de vestir para ofrecer una imagen refinada y especial en sus eventos.

Elegir el smoking correcto es importante para sobresalir y obtener una mejor apariencia. El corte clásico, adecuado en general, es el recto de un botón, solapa de pico (ésta ayuda a acentuar la altura y a definir los hombros) y dos carteras; puede o no llevar aberturas, según el gusto y necesidades de cada hombre (aunque normalmente no se utilizan, son perfectamente aceptadas y sin duda harán que el saco sea más cómodo y práctico). Otro tipo de solapa es la redonda o de herradura, más *old fashion* y *vintage*, pero también sofisticada.

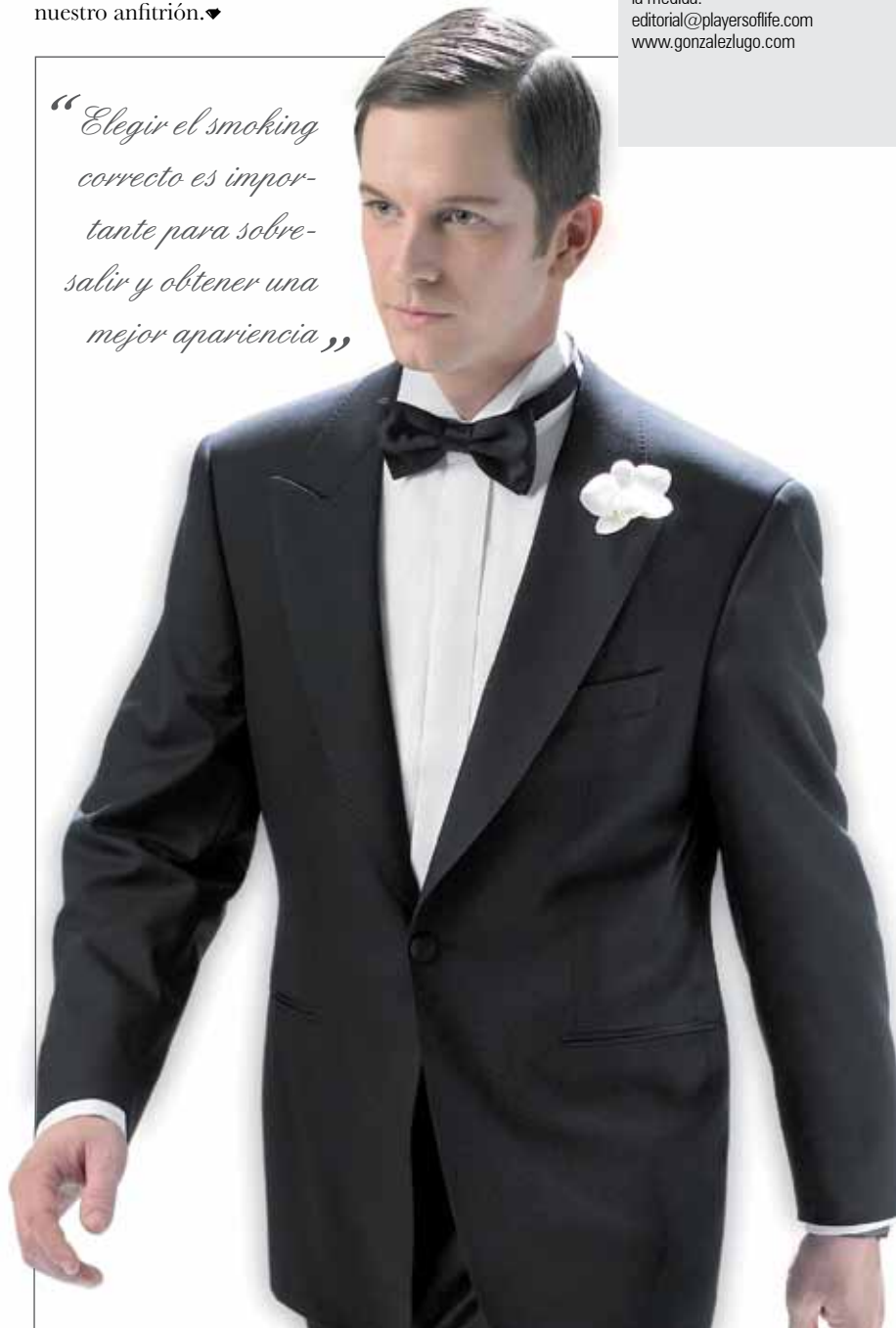
El smoking cruzado de dos botones constituye una buena opción, pero a muy pocos les va bien. Para que un saco cruzado luzca quien lo porte debe ser alto y delgado, de igual manera es necesario mantenerlo cerrado la mayoría del tiempo, lo cual en muchas ocasiones no resulta confortable ni funcional.

En cuanto a los accesorios y complementos, la camisa siempre debe de ser de doble puño y para mancuernillas; no se debe sustituir el moño por la corbata, y a su vez éste preferentemente ha de hacer *match* con el brillo y tono de la seda de la solapa. No se deben usar moños de color, ni pañuelos con dibujos muy estelares; y por último, si se utilizan botones de fantasía en lugar de ocultos en la camisa, lo ideal es buscar que sean discretos y coincidan con el me-

tal o tono de las mancuernillas. Respecto de los zapatos, hay que elegirlos negros y de cintas, sin hebillas ni broches.

Cada quien tenemos un estilo propio por el solo hecho de ser quienes somos, pero no hay necesidad de llamar la atención inventando combinaciones inusuales, sobre todo cuando estamos invitados a un evento con un código de vestir específico de "etiqueta rigurosa". Acatar esto también es una muestra de agradecimiento y respeto a nuestro anfitrión.♥

"Elegir el smoking correcto es importante para sobresalir y obtener una mejor apariencia,"



Clicerio González Lugo

Originario de México, DF, cuenta con 18 años de experiencia en la confección de trajes y alta costura. En 1994 inició su propio taller de sastrería y en el 2000 creó GONZÁLEZLUGO, su marca, la cual hoy ha logrado desarrollar la más alta calidad de trajes y camisas 100% hechos a mano y a la medida.
editorial@playersoffice.com
www.gonzalezlugo.com

Nuevo BMW
Serie 3 Sedan



www.bmw.com.mx

El placer de conducir



PASSION WINS.

**INTRODUCING
THE ALL NEW BMW 3 SERIES.**

BMW EfficientDynamics
Less emissions. More driving pleasure.

Sierra Motors
Fundadores, esq David Alfaro Siqueiros # 101
Col. Valle Oriente C.P. 66269
San Pedro, Garza García, N.L.
Tel: (81) 50.35.35.50

**3 AÑOS DE
GARANTÍA.**

La marca BMW y sus logotipos son marcas registradas de BMW AG y se encuentran licenciadas a favor de BMW de México, S.A. de C.V., ubicado en Paseo de los Tamarindos #100, 5to piso, Delegación Cuajimalpa, en México D.F.



¡AL AGUA PATOS!

Sincroniza tu rutina con el mejor estilo. Empápate de las nuevas tendencias en trajes de baño y todos los accesorios que necesitas para la alberca.

Por Karla González, Diseñadora de Modas

1



2



3



4



5



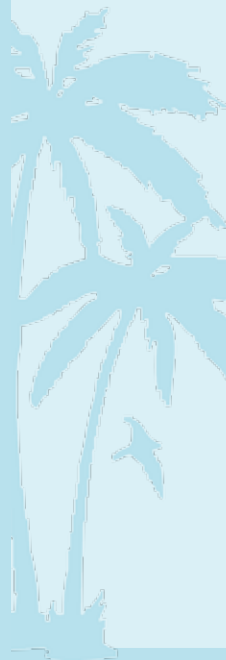
UNO
Adidas

DOS
Polar

TRES
Mesh

CUATRO
Speedo

CINCO
Lacoste



TIP



El mejor tip que podemos darte para que disfrutes de la natación, es que utilices prendas que cuiden a tu cuerpo de la humedad y los químicos que se encuentran en las albercas. Debido a que este mes no es completamente caluroso, trae contigo siempre una prenda que pueda calentarte cuando termines tu rutina, de esta forma evitarás enfermedades.

SEIS
Ralph
Lauren

SIETE
Speedo

OCHO
Lacoste

NUEVE
Nike

6



7



9



8



www.adidas.com
www.polar.com.mx
www.mesh.com
www.speedousa.com

www.lacoste.com
www.ralphlauren.com
www.nike.com



Cómo vestir según tu tipo de cuerpo

Para saber qué clase de ropa nos queda debemos responder a esta pregunta: ¿cuál es mi tipo de cuerpo? y en función de ello seleccionar el atuendo que se adapte a él. Es importante tomar en cuenta áreas como la cintura o caderas estrechas antes de adquirir prendas de un estilo específico. Aquí te presentamos una guía de las variantes de figura y qué es lo adecuado para cada una.

Karla González, Diseñadora de moda

cuerpo Ectomorfo

Los hombres que tienen este tipo de cuerpo poseen piernas y brazos largos, mientras que el torso es corto. Su estructura ósea es delgada.



Ermenegildo Zegna

Hugo Boss Slim Fit

Tom Ford

Ermenegildo Zegna

Adrien Brody



- Los trajes deben ser lo bastante largos para cubrir sus brazos, pero no pasar por debajo de la muñeca
- Los pantalones deben mantenerse rectos para crear cierto volumen en las piernas y tener el largo correcto, cubriendo el tobillo sin arrastrar por el piso
- En los sacos y chaquetas pueden usarse bolsillos "por fuera", ya que aportan volumen a tu cuerpo
- El color negro debe evitarse, pues tiende a estilizar más de lo que necesitas
- Puedes combinar el uso de varias capas de ropa. Ejemplo: Camisa + Chaleco + Saco + Tshirt + Suéter + Chaqueta

cuerpo Mesomorfo

Hombros anchos y una cintura estrecha. Su cuerpo posee la típica forma en V. Tienden a ser musculosos y atléticos por naturaleza.

Lacoste



Corneliani



Tom Ford



Paul Smith



Ferragamo



Bradley Cooper



- Puedes utilizar cualquier tipo de ropa, pero tienes que equilibrar las partes baja y alta de tu cuerpo para no verte desproporcionado
- Los pantalones rectos son los que mejor le ajustan a tu figura, porque aportan volumen a la parte más delgada de tu estructura
- Los trajes y chaquetas pueden tener líneas oblicuas que añaden esbeltez a tu figura
- Puedes usar la mayoría de los colores de acuerdo a tu tono de piel

cuerpo Endoformo

Este tipo de personas tiende a subir de peso, se caracteriza por poseer una mayor densidad ósea, gran cintura y caderas anchas. Además, sus brazos y piernas son relativamente cortos.



Tom Ford

Michael Kors



Paul Smith



Corneliani



Hermès

Hugo Boss



Kevin James

- Las chaquetas y sacos que debes usar tienen líneas rectas; los bolsillos con tapa delgada son los más adecuados
- Opta por camisetas que te entallen cómodamente: ni muy justas ni tan anchas
- Utiliza pantalones con talle alto y bolsillos oblicuos para aportar esbeltez
- Los tejidos de la ropa deben ser ligeros, evitando sumar volumen

Tu vida entera cabe en una Sienna



Pantalla Dual • Cámara de visión trasera
Doble quemacocos • Asientos Ottoman
Sistema de Audio JBL® • Faros de xenón
Sistema de seguridad Star Safety System
7 bolsas de aire • Motor V6 266 hp
5 versiones disponibles

SIENNA
en cada vida hay una

Este anuncio es una referencia publicitaria. Las especificaciones de los vehículos pueden variar de acuerdo a las versiones disponibles. Para mayor información pregunta en tu Distribuidor Toyota más cercano. Las fotos de los autos son sólo referencia.

toyota.com.mx

 **TOYOTA**



**TOYOTA
INNOVA FLETEROS**

Tel: (81) 81 22 46 00

**TOYOTA
LINDAVISTA**

Tel: (81) 82 15 00 00

**TOYOTA
INNOVA SENDERO**

Tel: (81) 81 58 30 00

**TOYOTA
MONTERREY**

Tel: (81) 81 33 66 00



SKYACTIV-G

La nueva tecnología en México



Lic. Héctor González Cruz

Lic. en Administración por la UANL con Maestría en Finanzas y Diplomado CRM por el Tec de Monterrey. Catedrático en la Universidad del Norte. Ha prestado servicio en distintas agencias como Chrysler-Dodge, Volkswagen, Seat, Chevrolet, Saab, Hummer, Alfa-Romeo y Kodiak. Actualmente es Gerente General de Asia Motors.

En el presente la industria automotriz en el país va de la mano con las tendencias de los principales consumidores de autos en el mundo, y pensando en la ecología y el medio ambiente, trae consigo nuevas propuestas para mejorar la calidad de transporte y vida urbana.

Entre las nuevas invenciones se encuentra el automóvil híbrido, que funciona con un motor de combustión interna a gasolina, combinado con un motor movido por energía eléctrica proveniente de baterías; también encontramos el uso de fuentes alternativas de energía que sustituyen a la gasolina o diesel (hidrógeno, etanol); así como los increíbles motores recargables, 100% eléctricos y con cero emisiones.

En este 2012 México tendrá la opción de obtener vehículos que han revolucionado los mercados de Japón, Europa y Estados Unidos. Uno de ellos es el Mazda SKYACTIV-G, enfocado a tecnología básica, con un motor de combustión interna y amigable con el medio ambiente; también posee un conjunto de mejoras en transmisión, chasis y carrocería.

El modelo incluye una gama de soluciones ecológicas, innovaciones y mejoras que pueden resumirse en: 1. Bajas emisiones contaminantes, 2. Consumo de combustible mejorado y 3. Desempeño impresionante.

Premios y reconocimientos obtenidos por el SKYACTIV-G: Innovation Award de Fleet World Honours (Royal Automobile Club de Londres, mayo 2011) y Technology of the Year Award (Automotive Researchers and Journalists Conference of Japan, RJC, noviembre 2011); además, la ubicación que en diciembre 2011 dio el Ward's Auto World al motor de SKYACTIV-G de 2.0 litros, como uno de los diez mejores en la escala tecnológica general, que incluye lo más innovador en motores y transmisiones, y a los más resistentes y ligeros sistemas de carrocería y chasis.

Se estima que estos nuevos avances se ofrecerán en México en el segundo semestre del año, marcando tendencia en la nueva Suv CX-5.♦

Algunos beneficios específicos de esta tecnología:

Motor

- 15% menos de consumo de combustible
- 15% más torque
- Utiliza gasolina regular

Chasis

- Dirección directa
- Más agilidad y maniobrabilidad
- Mayor estabilidad a alta velocidad
- Mejor desempeño en estabilidad de frenado

Transmisión Automática

- Entre 4 y 7% de mejora en el consumo de combustible
- Sensación de manejo directo, como si fuera manual
- Excelente respuesta a cualquier velocidad
- Cambios rápidos y suaves, más eficientes que una caja de doble embrague

Manual

- Cambios cortos, precisos y suaves
- Sensación directa y deportiva
- Mayor eficiencia que contribuye a mejorar el consumo de combustible



Celebrando 45 años en México.

Orgullosos en ofrecer la red global de rutas más grande del mundo, con más de 50 vuelos semanales entre Monterrey y Houston y conexiones a más de 300 destinos alrededor del mundo.

UNITED



A STAR ALLIANCE MEMBER





Top 10

Marzo

Libros

-*La empresa en movimiento* / Don Peppers y Martha Rogers: analiza y crea nuevas posibilidades dentro de cada área de las empresas para que puedan generar una visión exitosa a largo plazo.

-*Secretos de lujo* / María Eugenia Girón: descubre el funcionamiento del sector lujo, así como su futuro sostenible.

-*Marketing relacional y comunicación para situaciones de crisis* / José Daniel y Mario Barquero: propone soluciones para cualquier situación de crisis con garantías de éxito, basándose en la experiencia del mundo empresarial.

-*No logo* / Naomi Klein: suscita la irritación de las grandes marcas en los variados sectores de la sociedad que abarcan desde los grandes centros comerciales, hasta la sede de los piratas informáticos.



Música

-*The Beatles mono box set* / The Beatles: recopilación de todos los álbumes musicales de la banda, así como inéditas imágenes y mezclas musicales.

-*Wish you where here (experience edition)* / Pink Floyd: versión remasterizada del clásico álbum, disponible en un solo disco.

-*Peter Greenaway film music* / Michael Nyman: conjunto de temas de las películas más importantes del reconocido Director inglés.



Películas

-*La Dama de Hierro*: basada en la historia real de la Primera Ministra británica Margaret Thatcher durante los días de la Guerra de las Malvinas en 1982 (estrena el 9 de marzo).

-*¡Esto es la guerra!*: historia de acción donde dos amigos inseparables que trabajan como espías se enamoran de la misma mujer (estrena el 16 de marzo).

-*Los juegos del hambre*: adaptación al cine del best seller de Suzanne Collins, donde una bella adolescente se ofrece como voluntaria para participar en una competencia con tal de salvar a su hermana (estrena el 23 de marzo).



Fuentes:

Libros: La Ventana Librería, www.laventanalibreria.com

Música: Gandhi Monterrey, www.gandhi.com.mx

Películas: Cinemex, www.cinemex.com.mx

LIBERA el LIDER que llevas DENTRO Y VIVE UNA NUEVA EXPERIENCIA


PLAZA



NUEVA
CR-V
INNOVANDO TU MANEJO 2012

Completamente distinta por fuera y mucho más emocionante, deportiva, dinámica en todo terreno y con nuevas tecnologías. Con pantalla i-MID y cámara de reversa*, avanzado sistema NAVI GPS** y tecnología ECON.

*Disponibles a partir de la versión EX. ** Opcional en EXL.



GRUPO
PLAZA

Concesionario Honda más grande de México

Vasconcelos ☎ 8133 5000

Uni ☎ 8125 5151

Galerias ☎ 8123 2400

Lindavista ☎ 8126 1200

www.hondaplaza.com.mx   HondaPlazaMx



Giorgetto Giugiaro

Diseñador de Autos del Siglo

La industria automotriz de los últimos 50 años no se entendería sin su trabajo, y aún sigue aportando para definir las tendencias en el siglo XXI.

Ilustración por Jaime García Seceñas

Nació el **7 de agosto de 1938** en Garessio, norte de Italia, en una familia de artistas: su padre y abuelo eran pintores.

En **1952** se mudó a **Turín** para asistir a una escuela de diseño, donde fue invitado a trabajar como aprendiz en la **Armadora Fiat**.

Se convirtió en **Jefe de Diseño y Prototipos** en Carrozzeria Bertone a los **21 años**.

Junto con Aldo Montovani fundó la casa de diseño **Italdesign** en **1968**, después conocida como **Italdesign-Giugiaro**.

En **1971 Volkswagen** contrató a Italdesign para desarrollar varios proyectos, de los cuales solo sobrevivió uno, el Golf, conocido en México como **Caribe**.

Ha diseñado para todos los **grandes fabricantes de autos**, excepto Honda.

Entre sus más **reconocidas creaciones** están el **Ferrari 250 GT**, **Volkswagen W12**, **Seat Ibiza** y **DeLorean DMC 12** (auto de la trilogía cinematográfica Volver al futuro).

Hoy Italdesign-Giugiaro es parte del **Grupo VAG**, al que pertenecen Volkswagen, Lamborghini, Seat, Audi, Bentley y Porsche.

En **1999** periodistas especializados le otorgaron la distinción de **Diseñador de Autos del Siglo**.

También ha trabajado en el diseño de muebles, trenes, cámaras fotográficas, ropa, bicicletas y computadoras para **Apple**.

Afirma que la computadora lo ha ayudado mucho al diseñar, pero **reconoce** que el lápiz continúa siendo su principal instrumento.



PLAYERS of life invita a los ilustradores a participar en esta sección. En la próxima edición la estrella será el cantante Justin Bieber. Contacto: mariana.serna@grupoplayers.com.mx

Descubre el valor de tu empresa



Acepta el reto y regístrate en:

www.mejorempresasmexicanas.com

Las Mejores Empresas Mexicanas es una iniciativa de Banamex, Deloitte y el Tecnológico de Monterrey para reconocer a las empresas medianas privadas mexicanas con un alto nivel de desempeño en la gestión de negocios.

Participar no tiene costo, sólo requerimos tu compromiso de vivir un proceso intenso para documentar el por qué tu empresa es de clase mundial.

Como resultado de este proceso, recibirás una retroalimentación de las principales fortalezas y áreas de oportunidad de tu empresa, lo que te permitirá tomar acciones para seguir mejorando su posición en un entorno altamente competitivo.

Registra a tu empresa del 1° de febrero al 23 de marzo en www.mejorempresasmexicanas.com

Acepta el reto y descúbrete como una de las Mejores Empresas Mexicanas 2012

 @MejoresEmpMex

 LAS MEJORES
EMPRESAS
MEXICANAS®

 Banamex
el banco de México

Deloitte.

 TECNOLÓGICO
DE MONTERREY



LOS SEIS FANTÁSTICOS

Potencia. Precisión. Dimensión.
Perfeccionamiento. Innovación. Agilidad.

Por Karla González, Diseñadora de Modas



Golf a la máxima POTENCIA

Marca: Omega

Estilo: Seamaster Aqua Terra

La fusión de Omega con el golf se traduce en esta pieza con los números de la escala de minutos y el nombre "Seamaster" impresos en verde, evocando el color de los campos en que se disputan los grandes torneos de este deporte. El reloj, que posee una caja de 41.50 mm de diámetro, en acero noble cepillado y pulido, y un bisel pulido, lleva una esfera negra, con las líneas verticales que definen la famosa Colección Aqua Terra de OMEGA. Sus índices están elaborados en oro blanco de 18 quilates cepillado y pulido y tiene una ventana de fecha situada a las 3.

PRECISIÓN en su mayor expresión

Marca: CORUM

Estilo: Admiral's Cup Minute Repeater Tourbillon 45

Para celebrar el 50 aniversario de la colección Admiral's Cup, Corum ha decidido crear un guarda tiempos con dos de las complicaciones más apreciadas por los amantes de la Alta Relojería: el tourbillon y la repetición de minutos. Su caja de titanio grado 5 está dotada de las propiedades físicas que garantizan la resonancia perfecta de las notas emitidas por su mecanismo de cuerda manual (desarrollado a lo largo de dos años). Excelsa obra de la micromecánica, ofrece una reserva de marcha de 100 horas. Edición limitada a 10 piezas.

La cuarta DIMENSIÓN del color

Marca: Chanel

Estilo: J12 Chromatic

La cerámica de Titanio viste a la nueva generación de los legendarios J12, que tras 11 años no cesa en su evolución, transformando su luz en miradas de destellos. La cerámica de titanio, un material altamente resistente a las ralladuras, de una dureza que se asemeja a la del zafiro, cuyo color y resplandor únicos se obtienen añadiendo titanio a la cerámica con un pulido a partir de polvo de diamante en donde el tiempo y la materia se fusionaron. Disponible en varias versiones, las de 38 y 41 mm albergan un movimiento automático de 42 horas de reserva de marcha.

La versión más oscura de la **INNOVACIÓN**

Marca: Richard Mille
Estilo: RM 010 Black Night Limited Edition

Esta firma relojera estrena colaboración con el polo a través del equipo "Richard Mille Polo Team". Entre sus miembros se encuentran Pablo Mac Donough y Alejandro Muzzio, jugadores argentinos, así como el británico Max Routledge y el príncipe Bahar de Brunei. El RM010 Black Night, la versión "más oscura" del RM010 gracias a su caja en DLC negro, ahora cuenta con una edición limitada a 20 unidades con correa de caucho y hebilla DLC negro. Una estética impactante con toques rojos en la esfera.

El detalle de la delicadeza en la **AGILIDAD**

Marca: Cartier
Estilo: Rotonde Tourbillon Cadran Love

Es la simbiosis perfecta entre tradición relojera y arquitectura moderna. El calibre 9458 de carga manual que equipa este Cartier, recurre a un regulador tourbillon y está galardonado con el Poinçon de Genève. Sus dimensiones, de 39 mm de diámetro, también son muy generosas y su grosor es de 5.58 mm. En este caso se trata de un Rotonde Tourbillon que se producirá en edición numerada y limitada a 100 unidades.



La trayectoria del **PERFECCIONAMIENTO** impecable

Marca: Audemars Piguet
Estilo: Royal Oak 40 aniversario

Este reloj es reconocido por ser un deportivo de lujo, característica que se respeta en la serie limitada de 40 ejemplares del nuevo modelo. El modelo conmemorativo, que está grabado y numerado, alberga un calibre 5122 automático extraplano, que está integrado al esqueleto del reloj de color gris antracita. Los acabados de los puentes y platina están pulidos, satinados, perlados y estirados a mano. De sus innovaciones resaltan: la masa oscilante de oro, de 22 quilates, que lleva inmersos 36 rubíes; el disco de calendario en cristal de zafiro, que solo se hace visible al pasar por el recuadro gris de la ventanilla indicadora; el bisel octagonal y sus ocho tornillos hexagonales en oro blanco pulido, todos los detalles destacando los valores del modelo original de forma vanguardista. Edición limitada.



Todos los modelos de venta en GIBERTI Arte Milenario T. (81) 8486-0303



¿Gadgets?

¡Hasta en el carro!

Un buen amante de los gadgets sabe que puede utilizarlos en cualquier aspecto de su vida. Te presentamos una selección de los mejores para automóviles en este 2012.



Arkon Mobile Grip

Una de las mejores opciones universales disponibles en el mercado. Es de un perfil extremadamente bajo, ya que no obstruye la vista, provee un agarre fuerte y se amolda a casi cualquier *smartphone* con o sin carátula. Esta montura tiene una base segura y puede colocarse en cualquier parabrisa o tablero.

GPS Viper Smart Start para iPhone

Con esta tecnología puedes controlar prácticamente cualquier cosa desde tu iPhone. Abrir y cerrar ventanas y puertas, abrir la cajuela y encender el auto. Incluye sensores de choque y antiinteriores, haciendo casi imposible el robo.



FLIR ParthFindIR

Las estadísticas muestran que 40% de los choques ocurren en las horas más avanzadas de la noche. Con este gadget puedes ver aproximadamente cuatro veces más lejos que con los faros convencionales, sin cegar al tráfico opuesto. Esta tecnología detecta la porción superior del espectro infrarrojo capturando imágenes de calor, permitiendo un manejo nocturno más seguro.



Tom Tom Go Live 820 GPS

Provee información del tráfico al momento. Funciona con una tarjeta SIM activando tu Go Live 820 cada vez que esté encendido. Actualiza la información cada dos minutos brindándote rutas alternativas para evitar cualquier inconveniente, como embotellamientos, condiciones del clima o incidentes en el camino, haciendo tu trayecto más seguro y eficiente.

