

PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & LIFESTYLE

HOTELES
ALL
INCLUSIVE

MKT
EN MÉXICO &
MONTERREY

ORGANIZA
TU EVENTO

ARTURO GALVÁN

PRESIDENTE DE NARANYA ◀

EL HOMBRE QUE CONECTÓ
A LATINOAMÉRICA CON EL MUNDO

MONTERREY

ABRIL 2013

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



7 7

7 503007 253019

telcel
P.455

JOYEROS DESDE 1949

emwa®

Siempre en el mejor momento

MATRIZ VALLE 8335 0177 | GALERÍAS 8348 9007 | VALLE ORIENTE 8486 0108
PASEO SAN PEDRO 8378 5349 | AEROPUERTO 1088 8431 | PLAZA CUMBRES 1095 2824

MONTERREY | MÉXICO | LEÓN | TOLUCA | GUADALAJARA | CHIHUAHUA
QUERÉTARO | HERMOSILLO | ACAPULCO | MÉRIDA



Carrera Series



A PARTNERSHIP TO HELP PROTECT OUR PLANET

Leonardo DiCaprio and TAG Heuer have joined forces to contribute to Green Cross International initiatives. To learn more please visit www.tagheuer.com



TAGHeuer
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860

emwa
Joyeros desde 1949

Calzada del Valle #472 Ote.,
Col. Del Valle, San Pedro Garza García, N.L. Tel. (81) 8335 0177



Telcel la Red en tus manos





y la mejor COBERTURA NACIONAL

Visita Centros de Atención a Clientes, Centros de Venta y Distribuidores Autorizados Telcel

**telcel**



Announcing
INSPIRATO
— *with* —
AMERICAN EXPRESS
The luxury of certainty



INSPIRATO SIGNATURE RESIDENCE PUNTA DE MITA

Welcome to a new way to vacation. This is Inspirato with American Express – a private vacation club for members who want to enjoy five-star service and privileged access to more than 130 luxurious villas in the world’s most sought-after destinations. From Aspen and Nantucket to Tuscany and Turks & Caicos, discover our \$450 million portfolio of private villas, luxury hotel partners and adventure travel experiences.

Our club members enjoy the service and amenities of a luxury resort, the space and privacy that can only be found in a private residence, and the freedom to travel the globe while enjoying the character and comfort of their own vacation home. Inspirato with American Express gives you all this and more at a fraction of what you would expect to pay for other destination travel clubs.

Want to learn more?

Explore the possibilities at [Inspirato.com/New](https://www.inspirato.com/New) or call 01 800 681 1853.

INSPIRATO
with American Express

Inspirato® is a private travel membership club that requires a non-refundable Initiation Fee and Annual Membership Fee. Membership is subject to acceptance of terms and conditions and other reservation and use rules. Availability, minimum stay requirements and nightly fees may vary by residence, date and Membership Program. See website (www.inspirato.com) for complete details. Inspirato is owned by Inspirato LLC and operated by its subsidiary Best of 52, LLC, 1637 Wazee Street, Denver, CO 80202, info@inspirato.com, (303) 586-7771. Operator is registered as Florida Seller of Travel Registration No. ST38463; Washington Seller of Travel Registration No. 081 603006598; California Seller of Travel Registration No. CST 2107465.

All products and services offered and rendered by Inspirato® (including the operation and management of any vacation residence) are provided solely by Inspirato LLC, Best of 52, LLC, or their respective agents and affiliates, and not by the American Express Company or its subsidiaries or affiliates.

©2013 Inspirato LLC.

RESORT & CLUB AMENITIES

Áreas Sociales

- Casa Club
- Restaurant
- Disco Sonoma
- Sportsbar y Terraza al aire libre
- Capilla
- Explanada de Grandes Eventos
- Vestidores SPA / Hombres
- Vestidores SPA / Mujeres
- Gimnasio con Fitness Center
- Salón de Spinning, Pilates y Yoga
- Salón de Karate y Baile
- Terraza y Barbecue Grill
- Mini Market
- Oficina Administrativa
- Martini Lounge para mujeres
- Guardería y Playground

Instalaciones Deportivas

- Vitapista de aprox. 1.7 km de longitud
- 10 canchas de tenis y una de ellas tipo estadio
- Tee de práctica
- Putting Green
- Golfito
- Cancha de Fútbol
- 2 Canchas de Paddle Tennis
- 2 Canchas de Racketball
- 1 Cancha de Squash
- Cancha de Basketball
- Jardín de Yoga
- Teatro al aire libre
- Área de juegos infantiles
- Área de Picnic y Fútbol infantil
- Rampa para patinetas
- Parque acuático con toboganes
- Alberca Recreativa con Snack y Pool Bar
- Ruta para bicicleta de montaña
- Alberca Semiolímpica
- Tirolesa
- Muro para escalar
- Lago recreativo y de pesca

Servicios Resort

- Servicio de Concierge
- Room Service
- Valet Parking
- Transportación interna en Carritos de Golf
- Transporte a los principales Colegios
- Sala de Cine
- Servicio Médico

Servicios Adicionales

- Campamentos de Verano
- Clases deportivas y Culturales
- Torneos todo el año
- Nutriólogo
- Consultorio Médico
- Organización de eventos
- Business Center

CONOCE CLUB SONOMA RESORT
CITAS: 8044.0000

EQUIPADO CON TECNOLOGÍA

AXtel 

- PRIMERA TORRE VENDIDA
- SEGUNDA TORRE 90% VENDIDA
- PRE-VENTA DE TORRE FORESTA
- ACCIÓN DEL CLUB INCLUIDA EN LA COMPRA DEL DEPARTAMENTO



THE NEWEST
EXCLUSIVE FAMILY SPORTS CLUB & RECREATION PARK
NOW OPEN!!



* FOTOS ACTUALES DE CLUB SONOMA

FINANCIAMIENTO HASTA 6 AÑOS

**HAZTE SOCIO, COMIENZA A DISFRUTAR
DE CLUB SONOMA HOY MISMO**

VEN Y VISITANOS

**HORARIO DE VENTAS DE 10AM A 7PM DE LUNES A DOMINGO
PARA INFORMES TELÉFONO 8044.0000
WWW.CLUBSONOMA.COM.MX**

ALIANZA



**SIGUENOS:
@ CLUBSONOMA**





"A diario un emprendedor debe dormirse pensando en qué problema vio que pudiera generar una oportunidad de negocio"
Arturo Galván

➤ Arturo Villarreal y Arturo Galván

La imagen de una empresa y su presencia entre el nicho de mercado al que se dirige, hacen que las estrategias enfocadas en estos aspectos, aunque no son del todo nuevas, si hayan cobrado tal relevancia, que hoy constituyen campos profesionales altamente especializados. Por esta razón, en la edición que aquí te entregamos decidimos tocar el tema de Especialistas del MKT y Medios de Comunicación, junto con el de Organiza tu Evento, pues son áreas de acción que se relacionan. Conoce a los profesionales en nuestra ciudad y además, el estatus de desarrollo de estas industrias a nivel nacional.

Tuvimos el honor de visitar a Arturo Galván, quien nos acompaña en portada e Historias de Éxito. Nos impresionó su creatividad y dedicación, siempre en busca de necesidades para solucionarlas con productos e ideas de negocio. Gracias a su desempeño actualmente Naranya, su empresa, se encuentra en América Latina y China. Sin

embargo, lo más sorprendente fue su enseñanza acerca de que lo más valioso para emprender no es tener inteligencia, sino ser persistente, innovador y apasionado por lo que haces.

Por otro lado, los planes para tomar un constructivo descanso son un elemento permanente en la vida de todo PLAYER, así que en All Inclusive, contenido que hemos preparado en esta oportunidad, te brindamos información práctica acerca de relevantes opciones de algunos de los mejores hoteles todo incluido ubicados en atractivos destinos de nuestro país.

Además, mantente informado acerca de los más importantes acontecimientos internacionales, de México y locales, a través de las secciones de análisis con los artículos de nuestros colaboradores expertos y nuestro equipo editorial, que siempre busca darte a conocer los eventos de *social business* que marcan el rumbo de los negocios y la sociedad en Monterrey. ♥

Arturo Villarreal Torres / Director Ejecutivo

@villarreal82

DIRECTORIO CORPORATIVO

DIRECCIÓN GENERAL

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

GERENCIA EDITORIAL

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

SUBGERENCIA EDITORIAL

Ana Cristina Sánchez Hinostroza e: cristina.sanchez@grupoplayers.com.mx

GERENCIA CREATIVA

Victor Blankense e: victor@grupoplayers.com.mx

ASESORA CREATIVA

Isabel Belausteguigoitia e: isabel@grupoplayers.com.mx

GERENCIA DE DISEÑO

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

ASISTENTE DE DISEÑO

Roberto Carlos Luján Flores e: roberto.carlos@grupoplayers.com.mx

GERENCIA ADMINISTRATIVA

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

SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA

Mario Rivera e: mario.rivera@grupoplayers.com.mx

GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

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

GERENCIA DE MARKETING

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

SUBGERENCIA DE MARKETING

Natalia Arratia Gurza e: natalia.ariatia@grupoplayers.com.mx

GERENCIA DE MEDIOS DIGITALES

Barbara González e: barbara.gonzalez@grupoplayers.com.mx

PLAYERS OF LIFE MONTERREY

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

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

EJECUTIVOS COMERCIALES Andrea López e: andrea.lopez@playersoflife.com

Cecilia Vázquez e: cecilia.vazquez@playersoflife.com

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

GERENTE EDITORIAL DIGITAL Melissa Maiz e: melissa.maiz@playersoflife.com

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

CREATIVA Mónica Martínez e: monica.martinez@playersoflife.com

FOTOGRAFÍA Daniela Garza y Priscilla Baxter

ADMINISTRACIÓN Ariana González e: ariana.gonzalez@playersoflife.com

LOGÍSTICA Ricardo Vega Flores

COLABORADORES

Mauricio Jiménez / Barbara González / Maru Boesch / Sonya Garza Rapport / René Galache / Linda Tello
Victor Soulé / Sergio Aguirre / Javier Navarro / Carlos González / Samuel Peña / René Díaz / Patricia Rivera
Marcos Ibarra / David Pérez / Luis Marcelo Villarreal

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

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

MONTERREY Tels: (81) 1522 0536 / 37
IZA Business Center Plaza O2 Vasconcelos
Av. Vasconcelos 150 ote. Col. del Valle, San Pedro Garza García, Nuevo León

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

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

QUERÉTARO Tels: (442) 295 2886 / 87
Bernardo Quintana 124, Col. Carretas, 76050 Querétaro, Querétaro

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

PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 7 No. 77. Fecha de publicación: 1 de abril de 2013. Revista mensual, editada, publicada y distribuida por Grupo PLAYERS. Ocampo 24 ote. Col. Centro, 27000 Torreón, Coahuila, México. Editor responsable: Mariana de los Angeles Ramírez Estrada. Reserva de derechos: 04-2009-092408373300-01. Reserva de título INDAUTOR: 04-2012-053009512000-102. Certificado de Licitud de Título y Contenido: 15023. Título de Registro de Marca: 1005840. Impresa en México. Grupo PLAYERS investiga sobre la seriedad de sus anunciantes, pero no se responsabiliza de la publicidad y ofertas relacionadas con los mismos. Cada uno de los colaboradores es responsable directo de la información que facilita para ser publicada. Todas las colaboraciones reciben corrección de estilo. Prohibida su reproducción parcial o total.

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

www.playersoflife.com

Celsa Impresos

www.celsaimpresos.com.mx
ventas@celsaimpresos.com.mx
(871) 159 1135/36 01 800 CELSA (23572)



RADO
S W I T Z E R L A N D

RADO TRUE THINLINE JUBILÉ
EXTRA-THIN HIGH-TECH CERAMIC WATCH

ENGINEERED TO ACHIEVE A
HEIGHT OF 5 mm

GHIBERTI 
arte milenario

PLAZA FIESTA SAN AGUSTÍN
L- 2432 TEL. 83-68-48-11

GALERÍAS VALLE ORIENTE
L- 1141 84-86-03-03

PLAZA FIESTA ANÁHUAC
L- 1155 TEL. 83-32-26-44

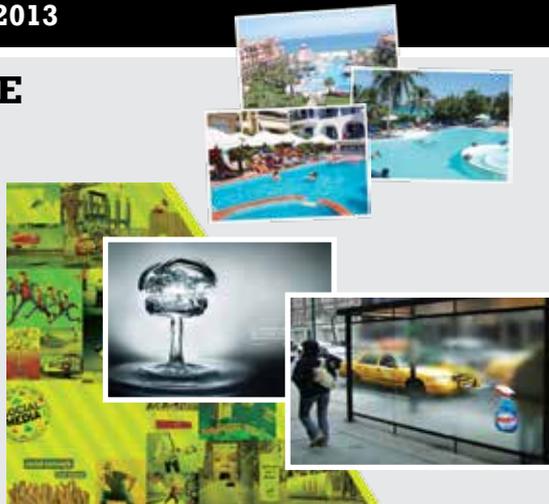
40 ALL INCLUSIVE

EXPERTOS DEL MKT

- 52 Axiomacero
- 54 Cincodemayo Diseño
- 55 En Medio de la Nada
- 56 Havas Media
- 57 Menosunocerouno
- 58 R. Treviño y Asoc.
- 59 Sr. Smith
- 60 Tridente

MEDIOS

- 62 Televisa
- 63 TV Azteca
- 64 Indigo
- 65 Dominio Radio



ORGANIZA TU 66 EVENTO

- Alanís Cantú Eventos 68
- Amélie Piché 70
- Cinco Catering 71
- Rodolfo Peña 72
- Marco 74
- Parque Fundidora 76

14 SPOTLIGHT

INSIDE

32 DELICATESSEN Best Selection



82 ESTILO & GENTLEMAN Business men Whit Style



ACTUALÍZATE

94 ECONOMÍA GLOBAL Triunfar en un mundo policéntrico

96 MONEY & MORE La gestión del talento

VITAL

114 NUTRICIÓN Dieta de desintoxicación

116 SALUD Dolor de pecho, ¿es un infarto?

PODER

118 POLÍTICA INTERNACIONAL La Venezuela de Chávez

Adrián Rodríguez: Qué padre está su nuevo Slogan "El éxito es contagioso" y la verdad sí. Les deseo mucho éxito campeones DLB
PLAYERS of life-Revista: Monterrey: Muchas gracias Adrián y mucho éxito a ti también

PLAYERS of life-Revista: Monterrey: MUST DO.



Jorge López Morales: Of course

PLAYERS of life-Revista: Monterrey: SPOTLIGHTS del mes de marzo, PANEL y personalidades para admirar. En distribución y en línea: <http://playersoflife.com/monterrey>



Beto Pasillas: Toda una celebridad y personaje admirable (Rubén Garza)
Jorge Alberto Guerra Crombe: Felicidades Rubén. Te lo mereces

@players_mty

@guerravaleria: @PLAYERS_Mty excelente entrevista la del Coach Frank. Felicidades

@Microsip: @PLAYERS_Mty ¡Buenos días PLAYERS! Excelente miércoles. Saludos a todo el equipo y comunidad

@daniel_carrillo: "@PLAYERS_Mty: Guía práctica para el reciclaje. Tips verdes //échenle un ojo a ver en qué podemos ayudar



T+
TISSOT
SWISS WATCHES SINCE 1853
INNOVATORS BY TRADITION

160th
ANNIVERSARY
1853 - 2013



Get in touch at www.tissot.ch



TISSOT T-RACE LADY

chosen by Danica Patrick – Race Car Driver

Sporty and stylish watch set in a 316L stainless steel case with rose gold PVD coating, scratch-resistant sapphire crystal and water resistance up to 10bar (100m / 330ft).

IN TOUCH WITH YOUR TIME

GHIBERTI 
arte milenario

PLAZA FIESTA SAN AGUSTÍN
L- 2432 TEL. 83-68-48-11

GALERÍAS VALLE ORIENTE
L-1141 TEL. 84-86-03-03

PLAZA FIESTA ANÁHUAC
L- 1155 TEL. 83-32-26-44



SPOTLIGHT



86

HISTORIAS DE ÉXITO

Arturo Galván

Por sus venas corre la sangre de un emprendedor, un innovador que ha llevado la tecnología más allá de sus fronteras. Conoce a la persona que trajo el internet a México y que hoy en día sigue impulsando proyectos que marcarán la pauta en el futuro.



16

PANEL

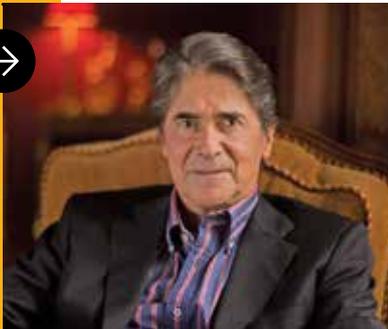
Alejandro Rueda
Claudia Chapa
Adriana Carranza Garza
Guillermo Velázquez González

18



COMPROMISO SOCIAL

Federico Sada
González



20

EJECUTIVOS EN ASCENSO

Sergio Álvarez



22

FINISH
Alejandro
Márquez



24

AS BAJO LA MANGA

Rodrigo Santos e Ignacio Llantada



PLAYER DEL AYER

Porfirio Barba Jacob

26

interjet

**Buen servicio no sólo es tratar bien al pasajero.
Es entender qué necesita y resolverlo**



Viajando en tu misma dirección

interjet.com

Del interior: **01 800 01 12345**



Redes sociales

Una verdadera revolución

Desde su punto de vista, ¿qué tan poderosa llegará a ser la publicidad vía las redes sociales?



ALEJANDRO RUEDA

GERENTE DE MERCADOTECNIA EN FUD

Actualmente las redes sociales son un espacio de entretenimiento, colaboración e información, cada día se suman más adeptos y los usuarios se vuelven más expertos, sin embargo, hay un tema generacional: si eres de la generación nativa en Digital (Millenium) la adopción es sencilla, pero para los que no (Babyboomers, Gen X, Y), nos ha costado trabajo, aunque poco a poco nos familiarizamos con su uso. Los nacidos en Digital las utilizan como medio de información y comunicación, empezando a desplazar a otros medios. Hoy es muy común tener conversaciones en línea, incluso lo primero que se hace en el día es revisar el estatus de sus redes sociales, comen interactuando con ellas y cada vez son más usuales las reuniones a través de dispositivos móviles.

Las marcas están haciendo esfuerzos publicitarios en las redes sociales, aunque hoy se consideran como una intrusión al espacio individual que el usuario tiene la capacidad de bloquear. Las redes sociales llegaron para quedarse, lo importante será cómo evoluciona la publicidad en una plataforma donde el objetivo principal del consumidor es el contenido y sus relaciones, ahí el contexto y personalización, además del contenido, se vuelve el principal reto para las marcas, en aras de captar atención de los consumidores.



GUILLERMO VELÁZQUEZ GONZÁLEZ

GERENTE DE MERCADOTECNIA EN TELUM

Definitivamente considero que hoy ya vivimos una revolución publicitaria en redes sociales, lo que empezó como un pasatiempo para reencontrarse con amistades y familiares que dejamos de ver hace mucho tiempo, actualmente las empresas ya lo consideramos como un medio crucial para crear posicionamiento de marca e incrementar ventas de productos y servicios.