40% de los accidentes son causados por conductores somnolientos. Con el piloto antisueño pueden prevenirse estos sucesos, solo basta hacer un perfil personal de riesgo e instalar el dispositivo. Antes de manejar, informa al piloto si no está lo suficientemente cansado. Al manejar calcula el desempeño basado en pruebas y dice cuándo parar para evitar que el conductor se quede dormido.

Anti Sleep Pilot



Protege

al activo más importante de tu empresa,

tu información



Seguridad IT mantiene segura la información y aplicaciones de tu empresa, con el respaldo de la infraestructura más sólida de Latinoamérica.

- 🔒 Control de acceso a la información.
- 🔒 Sistema de prevención de intrusos.
- 🔒 Filtrado de contenido Web.
- 🔒 Filtrado de correo electrónico.
- 🔒 Cifrado de datos.
- 🔒 Seguridad administrada a través del Security Operation Center (SOC).



Tú pones la imaginación,
nosotros la tecnología.

telecom | it | consulting



telmex.com/it

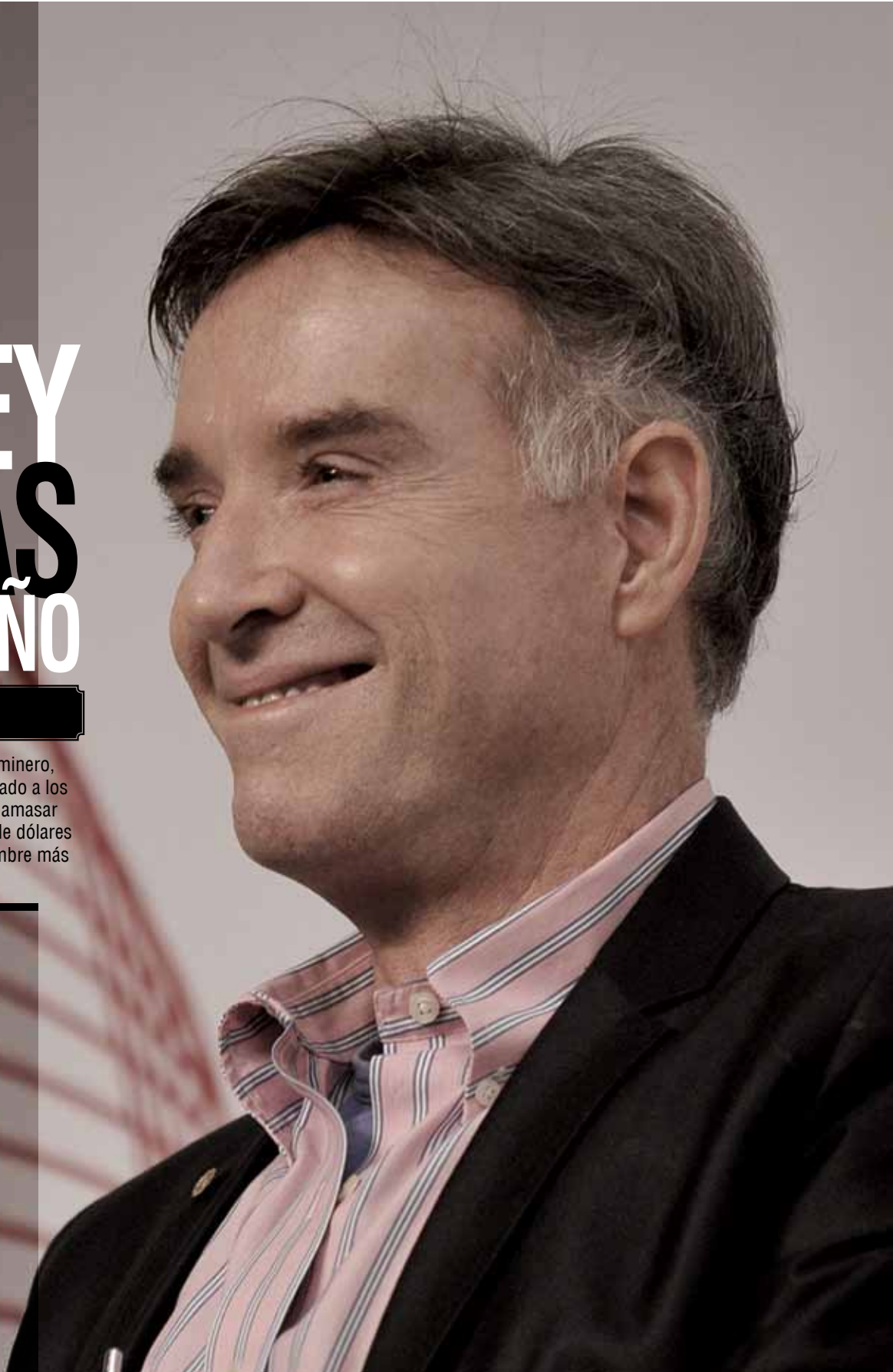
TELMEX
está contigo



EL REY MIDAS BRASILEÑO

EIKE BATISTA

Osado empresario del sector minero, amigo de celebridades y aficionado a los deportes náuticos, ha logrado amasar una fortuna de 30 mil millones de dólares y convertirse en el segundo hombre más rico de América Latina.



Considerado por la revista *Forbes* como el segundo hombre más rico de América Latina, Eike Batista es un osado empresario, amigo de celebridades y aficionado a los deportes náuticos. Emprendedor nato, creó un conglomerado empresarial a partir de la minería y sueña con hacer de Brasil la quinta potencia económica mundial.

Por su habilidad para los negocios y las inversiones de riesgo, Batista es una especie de Rey Midas, pues ha logrado amasar en pocos años una fortuna de 30 mil millones de dólares y ocupar el octavo puesto entre los hombres más ricos del mundo. Tan solo el año pasado su fortuna se incrementó en 19 mil 500 millones de dólares.

Nacido el 3 de noviembre de 1956 en Governador Valadares, una ciudad del Estado de Minas Gerais, Batista, de padre brasileño y madre alemana, tuvo una educación refinada en Brasil, Suiza, Bélgica y Alemania debido a los compromisos profesionales de su padre, Eliezer Batista, quien fue Ministro de Minas y Energía y Presidente de Vale, una de las principales empresas mineras del mundo.

Eike Batista, que habla portugués, alemán, inglés, francés y español, estudió Ingeniería Metalúrgica en la Universidad de Aachen, en Alemania, y desde entonces mostró que lo suyo eran los negocios al conciliar su carrera con la venta de seguros para mantener su independencia financiera.

EL ADN DE LOS NEGOCIOS

“Somos movidos por el deseo de emprender. Está en nuestro ADN identificar oportunidades únicas de negocios y desarrollarlas partiendo de cero”, señala Batista en un mensaje de presentación del Grupo EBX, su conglomerado empresarial. Y al parecer esa ha sido su filosofía de vida, pues a los 23 años ya se encontraba comerciando con oro y diamantes.



Eike Batista y su pareja Flavia Sampaio

“SOMOS MOVIDOS POR EL DESEO DE EMPRENDER. ESTÁ EN NUESTRO ADN IDENTIFICAR OPORTUNIDADES ÚNICAS DE NEGOCIOS Y DESARROLLARLAS PARTIENDO DE CERO”



Así, en 1982 creó en Río de Janeiro el Grupo EBX, cuyas dos primeras letras son sus iniciales y la X (presente en el nombre de todas sus empresas) representa el signo de la multiplicación, según el empresario. La corporación está compuesta por las firmas MMX (minería), OGX (petróleo y gas), LLX (infraestructura y logística), MPX (generación de energía), OSX (construcción naval), REX (inmobiliaria) y MDX (salud). Además de incluir compañías de los ramos de la hotelería, restauración, entretenimiento y belleza.

A finales de la década de los ochenta, cuando el mundo empezaba a hablar de globalización económica, su visión para los negocios lo llevó a extender sus actividades a países como Chile, Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela, Nicaragua, Estados Unidos, Canadá, Congo, República Checa, Rusia y Australia.

Con esa filosofía, el hombre más rico de su país no solo aspira a hacer crecer su fortuna y conglomerado, que emplea a 20 mil personas, sino a ayudar a Brasil a ser un



país desarrollado. “Brasil avanza en el escenario global, y dentro de cinco años, será la quinta economía mundial”, dijo en una conferencia que ofreció en enero pasado en Río de Janeiro.

PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO

Parte del éxito de Batista se basa en su osadía, no le teme al riesgo, una actitud distinta a la que habitualmente siguen los hombres de negocios en Brasil, donde, en su opinión, al sector privado le cuesta soltarse de los brazos del Estado. Por eso, la fórmula del éxito para este hombre reside en la denominada “visión 360 grados” que ha implementado en su grupo.

Según Batista, los empresarios generalmente tienen en cuenta solo los factores financiero y legal, mientras que la mencionada visión es un esquema formado por ocho áreas o tipos de ingeniería, como prefieren llamarlo en EBX. Esas ocho áreas comprenden ingeniería de personas, financiera, jurídica, política, logística, ambiental y social, de marketing, además de la propia ingeniería de la ingeniería.

A pesar de su éxito, en los últimos tiempos Batista no ha tenido las cosas fáciles y el precio de las acciones de su petrolera OGX ha caído estrepitosamente, teniendo que conseguir el respaldo de diferentes entida-

des bancarias para superar dichos obstáculos a corto plazo. Sin embargo, según un estudio de DeGolyer & MacNaughton, en el año 2019 está previsto que sus reservas de crudo alcancen 1.4 millones de barriles diarios.

Para el 2015 planea el aprovisionamiento de 20 millones de toneladas de carbón, de las cuales, 7.5 millones irán destinadas a Brasil y cinco millones a Chile, esto con el objetivo de construir dos termoeléctricas en Brasil y una en Chile. Además, recientemente regresó al negocio del oro, al adquirir 19% de Ventana Gold Corporation, compañía canadiense que extrae el metal precioso.

ESPÍRITU DE RIESGO

La marca más fuerte de Eike Batista es su espíritu de riesgo. No por nada fue campeón mundial de motonáutica a principio de los noventa y en el 2006 rompió el récord de velocidad en travesía entre los puertos de Santos y Río de Janeiro, alcanzando los 180 kilómetros por hora con su “Spirit of Brazil”, una lancha de un millón de dólares, que según la revista brasileña *Náutica*, es la más rápida del país.

Batista, que estuvo casado con la modelo Luma de Oliveira, con quien tuvo dos hijos, Thor y Olin, y de quien se separó en 2004, es también un aficionado al Twitter, red en la que hasta diciembre pasado tenía 250 mil seguidores.

Aunque es reservado sobre su vida familiar, en los últimos años ha figurado con frecuencia en las columnas sociales por su amistad con la cantante estadounidense Madonna y sus generosas donaciones a algunas iniciativas. Por ejemplo, realizó millonarias aportaciones para la candidatura de Río de Janeiro a los Juegos Olímpicos de 2016, al tiempo que invierte en la revitalización de varias zonas de la urbe, como la Marina da Gloria y la laguna Rodrigo de Freitas.♥

Conoce
Pier 1 imports
y decora tu espacio



Conoce nuestras Boutiques en:

- Plaza Carso, D.F.
- Parque Duraznos, D.F.
- Plaza Cuernavaca
- La Isla Shopping Village de Acapulco



Regala una
Gift Card

EXCLUSIVO

SEARS
Ne entiende

Síguenos en:



www.sears.com.mx

VODKA

DE RUSIA PARA EL MUNDO

El vodka es una excelente bebida para mezclar, resalta los sabores, se comporta cuando se enfría, es la más neutra y al mismo tiempo solemne. También es capaz de comportarse con nobleza en seco.

Sus orígenes son disputados entre Rusia y Polonia. Ambos países se vanaglorian de ser la tierra que acunó al sagrado licor. Sus raíces se remontan al siglo VIII y su finalidad inicial no era otra que la de ser un remedio curativo.

Antiguamente su producción consistía en la simple filtración del fermento del maíz, trigo o caña de azúcar, utilizando un filtro de carbón vegetal, dejando de lado cualquier proceso más costoso, como el destilado.

Después el líquido purificado era reducido, sin añejarse, hasta ser potabilizado mediante la adición de agua destilada para luego embotellarlo. Como resultado de este proceso se obtenía una bebida incolora y sin olor.

Previo a la Segunda Guerra Mundial, el vodka era un producto consumido solamente en Rusia, Polonia, países eslavos y bálticos. Luego su producción y consumo se incrementó debido a que se introdujo en los países occidentales.



Actualmente la elaboración del vodka consta de cuatro etapas: preparación (el grano de trigo se muele hasta convertirlo en harina), destilación (se realiza en una cadena de alambiques que pueden alcanzar hasta 40 metros de altura), filtración (se eliminan las impurezas producidas por el destilado) y disolución

DE 96

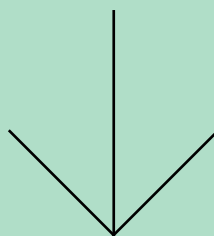
grados de alcohol se disuelve para bajar su graduación hasta 40 o 45 grados

En países como El Salvador es la bebida alcohólica de mayor consumo; mientras que en Polonia, en promedio se consumen 30 litros al año por persona

ésta representa más

DE 87%

de la demanda global de licores de dicha nación



Productos disponibles en
VINOTECA

Sujeto a disponibilidad

T. 01800-00VINOS

www.vinoteca.com



RESORTS EN EL PARAÍSO

EXCLUSIVOS HOTELES EN PLAYAS MEXICANAS

En nuestro país las playas son los sitios turísticos por excelencia, trátese de destinos “naturalmente” tendientes a este mercado (como Acapulco) o bien, de Centros Integralmente Planeados (por ejemplo Cancún), lo cierto es que estos paraísos son los más atractivos cuando se planean unas vacaciones.

Lo anterior ocurre también a nivel mundial, ya que las cifras revelan que dentro del turismo vacacional la primacía absoluta es del segmento conocido como “de sol y playa”, al que muchos analistas del sector le adjudican 80% del total.

Por supuesto que esta tendencia se refleja en el mercado hotelero, el cual genera sustanciales ingresos a la economía nacional, aportando 84 mil 686.2 millones de pesos corrientes al producto interno bruto (PIB), que equivale a 7.9%, habiendo entidades en las que representa hasta 50% de su PIB, como es el caso de Baja California Sur.

Por estas razones, el contenido que aquí te ofrecemos incluye una selección de hoteles que son dignos ejemplos de por qué al vacacionar, las playas ejercen su indiscutible encanto en nuestra decisión.

CENTROS DE PLAYA EN CIFRAS

Un estudio comparativo de DataTur que comprende mediados de 2010 y 2011, el cual contempló 19 destinos nacionales de sol y playa, entre los que se consideró a Cancún, Puerto Vallarta, Mazatlán y Los Cabos, señaló lo siguiente en cuanto al comportamiento de la ocupación hotelera:

1. Habitaciones disponibles

- ▶ 2010: 150 mil 737
- ▶ 2011: 153 mil 64 / aumento porcentual: 1.5%

2. Habitaciones ocupadas

- ▶ 2010: 89 mil 147
- ▶ 2011: 90,306 / aumento porcentual: 1.3%

3. Porcentaje de ocupación promedio

- ▶ 2010: 59.1%
- ▶ 2011: 59% / decrecimiento de 0.1 puntos porcentuales

Fuentes: Explorando México, www.explorandomexico.com.mx / Secretaría de Turismo Federal, DataTur, datatur.sectur.gob.mx

PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & LIFESTYLE MAGAZINE

PRÓXIMA EDICIÓN
ABRIL 2012



EDUCACIÓN EN MÉXICO

MAYO

MUJERES EJEMPLARES /
ARQUITECTOS Y
FRACCIONAMIENTOS

◀ NUESTRAS SIGUIENTES
EDICIONES ▶

JUNIO

EMPRESAS SOCIALMENTE
RESPONSABLES /
SERVIDORES COMPROMETIDOS

Espacios Publicitarios

**ANÚNCIATE
CON NOSOTROS**

Reportajes Especiales

TORREÓN
T. (871) 228.00.30 y 31


MONTERREY
T. (81) 1366.79.61 y 91

CHIHUAHUA
T. (614) 200.37.08 y 09

LEÓN
T. (477) 293.88.20 y 21


CANCÚN
T. (998) 848.22.71

MÉXICO D F
T. (55) 5812.25.66

 /playersoflife

ventas@playersoflife.com

www.playersoflife.com

 @playersoflife



The Ritz-Carlton / Cancún



Ubicación

La conveniente ubicación de The Ritz-Carlton lo coloca a 15 minutos al noreste del Aeropuerto Internacional de Cancún y a solo unos pasos de exclusivos centros comerciales y boutiques

Instalaciones

- 365 habitaciones con vista al mar
- Dos restaurantes Cinco Diamantes
- Kayantá Spa
- Club de Playa
- Centro de Tenis Cliff Drysdale
- Tres piscinas

Habitaciones

- Ocean View Suite
- Ocean Front Suite
- Ocean Front Club Suite
- Ocean View Club Suite
- Suite con tres recámaras

Rango de Costos

Habitaciones desde 319 dólares

Principales atractivos

Único resort en el mundo con 15 diamantes de la Triple AAA otorgados a las instalaciones, Fantino y The Club Grill

Servicios

- The Culinary Center
- The Club Level
- Cuarto Itzy Bitzy

Promociones

Tarifas exclusivas para residentes mexicanos



Se ofrecen clases de cocina y cenas con el Chef Rory Dunaway en The Culinary Center

Contacto

Retorno del Rey 36
T. (998) 881-0808
cunrz.leads@ritzcarlton.com
www.ritzcarlton.com



@ritzcarlton



Ritz-Carlton





Camino Real Zaashila / Huatulco



Ubicación

En la hermosa Bahía de Tangolunda, a solo cinco minutos del centro y del magnífico campo de Golf Tangolunda

Instalaciones

- 148 habitaciones recién remodeladas
- Alberca de 120 m de longitud
- Jardines
- Gimnasio
- Cancha de tenis
- Cuatro restaurantes
- Dos bares

Habitaciones

- 41 habitaciones con alberca privada
- 28 suites de una y dos recámaras

Rango de Costos

Desde 1,900 pesos más impuestos

Principales atractivos

La playa del hotel es única en su tipo, además de ser privada por el lugar donde se encuentra

Servicios

Restaurante Azul Profundo
Concepto gastronómico Oriental-Mexicano bajo las estrellas

Promociones

VCR con desayuno buffet incluido

Arquitectura única, estilo mediterráneo obra del arquitecto Sordo Madaleno, sumergida en un asombroso entorno natural enclavado en una colina a la orilla del mar



Contacto

Bld. Benito Juárez L. 5 Bahías de Huatulco, Oax.
T. (958) 583-0300
reservas.hux@caminoreal.com.mx
www.caminoreal.com/zaashila



@CaminoRealH



/hotelescaminoreal





Grand Palladium Vallarta Resort & Spa / Riviera Nayarit

Ubicación

A 45 minutos del Aeropuerto de Puerto Vallarta y cercano a la zona exclusiva de Punta Mita

Instalaciones

- Completamente remodeladas
- Habitaciones
- Spa
- Restaurantes
- Baby Club, Mini Club y Junior Club

Habitaciones

- Resort totalmente renovado
- 356 habitaciones Deluxe
- 60 Junior Suite
- 6 habitaciones Grand Master Ocean View

Principales atractivos

Un destino de doradas playas y exuberante vegetación que invita a tirarse al sol toda la mañana, lo mejor de Riviera Nayarit



Servicios

- Restaurantes a la carta
- Bares
- Teatro
- Gimnasio
- Servicio de recepción 24 horas

La fórmula perfecta para que toda la familia disfrute sus próximas vacaciones. Grand Palladium pone el lugar y los huéspedes, las sonrisas



Contacto

T. 01-800-990-1234 | (329) 226-9900

www.palladiumresorts.com

grupos.vallarta@fiestahotelgroup.com



SÓLO NOS
FALTABA HACERTE

Volar!

VALLARTA • RIVIERA MAYA



INCLUYE

- Avión viaje redondo
- Traslados **SERVICIO PRIVADO VIP** aeropuerto - hotel - aeropuerto
- Hospedaje en hotel 5 estrellas Todo Incluido de lujo, habitación deluxe
- 2 menores (de 0-6 años) no pagan hotel
- Impuestos y propinas

A Puerto Vallarta saliendo de:
Ciudad de México, Guadalajara
y Monterrey

MX - PVR - MX

desde **\$6,500**
por persona por 3 noches

PREGUNTA POR NUESTRAS DEMÁS RUTAS

- Vigente hasta 31 de Marzo de 2012 - Tarifas en pesos mexicanos, por persona en base a ocupación doble, sujetas a disponibilidad, cambios sin previo aviso - Aplica restricciones



PALLADIUM
HOTELS & RESORTS

Volar
PALLADIUM
CON AVIÓN Y TODO...
INCLUIDO

CENTRAL DE RESERVACIONES

01 800 716 3372

01 800 990 1234 • (55) 556 49081 • (55) 557 48544 • (55) 526 42242

aviventasmex.vallarta@fiestahotelgroup.com

ventasmex.vallarta@fiestahotelgroup.com

www.palladiumresorts.com



Grand Velas Riviera Nayarit / Nuevo Vallarta



Ubicación

Frente a las playas de Nuevo Vallarta; a 15 minutos de Puerto Vallarta y su tradicional Malecón

Instalaciones

- 267 suites con vista al mar
- 5 restaurantes
- 3 albercas infinity y jacuzzi
- Gimnasio
- Campos de golf
- Spa
- Tennis y paddle tennis

Habitaciones

- Parlor-Master Suite
- Gobernador
- Ambassador Penthouse
- Grand Class
- Presidencial
- Imperia

Rango de Costos

350 dólares por persona en ocupación doble por noche/10,000 dólares por suite por noche (máx. 4 pax)

*Los precios varían de acuerdo a la temporada

Principales atractivos

Hospitalidad mexicana excepcional, opciones gourmet que deleitan los paladares más exigentes y marcas premium en vinos y licores, todo incluido

Servicios

Concepto Todo Incluido de Lujo
Mayordomo concierge
Spa
Actividades/niñera

Promociones

Puerto Vallarta Paquete Grand Velas Special, desde 270 dólares por persona en ocupación doble

El primer resort fuera de Estados Unidos en recibir el reconocimiento 5 Diamantes, con concepto "Todo Incluido de Lujo Familiar" y restaurantes gourmet



Contacto

Av. Cocoteros 98 sur, 63735
Nuevo Vallarta, Riviera Nayarit.
T. 01-800-822-7830

reservas@velasresorts.com

www.velasresorts.com

t @vallartagv

f /grandvelasresort

**2X1
SEMANA
SANTA**

Del 31 Marzo al 15 Abril, disfrute de:

- Niños al 2 x 1 en Plan Todo Incluido (0 a 12 años compartiendo habitación con sus padres)
 - Desayunos al 2 x 1 en Plan Solo Alojamiento (para los adultos)
 - Y para unas vacaciones inolvidables, obtendrá un cupón para una sesión profesional de fotos y 1 foto gratis
 - 6 meses sin intereses pagando con Tarjetas Santander
- Y además elija 2 de las siguientes OPCIONES

GRAN MELIA CANCUN

- \$200usd / \$120usd Resort Credit ***
 - Un Ritual de Agua en el Yhi Spa
 - Green fee
 - Trato VIP
 - 25% descuento en Yhi Spa

**Para reservaciones favor de comunicarse al 01 800 2160100 / 01 998 8811100 no olvide mencionar el código "2x1 Players"

***Los \$200usd aplica en reservaciones Plan Solo Alojamiento y \$120usd aplica en reservaciones Plan Todo Incluido



GRAN MELIÁ
RESORT
CANCUN

Lujo tradicional con estilo vanguardista

granmeliacancun.com

CHINA • GREECE • INDONESIA • ITALY • MEXICO • PUERTO RICO • SPAIN • VENEZUELA



Capella Pedregal / Cabo San Lucas



Ubicación

A 45 minutos del Aeropuerto Internacional de San José del Cabo, en el corazón de Cabo San Lucas, a cinco minutos de La Marina, centro comercial y turístico

Instalaciones

- 96 habitaciones
- Spa con 10 cabinas
- Áreas húmedas
- Gimnasio
- Restaurante
- Beach Club

Habitaciones

- Ocean View
- Deluxe Room
- Beach Front Suites

Rango de Costos

Desde 575 dólares por noche

Principales atractivos

Túnel de 300 m de largo para acceder al Resort, al pie de la montaña

Servicios

- Piscina común
- Piscina privada
- Biblioteca

Promociones

En página web



Este lujoso complejo en Los Cabos abarca 9.7 hectáreas sobre la montaña y frente al mar

Contacto

Ivonne Quintanar, Senior Sales Manager
México & Latinoamérica en Ventas
Reservaciones, Thomas Belaen
Camino del Mar 1, Col. El Pedregal,
23455 Cabo San Lucas, BC Sur
T. (624) 163-4300

res.pedregal@capellahotels.com | www.capellahotels.com





LAHIA
reserva tu gusto exclusivo



2
nuevos
condominios

- Acabados de lujo
- Alberca de 150 m
- Spa
- Gimnasio
- Cancha de tenis
- Business Center
- Sky room
- Palapa y Snack bar
- Áreas verdes y jardines
- Alto sistema de seguridad

**Av. Kukulkan a 10 min.
del aeropuerto**

**De 264 m²
y 287 m²**

- 4 recámaras con baños completos y vestidores
- Cocina Integral con isla
- Terraza con jacuzzi y vista al mar Caribe

- Terraza con vista a la Laguna Nichupté
- Sala comedor
- Cortinas anticiclónicas
- Lavandería



INFORMES

Nextel: (444) 4080347 • ID 52*139283*3
www.brezzainmobiliaria.com

EFFECTIVIDAD

Y ESPECIALIZACIÓN

Por Arturo Castañeda Orduña



Una buena idea en la estrategia publicitaria es de los mejores recursos que pueden tenerse. Un sistema publicitario enfocado y directo es un instrumento útil para el crecimiento económico de cualquier empresa. La publicidad bien manejada por una buena agencia de medios da al público la imagen correcta, con claridad y sencillez. Pero el consumidor actual es difícil de convencer, así que el cambio debe ser una constante para mantener el interés y los niveles de venta. La resistencia al cambio solo pone en riesgo la supervivencia de una compañía, de ahí la importancia de su relación con las agencias de medios, cuyo reto actual se ha intensificado, y por lo mismo, su compromiso de generar credibilidad entre clientes y empresas es mayor.

El impacto del internet inició una era de “magia” que luego ha mostrado que también requiere de estrategias específicas elaboradas por expertos para funcionar. Hoy las agencias de medios han evolucionado hacia la integralidad en sus servicios, asesorando en estrategias que suman todos los recursos del marketing para atrapar el interés del consumidor, a través de la consolidación de la confianza entre cliente y proveedor.

Así, una idea bien llevada y lejos de los moldes convencionales puede constituir la diferencia entre el éxito o fracaso de un producto, que se traduce en ganar o perder contra la competencia. Es aquí donde la agencia de medios adquiere el protagonismo que solo la buena comunicación, los resultados y el trabajo en equipo pueden lograr.

DATOS DEL COLABORADOR

Máster en Administración Estratégica e Ingeniero en Electrónica (ITL). Experto en recursos humanos, seguridad e higiene, calidad, mejora continua y sistemas de Toyota. Docente de posgrado. Especialista en recursos humanos en TB Sevwtech. Colaborador en El Siglo de Torreón y consultor independiente. Actualmente es Gerente de Recursos Humanos en Caterpillar Torreón.

Medios en México: cifras de inversión en los últimos años

Los datos hacen notar que en nuestro país la TV abierta se mantiene como la opción más utilizada por los anunciantes para dar a conocer sus promociones, sin embargo, también es notorio que la TV cerrada ha ido ganando terreno lentamente al ofrecer para ciertas empresas y campañas un público meta más ubicable de acuerdo a los propósitos que se persigan.

El incremento más destacado corresponde al internet, que del 2007 al 2011 presentó un repunte de casi cinco puntos porcentuales, hecho que evidencia el poder de penetración de los medios que tienen como soporte a esta herramienta, entre los que de principio sobresalieron los websites, mientras que la tendencia actual son las redes sociales.

En millones de pesos por medio

	2007	2008	2009	2010	2011
TV abierta	29,956	31,394	30,666	33,730	32,314
TV cerrada	2,859	3,181	2,831	3,397	3,839
Radio	4,505	4,820	4,607	5,298	5,563
Prensa	4,335	4,552	4,074	4,481	4,257
Revistas	2,066	2,252	1,801	1,873	1,930
Internet	1,008	1,885	2,345	3,400	4,080
Total	50,041	53,986	51,799	57,843	58,722

En porcentaje de inversión por medio sobre el monto de la inversión total

	2007	2008	2009	2010	2011
TV abierta	59.86	58.15	59.20	58.31	55.02
TV cerrada	5.71	5.89	5.46	5.87	6.53
Radio	9	8.92	8.89	9.15	9.47
Prensa	8.66	8.43	7.86	7.74	7.24
Revistas	4.12	3.49	3.47	3.23	3.28
Internet	2.01	3.49	4.52	5.87	6.94
Total	50,041	53,986	51,799	57,843	58,722

Más medios, entre los que figuran los audiovisuales (cine) y los exteriores (por ejemplo, pantallas, espectaculares, vallas y parabuses), al igual que otros que bien utilizados son eficaces (como el volanteo), en un comparativo 2007 y 2011 han presentado un mayor impacto, aunque solo de casi un punto porcentual: de 10.61% de la inversión en 2007 a 11.47% en 2011, esto podría marcar una tendencia gradual a la alza.

De revistas: en México hay 40 millones de lectores y es significativo para el ámbito editorial que en 2011 el mayor crecimiento en este medio dejó de ser liderado por las publicaciones dirigidas al público femenino, pues el mayor repunte ocurrió en aquellas que tiene como lector ideal a los ejecutivos jóvenes. Se estima que en 2012 la inversión de anunciantes en revistas podría alcanzar 6,205 mdp.

Fuentes:
Asociación de Agencias de Medios, www.aamedios.com
Mindshare, www.mindshareworld.com
Revista Merca 2.0, año 10, núm. 120, febrero 2012





ARENA MEDIA *People.Passion.Performance*



Estamos comprometidos con la búsqueda e implementación de las más recientes y mejores soluciones de medios, basadas en tres pilares estratégicos que nos guían y distinguen del resto de la industria: People, passion & performance

Tonatiuh Hernández, Director de Arena

LA AGENCIA

Servicios:

- Estructura y servicios enfocados 100% al cliente
- Servicios integrales *offline* y *online*

Clientes:

- 42 clientes actuales
- Nuevos clientes: Comex, Bristol Mayers y Nacional Monte de Piedad



CONTACTO

Atención a clientes Adrián Ojeda, VP Cuentas y Nuevos Negocios
 Blvd. Manuel Ávila Camacho 32 piso 7, Torre Esmeralda 3 (Metlife), Col. Lomas de Chapultepec, 11000 México, DF
 T. (55) 5201-0500

@ te.conecta@arena-media.com.mx
 www.arena-network.com

Situación:

Estrategia de Domino's Pizza "Reinventamos nuestra pizza".

Objetivos:

Revertir una tendencia negativa de dos años en términos de ventas del líder de la categoría.

Acciones:

- Consulta masiva de más de 80 mil encuestas realizadas cara a cara por personal de Domino's en las calles de México y 14 mil encuestas en su portal de internet en tan solo cinco horas.
- Campaña de medios masivos, fuertemente respaldada por acciones en tiempo real y con el uso especial, por primera vez, de medios alternativos de alto impacto para el target.

Se revirtió la tendencia negativa en ventas de pizzas de los últimos dos años.



Resultados de la estrategia de medios

- > 10% más ventas vs semana anterior
- > 11.5% más ventas vs misma semana 2009
- > 8% creció la penetración

Lección No. 7

El éxito se antoja.



Invertir en medios
tiene otro sentido para nosotros.



te.conecta@arena-media.com.mx

HAVAS
MEDIA



CARAT Reinventando la manera de construir marcas



A través de nuestras empresas en México ayudamos a construir la comunicación efectiva que fortalece a las marcas, creando lazos con sus consumidores que van más allá de una comunicación unilateral.

Lic. Miguel Loret, Director de CARAT

Situación:

Lanzamiento de F50 Mi Coach a un mercado joven.

Objetivos:

Generar acciones poco tradicionales que establecieran un verdadero vínculo con el consumidor; y permitiéndole tener un mayor entendimiento del producto.

Acciones:

En México se buscó conectar con el target en las redes sociales a través de uno de los más importantes *youtuberos* del país: “Morfo”, el cual adaptó el comercial a su propio estilo, conservando la irreverencia que lo caracteriza y mostrando a su modo los beneficios del producto, dando como resultado la propia viralización de los usuarios.

Cientes como adidas que están dispuestos a tomar en cuenta propuestas diferentes, innovadoras y, en ocasiones, arriesgadas es una grata recompensa
Alexander Klingbeil
Director de Servicio al Cliente.



LA AGENCIA

Servicios:

- Carat Digital
- Carat sports & entertainment
- Iprospect
- Consumer Intelligence
- Content

Clientes:

Más de 50 clientes dentro de los cuales cuentan con las marcas más importantes a nivel mundial.



CONTACTO

Atención a clientes Santiago Durán, COO
Arquímedes 130 piso 9 11560, Col. Polanco, México, DF
T. (55) 3002-7200

@ carat.mexicana@carat.com t @caratmex
www.carat.com

Resultados de la estrategia de medios

› 176,300 Views

› 1,314 Comentarios

› 4,041 Likes



MATERIA GRIS Emprendedores sin límites



Situación:

Natura quería presentar en México su nueva línea de maquillaje Premium Natura Una.

Objetivos:

Posicionar a la marca Natura Una en la mente de la mujer mexicana como opción de un maquillaje de alta tecnología con protección para la piel, usando ejemplos conocidos de maquillajes impactantes.

Acciones:

Campaña donde Natura invita a pensar en “por qué te pintas la cara”, asociada con imágenes emblemáticas de algunas culturas. Se presentó con desplegados dentro de las revistas femeninas top del target y a nivel masivo se llevó a TV abierta y de paga, e internet.

Se tuvo gran impacto maquillando a las concursantes del programa La voz México y con menciones estratégicas.

“A todo el equipo: mil gracias por el apoyo, esfuerzo y compromiso diario”

Lorena Carrasco, Marketing Manager Natura México

LA AGENCIA

Servicios:

- Planeación
- Compra
- Optimización de medios
- Productos online
- Campañas tradicionales

Clientes:

- Cuenta con 15 clientes, entre ellos:
- Natura
- Lacoste
- Hir Casa



materia gris*

CONTACTO

Adriana Partida
Ámsterdam 229 3er piso, Col. Hipódromo Condesa,
Del. Cuauhtémoc, México, DF
T. (55) 5584-2003

@ adriana@mgrismedia.com
www.mgrismedia.com

@mgrismedia
materiagris



LA MEJOR EXPRESIÓN DE TI MISMA. DESCUBRE LA NUEVA LÍNEA DE MAQUILLAJE NATURA UNA. ALTA PERFORMANCE PARA REVELAR TU BELLEZA Y CUIDAR TU PIEL. **natura una**

Resultados de la estrategia de medios

7%

fue la eficiencia que se logró optimizar en el presupuesto de la campaña, consiguiendo un ahorro significativo de triple dígito para el cliente

2011

Natura Una superó expectativas internas en desplazamiento de producto



UNIVERSAL McCANN

Curiosity Works



La campaña “Yo Soy Jeep” tuvo un gran éxito del cual estamos muy orgullosos

Pilar Giraldo B. Managing Director

LA AGENCIA

Servicios:

- Planeación estratégica de medios (OOH, tradicionales y digital)
- Conocimiento del consumidor
- Compra de medios
- Digital
- Experiencia de Marca
- BTL

Clientes:

- Cuenta con más de 20 clientes entre los cuales se distinguen:
- MasterCard
- XBOX
- JackDaniel's



CONTACTO

Pilar Giraldo B., Managing Director
Miguel de Cervantes Saavedra 193 piso 8, México, DF
T. (55) 5351-8501

@ pilar.giraldo@umww.com
www.umww.com

Situación:

Campaña “Yo Soy Jeep”.

Objetivos:

- Incrementar 10% el tráfico a las distribuidoras.
- Contar con banco de imágenes propias alusivas a la marca (cuatro mil fotografías).
- Incrementar la familiaridad y awareness.

Acciones:

Gracias al trabajo en equipo de los diferentes participantes de la cuenta y a la idea de los distribuidores, se desarrolló conjuntamente el concurso “Yo Soy Jeep”, el cual se implementó 100% en medios digitales.

Gracias a los buenos resultados de esta campaña, se obtuvo un Eagle Award, en la implementación de mejor caso interactivo.

PHOTO CONTEST | I am Jeep

Exploring where we are from.

And within this exploration, we discovered people who live and feel the same spirit of Jeep as we do. Because it is precisely this kind of adventure and nature which we are discovering, is just around the corner. They are all over Mexico and are true fans of the brand, but even though we know who they are, we don't really have an in-depth insight. This is a priority for our distributors so that they may contact and focus them across the country.

And so we propose 3 challenges:

- 1) To generate a data base of 4000 images.
- 2) Increase 10% traffic amongst the distributors.
- 3) Generate content for future publicity, increase brand familiarity and awareness.

Once an area has been selected, we embark upon our adventure.

Taking advantage of emotional appeal of the brand, we would launch a photography competition titled “I am Jeep”. This would be divided into 3 categories:

- “I live” which would include images of urban life.
- “I go” which would include photographs which reflect the adventurous side of Jeep.
- “I am”. For all other types of photos which reflect the spirit of fraternity, companionship and solidarity of the brand.

We achieved a strategic alliance with the magazine “CARTAS DE ESCAPE” which highlighted in advance our brand and further reinforced contact with interested media communication.

Using a microsite, we asked all Jeeps to send us their photos. At which the first and second prizes were awarded.

This proposal really highlighted all terms, exceeding our expectations by 365% from respondents.

But being aware of what an adventure means, we know that it is more important to discover. And what we have found was much bigger than what we could have imagined.

10% increase

4% increase

4883

I LIVE! I GO! I AM!

Resultados de la estrategia de medios

- > 10% de incremento en ventas
- > 14,000 imágenes
- > 4% de incremento en awareness

MPG *Leading new thinking*



Marina Günther, Directora

LA AGENCIA

MPG inició operaciones en México en 1995, siendo la primera central de medios en el país cuyo modelo de negocio revolucionó esta industria. Hoy 16 años después, han logrado un crecimiento exponencial pasando de un equipo de menos de 20 personas a más de 400. Esto se debe a que han sabido identificar tres importantes motores de crecimiento: 1) la capacidad de negociación que MPG ofrece a sus clientes, 2) el equipo de profesionales que conforman la red de agencias y 3) la generación de estrategias integrales incluyendo

una mayor diversidad de puntos de contacto y servicios.

Trabajan de manera integrada con grupo Havas Media, principalmente con I-Glue expertos digitales y Havas Sports & Entertainment en lo referente al desarrollo de proyectos de advertainment y consultoría en marketing deportivo.

Por otra parte, pertenecen a una extensa lista de Asociaciones y Consejo. Además, han ganado más de 16 premios en menos de dos años, y su cartera de clientes a nivel nacional suman 88; 15 de ellos en Monterrey.

Situación:

Cemex quería infiltrar su producto en el círculo de los trabajadores de construcción.

Objetivos:

- Incrementar la conciencia de cada una de las marcas locales en las plazas más importantes de Cemex.
- Alcanzar un alto porcentaje de recordación de la campaña publicitaria que corresponde al punto de referencia para las campañas Cemex.

Acciones:

La estrategia se enfocó en el aproximamiento con el trabajador para así poder infiltrar y adaptar la marca a su modo de convivencia.

Ganadores del Effie 2011 con la campaña "Dura y Perdura" de Cemex.



Resultados de la estrategia de medios

- 20% de incremento en la conciencia de la marca
- 60% alcanzado de recordación de la campaña

MPG

Leading new thinking.

CONTACTO

Marina Günther
 Gómez Morín 350 Of. 602, Col. Valle del Campestre
 T. (81) 8047-6650

@ marina.gunther@mpg.com
 www.mpg-mx.com



MINDSHARE The worlds most innovative communication company



Conseguimos que las historias de éxito de “los gigantes” fueran realmente relevantes, inspirando el crecimiento personal
Maite Rodríguez, CEO Mindshare

Situación:

Diageo busca una campaña para conectar con los mexicanos.

Objetivos:

- Crear el movimiento “Caminando con gigantes”, en el cual se podría reconocer la grandeza de los mexicanos e inspirar el progreso personal.
- Proponer a los gigantes y generar contenido en torno a ellos.

Acciones:

- Alianzas estratégicas con los principales medios de comunicación en México, hacerlos parte del proyecto (CNN, Quien.com, Chilango, MSN).
- Cápsulas donde se transmitieron los valores de la marca y del movimiento de forma emocional a través del reconocimiento de que “hay un gigante entre nosotros”.

“Los gigantes” que manejamos fueron personalidades reconocidas cada una dentro de su entorno y todos generaron contenido en los diferentes medios.



LA AGENCIA

Servicios:

- Compra y planeación de medios *online* y *offline*
- Desarrollo de estrategias integrales de comunicación
- Creación de contenidos
- Medición de ROI

Clientes:

- Cuenta con 35 clientes entre los cuales se distinguen:
- L'OREAL
 - Diageo
 - Nestlé



CONTACTO

Maite Rodríguez, CEO
Av. Ejército Nacional 216 piso 3, México, DF
T. (55) 8503-8300

@ maite.rodriguez@mindshareworld.com t @mindsharemexico
www.mindshareworld.com

Resultados de la estrategia de medios

Debido a que la campaña aún se lleva a cabo el único dato con el que cuenta la agencia es que indicadores de cercanía “It’s a brand for me” de la marca, awareness y consideración han crecido.



NIVEL CREATIVO Ideas en movimiento



Situación:

Los hoteles Palladium en México y su concepto no eran reconocidos.

Objetivos:

- Que el público identificara los hoteles y los vinculara con un entorno natural.
- Generando interés del público hacia el sitio web.

Acciones:

Conceptualización visual y literaria asociando una experiencia vacacional en un entorno natural, con el desarrollo de artes y audios para espectaculares, radio, prensa, acciones BTL, estrategias en medios electrónicos y revistas especializadas en las principales ciudades que generan turismo al Caribe y Pacífico mexicano.

La estrategia de campaña Naturalmente Palladium fue todo un éxito.

“La estrategia de medios y el desarrollo de contenidos de alto impacto son fundamentales para el éxito de una campaña”

LA AGENCIA

Servicios:

- Conceptos creativos
- Construcción de marcas
- Estrategia de medios
- Campañas integrales
- e-marketing

Clientes:

- 28 clientes
- Hoteles Palladium
- Barceló
- Paradise Village



Resultados de la estrategia de medios

➤ **58%** del mercado nacional forma parte de la composición para Palladium Vallarta

➤ **26%** del mercado nacional forma parte de la composición para Palladium Riviera Maya



CONTACTO

Javier Velasco / Denisse Rapp
Viena 93, Col. Gustavo Díaz Ordaz, 48310 Puerto Vallarta, Jal.
Tel (322) 225-1300

@ medios@nivelcreativo.com / proyectos@nivelcreativo.com
www.nivelcreativo.com



SYNTAGMA BRANDING

Ideas sencillas para grandes estrategias



Nos consideramos parte del ADN de Purina, gracias al tiempo y la estrecha relación de trabajo que tenemos por tantos años, a tal punto que hoy los hemos ayudado a crear nuevas unidades de negocios.

Lic. Humberto Ruiz Peláez, Director

Situación:

Desarrollo de marcas específicas para Agribrands Purina México.

Objetivos:

Fortalecer la marca a través de estrategias mercadológicas, basadas en el trabajo que ya se ha desarrollado por 10 años con el cliente.

Acciones:

Desarrollo de estrategias para todas las líneas de productos de la marca y ayudarlos a consolidar su red de distribución con más de 600 distribuidores a lo largo del país.

El conocimiento que tiene la agencia de la marca es pieza clave en el éxito de sus campañas.

LA AGENCIA

Servicios:

Crea marcas fuertes con estrategias enfocadas en resolver sus necesidades para lograr reconocimiento en el mercado.

Clientes:

Cuentan con más de 50 clientes activos de distintos giros, que van desde empresas de servicios y productos de consumo, promociones turísticas, campañas políticas e inmobiliarias, entre otros.



CONTACTO

Atención a clientes: Susana Velázquez
Blvd. Campestre 116, Penthouse, Jardines del Moral, León, Gto.
T. (477) 773-5830

@ info@syntagma.com.mx
www.syntagma.com.mx



Resultados de la estrategia de medios

Desarrollo de marcas específicas para Purina Internacional:

- 1 *Taiwán*
- 2 *Ucrania*
- 3 *África*



EN MEDIO DE LA NADA

La creatividad una forma de interpretar la vida



• LA AGENCIA

En Medio de la Nada es una agencia de comunicación y marketing integral que fue fundada en Monterrey, Nuevo León en 1989. Sus principales cuentas son: Banca Afirme, Doctors Hospital, Pla-

za Fiesta San Agustín, Crédito Si, Asociación Mexicana de Hoteles, Karch Joyeros, Empacadora Ponderosa, Sorteo Cáritas y Crowne Plaza Monterrey Aeropuerto.

• SERVICIOS

- Planeación estratégica
- Contratación de medios
- Campañas de publicidad



• CONTACTO

Carlos del Ángel
Dirección: Belisario Domínguez
2742, Col. Jardín Obispado
T. (81) 8346-2892

@ cuentas@enmediodelanada.com
www.enmediodelanada.com

1
2



DOCTORS HOSPITAL

Campaña: Inauguración Doctors Hospital
Objetivo: Posicionarlo como el mejor hospital de la zona y dar a conocer la alta tecnología, amplia gama de servicios hospitalarios e instalaciones modernas con las que cuenta el hospital

PLAZA FIESTA SAN AGUSTÍN

Campaña: San Valentín
Objetivo: Abrir un puente de comunicación fresco con el mercado juvenil para que descubran todas las opciones del Centro Comercial como lugar de reunión, diversión y de compra



G5 COMUNICACIÓN

Pensando global... Actuando local

• LA AGENCIA

G5 es la red de agencias regionales que busca transformar excelentes productos en marcas poderosas, por lo que desde 1993, se han caracterizado por reconocer la importancia de las marcas en la vida cotidiana. Se destacan por la creación de relaciones cercanas y duraderas que generan valor para el público, esto los ha hecho acreedores de reconocimientos como: Mejor Agencia Nacional 2006 (Premio Merca2.0), Mejor Campaña Regional Cliente: HEB México (Gold EFFIE) y Responsabilidad Social Cliente: Grupo AEn (Bronze EFFIE Social).

“Si una marca fuera una persona, sería un artista. Y nosotros, seríamos su agente con la misión de hacerla famosa en cualquier momento y bajo cualquier medio disponible”.

• SERVICIOS

- Flexibilidad desde lo estratégico hasta lo táctico
- Integración de expertos
- Experiencia en métodos de mercado
- Creatividad en todas las áreas de trabajo
- Soluciones eficaces



GRUPO CINCO

• CONTACTO

Luz María Carreño
Dirección: Issac Garza 810 Oriente (Mty)
Guanajuato 100, Col. Roma (DF)
T. (81) 8372-9815 / (55) 6267-7725

@ andre@gcinco.com

www.gcinco.com

@gcinco

f Grupo Cinco



Más de 15
clientes





1



3



4

1

PINOL

Campañ:

Retos Pinol

Objetivo:

Reforzar el posicionamiento de los productos por medio de acciones puntuales en diferentes puntos del país.

2

PINOL

Campañ:

Retos Pinol

Objetivo:

Limpiar de los 46,800 mts cuadrados de la plancha del Zócalo.

3

UN TECHO PARA MI PAÍS

Campañ:

Universitaria

Objetivo:

Concientizar a los estudiantes universitarios sobre la realidad de su país e invitarlos a trabajar en conjunto con la organización para crear soluciones.

4



MENOS UNO CERO UNO

Publicidad+ Branding+ Agencia Digital



• LA AGENCIA

Menos uno cero uno es una firma de comunicación diseñada en un formato one stop shop, formada por una agencia de publicidad, boutique de branding y agencia digital. La estructura de la agencia permite hablar cuatro lenguajes: negocios, estrategia, creatividad y diseño.

Entre sus premios están Quorum en 2005 y 2008; y A! Design en 2009. Cuentan con un portafolio de marcas a nivel nacional y regional, entre las cuales se encuentran: Banamex, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma y GNC México.

• SERVICIOS

Estrategias de negocios basadas en herramientas de comunicación:

- Creación de marcas, desarrollo y rediseño
- Campañas de publicidad
- Estrategia Digital

MENOS UNO - CERO UNO

• CONTACTO

Carolina Rodríguez / New Business
Dirección: Pablo Moncayo 135 int. 11,
Colinas de San Jerónimo, Monterrey, NL
T. (81) 8478-0513

@ newbusiness@menosunocero uno.com
www.menosunocero uno.com

1

2



poderhacerlo

GNC MÉXICO (Alcance Nacional)

Campaña: Dale gracias a tu cuerpo. GNC la tienda de las Vitaminas
Objetivo: Posicionamiento de marca, generando autoconciencia en el consumidor del cuidado y prevención de la salud

BANAMEX

Campaña: Poder hacerlo
Objetivo: Reposicionar banco y acrecentar la participación de mercado, comunicando a la empresa como oferta integral



MARKCOMM

Ideas que agregan valor



• LA AGENCIA

Markcomm, (MK) fundada en 1999 es una agencia apasionada por brindar soluciones completas de comunicación para todos sus clientes ya sean nuevos o consolidados, grandes o pequeños, mexicanos o extranjeros. Su creador Pablo Zubieta, reconocido como Estrella de la Mercadotecnia por la revista Expansión y empresario destacado por Advertising Age, explica que la agencia se distin-

gue por combinar estrategias y creatividad de manera que creen un concepto poderoso, emocionante y honesto para alcanzar el objetivo de comunicación que se desea, posicionando las marcas no sólo en la mente sino también en el corazón de clientes actuales y potenciales. El secreto de MK es contar con un talentoso equipo de trabajo que ama y se divierte con lo que hace.

1
2



• SERVICIOS

- Publicidad
- Comunicación interna
- Estrategia comercial
- eMarketing



• CONTACTO

Alejandra Prado
Dirección: Juárez 540 Centro, San Pedro Garza García
T. 8115-0536

- @ info@markcomm.com.mx
- www.markcomm.com.mx
- @markcommmty
- f markcomm

EL PASEO DE SANTA CATARINA

Campaña: Centro Comercial
Objetivo: Generar recordación y posicionamiento de la marca en los clientes actuales y potenciales del centro comercial

INGENIUM

Campaña: Educación en Salud Mental
Objetivo: Informar las diferentes enfermedades mentales y la adicción



J&D, MERCADOTECNIA VISUAL

Acertar siempre, nuestro producto



• LA AGENCIA

J&D, Mercadotecnia Visual es una empresa dedicada a la imagen y publicidad comercial, industrial y política. Inicia actividades en 1981 y se desarrolla con un alto nivel de éxito a través de profesionales de la comunicación, mercadotecnia, diseño gráfico y producción TV/Radio. Actualmente sus

clientes más significativos son: Johnson Controls, el Municipio de San Pedro y el Gobierno de NL. Ha sido galardonado con el Premio Internacional de Diseño 99, revista al diseño, categoría diseño de etiqueta y envase; así como Best of Category, 1994, Texas Graphic Excellence Awards, Pyosa Catalog.

1

2



• SERVICIOS

- Branding
- Diseño de Empaque
- Manejo de Identidad Conceptual
- Campañas Publicitarias
- Inteligencia de Mercado
- Estrategia en Imagen
- Marketing e Imagen Industrial
- Marketing e Imagen: Político y Social
- Marketing Punto de Venta

• CONTACTO

Jesús Castillo
Dirección: Senda de las Quimeras
6116, Col. Villa las Fuentes,
Monterrey, NL
T. 1160-9072 y 8400-0198

@ jco@mercadotecniavisual.com
www.mercadotecniavisual.com



1
2

HYLSA

Campaña: Construye fuerte, construye Hylsa
Objetivo: Revitalizar la imagen de la varilla HYLSA, como producto líder en la construcción.

PAN Y MUNICIPIO DE SAN PEDRO GARZA GARCÍA

Campaña: Estamos blindando San Pedro
Objetivo: Consolidar el concepto de seguridad de la campaña de Mauricio Fernández y del Gobierno municipal.



BC MÉXICO

New Life Advertising



• LA AGENCIA

BC México inició en 1998 como una agencia de gente joven y apasionada.

Como primer cliente tuvo a una aseguradora y posteriormente se expandió al retail (Farmacias Benavides), consumo (Carl's Jr.), bienes raíces, automotriz y deportes.

Su equipo está conformado por 38 profesionistas comprometidos a ofrecer concep-

tos creativos con base en estrategias de mercadotecnia, que permitan una conexión directa con el consumidor.

Ha trabajado con agencias del DF y Chile para proyectos específicos. Actualmente cuenta con 24 clientes, entre ellos: Farmacias Benavides, Club de Futbol Tigres y Carl's Jr.