ADRIANA CARRANZA GARZA
DIRECTORA DE LA LICENCIATURA EN
MERCADOTECNIA, ITESM CAMPUS MONTERREY

Hoy los consumidores tienen perfiles muy variados; los hábitos de consumo están cambiando y también la manera de obtener información para la toma de decisiones. Por estas razones quienes se dedican a la comunicación de marketing, y en especial a la publicidad, deben analizar cómo llegar a estos clientes tan diversos. Las redes sociales constituyen una de las herramientas más novedosas y alternativas para hacer publicidad en el siglo XXI, pero considero que debe hacerse un esfuerzo muy especial para saber llegar a los nichos que sean una oportunidad de negocio para las empresas. No todos los consumidores tienen acceso a redes sociales, y los que sí, utilizan alternativas variadas, donde la estrategia debe ser diferente, pero definitivamente continuará creciendo.

¿Qué tan fuerte puede ser esto? Creo que tan grande o poderoso, dependiendo de cómo los estrategias en comunicación de redes sociales atraigan talentos que desarrollen publicidad (tanto creativa como táctica) bien orientada al target, buscando siempre una rentabilidad adecuada y que alcance el objetivo de posicionar una marca.

Debemos preocuparnos por capacitar profesionales que puedan llegar a los consumidores con ideas frescas que ayuden a que la empresa tenga éxito.



CLAUDIA CHAPA
SUBDIRECTORA DE MERCADOTECNIA HEB MÉXICO

Sin duda la tendencia en el manejo de plataformas electrónicas es un cambio radical, aunque la transición no necesariamente sea inmediata, si hay un impacto en la dinámica y los efectos de comunicarse con la audiencia de manera más directa y enfocada, por tal, si no son el medio principal, si complementan un buen plan 360°. Sabemos que el uso de redes sociales como medio para publicitar cualquier servicio o marca tiene tanto beneficios como amenazas, ya que la comunicación es abierta y dirigida por igual al emisor que al receptor, así que aceptas la vulnerabilidad que esto genera sobre tu mensaje, ya que puedes recibir una respuesta positiva o negativa.

Lo importante es utilizar los beneficios que éstas representan, como ser un espacio “libre” y no precisamente limitado en tiempo para comunicar atributos y temas de valor agregado e interés para tu target, generando un engagement y lealtad, que a su vez se traduce en mayor alcance mediante la dinámica de compartirlo con más seguidores. La base es la estrategia que eliges no solo para que te sigan, sino para que permanezcan contigo y sobre todo interactúen; el tema no es quien tiene más seguidores, sino quien aprovecha más su relación con ellos. Otra ventaja es la rapidez con la que puedes generar un posicionamiento y reaccionar ante los comentarios expuestos; en los medios tradicionales, comunicas masivamente y no sabes cómo fue percibido el mensaje desde el momento que lo lanzas, mientras que en las redes sociales la respuesta está a un clic, solo debe definirse con claridad qué quieres comunicar y qué harás con la respuesta. Definitivamente, en cuestión de publicidad no podemos aislarnos de cualquier canal o plataforma que nos ayude a llegar más lejos, a más contactos y en menor tiempo.



Federico Sada González

Presidente Ejecutivo del Comité Directivo del Patronato del Parque Ecológico Chipinque, ABP

Por Minerva Castellanos

El 30 de julio de 1992 nació la Asociación del Parque Ecológico Chipinque con el objetivo de conservar su biodiversidad para las futuras generaciones. El mismo año de su fundación y gracias al amor que le tiene a la naturaleza, Federico Sada González aceptó fungir como Presidente Ejecutivo del Comité Directivo

“El Parque Ecológico Chipinque necesita más recursos económicos, así como el que sus visitantes comuniquen a otra gente de su existencia, con el objetivo de coadyuvar en su conservación”

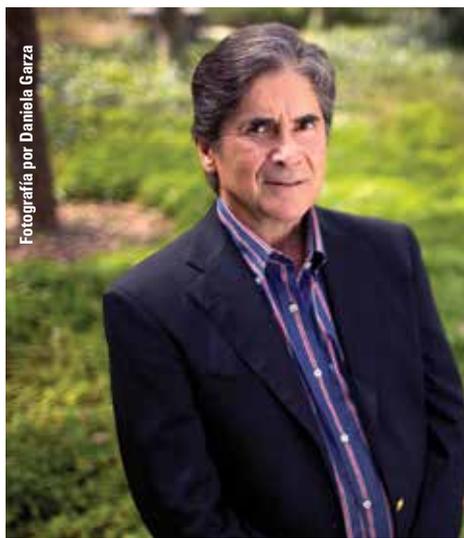
ción de fondos y continúa adecuación del Consejo de la Asociación. El afecto por la naturaleza, la responsabilidad social y ver que mucha gente ha tomado al lugar como esencial en su vida diaria, han sido sus pilares para trabajar en el proyecto.

El Parque Ecológico

Chipinque es un área natural protegida de carácter privado bajo la supervisión de un Patronato. Forma parte de la Sierra Madre Oriental, dentro de los límites del Parque Nacional Cumbres de Monterrey. Mide alrededor de mil 791 hectáreas, abarcando altitudes de 730 a 22 mil metros, cuenta con más de 50 km de brechas, veredas y carretera, donde deportistas o personas de todas las edades pueden disfrutar de una gran variedad de actividades como ciclismo, senderismo, gimnasio al exterior, yoga los domingos, miradores, museo interactivo, insectario y mariposario; cuenta además con enfermería, entre otros servicios. Al recorrer estos espacios recreativos puede observarse la diversidad de flora y fauna que gracias a la integridad, inclinación al servicio y cuidado a la naturaleza se han conservado durante mucho tiempo. Otro objetivo de la Asociación es cuidar la biodiversidad mediante un manejo integrado que certifique la preservación de sus recursos naturales. Federico explica que crear una cultura de respeto y aprecio por los aspectos naturales y físicos del Parque no ha sido fácil, pues se requiere tiempo, atención, recursos económicos, y sobre todo, un gran gusto por la naturaleza.

El Parque Ecológico Chipinque necesita más recursos económicos, así como el que sus visitantes comuniquen a otra gente de su existencia, con el objetivo de coadyuvar en su conservación.♥

Para más información ingrese a www.chipinque.org.mx



Fotografía por Daniela Garza

del Patronato del Parque Ecológico Chipinque, ABP.

Federico nació en Monterrey el 19 de julio de 1949, es Licenciado en Administración de Negocios por el Tecnológico de Monterrey, con Maestría en la misma área, realizada en Suiza. Se describe como una persona que vive en el eterno presente con una visión hacia el futuro. Es muy empático y generoso, pues ha dedicado gran parte de su vida a distintas causas sociales, entre ellas presidir el Patronato en el Museo Nacional de Historia y El Castillo de Chapultepec durante 13 años, ser primer Presidente y Fundador del Consejo Mexi-

cano del Comercio Exterior (COMCE), Miembro del Consejo de Organización y Vida Silvestre (OVIS) dedicada a la conservación de la vida silvestre mexicana, integrante del Consejo del Tecnológico de Monterrey durante 17 años y del Comité de la Vicepresidencia de la Universidad Regiomontana por ocho años, y participante del World Economic Forum de Davos, Suiza durante ocho años como Miembro del Consejo y 20 años como socio.

El tiempo en que ha colaborado en el Parque Ecológico Chipinque, la asociación se ha enfocado en combatir varios retos, como incendios forestales, recauda-

Próximamente verás por qué a los autos les bajará la autoestima.

Nuevo CLA. Intimidante.

mercedes-benz.com.mx

Abril 2013

en tu distribuidor Mercedes-Benz.



Mercedes-Benz



01 800 MERCEDES La fotografía que aquí aparece es usada como referencia y puede ser modificada sin previo aviso. Mercedes-Benz México, S. de R.L. de C.V., se reserva el derecho de cambiar las especificaciones, equipos, términos y condiciones antes mencionadas en cualquier momento sin necesidad de previo aviso. Rendimiento de combustible (combinado): 18.18 km/l. El alcance de la presente información referente al rendimiento de combustible, relaciona valores obtenidos en condiciones controladas, las cuales pueden variar derivado de las condiciones ambientales, orografía, calidad del combustible, así como operación del vehículo automotor. "Mercedes-Benz" es marca de Daimler.

CAR ONE
PREMIUM

Mercedes-Benz Gonzalitos
José Eleuterio González 700
Tel. (81) 8989 3100



Sergio Álvarez

Managing Director Corporate Banking Scotiabank Global Banking and Markets

Por Minerva Castellanos

Gozando lo que hace, Sergio nos explica que al elegir un trabajo que te gusta no tienes que trabajar ningún día de tu vida. Considera a Scotiabank como su segundo hogar, pues durante los 23 años que ha colaborado en la organización, su pasión le ha permitido evolucionar en el ámbito financiero. Estudió Economía en la Universidad Panamericana y una Maestría en Administración con especialidad en Finanzas y Alta Dirección en el ITAM; así como un programa de Alta Dirección en el IPADE en el año 2006.

En 1989 inició como Ejecutivo de Cuenta en Arrendadora Inverlat. Al terminar sus estudios en 1991 lo ascendieron a Gerente de Promoción y el siguiente año a Subdirector de Promoción Regional. En 1993 se convirtió en Director de Promoción Regional y en 1997 la Arrendadora fue fusionada al Banco, así que al

incorporarse al área de Banca Corporativa, recibió el cargo de Director Adjunto, enfocándose al sector de bienes de consumo. Tres años más tarde dirigió la zona norte del país, y en el 2003 fue nombrado Director Regional. Finalmente, desde el 2007, con el cambio de reporte de banca corporativa del área internacional a la de Global Banking and Markets, se desempeña como Managing Director Regional Diversified Industries.