• SERVICIOS

- Planeación y contratación de medios
- Administración de cuentas
- Planeación estratégica
- Creatividad
- Diseño
- Redes sociales
- Branding

• CONTACTO

Cynthia Cárdenas
Dirección: Calzada del Valle 400,
Moll del Valle PH 1314
T. (81) 1366-6050

- @ cynthia@bcmexico.com.mx
- @ info@bcmexico.com.mx
- bc_mexico.com.mx
- f bcmexico



1
2



CLUB DE FUTBOL TIGRES

Campaña: Esto es Tigres

Objetivo: Comunicar el verdadero significado de ser Tigre; refrendar el sentido de pertenencia y enaltecer el orgullo del aficionado; así como despertar el interés de personas no identificadas con un equipo en especial.

FARMACIAS BENAVIDES

Campaña: Yo elijo, por una sexualidad responsable

Objetivo: Concientizar a la población sobre la sexualidad responsable y el uso de productos de prevención.



V09

Agencia creativa



• LA AGENCIA

V.09 es una agencia que constituye el brazo creativo de Grupo DBP, quien a su vez complementa sus servicios con DBP Media en la planeación de medios. La agencia inició hace 25 años, y hoy coordina un esfuerzo para la impartición de un diplomado en creatividad publicitaria por una reco-

nocida universidad en Argentina, en conjunto con el Tec de Monterrey. 33 talentos trabajan en V.09 en Monterrey y Buenos Aires. Actualmente atienden nueve cuentas nacionales como: Intercontinental Hotels Group, Gorditas Doña Tota y Hospital San José/ Centro Médico Zambrano Hellion.

• SERVICIOS

Agencia full-service de comunicación integral. Desde la estrategia hasta la implementación offline y online:

- Planning
- Concepto creativo
- Producción gráfica



• CONTACTO

Giorgio Di Vece H.
Dirección: Anillo Periférico 1627 Suite C
T. 8173-2300

- @ hello@v09.mx
- www.v09.mx
- f V.09

1
2



IHG (HOLIDAY INN, STAYBRIGDE, CROWNE PLAZA, ETC)

Campaña: Campaña de Verano 2011
Objetivo: Promoción para incrementar la ocupación.

GORDITAS DOÑA TOTA

Campaña: Naturalmente Caseras, 2011-2012
Objetivo: Reposicionamiento de marca / relanzamiento de desayunos.



NUUK ESTUDIO CREATIVO

El significado de grandeza



www.youtube.com/nuukestudio

• LA AGENCIA

NUUK es una agencia especializada en diseño y posicionamiento de marcas que inició operaciones en marzo del 2011. Se caracteriza por satisfacer las necesidades en imagen y comunicación de las empresas, aplicando planes de investigación,

selección de medios, diseño publicitario y redacción. Sus publicistas y creativos curtidos se han destacado por desarrollar excelentes estrategias competitivas, lo que los ha llevado a colaborar con agencias como ORBEA, entre otras.

1
2

• SERVICIOS

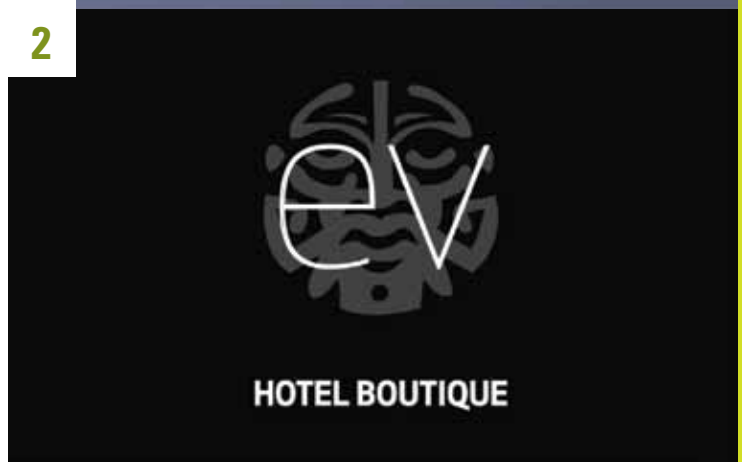
- Innovaciones creativas y tecnológicas
- Branding
- Producción audiovisual
- Animación y modelado 3D
- Mejora de procesos
- Análisis de resultados



• CONTACTO

Ricardo Cantú Berzoza
Dirección: Cortijo del Río
Monterrey, NL
T. (81) 1769-3106 / 07

- @ contacto@nuuk.mx
- www.nuuk.mx
- @NuukEstudio
- NuukEstudio



1
2

MILENIUM GRUPO HOTELERO MEXICANO

Campaña: MileniuM Grupo Hotelero Mexicano
Objetivo: Impulsar de manera eficiente el área de eventos sociales y empresariales.

GRUPO VERGEL

Campaña: EcoVergel Hotel Boutique
Objetivo: Posicionar el hotel ante un mercado internacional.

TELEVISA MONTERREY



LAS NOTICIAS

El principal compromiso de Las Noticias es informar a su audiencia de todo lo que sucede en nuestro alrededor, es por ello que bajo el lema: "En Monterrey suceden cosas buenas y te las vamos a contar..." demuestran diariamente que también hay grandiosas e inspiradoras historias.

▶ EL MEDIO

Televisa Monterrey llega a más de 4 millones de televidentes en el área metropolitana de Monterrey y ofrece dos señales que se adaptan a las necesidades de cada cliente: MTY TV y TELEACTIVA. MTY TV transmite 18 horas de producción local diariamente, cuenta con una amplia gama de programación y su cobertura es la más extensa de la región, ya que a través del sistema SKY puede verse en toda la República Mexicana. TELEACTIVA transmite enlaces nacionales de "Foro TV", así como algunas producciones de otras entidades del país.

▶ VENTAJAS

- Televisa Monterrey brinda la mejor relación costo-beneficio.
- Profesionales en mercadotecnia lo ayudarán a encontrar la opción comercial más adecuada a sus demandas.
- Spoteo, menciones en vivo, patrocinio de secciones, presencia de marca, entrevistas en vivo e integración de producto son las opciones comerciales más utilizadas.
- Televisa Monterrey es la televisora con más de 53 años de historia en nuestra ciudad y, a lo largo de este tiempo, ha consolidado y posicionado marcas locales, siendo también plataforma de talento.



CONTACTO

Espinosa 780 pte., Col. Centro
Monterrey, NL
T. (81) 4040-4000 / 4040-4019 / 4040-4003

- @ televisamtyprogramacion@televisa.com.mx
- @ televisamtyventas@televisa.com.mx



LA INDUSTRIA

COCINA, BRASAS Y TRAGOS

Roble 545, Valle del Campestre,
San Pedro Garza García
Tel. (81) 8335-3330
laindustria.com.mx



SEXENIO



EL DIRECTOR

Felipe Vallejo Dabdoub, Director General de Sexenio.com.mx en NL es egresado de las carreras de Economía por el Tec de Monterrey y Derecho por la UANL. Visionario que busca brindarle a la comunidad un medio de información objetivo, veraz, contundente y directo, que se convierta en un ejemplo del espíritu que ha movido a NL durante varias generaciones.

► EL MEDIO

Sexenio.com.mx inició operaciones en el 2010, colocándose como uno de los medios de comunicación predilectos de los líderes de opinión en todo el país. Cuenta con cuatro millones, 396 mil 418 páginas vistas, dos millones 143 mil 190 visitas, un millones 593 mil 676 usuario únicos. Además cuentan con 12 portales en Puebla, Oaxaca, Querétaro, Sinaloa, Hidalgo, Chiapas, Estado de México, Hidalgo, Guanajuato, Veracruz, Tlaxcala, Guerrero y Quintana Roo, que les da una gran cobertura noticiosa del país. Por otro lado, ofrece un canal de televisión con hechos locales e internacionales más relevantes, un boletín informativo mensual por correo y una revista de distribución nacional.

► VENTAJAS

- -Desarrollan un estilo de redacción diferente e innovador que asegura información oportuna veraz, precisa, útil y confiable.
- -Son el Portal 16 en términos de crecimiento según la lista de popularidad Domeny (Domeny.com).
- -En una lista de más de 100 mil dominios están entre los primeros 200 en popularidad.
- -Grupo Sexenio.com.mx cuenta con más de un millón de suscriptores en todo el país cuyas edades están entre los 18 y los 55 años o más, con un nivel socioeconómico ABC+ que les permite interesarse en la actualidad política del país, los negocios y el lifestyle.

5 Marcelo Ebrard Entrevista Exclusiva



ME: No he sido propuesto candidato, yo sólo quiero seguir haciendo campañas...
Sexenio: ¿Finalmente tendrá o no un tercer mandato?
ME: Miya, cuando se ponga un sistema propio de credencial nacional, para lo que necesitamos lo que se pedieron.
Sexenio: ¿Por qué no lo del Gobierno del Constitucional?
ME: Yo, sólo sé que por muy grande que sea el mundo de este mundo, hay cosas que son de este mundo, y son de este mundo, por así decirlo que dicen que son, y eso es la decisión, pero lo que dicen los mexicanos es que están a votar muy temprano y eso está a votar muy temprano y eso está a votar muy temprano y eso está a votar muy temprano...
Sexenio: ¿Hay cosas que son de este mundo?
ME: No, si voy a ser candidato, al menos voy a ser candidato y lo voy a hacer...
Sexenio: ¿Hay cosas que son de este mundo?
ME: No, si voy a ser candidato, al menos voy a ser candidato y lo voy a hacer...
Sexenio: ¿Hay cosas que son de este mundo?
ME: No, si voy a ser candidato, al menos voy a ser candidato y lo voy a hacer...

“Me ha propuesto...
 “



CONTACTO
 Zaragoza 1300, Edificio Kalos Of.
 A1 108, Col. Centro
 Monterrey, NL
 T. (81) 8343-5853

@ fvallejo@sexenio.com.mx
 @ nuevoleon@sexenio.com.mx



Caían las fuertes vientos

Sexenio

EL PORTAL DE NOTICIAS
DE MAYOR CRECIMIENTO

VISITARNOS:

SEXENIO.COM.MX



17 documentos detenidos

En el que se ha de hacer de manera...
Papeles personales en los cuales se confirman...
sobre asuntos relativos a la contratación de...



Gobierno de Guadalupe recibe capacitación

Actualmente el programa Guadalupe transparente se...
realiza con la ayuda de la Comisión de Transparencia...
y Acceso a la Información de Nuevo León

Sexenio TV



Entrevista con Francisco Arroyo Vique



Columnas



OPERACIÓN PERIODISTA

El CM en que López Obrador ganó la...
Presidencia (un ejercicio de perfeccionamiento)

ESTRICTAMENTE PERSONAL

El desarrollo de la industria...

SEÑAL COPARMEX

Un México Posible y Verde

CASO CONSULTO

Redes sociales electrónicas



Seo finalizado en programa de rescate

Con el propósito de promover la recuperación de la...
zona de la zona agrícola centro de personas de...



Medina alerta por inseguridad

El gobernador de Coahuila a los miembros de Nuevo León a tomar...
medidas para a fin de proteger contra los actos delictivos



Ediles embalsaman a temprana edad

Los alumnos de la escuela de un sector están embalsamando...
los cadáveres de los alumnos fallecidos en el sector



Se cierran las ejecuciones

Se suspendieron las ejecuciones realizadas a la Secretaría...
Pública por el gobierno del estado de Nuevo León



Se cierran las ejecuciones

Se suspendieron las ejecuciones realizadas a la Secretaría...
Pública por el gobierno del estado de Nuevo León



Se cierran las ejecuciones

Se suspendieron las ejecuciones realizadas a la Secretaría...
Pública por el gobierno del estado de Nuevo León



Se cierran las ejecuciones

Se suspendieron las ejecuciones realizadas a la Secretaría...
Pública por el gobierno del estado de Nuevo León



Se cierran las ejecuciones

Se suspendieron las ejecuciones realizadas a la Secretaría...
Pública por el gobierno del estado de Nuevo León



Las noticias que determinan
el rumbo de Nuevo León

LÍDERES EN AUTOS

Top de los mejores grupos concesionarios de la ciudad



La industria automotriz en Nuevo León tiene expectativas de crecimiento exponencial y un compromiso fundado en el aumento de la competitividad a nivel global. Hoy tenemos acceso a tecnologías de primer mundo gracias a múltiples compañías en esta rama, que implementan innovaciones y las hacen accesibles al consumidor.

A través de los años éstas han conseguido logros significativos que han consolidado aún más el sector, y siguiendo procesos altamente estandarizados y perfeccionados, otorgan una oferta integral de

atención personalizada y una gran gama de opciones, cada vez más amplia en el mercado.

Nos referimos a los Grupos Automotrices que brindan sus servicios de calidad a través de numerosas agencias y talleres, basados en avances estructurales y de manufactura. En cadena, como distintos eslabones del área, han dejado al descubierto su potencial para el crecimiento y la expansión, generando propuestas e ideas trascendentales para el futuro, motivo por el cual los incluimos en la presente edición.



CAR ONE GROUP

Piensa inteligente

El Grupo



En 1975 Car One inauguró oficialmente su primera agencia automotriz en Ciudad Mante, Tamaulipas, expandiéndose en los años 80 hacia Poza Rica, Veracruz. En el 2002 se fundó Car One Group en Monterrey, NL, como la primera concesionaria en la ciudad. El compromiso del grupo se traduce en liderazgo en ventas y un profundo sentimiento de calidad en la atención y servicio, prestando lo solicitado con altos estándares de excelencia.

Las marcas líderes que representa son: Volkswagen, Chrysler, Dodge, Jeep, Ford, Chevrolet, Nissan, SEAT, Mitsubishi, Mercedes-Benz; y distribuye llantas Goodyear. Entre los premios que ha obtenido se encuentran: el Charger otorgado por Chrysler de México (2007 a 2010) y el premio Quality Care otorgado por Ford de México (2008 a la fecha).



Agencia Car One Cumbres



COBERTURA

20 agencias

5 talleres



Volkswagen Tiguan



Mercedes GL Class Grand Edition

Datos de contacto

8989-3333 ☎

webmaster@carone.com.mx @

web:www.carone.com.mx ↗





GRUPO GALERÍA

Lujo y calidad

El Grupo



Grupo Galería cuenta con 43 años de experiencia en el mercado automotriz, vehículos comerciales y equipo para la agricultura. Su inicio de operaciones es en el año de 1968 con su primera agencia distribuidora de autos Datsun, hoy Nissan.

En la actualidad representa las prestigiadas marcas BMW, MINI, Subaru, Peugeot, Suzuki, Volkswagen, Nissan, Chrysler, Dodge, Jeep, Ram y Mitsubishi, Montacargas Nissan y John Deere.

En las distintas agencias de Grupo Galería encuentran personal altamente capacitado y siempre pendiente de las necesidades y preferencias de sus clientes, con el fin de ofrecerle un trato amable en cualquiera de sus departamentos de ventas, crédito, servicio, refacciones, así como hojalatería y pintura.



Subaru Tribeca



COBERTURA

24 agencias

21 talleres

7 refaccionarias
John Deere



Jeep Grand Cherokee



Subaru Impreza Sedan WRX

Datos de contacto

81-300-334 ☎

clientes@grupogaleria.com @

www.grupogaleria.com ↗





ALDORF

Servicio y calidad

El Grupo



Grupo ALDORF nació en Monterrey en 1931 bajo el concepto de comercializar diferentes marcas de unidades nuevas, seminuevas, refacciones, autofinanciamiento automotriz y servicio de mantenimiento preventivo y correctivo. Actualmente comercializa marcas como: Ford, Volvo, Mazda, Lincoln y Suzuki, convirtiéndose en líder en ventas de unidades y servicio al cliente por su labor de satisfacer las necesidades de sus compradores bajo el principio de la constante innovación.

Esta experiencia y conocimiento del mercado automotriz les ha permitido expandirse a lo largo del país ofreciendo servicios de calidad, los cuales los han llevado a obtener distinguidos reconocimientos como certificaciones Ford Blue Oval, Ford Quality Care, Talento Plus, y los premios Corazón de Quetzalcóatl y President Club Mazda, entre otros.



Ford Focus



COBERTURA

10 agencias



Lincoln MKX



Mazda 3

Datos de contacto

Lincoln Cumbres

(81) 8073-6000

clientes@mtymotors.com

www.lincolncumbres.com

@tulincolnmexico

Tu Lincoln México



Ford Cumbres

(81) 8158-1600

fordcumbres@automotriz.com.mx

www.fordcumbres.mx

@TuFordMexico

Tu Ford México



Bil Monterrey

(81) 8152-3000

www.bilmonterrey.com

VolvoMéxico



Mazda Valle

(81) 8073-8000

www.mazdavalle.com.mx





GRUPO PLAZA

Concesionario Honda más grande de México

El Grupo



Grupo Plaza inicia operaciones en Monterrey, NL, México en 1995, siendo el precursor de la distribución de autos japoneses en la región nor-este del país con sus marcas Honda y Acura. Cuenta con nueve agencias Honda, dos agencias Acura, una agencia de autos seminuevos y dos Talleres de Laminado y Pintura, siendo así el Grupo de concesionarios Honda más grande de México.

En Grupo Plaza trabajan con altos estándares de calidad y servicio para superar las expectativas de sus clientes, actualmente atienden a más de 7 mil 500 clientes mensuales en sus diferentes talleres, brindando la mejor atención personalizada. En el año 2011, Honda Plaza Vasconcelos y Acura Monterrey recibieron de parte de Honda de México el primer lugar en ventas a nivel nacional; así mismo desde su inicio el Taller de Laminado y Pintura ha recibido numerosos reconocimientos que avalan su calidad, servicio y compromiso con sus clientes.



Agencia Honda Vasconcelos



COBERTURA

12 agencias

14 talleres



Agencia Acura Monterrey



Taller de Laminado y Pintura en Monterrey

Datos de contacto

Honda Plaza

(01 800) 3372-592

info@hondaplaza.com.mx

www.hondaplaza.com.mx

@HondaPlazaMx

HondaPlazaMx

Acura

(01 800) 552-2872

info@acuramonterrey.com.mx

www.acuramonterrey.com.mx

@AcuraMty

AcuraMonterrey





GRUPO GESTA MOTORS

Trascendencia en distribución

El Grupo



En 1996 nació un gran proyecto al adquirirse la agencia Ford Automóviles, SA de Grupo IMSA (ahora Ford Garza Sada que durante ocho años consecutivos ha obtenido la certificación de Blue Oval), una agencia de tradición con más de 50 años de experiencia. Al mismo tiempo hicieron la compra de la Ford Matamoros y con esto dieron inicio a un sueño que poco a poco fueron consolidando.

En 1999 Ford Linares pasó a ser parte del grupo, un año después se unió la agencia Volvo Bil Monterrey, y 4 años más tarde Jaguar y Land Rover. En el 2008 se integró Mazda en la Ciudad de Tampico, y Jayco en Monterrey y Matamoros, formando así Grupo Gesta Motors.

Todas sus marcas se caracterizan por recoger el auto en el domicilio del cliente para hacerle el servicio y entregárselo con lavado de motor.



Agencia Ford Garza Sada



COBERTURA

8 agencias

8 talleres



Jaguar XF



Land Rover Evoque

Datos de contacto

8128-5000 ☎

marcelo.delagarza@gestamotors.com @

www.gestamotors.com ↗

Ford Garza Sada f



OPCIONES EMBLEMÁTICAS

CONDUCE

CON

CONFIANZA





Las SUV (Sport Utility Vehicle, “vehículo de utilidad deportiva”) brindan al usuario la sensación de manejo de una 4x4. Su carrocería es muy fuerte y resistente, constituyendo su imagen agresiva, ligada a la masculinidad (aunque algunas mujeres también las prefieren por sus prestaciones). En capacidad de transporte, están pensadas para albergar a un buen número de pasajeros (de seis a ocho), característica que las convierte en vehículos familiares ideales para viajar o transitar por la ciudad con gran comodidad.

La presencia de estos autos es reciente, y fueron creados pensando en una combinación entre un todoterreno y un automóvil

cómodo de ciudad y ruta, hecho que sin duda les ha brindado el éxito comercial que han alcanzado. La mayoría de las firmas fabricantes de este segmento centran la importancia de su equipamiento y tecnología en ofrecer la máxima comodidad. Algunos modelos, cuando así lo requieren sus conductores, suman características de los 4x4, que permiten cumplir travesías offroad, con el mismo confort.

En nuestro país el éxito comercial de esta gama es visible, razón por la que en el contenido que aquí te ofrecemos, podrás conocer los datos precisos y esenciales de los mejores modelos y marcas, para que optes por el que más se asemeje a tu personalidad, cubriendo tus requerimientos con excelencia.

SUV y 4x4 más vendidas en México (Periodo enero-septiembre de 2011)

Modelo	Marca	Unidades
Journey	Dodge	8,796
Escape	Ford	7,130
CR-V	Honda	6,811
CX-7	Mazda	6,371
Captiva	Chrevolet	5,508
Patriot	Jeep	5,400

Fuentes: www.miauto.mx / <http://sentidocomunautomotriz.com> / <http://autos.demotores.com.mx>





AUDI Q7

Liderazgo por tecnología



El Audi Q7 combina las características de un SUV con las de un vehículo de alta gama, destacando su deportividad, comodidad y alto rendimiento. Su carrocería proporciona el más alto nivel de protección, además integra un sistema de airbags que, en combinación con los limitadores de fuerza de los cinturones de seguridad, brindan máxima seguridad a los ocupantes. El equipamiento de serie incluye todos los elementos considerados como estándar en el segmento de gama superior.



Audi

www.audi.com.mx

ESPECIFICACIONES

Lanzamiento	Julio 2011
Origen	Alemania
Tiempo de 0 a 100	De 6.4 a 7.9 segundos
Cilindrada	De 3 a 4.2 litros
Potencia máxima	340 @ 4000 rpm
Transmisión	Tiptronic de 8 velocidades
Precio	De 868,800 a 1,114,250 pesos



PARRILLA

La Encomienda
Horno · Parrilla · Cava



Av. Lázaro Cárdenas 2500
Col. Valle Oriente
San Pedro Garza García

Tel. (0181) 83 63 72 57



BMW X6M

Waiting for your command



Con el respaldo de la precisión que BMW imprime en cada unidad, la X6M diseñada para cuatro pasajeros brinda una experiencia única de manejo en su tipo. Cuenta con configuración del modo de conducción mediante el botón MDrive en el volante, control de voz para teléfono, faros delanteros con activación automática de luces en carretera, bolsas de aire (frontales, laterales y de cabeza) y sistema de navegación con pantalla a color de 8.8 pulgadas.



ESPECIFICACIONES

Lanzamiento	Noviembre 2011
Origen	Alemania
Tiempo de 0 a 100	4.7 segundos
Cilindrada	V8/4,395 cm ³
Potencia máxima	555 HP/6,000 rpm Bi Turbo TwinScroll
Transmisión	Automática deportiva M de 6 velocidades con Steptronic
Precio	113,000 dólares



www.bmw.com.mx

LA
BUENA BARRA
CANTINA CONTEMPORÁNEA

COMIDA DE
NEGOCIOS



PLAZA LVA

R. Margain y Missouri 600 ote.

Reservaciones (81) 8338.5050 / reservaciones@labuenabarra.com.mx

www.labuenabarra.com.mx





HONDA PILOT

Emociones para todos



Honda presenta esta SUV de alto nivel con todo lo necesario para explotar las emociones del conductor. Con un diseño exterior sobrio y decidido, Honda Pilot reúne las características de comodidad y conveniencia que se buscan en una SUV. Equipada con sistema de asistencia a la estabilidad del vehículo, control de tracción, carrocería con ingeniería de compatibilidad avanzada y frenos de disco con sistema antibloqueo en las cuatro ruedas, ofrece la seguridad de viajar a donde la mente desee.



HONDA

www.honda.mx

ESPECIFICACIONES

Lanzamiento	Noviembre 2011
Origen	Japón
Tiempo de 0 a 100	7.3 segundos
Cilindrada	6 cilindros, 3.5 litros de capacidad
Potencia máxima	253 HP
Transmisión	Automática de 5 velocidades con Grade Logic Control
Precio	460,000 pesos (versión EX)

MERCEDES-BENZ

ML 350 CGI Sport AMG



Líder en innovación, seguridad y lujo, siempre a la vanguardia, Mercedes-Benz ofrece este modelo que cuenta con faros de bixenón, techo corredizo eléctrico de tres posiciones, kit estético AMG, freno deportivo con discos perforados y ABS, Keyless-go (sistema de encendido y apagado sin llave), sistema de sonido Harman Kardon y cámara de reversa.



Mercedes-Benz

www.mercedes-benz.com.mx

ESPECIFICACIONES

Lanzamiento	Octubre 2011
Origen	Alemania
Tiempo de 0 a 100	7.6 segundos
Cilindrada	6V
Potencia máxima	306@ 6,500 rpm
Transmisión	7GTronic plus
Precio	874,900 pesos



FORESTER XSL

Confianza en movimiento



Mientras la Forester ofrece una vista imponente y una gran distancia del suelo, su motor Subaru Boxer de bajo perfil y el sistema Symmetrical AWD hacen que su centro de gravedad se encuentre mucho más cerca de la carretera. El resultado es realmente excepcional, con firme estabilidad, manejo seguro y reflejos atléticos que los SUV ordinarios, simplemente no pueden igualar.



ESPECIFICACIONES

Lanzamiento	Enero 2012
Origen	Japón
Tiempo de 0 a 100	10.7 segundos
Cilindrada	2,475 cc
Potencia máxima	170 HP, 6,000 rpm
Transmisión	T/A 4 vel. c/SPORT SHIFT
Emisiones de CO ₂	173 g/km
Precio	402,000 pesos



SUBARU

www.subaru.com.mx

AGRADECIENDO TU PREFERENCIA

**2 AÑOS DE
MANTENIMIENTO
GRATIS***

**ó
Sistema
BLUETOOTH**



En la compra de un vehículo modelo Legacy.

GRUPO
GALERIA



SUBARU

onfidence in Motion

SUBARU Galeria Gonzalitos Av. Gonzalitos Sur 555 Col. Jardín Obispado
Monterrey, N.L. C.P. 64060 Teléfono (81) 88 650 950

SUBARU Galeria Valle Av. Vasconcelos 660 Ote. Col. Valle del Campestre
Garza García, N.L. 66265 Teléfono (81) 100 18 500

Sujeto a aprobación de crédito. Vigencia hasta agotar existencias. Las imágenes son ilustrativas y pueden variar dependiendo de la versión y características del producto. *Aplica únicamente para los mantenimientos de 6, 12, 18 y 24 mil kilómetros. Sólo participan modelos 2011.



TOUAREG

¿Límites?, ¿existen?



Con una línea vanguardista que conserva el carácter exclusivo de la dinastía que le da el nombre, su frente renovado muestra la tendencia del diseño Volkswagen. Su techo corredizo panorámico se extiende desde el frente hasta la segunda línea de asientos. Cuenta con faros Bi-Xenón, luces de marcha diurna con tecnología LED y sistemas de navegación con pantalla táctil. Fue pensada para proporcionar el máximo placer de conducción en cualquier trayecto.



ESPECIFICACIONES

Lanzamiento	Noviembre 2011
Origen	Alemania
Cilindrada	V6 (gasolina), V6 TDI(diesel) y V8 (gasolina)
Potencia máxima	V6 Gasolina (280 HP), v6 TDI Diesel (245 HP) y V8 Gasolina (360 HP)
Transmisión	Automática Tiptronic 8 velocidades
Emisión CO ₂	195-239 g-km
Precio	Desde 740,060 pesos



www.vw.com.mx

Precios
que todos
merecemos
tener



Desde \$88 diarios.
Sin Enganche

AFASA
AUTOFINANCIAMIENTO AUTOMOTRIZ

Aportación diaria para Gol 5 puertas. Trendline 2012 en plan A la Medida a 60 meses. La imagen es de caracter ilustrativo, La aportacion diaria puede variar.



**Un amigo no puede
cortarte el pelo, menos
reparar tu coche.**

**Deja tu Volkswagen con
los expertos de Autos Valle**



Valle ★
Tu Agencia, Tu Estilo

Autos Valle S.A. de C.V.

Teléfono: (81) 8040 6350
www.vw-valle.com.mx

Vasconcelos # 355 Ote
Col. Santa Engracia
San Pedro Garza Garcia NL

Sigue nuestras promociones en:

 autos-valle@hotmail.com

 @AutosValle

Leopoldo Cedillo

► **Director General de Metalsa**

Su capacidad intelectual y visión lo han llevado a conquistar puestos que pocos han logrado a los 40 años. Combina sus actividades como directivo, padre de familia, amigo y promotor de los valores.



Por Samantha Fematt
Fotografía por Alex Aguirre

Leopoldo Cedillo o Polo, como muchos lo conocen, es un hombre auténtico y sencillo, que ha revolucionado la manera de dirigir una empresa multinacional. Su secreto es sencillo y se traduce en tres palabras: humildad, generosidad y congruencia. Un claro ejemplo de ello es su espacio de trabajo: posee el cubículo más pequeño en Metalsa, pues asegura que no necesita más para trabajar.

Nació en Saltillo, Coahuila el 5 de marzo de 1971 y creció en Monclova. A los 18 años llegó por primera vez a la ciudad de Monterrey y se estableció para conquistar el mundo empresarial. Cursó estudios en Contaduría Pública en el Tecnológico de Monterrey, carrera que él mismo afirma, no encaja con su personalidad. Sin embargo, su facilidad por los números siempre fue notable, por lo que se sumergió de lleno en este viaje. Comenta que desde el primer día de estudios siempre tuvo la prisa por acabar lo antes posible, en cuarto semestre empezó a trabajar tiempo completo y en los veranos cursaba materias extras; el resultado fue concluir un año antes de lo establecido. En realidad nunca hubo alguien presionándolo, pero sintió la necesidad de hacerlo para casarse con su novia, a quien conoció en preparatoria.

Sus orígenes

Detrás de esa faceta tranquila y amable, alguna vez hubo un adolescente rebelde, aquel que toda madre de familia pide a sus hijos evadir. Sin embargo, un suceso y una persona marcaron su vida para siempre. En 1986 su hermana fue a un retiro con los Lasallistas, donde sobraba un lugar y se lo cedió a Polo para que asistiera, acercándose aún más a Dios. Al poco tiempo conoció al Padre Héctor Jorge García, Ecónomo de la Diócesis de Saltillo, quien además es su compadre, persona que influyó positivamente en él y quien presenció el parteaguas del Polo desastroso al más enfocado y pacífico. “Me centré mucho en la religión y él me ayudó significativamente en mi etapa de crecimiento”.

Leopoldo nació en un ambiente familiar muy unido, donde la plática y la convivencia no podían faltar en la mesa del comedor. “En mi casa había unos diálogos muy abiertos y de mucha discusión y respeto a los diferentes puntos de vista”. Su padre era estricto y su madre blanda, logrando el balance perfecto



“

**La felicidad ocurre
en los eventos
de trascendencia
relacionados con darse
uno mismo**

”



que ayudó a que sus cuatro hijos crecieran con valores firmes y arraigados. Una característica en su casa es que sus padres siempre buscaron ayudar a otros. “Creo que fue uno de los aprendizajes que me llevo de ellos”, ejemplo que hoy ha puesto en práctica en su faceta como CEO de Metalsa, empresa regiomontana que fabrica autopartes para compañías internacionales.

Trazando su curso en Metalsa

Al poco tiempo de haberse recibido de sus estudios universitarios se firmó el Tratado Libre de Comercio en México, por lo que sintió la necesidad de certificarse como Contador en Estados Unidos para aprender los Principios Americanos o USA Cap. Esta ventaja le abrió las puertas en Metalsa, que durante 17 años lo ha acogido y en la que decidió tocar las puertas, ya que uno de sus principios era el deseo de pertenecer a una compañía que tuviera congruencia con sus valores personales. “En Metalsa hubo un *fit* entre mis valores y los de la empresa”.

En 1995 ingresó como Contador Público, pero debido a que solamente contaba con 24 años de edad, tuvieron dudas acerca de sus habilidades. “Llegué a un acuerdo con mi jefe, donde él me daría la oportunidad de probarme y si no le gustaba, pues me retiraba”. Cedillo no solamente se quedó, sino que comenzó a demostrar su destreza y liderazgo. A los dos años y con tan solo 26 años lo hicieron CFO, rol que desempeñó y que lo llevó a sus 30 años a formar parte de la primera adquisición de Metalsa en Roanoke, Virginia.

Posteriormente, y concluido su período, la empresa lo mandó como copartícipe a que realizara una Maestría en Administración en el SLOAN Program en Stanford (un programa para ejecutivos con 10 o más años de experiencia). A su regreso él y los Coordinadores (en Metalsa no existen los títulos, ya que ayuda a quitar las diferencias y apoya a la movilidad de la gente) de la compañía se dieron cuenta de que no tenía el perfil de un Contador y que realmente disfrutaba involucrarse en otros temas y aprender de los demás. Por ello le dieron la oportunidad de operar como Coordinador Comercial y lo mandaron a vivir a Detroit, Michigan.

De regreso en Monterrey lo promovieron a Coordinador de Desarrollo Estratégico, puesto en el que le tocó a Metalsa ganar el Premio Nacional de Tecnología 2005. Finalmente en el 2009, después de la partida de su



“ Un CEO debe saber qué esperar de cada quien y ayudar al empleado a dar lo mejor de sí, teniendo siempre en cuenta la congruencia de decir lo mismo que se hace, pues la palabra puede convencer, pero las acciones son las que arrasan ”

jefe lo nombraron CEO de Metalsa; cargo que a sus 40 años ha llevado al pie de la letra, impulsando ideas innovadoras que han trascendido dentro y fuera de la empresa.

Su plan revolucionario

En estos tres años Polo se ha ocupado de modificar y crear nuevas culturas de trabajo. Una de ellas es generar un ambiente de colaboración, de surgimiento de ideas y no de castigo a los errores que emergen dentro de la organización. “Un CEO debe ser como un Director de Orquesta, que sabe qué música debe de venir de cada instrumento y ayudar al músico para que logre sus mejores notas”. Afirma que los valores más importantes que le han dado el éxito y resultados en Metalsa son la humildad de compartir y aprender de otros, además de la congruencia de decir lo mismo que se hace, pues asegura que “la palabra puede convencer, pero las acciones son las que arrasan”.

Otro modelo de trabajo que pretende implementar en todas las plantas que dirige a nivel mundial (EU, México, Venezuela, Brasil, Argentina, Reino Unido, Alemania, India, China, Japón, Australia y próximamente Tailandia) es que los empleados se identifiquen y puedan tener más poder sobre la empresa, con la posibilidad de colaborar libremente y sintiendo una mayor seguridad, ya que al hacerlo, la persona puede tomar decisiones más

rápido, dando por resultado una compañía ágil y comprometida. Explica que uno de los problemas más grandes de México es que se trata a los empleados como trabajadores en tiempos buenos, y como socios en tiempos de crisis. Por ello, dice que “queremos que la gente de Metalsa sienta que la empresa es suya”, ya que la idea es hacerla más grande y poderla repartir entre todos, pues “esto hace que la organización esté alineada no hacia el jefe, sino hacia todos”.

Polo sabe que si Metalsa ha tenido éxito es porque no está basada sobre liderazgos mesiánicos o iluminados. El sistema funciona con todas estas características organizacionales que permiten que se den las cosas. “A final de cuenta las empresas con los puros fierros no existen, necesitas de las personas”.

Su reto es cambiar el grado de complejidad de agregar voluntades, en este caso, de sumar a los diferentes empleados y darles a entender que los objetivos de Metalsa deben de estar alineados con sus metas personales. Sin embargo, afirma que no es sencillo, ya que la empatía y humildad es difícil de aplicar con toda la mezcla de culturas. “Uno siempre cree que está lo suficiente abierto para aprender del mundo”, la diferencia es tener la disposición de hacerlo. Un ejemplo de ello fue un suceso que vivió en la planta de India, cuando les pidió a los operarios que limpiaran su celda, éstos alegaron que ese rol no les pertenecía a ellos sino a las

castas, sintiéndose ofendidos que un mexicano llegara y les dijera que eso no existe. “Uno piensa que todos somos iguales, pero cuando te pones en sus zapatos, sabes que al operario le tomó varias reencarnaciones subir de casta”. Así que por respeto debes entender y tratar de sacar el resultado óptimo de la ecuación, asimilando la situación y restricciones del país. Vivencias como ésta le ha tocado experimentar en las 27 plantas y oficinas que dirige en el mundo.

“ Mi fin es la familia, por eso nada está por encima de ella ”

Esposo, padre y amigo

Cedillo está consciente que el trabajo es un medio y que nunca va a ser para siempre, por eso afirma: “mi fin es la familia”. Basado en este principio, siempre ha tratado de equilibrar su vida familiar. Hace tres años, cuando recibió la carga adicional de trabajo que desempeña, junto con el debido proceso de integración, platicó con su esposa y le planteó la idea de irse a vivir a Texas para que él pudiera desplazarse mejor entre los diferentes países y plantas que lidera. De esta manera su esposa y tres hijos viven agradablemente y pueden desarrollarse en la parte multicultural. “No voy a dejar que el trabajo esté por encima de mi familia”.

Pero, ¿cómo logra esta mezcla? Entre semana normalmente se encuentra viajando, en juntas y tratando con gente. Los viernes por la noche vuela de regreso a su casa y se desconecta de cualquier asunto laboral, por lo que pasa cada hora y minuto con su familia. Los domingos por la noche se reactiva su itinerario y regresa a México o al país correspondiente.

Por otro lado, está consciente de que este ritmo de vida es finito, ya que considera que esta posición necesita cambios, “hay que ponerle *refresh* a veces al liderazgo para que salgan otras áreas que uno inconscientemente está comprimiendo, sin dejar que se desarrollen”.

En un futuro le gustaría pertenecer o hacer algo trascendental, pues cree firmemente



Polo en corto...

- Ética:** Una sola
- Dirigir:** Escuchar
- Empresario:** No tecnócrata
- Película:** *La lista de Schindler*
- Libro:** *Man's search for meaning*, de Viktor Frankl
- Frase:** “El poder de Dios es tan grande como la voluntad del hombre”

que en el país hay muchas cosas por mejorar y que está en las manos de todos los ciudadanos hacerlo. Sugiere que todo aquel que desee lograr algo en la vida debe tener fija una visión. “Necesitas visualizarte y preguntarte en dónde me veo y qué quiero para los siguientes diez años”. Pensar cómo lo estás haciendo y qué necesitas para alcanzarlo.

Concluye que no son los puestos, reconocimientos o dinero lo que le ha dado la total satisfacción en su vida, sino todas aquellas

acciones que ha logrado cambiar en la vida de otros, trascendiendo y sembrando en ellos un ejemplo. “La felicidad ocurre en estos eventos de trascendencia relacionados con dar, no específicamente en especie, sino de ti, ya sea con conocimiento, tiempo o apoyo emocional”. Estos ejemplos generan una paz interior que hoy en día siente en su vida y que está trabajando por comunicar entre los miembros de Metalsa.▼



**Corona
Extra**



HECHO EN MEXICO



CERVECERIA MODELO,
MEXICO, D.F.



**Corona[®]
Extra**

01 800 466 3356

TODO CON MEDIDA 083300201C1481



Tecnología e innovación

EL PRIMER LABORATORIO SIEMENS DE BAJO VOLTAJE

Por **Lucía Quintanilla**

En 1895 la empresa alemana Siemens abrió sus puertas en México para iluminar el Paseo de la Reforma y construir la Central Termoeléctrica de Nonoalco, así como la hidroeléctrica Necaxa (central que aún se encuentra en funcionamiento). 117 años después, la compañía cuenta con 13 plantas productivas en territorio nacional, filiales en varios países latinoamericanos y la subsidiaria Osram.



Instalaciones del nuevo Centro de Investigación y Desarrollo Siemens

Con más de ocho mil colaboradores, Siemens se ha destacado por su innovación en las respuestas que ofrece a los grandes retos de la actualidad, especialmente en los rubros de infraestructura, energía, industria y salud. Gracias a su fórmula de trabajo genera innovación con un equipo de 27 mil 800 investigadores localizados en 150 centros alrededor del mundo. En el 2011 invirtió cerca de cuatro mil millones de euros en investigación y patentó ocho mil 600 invenciones en los campos de energía, industria y cuidado de la salud.

Como parte de la visión de crecimiento para México y Centroamérica, el 13 de enero de 2012 Siemens inauguró su primer Centro de Investigación y Desarrollo (R&D) para la línea de Bajo Voltaje, único en su tipo en nuestro continente. Seleccionó a Siemens Monterrey como el recinto más idóneo para investigaciones en América, debido a su potencial como región industrial y ubicación próxima a EU, mercado al que exporta alrededor de 80% de los productos creados y manufacturados en México. Esto permitirá una logística más eficiente al concentrar operaciones, generando sustanciales ahorros en tiempo y dinero.

El centro cuenta con inversiones que superan los 300 millones de pesos, que serán utilizados en el financiamiento de diseños para la nueva generación de la línea de productos de Bajo Voltaje. Además, buscan contribuir al fortalecimiento del desarrollo de la

propiedad intelectual mexicana mediante investigaciones e invenciones que patentarán a nivel mundial. Por el momento el centro aloja aproximadamente 80 empleados en tres áreas: Ingeniería de Producto, Desarrollo y Laboratorio. La primera se enfoca a optimizar y robustecer los productos actuales, la siguiente a desarrollar nuevos proyectos de manufactura y el último a la investigación de componentes eléctricos, como interruptores de accionamiento manual o disyuntores electromagnéticos industriales y residenciales.

Por otro lado, Siemens busca vincular a la comunidad académica regiomontana a fin de que diferentes institutos tecnológicos y universidades realicen acuerdos de investigación en conjunto con la empresa, lo cual cerrará el trecho que existe entre la formación educativa de los ingenieros y las necesidades de la industria eléctrica.

La compañía contratará a 140 ingenieros de todos los ramos y grados en los próximos tres años, quienes diseñarán y desarrollarán productos de alta eficiencia eléctrica que se comercializarán en otras plantas a nivel global. Esta apertura pretende reafirmar su compromiso con México a través del depósito de su confianza en el talento nacional, así como en sus prestigiadas instituciones académicas. Asimismo, la inauguración del Centro de Investigación representa la atracción de grandes y nuevas inversiones.

Por último, se impulsará el desarrollo sostenible e incrementará la calidad de vida de las personas con acciones concretas, respondiendo siempre a sus valores corporativos: responsabilidad, excelencia e innovación, manteniendo los más altos estándares de ética dentro y fuera de la compañía. ▼



En el 2011 patentó ocho mil 600 invenciones en energía, industria y salud

Agradecemos a Siemens por la valiosa información.



Facturación Moderna

Del papel a Internet



Autorización SAT:
58077

Somos tu mejor opción para la expedición
de tus **facturas electrónicas**



Comprobantes Fiscales Digitales por Internet CFDI

Sistema Pro para emisión de comprobantes fiscales de tipo ingreso, egreso y traslado con modalidad multiusuario y manejo de sucursales, además de la integración de catálogos de clientes y productos.



Comprobantes Fiscales Digitales por Internet CFDI WS

¿Ya cuentas con un sistema de facturación o ERP?
Timbra con nosotros y convierte tus comprobantes fiscales en CFDI.



Código de Barras Bidimensional CBB

¿Eres contribuyente que no supera los 4 millones de ingresos al año? Esta solución es para ti.



Addendas

Contamos con las addendas de las principales cadenas comerciales.



ventas@facturacionmoderna.com



Lada sin costo: 01 800 260 5000

Monterrey: (81) 83 56 68 67 - Guadalajara: (33) 47 37 08 94 - D.F.: (55) 5207 9879 - Puebla: (22) 2887 2157 - Oaxaca: (951) 132 8000

www.FacturacionModerna.com



Mercados de rápido crecimiento

**Víctor Soulé**

Socio Director Región Noreste Ernst & Young México.

VÍA RÁPIDA HACIA LA IMPORTANCIA ECONÓMICA GLOBAL

El actual panorama financiero mundial plantea desafíos y ofrece un entorno inestable para la comunidad de negocios. No obstante, las empresas que buscan nuevas fuentes de crecimiento y utilidades cuentan con una opción más amplia de escenarios de lo que podrían haber supuesto.

Con el objetivo de realizar un estudio sobre las economías de los 25 países que se consideran mercados de rápido crecimiento (RGM, por sus siglas en inglés), Ernst & Young analizó dichas poblaciones de un cierto tamaño que exhiben un sólido potencial de crecimiento y son, o podrían ser, de importancia estratégica para los negocios.*

De tal forma, al igual que Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica (BRICS), Europa Oriental y América Latina deberían haberse unido ya a Asia en los radares de las empresas. Otros países comprendidos en la lista, como Ghana, Qatar y Vietnam, podrían no ser tan obvios para todos, pero cada uno de ellos ha cumplido satisfactoriamente criterios como: crecimiento sólido demostrado, importancia estratégica para los negocios, potencial a futuro, y contar con una economía y población suficientemente grandes.

Sin que constituya una sorpresa, Brasil, Rusia, India y China son los principales mercados de rápido crecimiento y se ubican entre los 16 que podrían ingresar en una lista de las 30 principales economías del mundo. No obstante, las naciones de Medio Oriente, África y Europa emergente han estado entre las de más rápido crecimiento durante los últimos diez años. Considerados en conjunto, han crecido aproximadamente 5.4% por año durante la última década, rebasando las tres veces más rápido que las economías avanzadas.

Los RGM son parte de la economía mundial, no están aislados de ella. Aunque el informe señala que los mercados de rápido crecimiento podrán sortear la crisis económica, se espera que su tasa de crecimiento general se reduzca a la mitad en 2013 si la eurozona entrara en recesión tras iniciar el cese de pagos de la deuda soberana, lo que originaría una tensión adicional en el sector

bancario y daría paso a que se estancara el crecimiento en Estados Unidos. Esto podría otorgar a las empresas que consideran nuevas inversiones o desean aumentar sus compromisos existentes con los mercados de rápido crecimiento, alguna base para efectuar una pausa.

La incertidumbre acerca del panorama económico es inquietante para cualquier Consejo de Administración. No obstante, aunque los mercados de rápido crecimiento se verían afectados por este escenario de recesión en las economías avanzadas, es reconfortante la estimación del informe de que alcanzarían una tasa de crecimiento de 3.2% en 2013.

Específicamente para el caso de México, los datos del PIB en el segundo trimestre de 2011 confirmaron la desaceleración moderada que comenzó el primer trimestre. En términos ajustados estacionalmente, el PIB del segundo trimestre aumentó 1.1% en el trimestre y 3.6% en el año. Sin embargo, se observó una pérdida de impulso en el tercer trimestre, puesto que la actividad industrial, principal impulsor en los últimos meses, tuvo dificultades para lograr algún progreso en junio y julio.

Dado que el último trimestre de 2011 la inflación cerró en 3.8%, es probable que las tasas de interés se mantengan estables en 4.5% durante buena parte del 2012. No obstante, si las perspectivas de crecimiento experimentan un deterioro adicional, podría ocasionarse una reducción de tasas a fines del año. El peso ha sufrido el efecto del creciente panorama sombrío que rodea a la economía estadounidense, pero no debería desencadenar preocupaciones por la inflación.▼



*Si desea conocer más sobre este estudio consulte www.ey.com/mx ➔



EGADE[®]
Business School
TECNOLÓGICO DE MONTERREY

La mejor Escuela de Negocios de Latinoamérica



Escuela de Negocios #1 en Latinoamérica
en proyección internacional.



Líder en México por su enfoque innovador en
la preparación de sus alumnos para los retos
sociales y ambientales a nivel global.



OneMBA, programa líder en Latinoamérica,
sobresaliente por su networking internacional
y el progreso en sueldos de sus egresados.



La EGADE Business School ofrece los siguientes programas:

- MBA
- OneMBA
- MBA in Global Business and Strategy
- Master in International Business
- Maestría en Mercadotecnia
- Maestría en Finanzas
- Maestría en Dirección para la Manufactura
- Especialidad en Administración de Servicios
- Especialidad en Administración Financiera
- Doctorado en Ciencias Administrativas

La EGADE Business School en Monterrey, fue la primer escuela en México en recibir la prestigiosa "triple corona" de acreditaciones internacionales.

Comunícate con nosotros para recibir más información sobre nuestra oferta académica en EGADE Business School, Monterrey.

Más información:
Tel. (81) 8625 6031
admisiones.egade@itesm.mx

f EGADEBusinessSchool
t @egadeneews

MINDS IGNITING CHANGE
www.egade.mx



Oportunidad de inversión

INDUSTRIA AUTOMOTRIZ MEXICANA

Por **Óscar Silva**
Director de la Práctica de
Transaction Services en KPMG México

La industria automotriz mexicana ha sido una de las grandes ganadoras en el proceso de sustitución de producción existente en los últimos años, el cual ha implicado la transferencia de producción de países desarrollados a otros en desarrollo. Esto es evidente si analizamos la tasa compuesta de crecimiento promedio (TCCP) para el periodo 2006-2010, donde identificamos que las naciones desarrolladas han experimentado tasas negativas de crecimiento en todos los casos y los Estados en desarrollo han presentado tasas positivas, salvo Rusia.

Para México este proceso de transferencia de producción fortalecido por el TLCAN, ha conllevado un alto flujo de inversiones y un incremento de 65% en la producción de vehículos en el periodo 1999-2011.

La producción acumulada de 2011 registró un incremento de 13.1% respecto de los niveles acumulados a diciembre de 2010 para un total de dos millones 557 mil 550 vehículos producidos en 2011. Este registro representa niveles de producción históricos para la industria, de acuerdo a estadísticas de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA). Las exportaciones y ventas internas crecieron 13.6% y 10.4%, respectivamente. México ha trabajado en diversificar sus exportaciones y disminuir su dependencia de Estados Unidos (las exportaciones a este país han pasado de 71% en 2008 a cerca de 64% en 2011).

En 2010 México fue el noveno productor mundial de automóviles y sirvió como plataforma exportadora para muchos de los más importantes productores de automóviles y sus proveedores; en la evaluación del cierre



del 2011 se espera una tendencia aún más dinámica en el comparativo internacional.

A medida que la industria avanza las opciones para invertir continúan siendo interesantes. Debido a las ventajas que México ofrece, recientemente muchos competidores importantes han anunciado planes para entrar al mercado mexicano o expandir sus actuales operaciones. Relevantes empresas que fabrican vehículos, al igual que numerosos proveedores han anunciado que harán o consideran realizar muy significativas inversiones en nuestro país, lo cual habla de una industria en crecimiento que permanecerá siendo atractiva como plataforma exportadora y mercado local.

Aunque muy dinámico e interesante, el mercado mexicano también puede presentar importantes retos. Las diferencias regionales en costos, acceso a mercados meta, infraestructura, incentivos gubernamentales y disponibilidad de materias primas, así como mano de obra, entre otros factores, pueden impactar sustancialmente el prospecto y resultados de una inversión. Por ejemplo, un nuevo productor o proveedor que decide relocalizar una planta, puede encontrar di-

ferencias regionales que podrían significar hasta 30% de variación en sus costos. Asimismo, la correcta negociación de incentivos con gobiernos estatales y municipales, y la identificación de sindicatos que compartan una visión de negocios en las distintas regiones, pueden ser la diferencia entre una inversión rentable y una fallida. Por lo tanto, una evaluación detallada de estas variables combinadas con un fuerte entendimiento del ambiente local, son indispensables para una inversión exitosa en un entorno que aunque muy atractivo, puede resultar complejo si no se le evalúa exhaustivamente.♥

En 2011, de acuerdo a estadísticas de la AMIA, México registró niveles históricos para la industria automotriz: dos millones 557 mil 550 vehículos fueron la producción acumulada (13.1% mayor respecto del 2010) y en cuanto a las exportaciones y ventas internas hubo un incremento de 13.6% y 10.4%, respectivamente.




Paradise
PLAYA DEL CARMEN
LA PERLA & LA ESMERALDA



La marca Paradise Resorts todo incluido de cinco estrellas está expandiendo su cartera con dos nuevas propiedades en México, cuya apertura está prevista para Noviembre de 2011. Los nuevos resorts estarán situados en la famosa Playa del Carmen, en la costa oriental caribeña de México. **Paradise Playa del Carmen La Perla** será un hotel creado exclusivamente para adultos, mientras que **Paradise Playa del Carmen La Esmeralda** ha sido diseñado para el disfrute de grandes y pequeños.

Paradise Playa del Carmen La Esmeralda dispondrá de 512 lujosas suites, incluyendo 122 Family Concierge Suites y dos Suites Presidenciales. Los clientes alojados en Family Concierge disfrutarán de comodidades superiores como un lounge privado para check-in y check-out, detalles para los más pequeños, productos de baño "anti-rotura", servicio de descubierta con leche y galletas, exclusivas actividades y excursiones familiares.

Paradise Playa del Carmen La Perla sólo para adultos dispondrá de 394 elegantes suites, incluyendo 122 Suites Royal Service y dos Suites Presidenciales de Royal Service. Los clientes que se alojen en la zona Royal Service del hotel, disfrutarán de lujos exclusivos como bar y piscina privados rodeados de palapas y camas balinesas, además de una playa privada. Un servicio discreto y eficiente de mayordomía le ofrecerá servicios tales como reservas preferentes en restaurantes de especialidades, tratamientos de spa, actividades y excursiones. Ambos hoteles dispondrán, además, de las nuevas swim-up Suites, exclusivas de la marca, con jardín privado, camas balinesas y acceso directo a la piscina.