Dos experiencias en particular han marcado su forma de trabajar: su participación en la fusión de las Arrendadoras Inverlat y Comermex, donde creó una nueva estructura regional, optimizando los recursos humanos y materiales de ambas empresas, y el cambio de reporte de Banca Corporativa del área Internacional a la División Global Banking and Markets, lo que lo llevó a desarrollar una perspectiva más apegada a estrategias de mediano y largo plazo, con criterios de rentabilidad.

Retos

Ajustarse a la constante y dinámica evolución de la banca en México, que inició en 1992 con la privatización de los bancos y que continuó con la crisis de 1995. Esto llevó a los banqueros a un cambio vertiginoso, de estar enfocados en el crecimiento de la cartera de crédito, al cobro y reestructuración de la misma. Esta situación creó la necesidad de buscar nuevos socios que aportaran liquidez al sistema financiero mexicano, abriendo las puertas para la llegada de la banca extranjera al país.

Así llegaron los canadienses de Scotiabank. Posteriormente, el sector bancario volvió a ser afectado por la más reciente crisis mundial del 2008 que trajo nuevas formas de ver el negocio.

Estos cambios en la banca, la sofisticación y evolución de las empresas en México, los han obligado a ofrecer nuevos productos a sus clientes. En Scotiabank esta cultura se llama “Clientecentrismo”, basada en la adaptación de soluciones a los que el cliente necesita, en el mejor tiempo posible. Es por ello que Sergio se enfoca en consolidar la operación y los resultados del área que maneja, con el objetivo de contribuir a un mejor futuro para la empresa. Para él, trabajar en equipo con actitud positiva al cambio e inteligencia emocional, son la clave para lograr el éxito dentro de esta organización.

El descanso

Gusta de convivir con su familia, disfrutando al máximo cada momento con sus hijos, yendo al cine, al estadio y a eventos que a ellos les gusten. Sus principales *hobbies* son el *crossfit* y fútbol americano; y como buen fanático no se pierde ningún partido de su equipo favorito.♥



Fotografías por Mónica Martínez

▲ SERGIO EN CORTO

- ▲ **Equipo:** Forma de alcanzar el éxito
- ▲ **Scotiabank:** Mi segunda casa
- ▲ **Finanzas:** Pasión y evolución
- ▲ **Trabajo:** Medio para realizarse en la vida
- ▲ **Frase:** “Elige un trabajo que te guste y no tendrás que trabajar ni un día de tu vida”

Accord 2013

VE ADELANTE.



Accord Sedán 2013 evoluciona con un sofisticado diseño exterior y nuevas tecnologías que perfeccionan la experiencia al volante. La reinención del auto al que todos quieren seguir.

PRECIOS:

LX \$319,900	EXL4 \$359,900	EXL4 NAVI \$379,400	EXV6 NAVI \$429,900	COUPE AT \$446,900
-----------------	-------------------	------------------------	------------------------	-----------------------



SMART KEY (botón de encendido)
Sistema de apertura y cajuela sin llave



ECO ASSIST (modo coach)



PANTALLA TOUCH DE 8"
Sistema de Navegación de doble pantalla



SONG BY VOICE
(pregunta por ubicación y música)



CÁMARA EN ESPEJO LATERAL
(Para identificar el punto ciego)



CÁMARA DE REVERSA
(Con medición de distancia)



LUZ LED EN FAROS DELANTEROS Y TRASEROS Y FAROS DE NIEBLA



MEMORIA Y CALEFACCIÓN EN ASIENTOS



Concesionario Honda más grande de México

Vasconcelos ☎ 8133 5000
 Uni ☎ 8125 5151
 Galerías ☎ 8123 2400
 Lindavista ☎ 8126 1200

www.hondaplaza.com.mx HondaPlazaMx



Alejandro Márquez

Corriendo a favor del INA



Fotografía por Daniela Garza

Por Mayte González

Perseverancia es la mejor palabra para hablar de Alejandro Márquez, cualidad que aprendió de sus papás y enfocó en el logro de sus objetivos en los deportes, ayudando a otros, y en sí en cualquier área de su vida. Se define a sí mismo como una persona sumamente positiva, siempre viendo el lado bueno en toda situación. Cree mucho en el respeto y la tolerancia, pues son valores que ayudan a convivir con la gran diversidad de ideas y formas de ver el mundo. Aprendió a dar lo máximo de sí mismo ante cualquier meta, y cuando se propone algo, pone su corazón para alcanzarlo.

Es Licenciado en Economía por el ITESM, con Maestría en Desarrollo Organizacional por la UDEM y un MBA en Boston College. Se desempeña como Chief Strategy Officer en Vector Casa de Bolsa y cuenta con una amplia trayectoria a lo largo de su carrera.

Con el deporte en las venas, jugó fútbol americano de niño y comenzó a correr

cuando entró a la preparatoria, el deseo de mantenerse en forma lo orientó a elegir esta disciplina y desde entonces no lo ha abandonado. Un día decidió participar en una carrera de 5 k y le gustó mucho, por lo que comenzó a inscribirse en carreras de 10 k, y hace aproximadamente 12 años realizó su primer maratón.



“La victoria es un cúmulo de experiencias, preparación, perseverancia y disciplina”

A la fecha ha efectuado 19 maratones, de ellos ocho han sido nacionales y 11 internacionales, de éstos últimos en el de Chicago obtuvo su mejor marca personal (PR) de 4:09 horas, y asimismo estuvo en los de Nueva York, San Diego, San Antonio, Londres y París. Recientemente comenzó a correr más seguido y durante el 2012 participó en cinco

maratones, para lo cuales entrenó por ocho meses con el fin de mantenerse en forma y cuatro meses antes de las carreras inició un programa especial. Fue cuando llegó a correr 12 o 13 maratones que se dio cuenta de que requería un sentido, por lo cual decidió empezar a hacerlos no solo para él, sino para otros. Entonces comenzó a correr por una causa: los niños con parálisis cerebral del Instituto Nuevo Amanecer (INA).

Creó una red de corredores con una meta tanto deportiva como económica y fue así como se originó el concepto de TribuHopi. Cuando hizo su primer maratón con esta mecánica obtuvo su experiencia más significativa y su reto más importante, algo realmente increíble y gratificante. Un aspecto clave para alcanzar sus metas ha sido correr con un grupo de amigos o en un club de corredores, ya que se reconocen y apoyan, como una gran y solidaria comunidad.

Como siguiente reto desea llegar a correr un ultra maratón (cualquier distancia que pase de 42.2 k) y dentro de tres años, cuando cumpla 50, con ayuda de su familia y amigos, organizar una carrera de 50 k.

Para combinar su vida personal con el deporte, trata de no quitarle tiempo a su familia, así que como correr es una actividad de madrugadores, siempre regresa a casa cuando están levantándose o comienzan a desayunar. También es muy hogareño y disfruta jugando, leyendo, cocinando, recibiendo visitas o viendo películas. Sabe que esta disciplina lo ha hecho mejor persona, fomentando en él lo positivo ya que correr por los niños del INA ha cobrado un verdadero significado en su vida.♥

EN BREVE

- ▲ **Deporte:** Libertad
- ▲ **Maratón:** Reto de respeto
- ▲ **NL:** Hogar

Para mayor información: www.tribuhopi.org



El poder de la innovación.

- Silueta deportiva sin sacrificar espacio interior.
- Motor de excelente desempeño. Turbo 2.0 L con 200 Hp y V6 3.6 L con 280 Hp.
- Dirección Servotronic que se endurece progresivamente a mayor velocidad para mayor estabilidad.



Autos Valle

Av. Vasconcelos ote. No. 355 Col. Santa Engracia, San Pedro Garza García, Nvo. León. Tel. (81) 80 40 63 50.



Rodrigo Santos e Ignacio Llantada

Emprendedores y socios de Hairline Solutions



Fotografía por Mónica Martínez

Por Minerva Castellanos

Rodrigo y Nacho han llevado más allá su amistad desde pequeños, emprendiendo un negocio que hoy se ha cristalizado y posicionado en el mercado, sin embargo, nunca imaginaron que se convertirían en socios. Rodrigo quería ser veterinario, mientras que a Nacho le llamaba la atención convertirse en cronista deportivo. A pesar de que ambos tomaron distintos caminos, esta idea de negocio los unió.

Todo inició en el 2011. Mientras estudiaba en Melbourne, Australia, Rodrigo probó el producto Hairline Solutions. Su necesidad era sencilla: estaba perdiendo cabello, y quería algo rápido y eficiente para regenerarlo. “Fue tan positivo su uso, que pensé en llevarlo a México”. No obstante, hacer posible esa intención requería de gran esfuerzo e inversión. En ese tiem-

“Si no te prendes, te apagas”

po trabajaba para una empresa mexicana y tenía la opción de quedarse en aquel país o apostarle a su idea de negocio y regresar a su patria.

Decidir no fue sencillo, pero tomó de lleno el riesgo. El siguiente paso fue contactar al CEO de la empresa australiana para traer el producto a México. Los obstáculos siguieron apareciendo, ya que en Australia todo tiene un procedimiento. Para entregarle el tratamiento era necesario que en tres meses realizara una tesis de todo lo

relacionado con la calvicie, presentando su examen antes tres miembros y expertos del tema.

Importando Hairline Solutions

Una vez en el país Rodrigo contactó a Nacho y le planteó la idea del negocio, sabiendo que es un emprendedor nato con más de un negocio potencializado. Finalmente unieron fuerzas para comenzar esta travesía. Se enfocaron en darlo a conocer, despertando curiosidad en la gente. Con el paso de los meses iniciaron su comercialización entre amigos y familiares, con efectos que ayudaron a generar popularidad en el mercado.

Comentan que han logrado muy buenos números, por lo que recientemente abrieron un punto de venta al que cualquier persona interesada puede acudir para comprar el tratamiento. Buscan una distribución nacional para finales del 2013 y llegar a países de América Latina a principios del 2014. “Tenemos mucha fe en el proyecto”.

Sin duda, su visión es mantenerse actualizados y personalizar cada tratamiento de sus clientes, factores clave para conseguir el alcance que han tenido. “Mantenemos el servicio personalizado de *coaching* para que el problema de calvicie sea de dos”.

▲ RODRIGO E IGNACIO EN CORTO...

- ▲ **Emprender:** Capital / Tener visión
- ▲ **Oportunidades:** Abrir los ojos / Pruebas para medir el carácter
- ▲ **Negocio:** Abierto / Nuestra nueva escuela
- ▲ **Arriesgar:** O no ganar / Vehículo para cumplir nuestras metas
- ▲ **Frase:** “The good thing about science is that it's true whether or not you believe in it”, Neil de Grasse Tyson

Plan Select 400

El mejor plan para tu Smartphone.

400 min a todo México, E.U.A. y Canadá
min a Comunidad Movistar
MB para navegar y 40 SMS

Smartphone gratis desde:

\$399/mes

Y si sumas \$150 a tu Plan, te llevas:

Ilimitados

y 4 GB para navegar



Samsung Galaxy Ace S5830



Nokia Lumia 710



Samsung Galaxy SIII Mini

Busca Movistar MX en:

*Telefonica*La red 4G que sí funciona
y ahora es más veloz.

Plan Select 400: Los minutos son para llamar a cualquier destino nacional, E.U.A. y Canadá. Los minutos de Comunidad son para llamar a cualquier número Movistar nacional. Los mensajes de texto son a cualquier compañía en el país. Módulo de Conexión Libre: Costo mensual de \$150, 1GB de navegación ilimitada a Facebook, Twitter, WhatsApp y Correo (al terminar la bolsa disminuye la velocidad de navegación a 64kbps); adicional 4GB de navegación en cualquier otra aplicación. Sujeto a condiciones crediticias y de contrato. El equipo Lumia 710 es gratis en el Plan Select 400 a 24 meses; El equipo Samsung Galaxy SIII Mini se va gratis en un Plan Select 600 a 24 meses. Sujeto a disponibilidad y cambios sin previo aviso. Precios 16% IVA.



Porfirio Barba Jacob

Poeta, periodista y empresario



Por Juan José Silva Benítez

Pocos hombres han dejado huella en la vida cultural, periodística y empresarial de nuestra ciudad como lo hizo Porfirio Barba Jacob, verdadero nombre del poeta que utilizó los pseudónimos Ricardo Arenales y Miguel Ángel Osorio. Nació en la pequeña ciudad de Santa Rosa de Osos, provincia de la antigua República de Colombia, el 29 de julio de 1883. Sus padres fueron Don Antonio Osorio y Doña Pastora Benítez. Desde su más tierna niñez mostró una sed insaciable por las letras y la filosofía.

A los 21 años consiguió un puesto de profesor de primaria que desempeñó por dos años. Hacia 1907 sufrió una crisis existencial que lo acompañó el resto de su vida, trasladándose al puerto de Barranquilla para embarcarse a Venezuela acompañado de dos músicos. Decidió romper con su pasado y adoptar el seudónimo de Ricardo Arenales.

Estuvo en Costa Rica, las islas de Jamaica y Cuba. Escuchó que México ofrecía un futuro promisorio. Él y los dos músicos llegaron a Mérida, y después a Veracruz. Luego se dirigió a Monterrey, atraído por la pujanza industrial. A los 25 años ingresó en la redacción del diario *El Espectador*, recién fundado por el empresario Don Fernando Ancira, constructor del Hotel Ancira. Ahí trabó duradera amistad con los periodistas y futuros empresarios Virgilio Garza, Celedonio Junco de la Vega, Joel Rocha y otros intelectuales.

En 1909, desde las páginas del *El Espectador*, escribió una serie de impactantes crónicas sobre la terrible inundación de nuestra ciudad, publicando los textos “El elogio de la ciudad” y “La estrella de la tarde”. Colaboró en la revista *Zigzag*, redactó algunos textos incendiarios critican-

do la dictadura porfirista, lo cual le costó su libertad y fue preso en la antigua penitenciaría de Monterrey de julio de 1910 a enero de 1911.

Obtenida la anhelada libertad volvió a su vida nómada. Residió en el DF, la Habana y Nueva York, regresando a su entrañable ciudad de las montañas a principio de 1919, año en que fundó *El Porvenir*, decano de los diarios regiomonteros, cuyo primer número apareció el 31 de enero de 1919. Su espíritu inquieto lo llevó a traspasar su amado diario al impresor Jesús Cantú Leal.

En alguna ocasión afirmó que Monterrey le enseñó la religión del trabajo y lo inspiró a escribir los mejores poemas de su juventud. Se estableció en la capital del país, donde escribió el poemario *La ciudad de las épicas montañas*. Regresó a la capital neoleonesa en 1920 y dos años después su vida errabunda lo condujo a Guatemala, presa de gran agitación social, donde fue confundido con el político opositor Alejandro Arenales, siendo arrestado y sentenciado a muerte. Por fortuna el juez que llevaba su causa lo identificó, dejándolo en libertad. Luego de este hecho decidió utilizar su nombre real.

Nuevamente en Monterrey tuvo un recital en el desaparecido Teatro Independencia de la vieja calle de Escobedo, donde dio una serie de conferencias en el círculo mercantil. Además incursionó en la radio por invitación de Don Constatino de Tarnava. Su última estancia en nuestra ciudad fue en junio de 1934, durante la campaña presidencial del General Lázaro Cárdenas.

La vida errante de este periodista colombiano se desarrolló en 30 ciudades de América, pertenecientes a una docena de países. Participó en cerca de 50 publicaciones a lo largo de 37 años (1904-1941). Murió el 14 de enero de 1941 en el DF, víctima de tuberculosis.♥

“Afirmó que Monterrey le enseñó la religión del trabajo y lo inspiró a escribir los mejores poemas de su juventud”

MI AUTO ES ÚNICO

"Después de cerrar el trato, quiero regresar a casa seguro, por eso cuento con la seguridad y protección del blindaje de mi Auto TPS"



Más que un auto blindado es un TPS[®]
Venta, Renta y Servicio de mantenimiento.

Monterrey (81) 8124 66 72 - México (55) 5358 9800 - Guadalajara (33) 1202 2388
www.tps.com.mx



CERTIFICADOS CON
ISO 9001/2008

REG.SSP: DGSP/035-08/1013



Vinos blancos españoles

Los mejores vienen de Rueda

Por **Mauricio Jiménez**
Sommelier

El invierno se desvaneció, ya comienzan los soleados y calurosos días de primavera, así que me parece inevitable pensar en vinos blancos, fríos desde luego, entonces empiezo a saborear las posibilidades entre la inmensa oferta de variedades blancas y las regiones productoras que más favorecen a las cepas.

Si de frescura se trata prefiero los aromas que evoquen un perfume discreto, los recuerdos de frutas blancas y cítricas, inversamente con menos compotas y trópicos en la nariz. Ahí es cuando viene a mí mente la Denominación de Origen Rueda, sin que esto signifique que no hay otras magníficas en España, sino porque en este rinconcito de Castilla y León se atesora una manera de hacer vino inexistente en otra parte del mundo.

Rueda fue declarada Denominación de Origen (D.O.) en 1980, aunque su historia se remonta siglos atrás. Está consagrada a la elaboración de vino blanco principalmente, ya que de sus casi 10 mil hectáreas plantadas, menos de un décimo (digamos 800) son de uva tinta y todas las demás de uva blanca, y muy en específico de la reina de esta región: la uva Verdejo, de personalidad bien distinguida, a la que se reconoce por sus aromas de peras, anís e hinojo, entre otros. Esta variedad fue cuidada y domesticada por los mozárabes desde el

Productos Exclusivos de La Castellana

▲ FRAY GERMÁN VERDEJO
▲ VALDUBÓN VERDEJO



siglo XI, quienes en aquellos albores descubrieron sus bondades.

Para Rueda las cosas han ido cada vez mejor y hoy es líder en la producción de blancos finos en España. Hay 54 bodegas que producen límpidos y brillantes vinos gracias a su clima continental, suelos cascajosos y areniscos, típicos de la zona. En ocasiones también recuerdan en la copa aromas de toronja o membrillo sobre té de limón. Son vinos ideales para ostras, moluscos y pescados, y por su sabor más tendencioso a seco dan un gusto firme, con una acidez de buen nervio, que también resulta ideal de aperitivo.

A la hora de escoger estos preciosos vinos blancos busque las añadas recientes, con un par de años, ya que muy rara vez se envejecen en madera. Lucirán un color pajizo claro de reflejo aún verdoso, así se destacará su frescura y brillante acidez.

Hay que beberlos desde seis y hasta 9°C para apreciar sus cualidades, y al almacenarlos en casa lo mejor será que no superen de uno a dos años en cava.

Por eso, bendita sea la primavera que trae lo mejor del campo a la mesa. ¡A alzar las copas!♥

▲ DATOS ACERCA DE RUEDA

▲ 72 municipios integran a Rueda, 53 situados al sur de la provincia de Valladolid, 17 al oeste de Segovia y dos al norte de Ávila
▲ La altura de los viñedos es de 700 a 800 metros sobre el nivel del mar

▲ VARIETADES DE UVA

▲ Blancas: Verdejo, Sauvignon Blanc, Viura y Palomino Fino
▲ Tintas: Tempranillo, Cabernet Sauvignon, Merlot y Garnacha

En Primavera...

Nada como un Pinot Noir.