Los dos nuevos resorts ofrecerán espectaculares piscinas de forma libre y paisajes artísticamente diseñados y desarrollados en la inmensa tranquilidad de Playa del Carmen. Los clientes en búsqueda de descanso, relajación y rejuvenecimiento, podrán disfrutar de los servicios del YHI Spa y Health Club en sus más de 1.800 m² de instalaciones, que ofrecerán los tratamientos de spa más innovadores, un salón de belleza con todos los servicios, equipos de última generación, las orientaciones de sus entrenadores personales y entrenamientos especiales como los orientados a parejas, clases de grupo y programas de

bienestar individuales personalizados diseñados para alcanzar los objetivos de cuerpo y mente de los clientes y para que puedan disfrutar al máximo durante su estancia.

El Zócalo, una zona común compartida por los dos resorts, será el centro de los 12 restaurantes en el que ambos hoteles ofrecerán una excepcional variedad de cocina Internacional, bares y el GABI Club exclusivo de la marca. En GABI, los clientes pueden beber y cenar en un entorno moderno informal donde bar, restaurante y playa se unen en armonía para una experiencia única de Paradise.

Paradise Resorts ofrece hoteles sofisticados de lujo todo incluido, que pertenecen y están gestionados por la marca española Meliá Hotels International, una de las más prestigiosas compañías hoteleras del mundo.



Paradise Playa del Carmen La Perla
Sólo para adultos

Apertura 15 de Noviembre, 2011



Paradise Playa del Carmen
La Esmeralda
Apertura 30 de Noviembre, 2011



Para solicitar información,
contacte a su agencia de viajes,
llame al 01 800 90 171 00 o
visite PARADISUS.COM

México y la industria automotriz

La automotriz es una de las industrias eje de la economía en países emergentes como México y a su vez en naciones de primer mundo.

**Por Lic. Ricardo Castro Garza
Socio de Baker & McKenzie**

En las últimas décadas hemos visto que a pesar de las distintas crisis económicas a nivel global, la industria automotriz ha seguido buscando cómo sobrevivir, consolidar sus operaciones y encontrar nuevas áreas de oportunidad, incursionando en los mercados con ideas innovadoras y lo último en tecnología. Sin duda alguna, las principales armadoras adaptan sus estrategias globales en busca de países que les garanticen alcanzar sus metas en el menor tiempo y costo posible. De esta forma México representaba una alternativa muy importante para invertir, por el bajo costo de la mano de obra; actualmente nuestro país sigue representando un lugar muy atractivo para invertir, ahora no solo por las ventajas económicas, sino principalmente por la mano de obra altamente calificada. Asimismo, a diferencia de otros países, cuenta con la infraestructura adecuada, al igual que la experiencia y madurez de las organizaciones empresariales y sindicales para adaptarse a las necesidades y requerimientos de las multinacionales que compiten con Brasil, Alemania, India, China y Estados Unidos, entre otros, sin duda significa una relevante ventaja competitiva.

Ahora bien, no obstante que en México aún no tenemos reformas estructurales en materia laboral, las autoridades federales, al emitir criterios jurisprudenciales, han estado modificando nuestra legislación laboral, haciendo que las relaciones obrero-patronales sean mucho más dinámicas y, por ende, permanezcan en constante movimiento. Desde

hace aproximadamente 15 años se han investigado en países como Alemania, Brasil, Canadá, China, EU, India, Japón, Polonia, República Checa, Singapur y Suiza, entre otros, las mejores prácticas laborales para adaptarlas a las mexicanas y así competir globalmente. Desde muchos años atrás las principales armadoras mundiales ya se encuentran desarrollando sus actividades en México, comparando siempre los resultados en términos de productividad.

Por otra parte, para una empresa multinacional líder en el sector automotriz, siempre será importante contar en su equipo con una firma multidisciplinaria que tenga en sus filas especialistas para esta industria, con conocimiento profundo de la legislación aplicable en todas las áreas que requiere una compañía exclusivamente dedicada a la industria automotriz e integrada por abogados, contadores, economistas y expertos en la materia; expertos que también puedan determinar hacia dónde se dirige el

futuro del mercado automotriz, de tal suerte que el conocimiento local donde se encuentran produciendo los bienes y servicios, así como la visión global de la industria, les permitan alcanzar los objetivos propuestos de manera óptima.

Finalmente, la posición que ocupó como representante de la región en el Comité Global de Baker & McKenzie enfocado exclusivamente a la industria automotriz, me permite contar con información privilegiada para entender el comportamiento del mercado y pronosticar su futuro, por lo cual considero que el panorama de esta industria a nivel global y, en especial en México, puede ser muy positivo, siempre y cuando las empresas relacionadas cuenten con datos confiables que las posibilite para encontrar la mejor estrategia, desde todos los puntos de vista: legal, político y económico, en el logro de sus metas, generando así las utilidades y empleos esperados, también en beneficio de la comunidad donde se encuentran.♥





Los mejores eventos
se hacen en:

CINTERMEX

- Congresos y Convenciones
- Exposiciones de Consumo y Especialidad
- Desayunos de Negocios
- Eventos Sociales
- Presentación de Productos
- Eventos de Capacitación

Infraestructura sustentable, imagen atractiva,
personal experimentado, servicios integrados y
profesionalismo que en conjunto, son parte de
un gran evento.

Síguenos en:



Cintermex



@cintermexmty



Canal:

CintermexMonterrey



www.cintermex.com



La Bolsa de Valores

EL EXCITANTE VIAJE PARA COTIZAR EN ELLA

Por César Garza
Socio en Deloitte

Transformar su empresa de privada a pública a través de una colocación de acciones en los mercados de capitales, es una de las experiencias más emocionantes, pero también más demandantes que la alta gerencia de una compañía puede experimentar en el mundo de los negocios. Salir a Bolsa en el momento correcto, habiendo pasado por un adecuado proceso de planeación, preparación y ejecución de la salida, mejor conocida como Oferta Pública Inicial, es la fórmula adecuada para experimentar la captación de flujos de capital que apalanquen el crecimiento del negocio y maximicen el valor de la inversión de los accionistas; ade-

han conjuntado las condiciones inmejorables para emitir acciones y levantar el capital que requieren, aplicándolo a financiar el desarrollo de sus proyectos mineros y a la adquisición de nuevos activos.

Sin importar el método que se elija para ir a Bolsa, usted debe saber que mucha información operativa, financiera y legal de su empresa será necesaria por los reguladores del mercado si se decide por esta opción, pues lo que está ofreciendo a cambio de recursos financieros frescos es una porción del capital contable de su empresa, lo que dará lugar a un proceso de administración, rendición de cuentas y toma de decisiones distinto del que venía ocurriendo en su negocio.

Sin ser exhaustivos, usted y su equipo de asesores deberán proporcionar información básica de carácter financiero (entre otra: es-



más de la captación de recursos también aumentará la exposición de la empresa y sus principales ejecutivos, aunado a una mejora sustancial en su imagen y prestigio al emprender este viaje. Desafortunadamente los casos en el lado opuesto suelen ser frecuentes: malas experiencias producto de un proceso erróneamente llevado, que dio lugar a una decisión adecuada quizá, pero ejecutada en el peor momento. Si usted está inmerso en un proceso de toma de decisión para ir a Bolsa, o bien, si la salida a Bolsa es una alternativa bajo análisis, entonces se encuentra frente al momento para integrar al equipo adecuado en la organización, y a sus asesores de negocios externos para que lo acompañen en esta excitante travesía.

En los últimos años las empresas mineras han realizado el mayor número de colocación de acciones en los mercados de capitales internacionales, pues dichas empresas están tomando ventaja de las actuales condiciones del mercado, con precios internacionales de los metales preciosos en máximos históricos; entonces, para ellas se

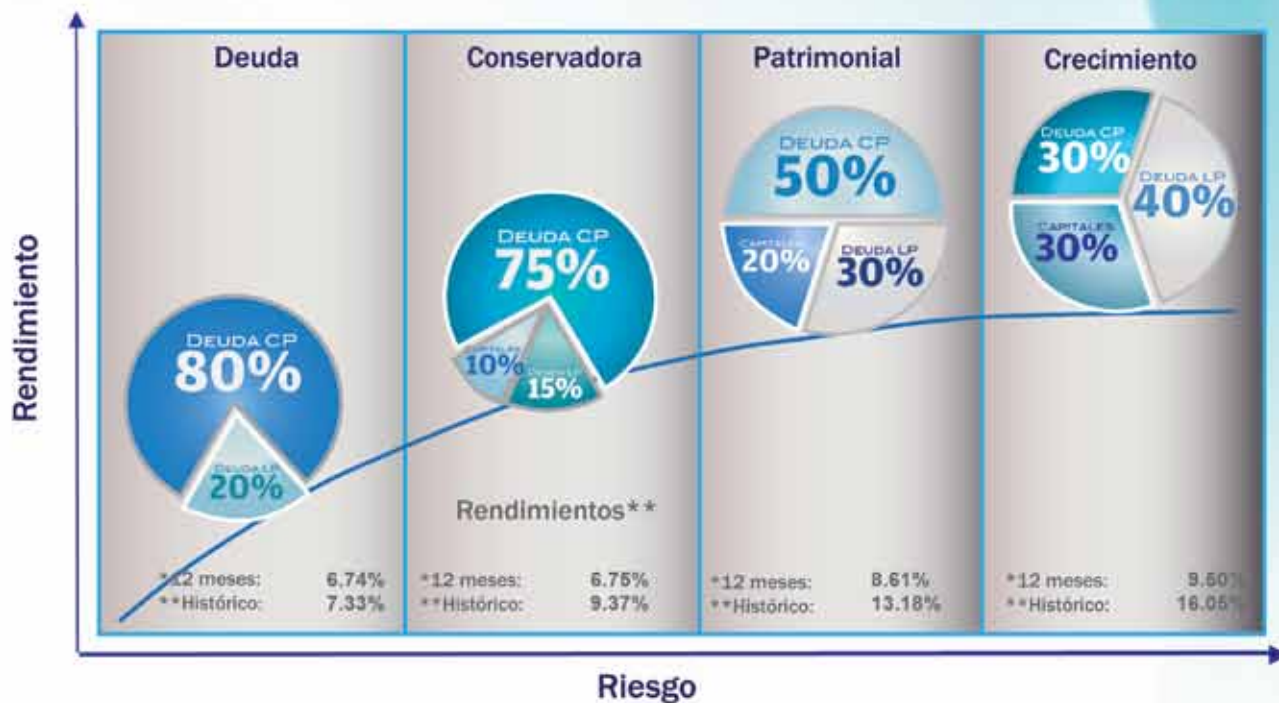
tados financieros de los últimos tres años, auditados por una firma de prestigio), en adición a datos financieros a fechas intermedias (auditados o no), y a la información legal y operativa que describan las características de su empresa en el prospecto de colocación. Ahora bien, dependiendo el país del mercado de capitales que esté buscando, podría serle requerido algo adicional a partir de normas de información financiera distintas a las que usted y su equipo están acostumbrados a preparar.

Por lo anterior, si le interesa entrar en esta dinámica y piensa que su empresa reúne el perfil para emprenderla, es importante que con oportunidad considere rodearse de los mejores asesores de negocios, que reúnan la experiencia en la industria en la que opera, para llevar a cabo el proceso de transformación de privada a pública, de modo que aunque parezca paradójico, esto le ayude a ahorrar tiempo, dinero, y esfuerzo, además de impulsarlo para alcanzar la visión que tiene de su organización.♥

Tu Futuro. Nuestro Presente.

Estrategias de Inversión

El portafolio sugerido al cliente es aquel que mejor establece la relación riesgo-rendimiento según sus necesidades.



Exposición neutral en distintos portafollos modelo

*Rendimientos 12 meses anualizados antes de impuestos y comisiones de administración al 31.Ene.12

**Históricos: Deuda del 01.Jun.09 al 31.Ene.12

Conservadora, Patrimonial y Crecimiento del 03.Oct.08 al 31.Ene.12



Visión de un mexicano

ACERCA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ NACIONAL

Hoy la industria automotriz de México es uno de los principales sectores de exportación y receptor de inversión extranjera directa en el país. Tan solo el año pasado tuvo las cifras más altas en producción y exportación de su historia. De acuerdo a datos de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA), se fabricaron más de dos millones 557 mil 550 vehículos y rompieron la “Barrera” de los más de dos millones de vehículos de venta al exterior con dos millones 143 mil 879 unidades. Estas exportaciones convierten a nuestro país en el exportador número uno de autopartes hacia los Estados Unidos. El año pasado se tuvo un incremento de casi 15%, respecto del 2010, partiendo de la premisa de que se produjeron alrededor de dos millones 260 mil 780 unidades.

La industria automotriz en nuestro país es grande: es el noveno ensamblador de automóviles y camiones comerciales en el mundo y cuenta con 15 plantas ensambladoras de vehículos y/o camionetas y ocho plantas armadoras de vehículos comerciales y/o camiones. Asimismo, el 2012 se vislumbra como un año de incremento en la producción ante una mayor estabilidad de la economía norteamericana. Igualmente, en lo que a inversión extranjera se refiere, el arribo a nuestro país de dos plantas armadoras nuevas en el estado de Guanajuato (Honda y Mazda) y una expansión (espejo) en la planta de Nissan en Aguascalientes, sin duda incrementarán la producción de la industria de autopartes una vez que estas plantas comiencen sus operaciones. Probablemente a partir del 2013 veremos reflejadas las exportaciones e incremento en la proveeduría y líneas de abastecimiento de las plantas antes mencionadas.

Estoy plenamente convencido de que la industria automotriz será un importante detonador en algunas regiones del país, no solo por la llegada de las nuevas armadoras, sino por el incremento en la producción y proveeduría a las empresas de autopartes Tier 1, 2 y 3. También cabe mencionar que estarán arribando al país, casi simultáneamente a las plantas armadoras de sus clientes. Sin duda, creo que la industria de autopartes en México pudiera tomar ventaja de esta ventana de oportunidad que se acerca principalmente en la zona centro de nuestro territorio.

Por otro lado, según datos del Cluster Automotriz

(CLAUT), la industria mexicana de autopartes produjo más de 62 mil millones de dólares, de los que poco más de 34 mil proviene de exportaciones. Es importante destacar, que de acuerdo a reportes de la industria, tan solo el año pasado las exportaciones aumentaron 6.7% a EU y 11.7% a Canadá. En cuanto a las exportaciones a Latinoamérica, el incremento fue de más de 50% y de 23.9% a Europa. Buena parte de estas cifras se deben a mayor venta de autos en EU, con 10.2% más respecto del 2010, cuando se vendieron 12 millones 743 mil 350 vehículos.

En conclusión, la industria automotriz nacional es un sector que no solo acrecienta sus ventas cada año, sino que a su vez, está lleno de oportunidades. Esta industria en México continúa con una alta dependencia de la importación de algunos de sus productos, llegando hasta 39% de la industria de autopartes. El hecho de que nuestro país tenga una red de 13 tratados comerciales con 46 países, nos permite una posición geográfica privilegiada, siendo así una plataforma idónea de autopartes tanto para América del Norte, como para el Mercosur y la Unión Europea. ▼



Samuel Peña Guzmán

Licenciado en Derecho por el Tec de Monterrey con Maestría en Derecho Internacional por la American University, Washington College of Law y Maestría en Administración Pública (MPA) por la George Washington University. Ha sido catedrático de Derecho Internacional Público y Privado de la UANL. Actualmente es abogado y representante del Gobierno de Zacatecas en Nuevo León.

SUBASTA PÚBLICA SIN RESERVA

Gran Subasta Nacional en México

28 de marzo de 2012



4 2008 CATERPILLAR D8T



4 DE 5 2007 CATERPILLAR 730 6X6



3 2006 INTERNATIONAL 4400SB C/BOMBA DE CONCRETO PUTZMEISTER M287



1 DE 6 2012 FREIGHTLINER CASCADIA 6X4 Y
5 DE 12 GALLEGOS END DUMP TRAILER SIN USAR

PLANEAR POR ADELANTADO LE TRAE MEJORES RESULTADOS

LOS DUEÑOS DE LOS EQUIPOS EN ESTE ANUNCIO YA LO HICIERON ¿USTED QUE ESPERA?

Entre más temprano consigne, más compradores potenciales podrán ver su equipo. Cada una de nuestras subastas es respaldada por una campaña publicitaria que llega a cientos de miles de compradores potenciales ¡No pierda la oportunidad de vender su equipo al mundo!

Llámenos hoy y logre mejores resultados en nuestra próxima subasta. 427.266.0909

Torreon: (871) 731 7424
Hermosillo: (662) 280 0198

EL INVENTARIO ACTUAL INCLUYE:

- | | |
|----------------------------------|--------------------------|
| 12 – Tractores Sobre Orugas | 26 – Plataformas |
| 59 – Tractocamiones | ○ Retroexcavadoras |
| 12 – Cargadores Sobre Neumáticos | 64 – Remolques de Volteo |

Para un listado de equipos completo y actualizado, visite

» rbauction.com.mx

SITIO DE LA SUBASTA:

Carr. Polotitlán - La Estación No. 6, Col. Centro, 54200 Polotitlán, Edo. de México, México

La subasta comienza a las 9 AM



Redes sociales en el MKT

¿CUÁNTOS LIKES DEBE TENER UNA FAN PAGE?

Por Staff PLAYERS of life*



Las redes sociales sin duda han tomado su lugar. Las marcas que se están uniendo a ellas aumentan exponencialmente. Si de Facebook se trata, las Fan Pages cumplen un papel extraordinario.

Comúnmente la mayoría de las empresas evalúan su éxito en estos medios, según el número de fans o *likes* que tienen, basando en ello cuáles serán sus objetivos y metas a largo plazo. ¿Es acaso esta cifra el factor más importante a considerar?

Una de las ventajas primordiales de unirse a Facebook es conocer a los consumidores leales e interactuar con ellos. Pero no todos los que seleccionan *like* tienen interés en el contenido, pues no lo ven bien, y por ende, no lo comentan. Por eso esta acción no es predominante para medir la influencia adquirida.

Un estudio realizado por Social Essentials, comScore y una plataforma de investigación de Facebook, aborda la utilidad de centrar la atención en los comentarios y *likes*, pero también en la cantidad de veces que la información publicada es compartida de un usuario a otro, es decir, de los fans a sus amigos. La propuesta es prestar especial atención a las redes de contactos que entre sí pueden promover e incrementar la difusión de una compañía.

En esta investigación, enfocada en Starbucks, Bing y Southwest Airlines, se encontraron los tres factores más trascendentes a observar: alcance y frecuencia de menciones de la marca, contenido que se publica y red de amigos de fans.

El alcance o frecuencia se mide a través de los anuncios mostrados en la plataforma, publicidad patrocinada o historias que se comparten entre dos o más personas. El contenido también es importante, pues al momento de publicarse a un usuario le interesa, lo abre, comenta y comparte con sus conocidos; debe ser relevante y coincidir con la demografía de la página, y es ahí donde la red

de amigos de fans implica la extensión de la información de unos a otros en cadena.

Por ejemplo, Bing tenía 1.7 millones de fans, pero el número de sus amigos era de más de 232 millones, por lo que su campo en potencia creció. En sus publicaciones y gracias a esta red, encontraron la manera de llegar también a 232 millones de usuarios para hacer *branding*.

Asimismo, Dynamic Logic argumenta que se debe ver más allá de este número de seguidores fieles, estableciendo como enfoque su alcance, en los vínculos que tienen con más individuos. A pesar de no revelar cifras específicas, afirma que empresas con menor cantidad de éstos, pero que poseen contenido de calidad, cuentan con mayor rating y presencia.♥

Los tres factores más trascendentes a observar en el manejo de las redes sociales son: alcance y frecuencia de menciones de la marca, contenido que se publica y red de amigos de fans.



Fuentes:

www.letusxchange.com
www.clickz.com
www.comscore.com



*En este artículo colaboró Lucía Madero Marroquín

A large graphic of a recycling symbol (three chasing arrows) is set against a dark blue background with a faint globe pattern. Inside the arrows are images of various materials: wood, metal, plastic, and scrap metal. Below the symbol, a globe of the Earth is shown with several arrows pointing outwards, symbolizing global reach.

Recolección de desperdicios ferrosos y no ferrosos a empresas. Comercialización de metales primarios y plásticos.

"RECICLANDO MÉXICO HACIA EL MUNDO ENTERO"

Three white commercial trucks are parked on a pile of orange-colored scrap metal.

www.riisa.com.mx
riisa@riisa.com.mx

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



TPS Armoring

MÁS DE 400 UNIDADES BLINDADAS EN 2011



TPS® Armoring es la principal firma de blindaje automotriz en México, que ha pasado por pruebas de calidad comprobada, como fue el caso de la Secretaría de Seguridad Pública (Licenciada Minerva Bautista), y el más reciente, del Programa Oportunidades en Veracruz (Miguel Ángel Yunes Márquez, Coordinador).

TPS® Armoring, empresa mexicana de blindaje automotriz, miembro fundador de la Asociación Mexicana de Blindadores Automotores (AMBA), fundada en el Estado de Nuevo León hace más de 15 años, se consolidó en el 2011 como la más importante de su industria al vender durante ese año a más de 400 unidades blindadas y generar con ello una aportación a la seguridad en México.

Lo anterior demuestra que la compañía mantiene y busca el liderazgo en la industria, y procura permanentemente mejorar sus procesos, con el uso de material certificado y bajo los mejores estándares de calidad en su instalación. Cuenta con oficinas de representación en el Distrito Federal y Guadalajara, además de una red de distribuidores en toda la República, Estados Unidos, Paraguay y Alemania.

Si bien las camionetas tipo SUV continúan como las unidades más blindadas, ahora TPS® ofrece una gama de siete niveles de protección en la que algunos autos o camionetas de gama media se han incorporado a la oferta, siendo propie-

dad de ejecutivos de grandes empresas, directores de oficinas de Gobierno y directivos de compañías medianas. “No son unidades necesariamente lujosas, sino vehículos con buena tecnología, que no están considerados como de alta gama”.

Hoy el mercado incluye a dueños de pequeños negocios, profesionistas y sus familias, segmento que en opinión de los empresarios del ramo, ha tenido el mayor crecimiento en los últimos cinco años. El vehículo blindado es uno de los tantos elementos que permiten reducir el nivel de riesgo, generando confianza y mejor calidad de vida.

México ocupa el segundo lugar como mercado de blindaje en América Latina, región del mundo más importante en producción de unidades que tienen protección balística. TPS® blindo cerca de la quinta parte de toda la industria del blindaje automotriz registrado oficialmente en el país, lo que habla de su calidad y posicionamiento en el mercado nacional. Es una de las siete compañías que abarcan 50% de la industria, y en el 2011 reportó un alza por encima de la expectativa.♥

MÁS QUE UN
AUTO BLINDADO ES UN **TPS®**

más de 15 años
de experiencia
nos respaldan.



REG. SSP: RA-171-03-11/03/08/035/VI

DISPONIBILIDAD INMEDIATA PARA VENTA Y RENTA DE AUTOS BLINDADOS NUEVOS Y SEMINUEVOS

- Desarrollos tecnológicos propios y lo último en blindaje
- Amplio inventario para entrega inmediata
- Los mejores materiales y acabados
- Garantía automotriz de 2 años o 40 mil km, lo que ocurra primero, de defensa a defensa en todo el país.
- Garantía de blindaje hasta por 7 años*
- Más de 1,800 unidades vendidas en todo el país
- Certificaciones constantes que garantizan la más alta calidad requerida por la industria del blindaje automotriz

NUESTRAS DIVISIONES



ARMORING



RENTAL



XPRESS Service

Importantes clientes como gobiernos federales y estatales, así como grandes corporativos del país, avalan nuestra experiencia.



TPS XPRESS:

Asistencia a clientes 24/7 con respuesta en menos de 72 horas, a través de nuestros 12 talleres móviles y centros de atención en Monterrey, Guadalajara y México.



TPS RENTAL:

Vehículos blindados con el más alto nivel de seguridad, para su renta en cualquier lugar de México.



Monterrey: armoringsmt@tps.com.mx
(81) 8124-6672

México: armoringsm@tps.com.mx
(55) 5359-8059 / 8643

Guadalajara: armoringsgd@tps.com.mx
(33) 1202-2388 / 2389

Chihuahua: armoringsch@tps.com.mx
(614) 290 0640 / 575 7608

*En materiales bulboceros opacos y 3 años en materiales transparentes.



Del MKT a la seguridad social



José Manuel Gómez Porchini

Mexicano. Abogado. Apasionado del Derecho Social. Catedrático en UVM Campus Monterrey y Cumbres, ITESM Campus Monterrey, UANE Plantel Reynosa y UAG Campus Acapulco. Conoce más de él: www.mexicodebesaliradelante.blogspot.com Nos gustaría saber tu opinión: editorial@playersofflife.com

“La mejor publicidad es la que hacen los clientes satisfechos”, Philip Kotler.

Según la definición de Philip Kotler: “el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”. Por lo tanto, en palabras que puedan ser mejor comprendidas, el marketing puede definirse como las acciones realizadas para identificar lo que los clientes necesitan y de esa manera estar en posibilidad de satisfacerlos, promoviendo el intercambio de bienes y servicios, obteniendo una utilidad o beneficio para las empresas que intervienen en los procesos.

Ahora que tenemos una noción de lo que implica, trataremos de transportar las ideas y procesos de marketing al ámbito de la ley, de las necesidades de seguridad social y de los requerimientos de la población.

¿Cómo venderle a la gente que requiere tener seguridad social para gozar de servicio médico y una futura pensión? Definitivamente el joven en plenitud no enfoca sus baterías a pensar en la seguridad social. Por el contrario, el adulto mayor, cuando ve cercana la hora de retirarse ya que sus fuerzas han menguado, busca la manera de contar con este apoyo. Entonces, ¿cómo vender la idea de una seguridad social integral?

Ahí es donde entra lo interesante de gozar de un escape de tanta importancia como estas páginas. Es la

oportunidad de acceder a un mundo insospechado de posibilidades de ser conocido por verdaderos profesionales del marketing que pueden lograr convencer a las autoridades políticas, a la población en general, pero primero que nada, a ellos mismos. Es posible lograr la seguridad social para todos partiendo del gasto, al participar de la sociedad y ya no como anteriormente se hacía desde que fue propuesta por Von Bismark, solo para quienes disfrutaban de una relación laboral formal.

En la actualidad, únicamente los que están sujetos a una relación de trabajo formal tienen derecho a pensión, siempre y cuando cumplan los requisitos del sistema, que en México son más de 10 federales, 31 estatales y rebasan las 30 universidades públicas.

Está usted condenado a permanecer casi como esclavo en un sistema de seguridad social si desea obtener su jubilación. Si cambia de puesto y de sistema, pierde la antigüedad generada y la posibilidad de lograr una pensión. Es un costo demasiado alto por desear un ascenso.