LA CASTELLANA

Calzada del Valle 390 Ote. Local 1 Plaza Las Villas, Col. del Valle

8400.5331

NUEVA APERTURA, Sucursal Aeropuerto Int. Mariano Escobedo. Terminal A (sala de recolección de equipaje)



La Castellana Monterrey



@lacasstellanamty

www.lacasstellana.com

Vinos Tintos • Vinos Blancos • Vinos Espumosos • Licores • Aperitivos • Digestivos • Jamón Serrano Español • Chorizo Español • Lomo Ibérico • Salami Italiano y Húngaro • Quesos • Bacalao • Boquerones • Angulas • Ostiones • Mejillones • Anchoas • Caviar • Patés • Aceitunas • Baguette Artesanal • Aceite Español • Paelleras • Accesorios • Catas y más...

PLANNERS

LOS MUST DEL EJECUTIVO

POR BÁRBARA GONZÁLEZ, ESPECIALISTA EN TI

Hace años, en la época de nuestros papás o abuelos, era natural ver a la impecable secretaria que sonriente recibía a su jefe con un café y libreta en mano para organizar las tareas del día. En la actualidad, la tecnología sobrepasa cualquier requisito, por más específico que parezca, nuestra *tablet*, celular, *notebook* o cualquier dispositivo electrónico nos da la oportunidad de mantener un orden de las funciones a realizar durante nuestro periodo laboral o inclusive personal. Te presento estas apps que podrás descargar de manera gratuita o con un costo, que considerando su utilidad, te será mínimo.♥



APPS
PARA ORGANIZACIÓN

1 Things 2

Plataforma:

- Mac
- iPad
- iPhone
- Cloud

Es un administrador de tareas fácil de utilizar. Inmediatamente empezará a registrar tus pendientes. Organiza desde vacaciones y tareas diarias, hasta metas a largo plazo. La interface y atención al detalle la han llevado a ganar un Apple Design Award.

Precio: Dependiendo de la plataforma en que se utilizará

2 Wunderlist 2

Plataforma:

- Android
- Windows
- iOS
- Mac

Ideal para organizar negocios, compartir listas con amigos o simplemente mantener registros de la vida diaria. Es una aplicación de listas para ti, tu equipo o tu familia.

Precio: Gratis

3 Any.do

Plataforma:

- Android
- Chrome
- iPhone
- Web

Aplicación simple pero efectiva, que además cuenta con compatibilidad en varias plataformas. Any.do hace fácil la captura de cosas que quieres hacer y te recuerda que las lleves a cabo.

Precio: Gratis

4 Trello

Plataforma:

- Web
- Android
- iOS
- Windows 8

Es una herramienta de colaboración *online* que organiza proyectos en tableros. Con un vistazo, te indica quién, qué y en qué parte del proceso se encuentra cada una de las tareas.

Precio: Gratis

IP-PBX

Voice Services

Ethernet Virtual

Private Lines

IP-VPN

Managed
Services

Dedicated Internet Access

Metro Ethernet Services

- High-speed Internet
- Large Coverage Wide Area Network
- Fiber Optic Access
- TDM and VoIP Technologies
- Metro Ethernet Architecture

La mayor cobertura de fibra óptica

TELUM
La Red de Alto Desempeño

15 años como líder en soluciones

+52(81)4040.0333 / 01800 0300 333
telum.mx



IDEALES PARA EVENTOS CORPORATIVOS

El vino y las bebidas son parte fundamental de una reunión, celebración o cualquier ocasión especial, por ello es de suma importancia dedicarle su tiempo a la elección de los que se van a servir, así como al resto de los licores.

Por Maru Boesch, Coordinadora de Eventos Vinoteca
www.vinoteca.com

El papel principal lo lleva el vino tinto. Hoy en día los más buscados son los españoles, argentinos y chilenos. Nuestra recomendación es siempre optar por uno de gusto general, para así agradar a todos los paladares. Algunas combinaciones de uvas, por ejemplo Merlot-Cabernet o Cabernet-Malbec, son de las más solicitadas. En blancos lo más deseable son algunos franceses de Borgoña y californianos de EU.

Una vez seleccionados los tintos y blancos, se puede considerar la opción de ofrecer también vino rosado, una novedad que permite brindar

atención especial a las invitadas, pues ¡a ellas les encanta!

Si tienes planes de ofrecer un banquete, es muy importante mantenerse al tanto de lo que se está acostumbrando en el tema de bebidas. Últimamente se han puesto de moda los cócteles de bienvenida, consistentes en recibir a los asistentes con una copa de alguna bebida suave, como los aperitivos. Los más comunes son martini de pepino, mojitos o una muy refrescante sangría con oporto. Una opción aún más elegante es entregar una copa de champagne o vino espumoso.♥





CATENA

Variedad: Malbec
País: Argentina
Bodega: Catena Zapata

Profundo color violeta opaco. Intensos aromas y gran concentración de sabores. Frutos negros con toques terrosos y aromas especiados de pimienta negra. Intenso sabor a casis y grosellas, ciruela madura y dejos de chocolate. Perfecto maridaje con cortes de carne de res al grill, cordero, paella, quesos duros y picantes.

DOMAINE DE PELLEHAUT

Variedad: Merlot y Tannat
País: Francia
Bodega: Maison Sichel

De color rosa claro, con una nariz muy aromática y compleja de frutos rojos, fresas con ligero toque de vainilla. Vino semi-dulce con un buen equilibrio entre la frescura y dulzura. Ideal como aperitivo para un atardecer, para acompañar dulces como los macarons, mousse de frutas, chessecake, además de mariscos, ceviche, tartara de salmón y quesos fuertes como roquefort y azul.

BE TEMPTING RED BLEND

Variedad: Cabernet Sauvignon, Zinfandel y Syrah
País: Estados Unidos

Mezcla roja compuesta de cinco variedades de uva, donde Cabernet Sauvignon presta sabores de mora del oeste norteamericano, y Zinfandel y Syrah entregan baya encantadora y notas especiadas.

SIMONNET-FEBVRE

Variedad: Chardonnay y Pinot Noir
País: Francia
Bodega: Simonnet-Febvre

Con tono amarillo paja y reflejos dorados. Aromático con notas cítricas, minerales y de rayadura de limón. Sabores intensos a manzana y tarta de limón, todo balanceado con una perfecta acidez y mineralidad. Marida con bocadillos, mariscos y carnes blancas.

BERINGER SPARKLING

Variedad: Zinfandel
País: Estados Unidos
Bodega: Beringer

Rosado con tintes anaranjados; limpio, nítido, brillante y de buena densidad. Intenso en aromas, mucha dulzura, sobresalen frutas rojas y muy cítricas. Cuerpo medio, buena acidez y equilibrio, sabores escarchados agradables de la frambuesa, profundidad y final medios. Adecuado con entradas y canapés, además de platillos especiados y con poco picante.



DE LOS ALPES

AL CERRO DE LA SILLA

La historia

Entramos al vestíbulo del maravilloso Hotel Quinta Real, bajo el manto protector de los ángeles del pintor Enrique Canales. La decoración ecléctica nos hace recordar el pasado virreinal: maderas talladas, altos candelabros de iglesia, antiguas mesas de la colonia y una profusión de flores que nos rodean como en un jardín. Pasamos al elegante comedor en que encontramos la mesa donde probaremos las delicias del chef francés Stuart Roger. Un menú que ha compuesto para el mes de la Pascua.

Abrimos el primer tiempo con un carpaccio de res black Angus con espuma de parmesano reg-

giano y trufa negra fresca. Como segundo plato cañón de cordero de leche rostizado, polenta cremosa con aceitunas kalamata y vegetales orgánicos. Por último, huevo sorpresa de chocolate, inspirado en los legendarios huevos Fabergé.

Durante toda esta explosión de sabores nos acompañó un buen vino tinto Errazuriz Carménère 2010. Al finalizar nuestra degustación apareció un joven alto, rubio, de ojos azules y extremadamente agradable. Nos pidió permiso para acompañarnos y platicarnos su sueño y travesía para convertirse en chef. Su escuela es Suiza y el periplo de su viaje a México ha sido una experiencia de la cual nos ha traído como regalo, su gastronomía europea.♥



Sonya Garza
Rapport de Santos

Posgraduada en Medios Masivos, Lengua Inglesa y Letras Castellanas, y con Doctorado Honoris Causa por The World Academy of Arts and Culture de Los Ángeles, California. Dirigió la Casa de la Cultura de NL (1986-1989) y Cultura del Municipio de Monterrey (1989-1991). Fue Subsecretaria de Cultura de NL (1991-1993). Ha publicado *Eterna disyuntiva*, *El oficio de Penélope*, *Historias que parecen cuentos*, *La balada del muñeco roto* y *Cocina de Bárbaras*. Preside la Federación Mexicana de Amigos de los Museos Capítulo Norte.

LA RECETA

CARPACCIO DE RES BLACK ANGUS CON ESPUMA DE PARMESANO REGGIANO Y TRUFA NEGRA FRESCA (PARA 5 PERSONAS):

- ▲ ½ litro de crema para batir
- ▲ 100 gr de parmesano reggiano
- ▲ 500 gr de filete de res angus limpio
- ▲ 10 gr de pimienta negra molida
- ▲ 3 gr flor de sal
- ▲ 12 gr trufa negra fresca
- ▲ Aceite de oliva extra virgen
- ▲ Hojas de arúgala baby



El chef Stuart Roger y Sonya Garza Rapport de Santos

PROCEDIMIENTO

Envolver el filete de res en la pimienta molida, vitafilar y congelar. Hervir la crema junto con el parmesano y licuar. Una vez congelado, rebajar el filete muy delgado y colocar en los platos. Aderezar con el aceite de oliva y sazonar con la flor de sal. Espumar la crema de parmesano en la licuadora y salsalear ligeramente el carpaccio. Decorar con la arúgala y la trufa negra cortada en juliana.

ORIGEN DE LOS HUEVOS DE PASCUA

Los huevos Fabergé se remontan a los regalos que el Zar Nicolás II hacía. Además, cuenta la leyenda que una mujer le llevaba como regalo al César Romano, Augusto, unos conejos y al dialogar con él acerca del misterio de la resurrección, éste le dijo que si esos conejos podían poner huevos creería en el mito, y en ese instante lo hicieron. En la actualidad celebramos la Pascua con huevos de colores, decorados como el arco iris, el cual procede de una coneja, según otra leyenda.

*Agradecemos al Hotel Quinta Real por su amable hospitalidad y la creación de estos deliciosos platillos.



Carpaccio de res black Angus con espuma de parmesano reggiano y trufa negra fresca

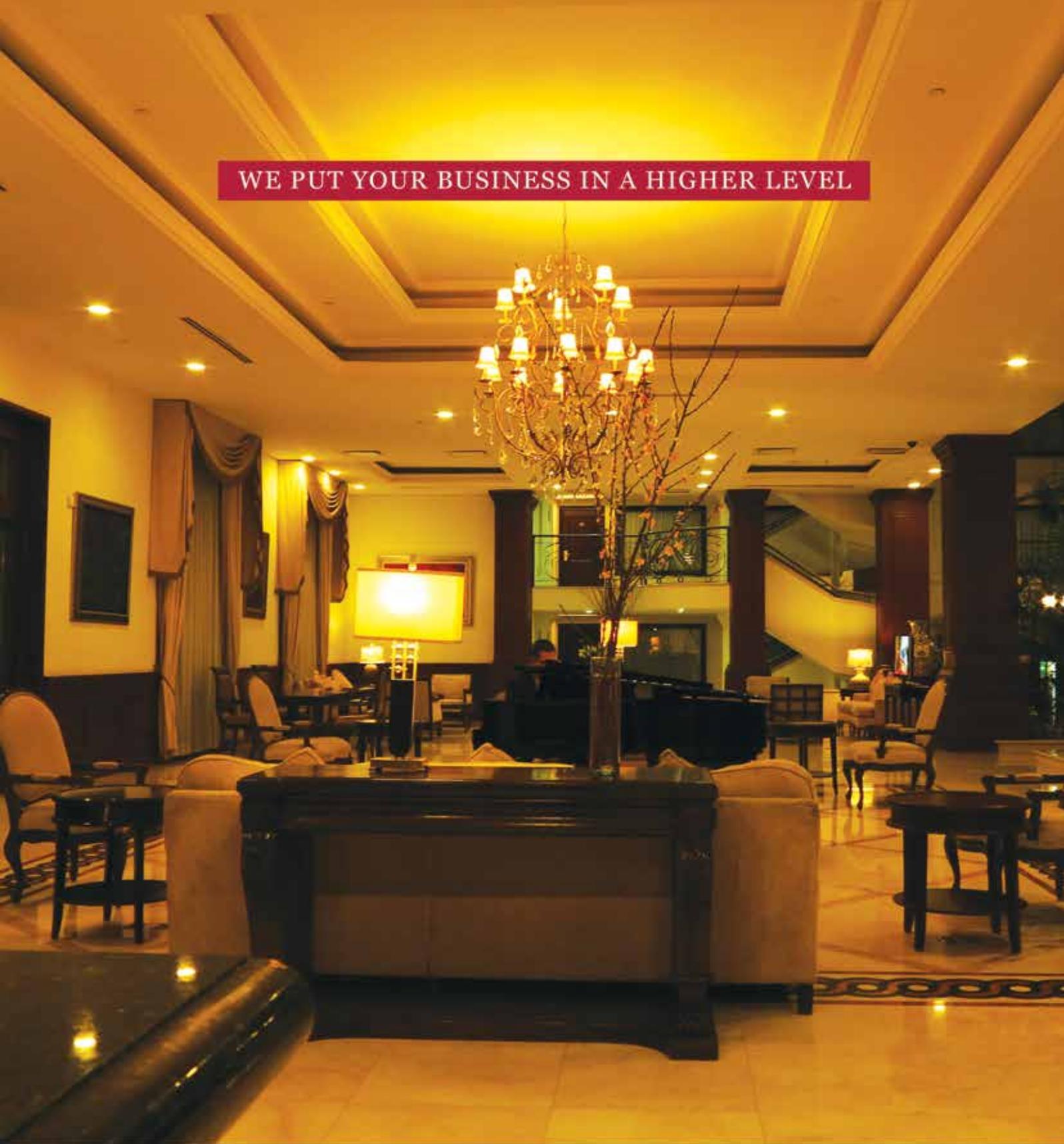


Cañón de cordero de leche rostizado, polenta cremosa con aceitunas kalamata y vegetales orgánicos



Huevo sorpresa de chocolate: "Fabergé"

WE PUT YOUR BUSINESS IN A HIGHER LEVEL



Marriott.
TORREON

BLVD. INDEPENDENCIA 100 PTE. COL.CENTRO, TORREON COAH.
www.marriott.com/trcmc INF. TEL. 895 00 00



PUMA
Golf Collection
Spring/Summer 2013

GOLF

UN DEPORTE A LA MODA

Denominado como una práctica deportiva completa y placentera, durante años el golf ha sido reconocido como una de las disciplinas preferidas de los caballeros. Mejora la salud física y ofrece un estado relajante gracias a que se realiza al aire libre, dando la oportunidad de disfrutar el medio ambiente, pero sobre todo, de convivir. Por supuesto que no se podía quedar lejos de la moda, por ello te traemos estos elementos que no deben faltar en tu garage.



CALLAWAY
Pelotas



TITLEIST
Guañtes



TAYLOR MADE
Gorra



TAYLOR MADE
Visera

www.taylormade.mx
www.callawaygolf.com
www.titleist.com
www.oakley.com
www.taylormadegolf.com/adidasGolf
www.puma.com.mx
www.nike.com

OAKLEY
Polo



ADIDAS
Zapatos



NIKE
Zapatos



CALLAWAY
Palos



CALLAWAY
Bolso



TAYLOR MADE
Bolsos





MARKETING EN LOS CIRCUITOS AUTOMOVILÍSTICOS

Por René Galache

Cuando se presenta algún evento automovilístico en el mundo, éste reúne a todo tipo de público y permite amalgamar a diferentes empresas con una amplia gama de productos y servicios mediante marketing publicitario.

A diferencia de otros deportes, los circuitos automovilísticos abarcan tres días: los viernes los pilotos hacen las pruebas de los vehículos, el sábado salen a las pistas para conseguir el mejor tiempo posible en la clasificación, y el domingo es el día más esperado por todos.

La cobertura concentra a los medios deportivos de los principales diarios del país, además garantiza valiosos minutos en televisión abierta.

Durante todo el campeonato, las ciudades en donde se disputan las competencias reciben a miles de fanáticos, la asistencia promedio es de 40 mil espectadores, con picos de 65 mil asistentes por carrera. El compromiso que ha adoptado el público con los pilotos y sus autos es un valor que se traslada directamente a las marcas que participan de dicho espectáculo.

Las promotoras y la distribución de propagandas en las carreras refuerzan la presencia de la marca en los autódromos y en los medios que cubre el propio evento.

El rating de cada una de las competencias y los diferentes programas que la transmiten se ha convertido, en los últimos años, en uno de los mayores incentivos para que decenas de compañías opten por auspiciar o promocionar las carreras; sin embargo, muchos dicen que el automovilismo nacional no sería lo mismo sin el marketing o publicidad, seguramente sería un espectáculo muy distinto, con menor cobertura mediática y contratos de menor cantidad monetaria.

El marketing que domina el automovilismo nacional e internacional maneja grandes cantidades de dinero y por lo mismo, posee tácticas para lograr un mejor rendimiento del dinero invertido en el equipo, por lo que un automóvil está dividido en partes para colocar las publicidades. El alerón trasero, los laterales, el capot delantero y el techo del vehículo son utilizados para las

propagandas más visibles, y por ende las más caras. Otras zonas del vehículo incorporan publicidad de menor costo, pero igualmente importante para el mantenimiento del equipo, como es el caso de los retrovisores con pequeñas firmas o logos.

Calcular el precio aproximado de estas publicidades es casi imposible, ya que muchas veces se trata de la marca de las llantas, lubricantes o repuestos del motor. Aunque la mayoría de los equipos tienen normalmente el respaldo de un fabricante automovilístico o una gran firma comercial, esto supone buscar un patrocinador con mayor poder económico.

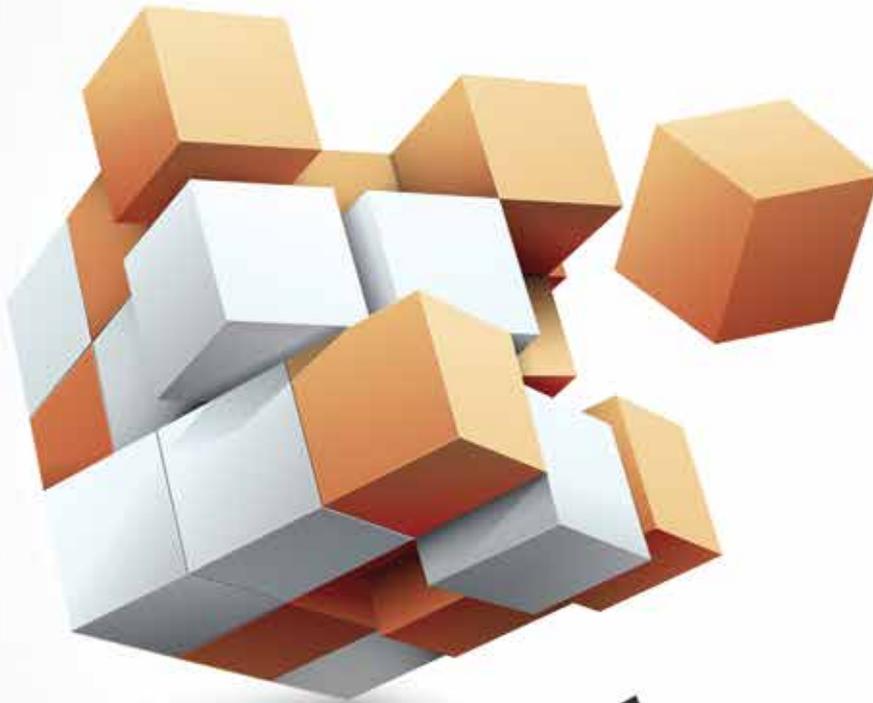
No hay que dejar de lado los negocios con la televisión, el internet y la prensa escrita que se organizan en torno a la publicidad emitida durante la carrera. La televisión no es solo un servicio, también es un medio para la promoción de los equipos y firmas comerciales.