Dicho lo anterior, nada más me resta comentar que ya está lista la propuesta para que mediante los mecanismos necesarios, se tomen tres puntos del IVA y sean transferidos a una cuenta de ahorros de cada uno de los mexicanos para de esta manera disfrutar de seguridad social, con independencia de que quienes reciban este beneficio tengan o no un empleo formal.

Se requiere la voluntad de los que saben de estudios de mercado y mercadotecnia, de marketing, para volverlo una realidad. La propuesta está en la mesa.♥



“ Definitivamente el joven en plenitud no enfoca sus baterías a pensar en la seguridad social. Por el contrario, el adulto mayor, cuando ve cercana la hora de retirarse ya que sus fuerzas han menguado, busca la manera de contar con este apoyo ”

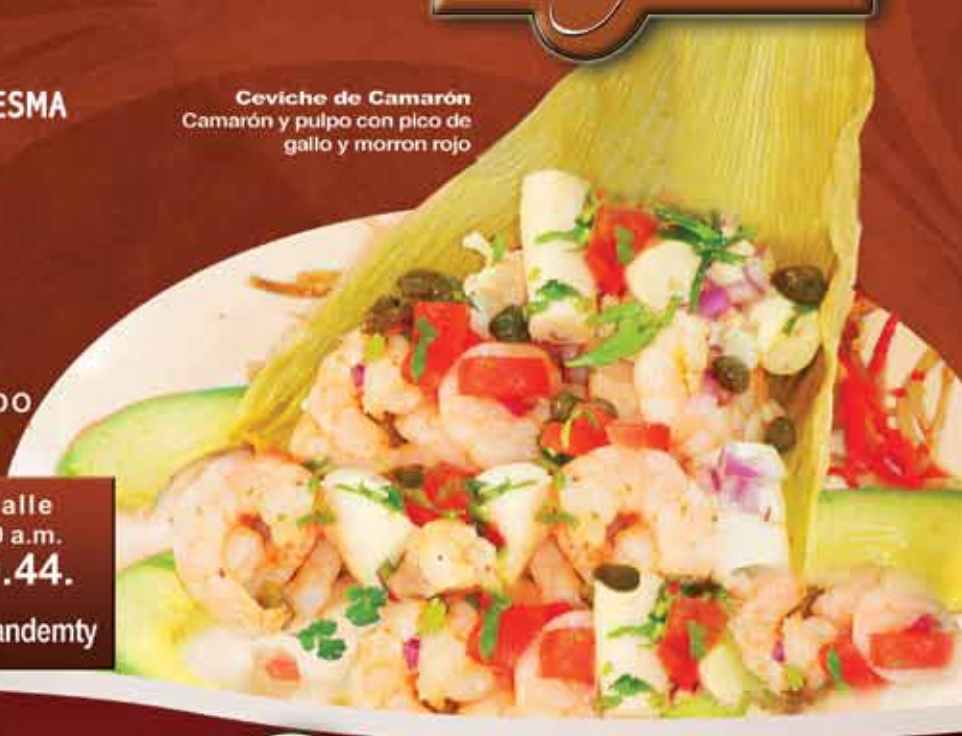
En cuaresma
mi casa es tu... Casagrande



ALGUNOS PLATILLOS DE NUESTRA
COCINA MEXICANA AHORA EN CUARESMA

- CAZUELA DE MARISCOS
Variedad de mariscos con
crema blanca y gratinados
- TACOS GOBERNADOR
- FILETE DE PESCADO
ESTILO YUCATECO
- TACOS DE TROMPO DE PESCADO

Ceviche de Camarón
Camarón y pulpo con pico de
gallo y morron rojo



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 83.38.60.44.

f /casagrande Mty

t @casagrandemty

DE NUESTRO MENÚ DE
SIEMPRE AHORA EN CUARESMA

- SOPA VERACRUZANA
CAMARÓN, NOPALITOS,
PESCADO Y EPAZOTE
- CEVICHE DE SALMÓN
MONTADO SOBRE UNA CAZUELA
DE WONG TONG
JUGO DE LIMÓN, CEBOLLA MORADA,
ALCAPARRA, TOMATE, CILANTRO Y OLIVO
- CREMA DE ALMEJA
- ENSALADA DE MARISCOS
CAMARÓN, KANIKAMA, PULPO,
CALLO DE HACHA

ESTOS SON ALGUNOS DE
NUESTROS PLATILLOS
CON LA MISMA CALIDAD DE

Siempre



EL GRANERO MARINERO

HUACHINANGO
AL GUSTO



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

f /elgranerogrill

www.elgranero.com.mx

t @granerogrillmty





¿Ya te adaptaste al marketing de hoy?

HERRAMIENTAS PARA LOGRARLO



Ricardo Garza Montemayor

Licenciado en Mercadotecnia por el ITESM, con más de 12 años de experiencia en áreas comerciales. Certificado como Coach Internacional con PNL por la International Coaching Community de Londres (ICC), Team Coach por LIM Internacional y en Programación Neuro Lingüística por Richard Bandler.®
editorial@playersoflife.com



¿Qué estás esperando para ser más efectivo? El futuro está aquí, la publicidad ya no es lo de antes, si no cambias serás obsoleto. Aprovecha todas las posibilidades que te ofrece la tecnología para generar más ingresos.

Existen herramientas gratuitas mediante las que puedes promover a tu empresa, las cuales además tienen una penetración impresionante hacia el consumidor final. Hoy es innecesario que le hables a las masas, puedes enfocarte en tu mercado meta y así ahorrar una fortuna.

Aleja todos esos rumores negativos de tu cabeza en este momento: “no puedo”, “nunca lo he hecho”, “no sé cómo”, “me es difícil”, “a mi edad ya no se me da”... Quita esas creencias que limitan tu crecimiento para ser un mejor vendedor. Cambia tus pensamientos y pregúntate: ¿qué debo hacer para lograr una mejor publicidad?, ¿qué herramientas no estoy utilizando y me podrían ayudar a incrementar mis ganancias? y ¿qué opciones no he considerado para adaptar mis campañas publicitarias al mundo actual?

En estos días la forma de dirigirte al comprador ha cambiado, ya puedes, por medio de un e-mail, video o las redes sociales, estar más cerca. La tecnología nos ha dado la llave para llegar a un mercado muy específico y las posibilidades de éxito cada vez son mayores.

En mi opinión, para lograr una venta es más sencillo afinar la mira y disparar, en vez de disparar muchas veces hacia todos lados. Hoy tienes la opción de dirigir tu trabajo de esta manera, piénsalo, estoy seguro de que el retorno de la inversión será excelente.

Es importante resaltar que también el consumidor ha cambiado. En la actualidad tienes que ganártelo, “apacharlo” y además necesita encontrar el beneficio en tus propuestas. Olvídate de ofrecer productos o servicios: debes brindar soluciones. El cliente quiere saber cuál necesidad cubrirá, no le interesa si tus artículos son muy bonitos; ya quedaron atrás los tiempos en que el marketing se enfocaba en ello, ahora se requieren campañas integrales, donde enamores a tu prospecto, le des soluciones, le expliques cómo cubres sus necesidades y qué valor agregado le puedes dar.

¿Cómo lograrlo? Puedes favorecerte en gran medida de las herramientas de marketing derivadas de la nueva tecnología. Elabora una campaña secuencial en que poco a poco muestres las ventajas de tu firma.

Es importante que des atención personalizada a cada uno de tus contactos. No te enfoques solo en la venta, señala lo que pueden obtener de tu compañía y entrégales pequeños regalos de valor que los empujen a probar y desear lo que tienes. Requiere estar presente en sus mentes para el momento en que estén listos para elegir.

Si estás dispuesto a aumentar tu entrada económica, inicia hoy mismo tu labor en medios electrónicos. Analiza las expectativas de tu mercado y recuerda proveer lo que quieren comprar, no lo que les quieres vender. Identifica sus demandas e implementa soluciones específicas para su problema.

Ya que conoces la utilidad de la tecnología, ¿cuándo iniciarás tu adaptación al nuevo marketing?♥



Camiones Urbanos

Carteleras 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



La Liga

INSTITUTO NUEVO AMANECER

Por Dyana Rivera

Muchos organismos de beneficencia han logrado adquirir resultados sorprendentes de éxito en la labor que realizan. A través del tiempo han promovido una cultura de donación, y de una población sensibilizada y consolidada en la ayuda al prójimo.

Estas asociaciones dedicadas a auxiliar a personas en situaciones difíciles muestran una de las mejores caras de la sociedad. Su entrega por apoyar a sectores específicos en sus diversas necesidades establece en los individuos atención y consciencia profunda ante el mundo y lo que le acontece al ser humano.

Entre éstas se encuentra el Instituto Nuevo Amanecer (INA) que inició operaciones en 1978, con el objetivo de favorecer a niños y jóvenes con parálisis cerebral y a sus familias. Su origen tuvo raíz en un matrimonio regiomontano que buscó ayuda profesional en Monterrey para rehabilitar a su hijo y al no encontrar opciones decidió hacer un cambio y crear este sitio de apoyo.

Después de 33 años su crecimiento continúa gracias al esfuerzo de sus contribuyentes y las personas dedicadas a la causa en sus diferentes áreas. Entre los servicios que ofrece, otorga un tratamiento completo que incluye atención médica especializada, así como tópicos de desarrollo humano y educación especial.

Sus logros trascienden en la transformación radical de la vida de las personas, ya que muchos niños y jóvenes en estas condiciones han logrado avances considerables, y con ello, se ha hecho la diferencia en miles de hogares.

La Liga

Los ingresos para sustentar a la institución son generados a partir de distintas donaciones y grupos de contribución. Para ello, el INA ha instaurado proyectos dedicados a la recaudación de fondos que solventen esta labor. Uno de ellos arrancó en febrero de 2011: La Liga, una red de empresarios lí-



deres que buscan mejorar la calidad de vida de quienes presentan parálisis cerebral.

El funcionamiento de este sistema consiste en que las empresas hagan un donativo mensual y al mismo tiempo se comprometan a involucrar a sus equipos de trabajo con los alumnos y familias de Nuevo Amanecer, a través de diversas actividades.

El objetivo es aumentar la inclusión de empresarios comprometidos, tanto de pymes como de grandes corporaciones, donde se aporte activamente y se inculque el sentido de la equidad y sensibilización hacia las personas con discapacidad.

Conforman el consejo de La Liga: Hernán Garza Díaz como Presidente, en conjunto con un grupo de consejeros entre los que se encuentran Lorenzo Garza Vivanco, Andreu Cors Gil, Carlos Rodríguez Infante, David Margáin Sada y Gerardo Villarreal González. En cuanto a los responsables del proyecto por parte del INA están Marco Antonio Amaya, Director General; Katia Falcón, Coordinadora de Campañas Estratégicas,

cas, y Cristina Arzarcaya Vargas, Directora de Relaciones y Procuración de Fondos.

Existen muchos beneficios por participar y ser integrante de La Liga, uno de ellos es el reconocimiento por parte de la sociedad como empresas con una fuerte responsabilidad social y un ejemplo de la magnificación de valores esenciales. Además el INA proporciona como retribución su logotipo para ser utilizado en medios impresos internos y externos, banners de publicidad en su página y promociones.

En un futuro se busca establecer esta red, crecida y sólida, con empresas y una sociedad activa cada vez más grande y presente. La decisión está en la disposición, generosidad y ayuda que puede hacer una gran diferencia.♥

MÁS INFORMACIÓN:

Katia Falcón

Coordinadora de Campañas Estratégicas
del Instituto Nuevo Amanecer

E-mail: katia.falcon@nuevoamanecer.edu.mx

T. 1158-1515 ext. 121

Visionario

Nombre que se da a una persona sensitiva que tiene la facultad de experimentar la "segunda vista" en sentido figurado, creando inusuales visiones, extrañas imágenes y fantasías extraordinarias, las cuales se convierten en premoniciones.

FRACCIONAMIENTO PRIVADAS DE LAS LOMAS

PORTAFOLIO DE PROPIEDADES



Lotes disponibles

Desde 209 hasta 277 m²
Totalmente planos
A nivel de calle

entrega
inmediata

 Casa
habitación

T216 m² / C295 m²

Frente a Carr. Nacional Km. 240.5



T: 2285-5486, 8883-4226
info@privadasdelaslomas.com
www.privadasdelaslomas.com



Cáncer de próstata

FACTORES DE RIESGO



“ Si piensa que está en riesgo de padecer cáncer de próstata, es importante hablar con su médico, quien podrá sugerirle cómo reducir este factor y al mismo tiempo, prescribirle un plan de exámenes ”

Se desconocen las causas exactas del cáncer de próstata. Los médicos rara vez pueden explicar las razones por las que un hombre presente este padecimiento y otros no.

Por Press-Club Pfizer

La investigación ha mostrado que hombres con ciertos factores de riesgo tienen más probabilidad que otros de padecer cáncer de próstata:

➤ **Edad:** principal factor de riesgo, pues la enfermedad es rara entre menores de 45 años y las probabilidades de padecerla aumentan considerablemente al envejecer. En Estados Unidos la mayoría de quienes padecen cáncer de próstata tienen más de 65 años.

➤ **Antecedentes familiares:** el riesgo crece si se cuenta con un padre o hermano que tuvieron la enfermedad.

➤ **Raza:** esta clase de cáncer es más usual en afroamericanos que en blancos (incluyendo a blancos hispanos) y es menos común en asiáticos o indígenas americanos.

➤ **Ciertos cambios de la próstata:** los hombres con células llamadas neoplasia intraepitelial prostática de alto grado (la anormalidad es notoria analizando al microscopio) pueden tener un mayor riesgo de padecimiento.

➤ **Dieta:** algunos estudios sugieren que llevar una dieta alta en grasa animal o carne puede acrecentar el riesgo de presentar cáncer de próstata, mientras que en contraparte, la ingesta rica en frutas y verduras lo disminuye.

Muchos de los factores antes señalados pueden evitarse, a excepción de los antecedentes familiares. Usted puede protegerse a sí mismo manteniéndose alejado de los riesgos conocidos, siempre que sea posible.

Los científicos también han estudiado si

la hiperplasia prostática benigna, la obesidad, el tabaquismo, un virus transmitido sexualmente o la falta de ejercicio son elementos que pueden acrecentar el riesgo de padecer cáncer de próstata, y por ahora, éstos no son factores claros de riesgo. Asimismo, la mayoría de los estudios no han encontrado un riesgo mayor entre hombres que se han sometido a una vasectomía.

Muchos varones con factores de riesgo conocidos no padecen cáncer de próstata, y por otra parte, muchos otros que sí padecen la enfermedad no tienen ninguno de los factores de riesgo antes descritos, con excepción del envejecimiento.

Si piensa que está en riesgo de padecer cáncer de próstata, es importante hablar con su médico, quien podrá sugerirle cómo reducir este factor y al mismo tiempo, prescribirle un plan de exámenes.♥

Fuente:

Cedars Sinai Hospital, <http://cedars-sinai.edu>



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

www.santisteban-cocinas.com



SANTISTEBAN
mobiliario y equipo de cocina



Cuida tus arterias



Patricia Rivera

Licenciada en Nutrición y Ciencias de los Alimentos por la Universidad Iberoamericana. Diplomado en Alta Dirección por el IPADE, Maestría en Terapia Breve Sistemática por el Instituto Milton Erikson y curso de Educadores en Obesidad Infantil por la Universidad de Barcelona. Creadora de la Dieta de los Asteriscos. www.dietadelosasteriscos.com

El elevado nivel de colesterol en la sangre es un problema muy serio, ya que es la causa más frecuente de muerte o invalidez por enfermedad coronaria.

La elevación de colesterol en la sangre no presenta síntomas, por ello es muy importante que anualmente, hombres y mujeres se practiquen un análisis de sangre, evitando el riesgo de sufrir un infarto. Los valores deseables de colesterol en la sangre son menos de 200 miligramos/dl. Si estos valores se encuentran en el límite o por arriba, es necesario acudir a consulta con un especialista, quien probablemente quiera complementar el diagnóstico con un perfil de lípidos para verificar los niveles de HDL, LDL y triglicéridos.



Opciones para mantener adecuados niveles de colesterol

-Aumento del consumo de pescados de agua fría. Sardina, atún, salmón, trucha, arenque y macarela son ricos en omega 3, vitamina que recoge el colesterol de las arterias. También existen fuentes vegetales ricas en esta vitamina, como aceite de linaza que forma una membrana celular elástica que evita arritmias y taquicardias, permitiendo que el corazón vuelva a un estado de reposo.

-Consumo de fibra soluble. Manzana, zanahoria, nopal, avena, frijoles, lentejas y plátano son aliados para regular los niveles de colesterol, ya que gracias a su contenido de pectina lo limpian de las arterias y favorecen el flujo sanguíneo. Los romeros y la alcachofa ayudan a bloquear la absorción de colesterol en el intestino y aumentan la concentración de ácidos biliares. El ajo, rico en alicina (fitonutriente) previene la formación de coágulos y hace más fluida la sangre.

-Evitar grasas hidrogenadas o trans. Margarina, manteca vegetal y grasas fritas aumentan los niveles de LDL, bloqueando las arterias. Evita alimentos que las contienen, como bisquets, galletas, tortillas de harina, papas, donas y pan dulce.

-Disminuir el consumo de grasas animales y saturadas. Escoger cortes de carne magra: bistec, tampiqueña o filete, en vez de costilla, chuleta, menudo o carne molida. Pollo y pavo deben comerse sin piel. Reducir los embutidos y carnes frías y eliminar de la dieta manitas de cerdo, carnitas, chicharrón y mariscos como almejas, abulón, jaiba, angulas, calamar, langosta, cangrejo, camarones y ostiones. Optar por quesos frescos como el panela y cottage, evitando el queso crema, camembert, cheddar, suizo, amarillo, Roquefort y Gruyère. Tomar leche descremada o semidescremada en vez de entera.

-Relajarse y vivir en paz. El hígado incrementa la producción de colesterol cuando el estilo de vida es tenso. Aparte de cambiar los hábitos alimenticios, es útil aprender técnicas de relajación para combatir el estrés. Un estudio realizado en Finlandia mostró que la hostilidad es un importante factor de riesgo de enfermedad coronaria. Ichiro Kawachi de Harvard reportó que el riesgo de ataque cardíaco entre pacientes que tienden al enojo es igual que el de los que fuman o son hipertensos. La clave es redescubrir el valor terapéutico del gozo, el perdón y la meditación.

¿Por qué se habla del colesterol malo y el bueno?

Nuestro organismo posee unos transportadores que depositan el colesterol en las arterias conocidos como colesterol malo o LDL (lipoproteínas de baja densidad) y otros llamados colesterol bueno o HDL (lipoproteínas de alta densidad), que recogen el colesterol de las arterias y lo llevan a las células donde se usa para formar la capa de los nervios, las neuronas cerebrales y las hormonas. Niveles de LDL por encima de lo normal requieren aumento de los niveles de HDL para limpiar las arterias y permitir el flujo de sangre.♥





BALLY
TOTAL FITNESS™

MEXICO

01 800 00 BALLY
ballyfitness.mx

SAN PEDRO
8004 9494

VALLE
8363 8090

Prepárate para
lucir la figura
perfecta
en estas
vacaciones

Síguenos en:





Trasplante renal

LOS ÓRGANOS NO SE “ENTIERRAN”, SE TRASPLANTAN

Por Dr. Alejandro Valdés Cepeda

El riñón es el órgano sólido que a nivel mundial se trasplanta con mayor frecuencia. La indicación para esta clase de intervención es la insuficiencia renal crónica en su fase más avanzada o terminal.

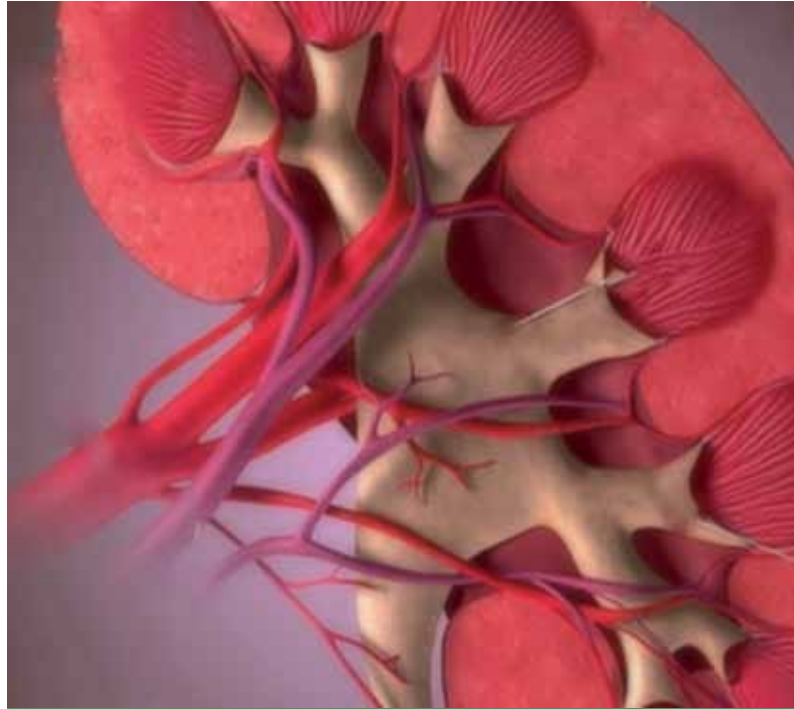
Las causas más comunes de insuficiencia renal son diabetes, hipertensión arterial, glomerulonefritis, enfermedades quísticas de los riñones, uso prolongado de medicamentos antiinflamatorios y analgésicos. En México hay 15 mil 734 personas esperando por un órgano, de las que ocho mil 126 requieren un riñón. Al año se practican cerca de dos mil 500 trasplantes de este órgano, lo que significa que quedan cinco mil 500 receptores en espera, aparte de los que se acumulan anualmente. De los dos mil 500 trasplantes efectuados 75% de los órganos proviene de donadores vivos (familiares, amigos o conocidos) y el resto de fallecidos (con muerte cerebral o encefálica).

En nuestro país aún nos falta mucha cultura acerca de la donación de órganos, ya que solo se procura el 2.2 por millón de habitantes, comparado con España, donde el índice es de 40 por millón, dato que lo sitúa como la nación en que más órganos se donan en el mundo. Los trasplantes de riñón en México se realizan desde hace 48 años y se cuenta con toda la infraestructura necesaria para llevarlos a cabo. Gracias a la investigación, en los últimos tiempos han surgido nuevos medicamentos para evitar el rechazo, de tal manera que las posibilidades de repele agudo han disminuido a menos de 10% al año y la probabilidad de tener un riñón funcionando al primer año es mayor de 95%.

Nuevo León es uno de las entidades más organizadas y con mayor número de procuración de órganos en el país. Asimismo, Monterrey es una de las ciudades con mayor infraestructura hospitalaria, dotada de la tecnología más avanzada para efectuar el trasplante de órganos. En 1975 el Centro Médico Hospital San José fue la primera institución médica privada nacional en realizar un trasplante renal; en él se han hecho más de 250 cirugías de esta índole, con resultados equiparables a los mejores centros del mundo; tiene un comité de trasplantes que supervisa y analiza cada caso para ser aprobado y autorizado al cumplir con las indicaciones médicas, éticas, legales y morales.

La ley mexicana es muy clara y completa en cuanto a la donación. El organismo regulador es la Secretaría de Salud a través del Centro Nacional de Trasplante (CENATRA). Por ley los órganos no pueden ser comercializados (vendidos o comprados), habiendo sanciones severas (que incluyen cárcel) a quien realice una acción ilegal al respecto.

Espero que aumente la cultura de donación de órganos, pues con



- En México ocho mil 126 personas requieren de un riñón.

- Al año se practican cerca de dos mil 500 trasplantes, lo que significa que hay cinco mil 500 receptores en espera, aparte de los que se acumulan anualmente.

- En 75% de los trasplantes efectuados el órgano proviene de donadores vivos (familiares, amigos o conocidos) y el resto de fallecidos (con muerte cerebral o encefálica).

el incremento de la expectativa de vida y mayor tecnología médica, tendremos gente de edad más avanzada y con enfermedades crónicas degenerativas, por lo que la demanda de órganos para trasplante se acrecentará cada vez más en el mundo. Los invito a que nos hagamos donadores, ya que no sabemos cuándo necesitaremos de uno.♥

DATOS DEL COLABORADOR

Director del Centro de Trasplante Multiorgánico del Centro Médico Hospital San José. Presidente del Comité de Trasplante de Órganos y Tejidos del Centro Médico Hospital San José.

**COMIENZA EL AÑO CON GRANDES LOGROS, REDUCE COSTOS,
INCREMENTA EFICIENCIA Y AHORRA TIEMPO CON
LOS MEJORES SISTEMAS.**



ERP



**Módulos
Administrativos**



NÓMINA



CRM



**ADMIN.
PROYECTOS
Y TAREAS**



PRODUCCIÓN



MANTENIMIENTO

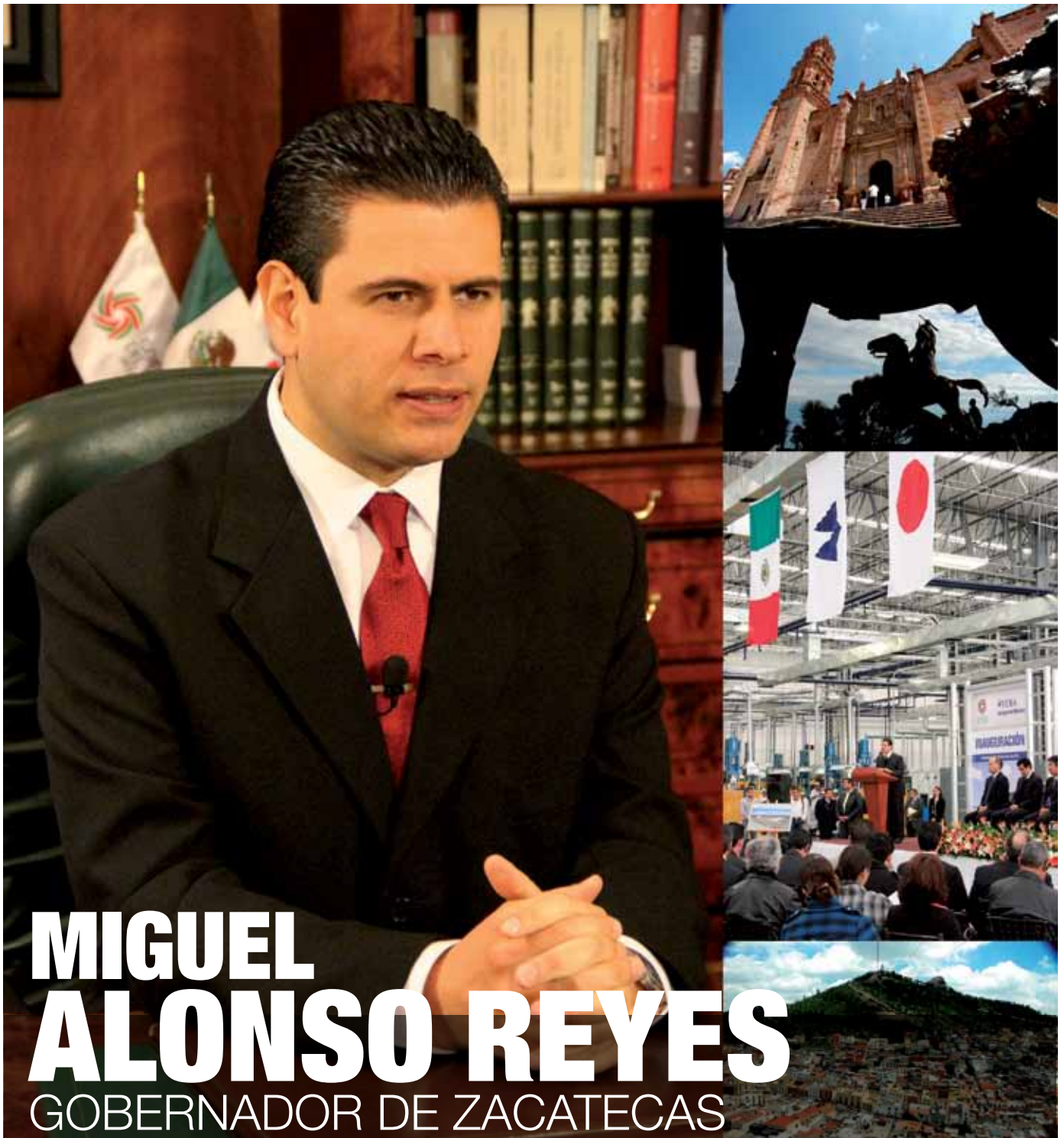


**SOLUCIONES
A LA MEDIDA**



Para mayor información visita nuestros medios de contacto:





MIGUEL ALONSO REYES

GOBERNADOR DE ZACATECAS

Miguel Alonso Reyes siempre tuvo en mente hacer algo por el país. Abogado de profesión, se unió a la política desde 1993 y ahora después de años de experiencia en esta área, su carrera se ha consolidado y va en ascenso. Miembro del Partido Revolucionario Institucional e impulsor de ideas que mejoren a la sociedad, busca estrategias para llevarlas a cabo y expandirlas. Hoy, como Gobernador de Zacatecas, quiere aumentar la creación de empresas generadoras de empleos, así como incentivar la inversión.

El Gobernador Miguel Alonso compartió con PLAYERS of life los logros e implementaciones que su Estado ha tenido, y el considerable crecimiento que lo ha instituido como una buena opción para la industria en sus diversos sectores, especialmente el automotriz.

—¿Cuál ha sido el impulso y estrategia que ha seguido su Gobierno para desarrollar la industria de Zacatecas?

—Sin duda desde el comienzo el principal impulso de mi administración ha sido la creación de empleo, por lo cual hemos utilizado los mecanismos necesarios para la apertura de nuevas empresas y la atracción de nuevas inversiones tanto extranjeras como nacionales a Zacatecas.

Como estrategia se creó el Consejo Estatal de Desarrollo Económico, presidido e integrado por reconocidos empresarios tanto nacionales como de la entidad, cuyo objetivo es establecer políticas públicas para, precisamente, aumentar la creación de empresas e inversiones.

—¿Pudiera mencionar alguna de esas políticas públicas?

—Un ejemplo es la creación del primer Clúster Minero en el país, Clusmin, encabezado por un importante empresario y que persigue, mediante este tipo de agrupamientos industriales, impulsar aquellos sectores en donde el Estado tenga fortalezas; como saben Zacatecas es el primer productor de plata y el segundo de oro.

A su vez esto originó que se enviara al H. Congreso la iniciativa de Ley para el Impulso a la Competitividad, la Inversión y el Empleo en el Estado de Zacatecas, la cual pretende no solo dar una certeza jurídica a los inversionistas en materia de incentivos gubernamentales, sino establecer sectores estratégicos en donde nuestra entidad va a enfocar sus recursos para fortalecer dichos sectores, entre ellos el automotriz.

Hoy Zacatecas cuenta con oficinas de representación en Estados Unidos, concretamente en las ciudades de Los Ángeles, Chicago y Fort Worth. De la misma forma, recientemente se acaba de contratar en Tokio, Japón, personal con experiencia en atraer inversión. Así también, cuenta con una oficina de representación en Monterrey, y en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico de Zacatecas (SE-

DEZAC) y el Consejo de Desarrollo Económico, está llevando a cabo funciones de promoción, inversión industrial e infraestructura al Estado.

—¿De qué manera Zacatecas estaría en posibilidades de aprovechar el arribo de una significativa cantidad de proveedores de la industria automotriz, tras el anuncio de la llegada de tres armadoras a los Estados vecinos?

—Zacatecas tiene el enorme privilegio natural de su localización geográfica, que le permite estar en constante interacción con los Estados vecinos. Como saben, tras el anuncio de las nuevas armadoras japonesas (Honda y Mazda) que se instalarán en Guanajuato, así como la expansión de la planta armadora de Nissan, localizada a escasos 110 km de Zacatecas, nuestra entidad se coloca en una excelente posición para atraer y establecer a los proveedores de dichas plantas, fortaleciendo de esta forma, un Clúster natural automotriz que ya se encuentra en la zona centro del país. Para Zacatecas esto constituye una enorme ventana de oportunidad de canalizar algunos de los mencionados proveedores.

—¿Qué ventajas representaría instalar una red de proveeduría y abastecimiento en Zacatecas?

—El Gobierno del Estado de Zacatecas ofrece obra calificada a un menor costo que muchas entidades federativas de nuestro país. De la misma forma, en coordinación con la SEDEZAC y las instituciones académicas, se elaboran programas de capacitación de

acuerdo a las necesidades de la empresa o inversionista y se ponen fondos a disposición para la capacitaciones de los técnicos o personal de la empresa. Así mismo, en coordinación con el inversionista, se atienden sus necesidades de infraestructura y de terrenos para el establecimiento de la planta, dependiendo del número de empleos que se vayan a crear. Es importante destacar, que lo anteriormente mencionado se encuentra plasmado dentro de la nueva Ley para el Impulso a la Competitividad, la inversión y el Empleo en el Estado de Zacatecas.

Como ya decíamos, las empresas del sector automotriz son proveedoras y abastecen a las plantas localizadas en los alrededores de Zacatecas como Nissan. En el ramo educativo, es muy importante la presencia del sector académico, para ellos se trabaja en coordinación con la Universidad Autónoma de Zacatecas (UAZ), el Tecnológico de Monterrey, campus Zacatecas, la Universidad Politécnica de Zacatecas, la Universidad Tecnológica del Estado de Zacatecas (UTEZ) y el Instituto Tecnológico de Zacatecas (ITZ).

En conclusión, estamos poniendo el máximo empeño para obtener las mejores condiciones para los inversionistas interesados en el Estado; nos hemos dado a la tarea de construir clusters para los diferentes sectores económicos con la intención de concentrar a los sectores públicos y privados, así como instituciones educativas y canalizar los esfuerzos para obtener mejores resultados en cuanto a la atracción de nuevas fuentes de empleo. Por último me gustaría aprovechar la oportunidad para invitarlos a visitar el Estado de Zacatecas.♥



El Gobernador Miguel Alonso inaugurando una planta japonesa.

Ley SOPA

SU ORIGEN E IMPACTO



David Pérez

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@playersofflife.com

Desde la aparición del internet como tecnología de uso civil para compartir información alrededor de 1990, nunca existió un intento de regarlo.

Tal como se estableció, la llamada iniciativa de Ley SOPA (Stop Online Piracy Act), es un proyecto legislativo cuyo objetivo principal es perseguir la piratería en línea, combatiendo ciertas prácticas sociales potencialmente ilícitas: intercambiar música, compartir películas, videos y otros contenidos protegidos por derecho intelectual.

Habría que analizar los argumentos tanto de sus defensores como de sus detractores. En principio es necesario identificar a su promotor: el texano Lamar S. Smith, quien desde 1987 es el Diputado de la zona de San Antonio y de Austin ante la Cámara de Representantes. Republicano, antiaborto, a favor del combate de las drogas y defensor a ultranza de los derechos de propiedad. Junto con él, sus seguidores argumentan que la finalidad es detener un ilícito que ha venido creciendo como la espuma: la piratería en línea, que tiene ahogadas a múltiples empresas que no pueden vender los derechos de uso de lo que hacen, diseñan y producen. Amenaza que para muchos es tan profunda como un fundamento del liberalismo económico.

Por el contrario, sus detractores presentan un nutrido abanico de argumentos, que van desde señalar la inviabilidad de la iniciativa por la simple incapacidad para ordenar algo que nunca ha tenido orden, hasta sugerir que la única pretensión del Gobierno de EU es engrosar las nóminas con burócratas para salir de la recesión, generando empleos innecesarios. Varios grupos han llegado a mencionar que el fin real es que EU clarifique su posición de líder imperialista en el mundo, advirtiendo una fallida respuesta ante el miedo que el Estado tiene del ciudadano. Otros más afirman que simple y llanamente es la consolidación de un Gobierno espía que busca acabar con la libertad de expresión a través de métodos arcaicos y semifascistas.

Para responder al sólido argumento de la invención del liberalismo económico, los opositores afirman que la ley va, nada más y nada menos, en contra de la Primera Enmienda de la Constitución que avala la libertad de expresión.

En cualquier caso, SOPA establecería el uso (en EU) de un mecanismo que permitiría al Departamento de Justicia la completa potestad de investigar, perseguir y desconectar a cualquier particular o empresa que pudiese ser acusado de subir material con derechos de autor, e incluso, potencialmente, de propiedad intelectual, tanto dentro como fuera del país. Esto implicaría que las autoridades estadounidenses podrían congelar los ingresos y la publicidad en sitios web, obligar a las herramientas de búsqueda a desaparecer estas páginas de sus resultados o solicitar a los proveedores de internet el bloqueo a tales dominios.

¿Tendría impacto? Sí. Dos ejemplos: en la práctica, terminaría cerrando las páginas extranjeras que venden películas, música u otros productos en EU. Además, el *streaming* (distribución de multimedia mediante una red para que el usuario consuma el producto al mismo tiempo que se descarga) no autorizado de contenidos con derecho de autor sería un crimen penado con hasta cinco años de cárcel.

Aunque la iniciativa ha sido “congelada” después de la enorme presión de cibernautas y organizaciones consolidadas (Wikipedia, Google, YouTube, Yahoo, AOL y otros portales), lo cierto es que hay promotores que seguirán insistiendo en la aprobación de medidas que no vayan en contra de la violación masiva y sistemática de los derechos de autor. Además, en todos los escenarios habría que encarar otros retos igual de difíciles, que complicarían la implementación de esta política pública: ¿qué tanto vale la pena que un país gaste en una burocracia para controlar lo incontrolable?, o asumiendo que ya se implementó, ¿qué pasaría si el material se comparte después de adquirirse legalmente y sin fines de lucro (quemar un CD y regalarlo)? A todas luces, responder con eficiencia al balance entre libertad y protección al creador es un gran reto del siglo XXI. Lo veremos.♥



Tú puedes ser Observador Electoral

Ven, acércate a la Comisión Estatal Electoral y forma parte de nuestra elecciones

¡Participa y colabora vigilando el proceso electoral!

Ser Observador Electoral no es un empleo, es una forma de participación ciudadana



Informes al: **1233-1515**

Ext. 1621 y 1649

Fuera del área metropolitana
llama sin costo al

01-800-716-4847

o escríbenos a:
observadores.electorales@ceenl.mx



COMISIÓN
ESTATAL
ELECTORAL
NUEVO LEÓN

CEE 

2012
ELECCIONES NUEVO LEÓN

www.ceenl.mx

Votar nos hace libres

Neomexicanismos

MUSEO MARCO



Ana G. Jiménez y Ana Pornoi



Gabriel Garza y Amalia López



Anita Runell de González y Cukita Martínez



Yoana Alonso y Deniss Ibarra

Rendirle tributo a la cultura mexicana por el arte fue el objetivo principal de la exposición “Neomexicanismos Ficciones Identitarias en el México de los Ochenta”. El punto de reunión fue el Museo MARCO, donde importantes personalidades asistieron para charlar con la curadora Josefina Ortega y apreciar esta nueva propuesta artística. ♥



Ignacio Salazar y Yolanda Garza



Rosa Alicia L. de Flores y Mari Zepeda de Borton



El arte Neomexicanismo en su máximo esplendor



Viajes Le Grand

UN RECORRIDO POR EL MUNDO

Para dar a conocer uno de los más exclusivos cruceros de Oceania Cruises, Viajes Le Grand organizó un cóctel. El Club Campestre fue el punto de encuentro donde los asistentes recibieron información de paquetes y promociones del crucero Regent: Seven Seas Cruises. ♥



Roberto Rodríguez Puente y María Esther Parás de Gómez Welsh



Patricia Bortoni de Rodríguez y Patricia Rodríguez de Coronado



David Ballesteros, Lucía y Roberto Rodríguez



Thorsten Schlutt y Alejandra Canales



Federico Clariond y Verónica Rodríguez de Clariond



El ambiente que amenizó la velada



El mundo del MKT

ADVANT SOLUTIONS

Para dar a conocer el poder de la información relevante en el mundo de marketing y presentar su nuevo sistema VEOSYS 3.0, los socios de Advant Solutions: Mario Chapa, Jair García y Enrique Leal, organizaron la charla “Smart Decisions 2012”. La cita fue en el Hotel NH, donde Pablo Zubieta, Director Ejecutivo de MARKCOMM impartió la plática ante el exclusivo grupo de empresarios que asistieron. ♦



Pablo Zubieta, Director Ejecutivo de MARKCOMM



Mario Chapa, Jair García y Enrique Leal



Joe Iglesias, José Antonio Furber y Eduardo Leal



Elizabeth y Yaneth Salinas



Alejandra Sánchez, Ricardo Roche y Jorge Romo



Salvador Leal y Michael Santos



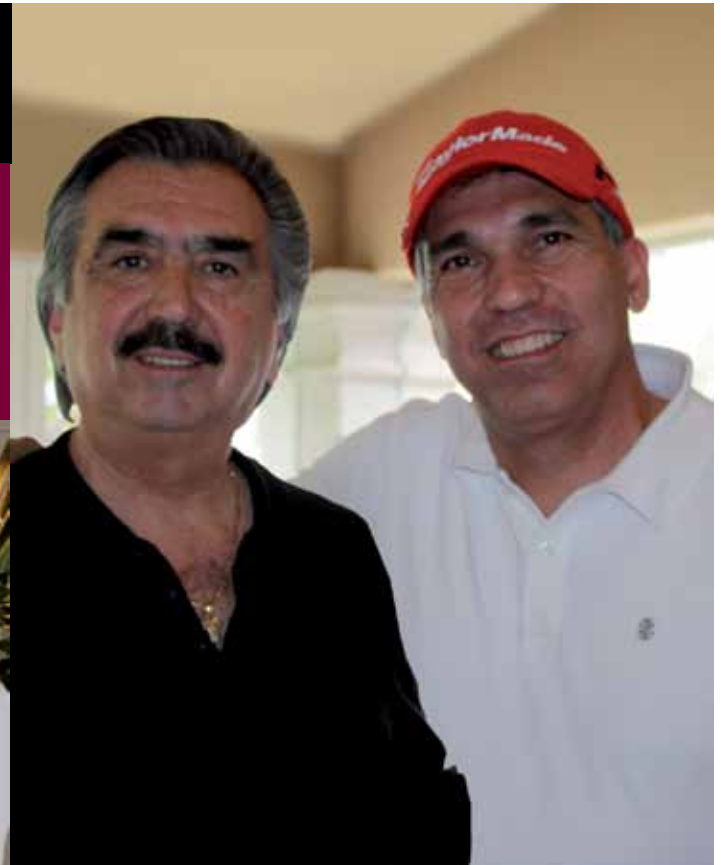
Torneo de golf

AUDI

Para convivir y pasar una tarde agradable con sus clientes la agencia de autos Audi Center Monterrey Valle Oriente organizó un torneo de golf. Alrededor de 100 deportistas, entre ellos Iván Chimal Martínez, Gerente General de la agencia, acudieron al Club Las Misiones, donde disfrutaron del ameno juego y el delicioso buffet. ♦



Gerardo y Antonio Marcos Campos, ganadores del primer lugar del Torneo



Juan Luis González y Homero Saldaña



Luis Miguel Salvador, Mateo Quiroga y David Treviño



Emilio Marino y Carlos Lozano



Pato Gil y Manuel Víctorio



Gustavo Pérez, Jesús y Héctor Lozano



AUTOS Y CONSUMIDORES EN MÉXICO



La producción nacional total fue de

2 millones **557 mil 550**

unidades en el 2011

Las ventas de automotores al público alcanzaron las

905 mil **886** unidades

de las cuales **65.3%** fueron autos

Nissan es la marca con mayor volumen de ventas.

En **2011** logrando colocar en el mercado

160 mil **540** autos
y **63 mil 540** camiones

83.3%

del volumen de la producción automotriz se destinó al mercado internacional

427 mil **407** unidades

fueron producidas para el mercado nacional

La producción automotriz para el extranjero se situó en

2 millones **130 mil 143** unidades

Los **3** modelos

con mayor volumen de exportación son Fusion, Jetta y Sentra



La categoría de automóviles subcompactos es la más vendida con

142 mil **41** unidades

México exportó a Estados Unidos

1 millón **362 mil 425** unidades

cifra récord de colocación en el vecino país del norte

Del total de la producción automotora

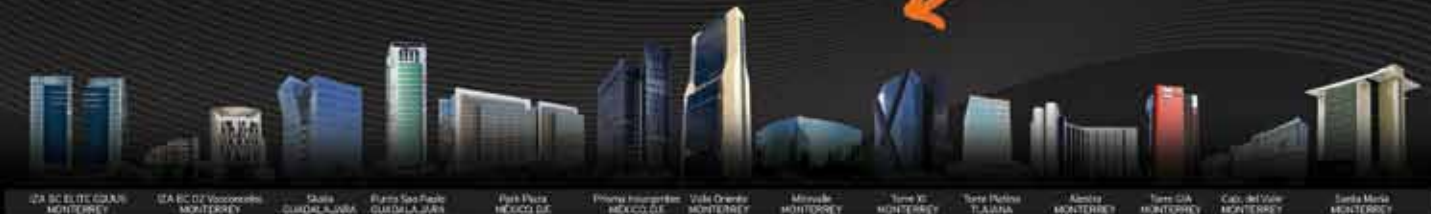
Nissan aportó **23.7%** de las unidades fabricadas

21.3% GM **19.9%** VW

18.1% Ford **10.9%** Chrysler



Tu oficina aquí



IZA BC ELITE GARDEN MONTERREY	IZA BC OZ VISONOCCHE MONTERREY	Quinta GUADALAJARA	Plaza San Pablo GUADALAJARA	Park Plaza MEXICO DF	Plaza Insurgentes MEXICO DF	Vista Oriente MONTERREY	Miravalle MONTERREY	Torre XC MONTERREY	Torre Paloma TIJUANA	Alentia MONTERREY	Torre GDA MONTERREY	Capo del Valle MONTERREY	Sanita María MONTERREY
----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------	--------------------------------	-------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------	-----------------------	-------------------------	----------------------	------------------------	-----------------------------	---------------------------

Trabaja en las mejores ubicaciones de Monterrey, México, Guadalajara y Tijuana en oficinas equipadas, listas para usarse.

Monterrey (81) 8000-0000
Guadalajara (33) 8000-0000

México (55) 8000-8000
Tijuana (664) 615-8000

www.izabc.com.mx



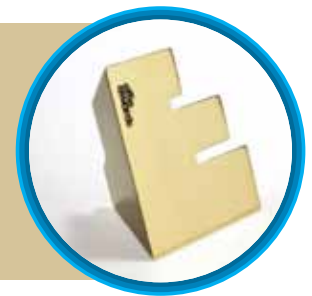
MKT
YEAR
AWARDS

Y EL GANADOR ES...

Como en la escuela, en la industria publicitaria mexicana también hay “estrellitas” que reconocen el esfuerzo y recompensan las más eficaces ideas creativas de este sector.

* Effie Awards México

Effie Awards son los premios más importantes en el mundo de la industria de la comunicación del marketing. Existen programas en 40 países, tres premios regionales y uno global. En México se realizan anualmente para reconocer a las campañas publicitarias más exitosas que a lo largo del año lograron resultados extraordinarios de negocio, al alcanzar o superar los objetivos para cuyo propósito fueron diseñadas.



* Eagle Awards

Es un festival organizado por Creativa Group. Tiene como propósito reconocer lo mejor de la publicidad nacional e internacional, así como a los exponentes de la industria de la comunicación y la creatividad. Desde 1993 galardona las mejores ideas en publicidad, ya sea en spot de televisión, radio, internet, medios alternos y gráficos de todo el mundo, dejando hablar a la creatividad en sus diversos idiomas.



* Círculo de Oro

La presea es otorgada desde 1990 por Círculo Creativo de México, asociación de creativos y productores que trabajan en beneficio de la publicidad. Los galardones se entregan con base en el criterio de un jurado conformado por 70 miembros, los cuales evalúan 100 categorías de áreas como ATL, BTL, digital, técnica de televisión y audio, relaciones públicas e innovación en los distintos medios.



* Premia2.0

Son otorgados por la revista especializada *Merca2.0* a lo más destacado de la industria de la mercadotecnia, publicidad y medios. Las categorías galardonadas son: Estrategia de Mercadotecnia, Agencia de Publicidad Nacional, Agencia de Publicidad Internacional, Agencia de Investigación, Agencia de Medios, Agencia de Comunicación, Agencia de Promoción y Estrategia de Relaciones Públicas.



* IAB Conecta

Reconocen a las campañas que elevan el estándar estratégico y creativo de la industria del marketing interactivo y que demuestran haber aportado significativamente en el logro de los objetivos de marketing y comunicación de una marca, una empresa, gobierno o una organización no lucrativa. Las categorías de estos premios se dividen en campañas y ejecución de tácticas.



Tu oficina aquí →



OFICINA VIRTUAL

- Domicilio comercial en prestigias zonas de la ciudad
- Servicio de operadora y recepcionista bilingüe
- Contestación personalizada
- Correo de voz privado
- Recuperación remota de mensajes
- Internet de alta velocidad
- Apoyo ejecutivo para oficina en casa
- Centros de servicios totalmente equipados: copiadora, fax, scanner y demás
- Uso de oficina o sala de juntas
- IP Telephony



cisco IP Telephony



Monterrey (81) 8000-0000
Guadalajara (33) 8000-0000

México (55) 8000-8000
Tijuana (664) 615-8000

www.izabc.com.mx



RESUMEN DE FEBRERO



1. Al menos 74 personas murieron y 136 resultaron heridas durante un partido entre dos equipos del fútbol egipcio • 2. Gigantes se coronó campeón del Super Bowl XLVI • 3. A través de internet, Ferrari presentó el monoplaza con el cual competirá en la temporada 2012 de F1 • 4. Alberto Contador fue suspendido dos años por dar positivo a clenbuterol en un examen del Tour de Francia 2010 • 5. Real Madrid es el club más rico del mundo, logró ingresos por 636 millones de dólares en el último año • 6. Estambul, Tokio, Bakú, Doha y Madrid oficializaron su candidatura para albergar los Juegos Olímpicos de 2020 • 7. México se despidió de la Serie del Caribe con una derrota ante Venezuela • 8. Checo Pérez presentó el nuevo auto de la escudería Sauber, con el cual competirá en la temporada 2012 de F1 • 9. Guillermo Ochoa fue categorizado como el mejor portero mexicano del siglo XXI, de acuerdo con la IFFHS • 10. Juan Manuel Márquez saltará del ring a la política, cuando busque un lugar como diputado del PRI • 11. México venció 5-0 a El Salvador en la Copa Davis • 12. Guadalajara presentó su candidatura para convertirse en sede de los Juegos Olímpicos de la Juventud 2018 • 13. Serena Williams y Gisela Dulko jugaron sobre agua en el Crisol del Paseo Santa Lucía como parte del Whirpool Abierto Monterrey • 14. David Lomeli ganó categoría estelar Pro Competition del serial 2012, Cuarto de Milla • 15. México se coronó campeón por Equipos en el Abierto Juvenil Internacional de Taekwondo en Suecia



9:00 P.M.

BAR DISCOTECA RESTAURANTE SALÓN DE EVENTOS

2:32 P.M.

CONECTIVIDAD NETWORKING SALAS DE JUNTA

7:30 A.M.

ALBERCA GYM SPA

ÉSTA ES MI VIDA, MI CLUB. ASÍ SOY YO.

Río Danubio 395. Ote. Col. del Valle, 66220 San Pedro Garza García, N.L. México
Tels: (81) 8761 4000 / 87614016 / reservaciones@clube.com.mx
www.clube.com.mx

RESUMEN DE FEBRERO



- 1. Represión en Siria dejó al menos 50 muertos • 2. Argentina denunció ante la ONU la militarización del Atlántico sur por tropas inglesas • 3. Tribunal Supremo español condenó a 11 años de inhabilitación profesional al juez Baltasar Garzón • 4. Incendio mató a 377 presos en cárcel hondureña • 5. Tras la renuncia de Christian Wulff por escándalos de corrupción, Joachim Gauck fue designado nuevo Presidente de Alemania • 6. Hubo más protestas violentas en Grecia tras el anuncio del nuevo plan de ajuste económico • 7. Comisión Federal de Competencia negó el aval a la fusión de lusacell y Televisa por riesgos a la competencia • 8. Josefina Vázquez Mota ganó la candidatura del PAN a la Presidencia • 9. El número de pobres en el país aumentó en 3.2 millones de 2008 a 2010, de acuerdo con el Coneval • 10. Según datos del INEGI, la economía mexicana creció 3.9% en 2011 • 11. La Secretaría de Comunicaciones y Transportes informó que las rutas y horarios de Mexicana se encuentran salvaguardados • 12. Enfrentamiento entre presos en cárcel de Apodaca, Nuevo León, dejó 44 muertos • 13. Xignux nombró a Juan Ignacio Garza Herrera como nuevo Director General de la compañía • 14. El Gobierno norteamericano anunció que busca profundizar su intercambio comercial con NL • 15. Investigadores del Tec crearon red para apoyar centros de ingeniería en empresas automotrices



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




PLATINUM X

Nuevo y más eficiente.



  MirageMEXICO

 **mirage**[®]

mirage.mx 

Próximamente
¡Venta en Línea!