El marketing es una gran influencia en el automovilismo, seguramente con el paso del tiempo las publicidades y los negocios mediáticos serán cada vez más caros. ▼



29 y 30 de Mayo de 2013
Poliforum León, Guanajuato

World Innovation Forum



Vuelve el encuentro que durante
2012 congregó a los líderes que viven
la innovación como un hábito diario.
Vuelve World Innovation Forum.

Clayton Christensen • Michael Martin • Chris Anderson • Daniel Pink
Luke Williams • Pau Garcia-Milà • Estanislao Bachrach • Jorge Cuevas

Reserva tu lugar **Tel. 01800 083 0025 / jmaldonado@wobi.com** wobi.com/wifleon

Patrocinadores:



SONY
make.believe



Multiple
Soluciones en Recursos Humanos

GMC
PROFESIONAL GRADE

Impulsado por:
POLIFORUM LEÓN

LEÓN ES UNO
EL PLANTEAMIENTO 2012-2013



Colaborador:



Aliados estratégicos:



PLAYERS STIR

Medios asociados:



Un evento de:

WOB
World of Business Ideas

Diversión ^{con todo} Incluido

En México existe un total de 249 hoteles con la modalidad de All Inclusive que se encuentran distribuidos a lo largo de la República. Son 108 establecimientos los que pertenecen a las playas de los Cabos San Lucas, Puerto Vallarta, Zihuatanejo, Isla Mujeres, Cancún, Cozumel y Puerto Escondido, consideradas las más populares de nuestro país según los premios Traveller's Choice 2013.

Algunas de las facilidades que ofrecen este tipo de hoteles al hospedarse en ellos son habitación, comidas, *snacks* y bebidas ilimitadas, entretenimiento nocturno, actividades acuáticas no motorizadas, uso de todas sus instalaciones, propinas, servicio a cuarto y servirar.

Una de las posibilidades para realizar una reservación, es accediendo a las páginas web oficiales de los hoteles. Antes de efectuar la reservación, se debe tomar en cuenta la ubicación, opinión de otros viajeros e imágenes del establecimiento. Cuando se realice la reservación por medio de internet, es importante tener a la mano los datos de la tarjeta de crédito y verificar que los precios no variarán. Recuerde que si tiene una reclamación, ésta no puede hacerse por medio del website, sino que debe hablarse directamente con la gerencia, conocer con anticipación la mecánica de cancelaciones y conservar todos los datos que demuestren que la realizó por este medio. Por último, es necesario verificar la reservación efectuada por la agencia *online*, hablando directamente al alojamiento.

Entre las ventajas que ofrece reservar en estos establecimientos, destaca la oportunidad de saber exactamente cuánto gastará y la posibilidad de calcular el presupuesto final del viaje antes de realizarlo. Al hacer la reservación previa en este tipo de hoteles no necesita estar preocupado de cada suma que gaste, pues únicamente tiene que pasar unas vacaciones placenteras, comiendo y bebiendo todo lo que desee.

Los hoteles All Inclusive son el lugar ideal para que acuda y se relaje por completo, ya que no se preocupará por el dinero y podrá encontrar diversas actividades que le permitan permanecer hospedado todo el tiempo que desee.♥

■ La Secretaría de Turismo (SECTUR) informó que el año pasado las playas registraron un incremento de 15.7% en la llegada de turistas. Acapulco presentó alzas de 47.8%, Loreto 30.8%, Nuevo Vallarta 21.8%, Manzanillo 21.3% e Ixtapa 21.2%.

■ En cuanto a los visitantes a la Riviera Maya, Cancún, Nuevo Vallarta, Mazatlán y Puerto Vallarta, se tuvo un promedio superior a 90% en ocupación hotelera.

■ En el 2012, el mayor turismo se registró durante julio, con un total de 234 mil 618 cuartos ocupados diariamente en los diferentes destinos turísticos de nuestro país, representando 11.8%, porcentaje superior al que hubo en la misma temporada del año 2011.



FUENTES:

bestday.com.mx
tripadvisor.com.mx

viajeros.com
cnnextension.com



> Spa

GRAND VELAS

 Riviera Nayarit



> Vista desde la alberca

El lugar ideal para celebrar esa ocasión especial que se recordará por mucho tiempo; desde la más romántica luna de miel hasta la reunión familiar anual. Un concepto Todo Incluido de Lujo que ha marcado una nueva tendencia, posicionándose como uno de los mejores hoteles en Puerto Vallarta.

Estilo y ambiente

De excepcional belleza, Grand Velas Riviera Nayarit es un paraíso frente a las costas del Pacífico mexicano que ofrece un renombrado Todo Incluido de Lujo, hospitalidad de clase mundial, indiscutible experiencia gourmet y una espectacular selección de suites de lujo. El spa en el corazón del resort es un santuario de bienestar y absoluta restauración de mente y cuerpo. Por medio de sus restaurantes, deleita el paladar con alimentos a la carta. Descanso y relajación con lujo inigualable.

PAQUETE GRAND VELAS SPECIAL

Diviértase con un sinfín de actividades, hermosas playas, tiendas y boutiques, aventuras ecológicas y golf de campeonato

Desde
\$4,212
pesos por persona,
por noche

Servicios

- Aqua Bar
- Actividades recreativas y espectáculos en vivo
- Servicio de concierge las 24 horas
- Gimnasio
- Jacuzzi y Alberca Infinity
- Lobby Bar

Instalaciones

- 267 habitaciones
- Cuenta con seis restaurantes, seis bares, piscina, gimnasio, centro comercial y U-Spa



Av. Cocoteros 98 sur, Nuevo Vallarta, Riviera Nayarit
T. 01-800-822-7830
reservas@velasresort.com
www.vallarta.grandvelas.com.mx
F. /grandvelasresort



Restaurante

PUEBLO BONITO

Los Cabos

OFERTAS ESPECIALES PUEBLO BONITO LOS CABOS

Incluyen un lujoso hospedaje en suites con pintorescas vistas y una cocineta totalmente equipada

◆ **25% hasta 50%** ◆
de descuento

Servicios

- Golf y pesca deportiva
- Tours de observación de ballenas
- Cruceros
- Esnorqueleo y buceo
- Safari por el desierto y tour de tirolesas

Instalaciones

- 148 suites
- Centro de negocios, concierge, tintorería, servicio de limusina, gran piscina de forma libre, aqua aerobics, tour por reservas naturales y actividades recreativas

Resort estilo mediterráneo reconocido por su estilo elegante y casual. Pueblo Bonito Los Cabos en Cabo San Lucas, ofrece una amplia variedad de amenidades y servicios que solo se encuentran en los hoteles más finos del mundo. Orientado hacia el Mar de Cortés, tiene impactantes vistas hacia el cabo natural.

Estilo y ambiente

Lujoso acceso a una de las mejores playas de Cabo San Lucas en este resort estilo boutique. Cuenta con servicio completo y está ubicado en la playa El Médano, con tranquilas aguas perfectas para nadar y realizar deportes acuáticos. Cercano al centro de Cabo San Lucas, así como a muchas otras atracciones populares. Cercanía con importantes campos profesionales de golf y pintorescos pueblos de Baja California como San José del Cabo y Todos Santos.



Estilo mediterráneo

Playa El Médano s/n, 23410
Cabo San Lucas, BCS
T. 01-800-966-0606
PBLoscabos@pueblobonito.com
www.pueblobonito-loscabos.com.mx



99.8% de las empresas que existen en el país son Mipymes.- INEGI



El ÉXITO no es un juego de AZAR.



Compite con otros

EMPRENDEDORES

y gana exposure, capital y herramientas para

DETONAR TU NEGOCIO

REQUISITOS

Ser propietario de una empresa con mínimo 2 años de operación

Presentar un plan de negocios a futuro

Ser originario o tener mínimo 2 años viviendo en Torreón, Monterrey, Chihuahua o León

Tener espíritu de lucha y pasión por lo que haces

¡Inscríbete ya!

Ingresa a www.playersoflife.com/losases y conoce todos los detalles.
Cupo limitado. Inscripciones del 1 de abril al 24 de mayo.



Playa

BARCELÓ MAYA BEACH RESORT

➤ Más que un todo incluido



➤ Parque acuático

Barceló Maya Beach Resort es un hermoso complejo formado por 5 hoteles frente a una de las playas más bellas del Caribe Mexicano que se extiende a lo largo de dos km de arena blanca, agua cristalina y un arrecife de coral lleno de vida.

Estilo y ambiente

Cuenta con un diseño y estilo arquitectónico de inspiración maya, rodeado de exuberantes jardines tropicales, hermosos caminos y senderos para correr y dar largas caminatas. Ofrece 20 restaurantes entre los que se encuentran seis tipo buffet y nueve de especialidades a la carta con comida española, mexicana, francesa y mucho más; adicionalmente cuenta con 19 bares todos estratégicamente ubicados. El programa Barceló Todo Incluido ofrece aperitivos, comidas y bebidas disponibles las 24 horas del día.

DISFRUTE DEL CARIBE MEXICANO

Desde que aterrice su avión con una oferta muy especial: si su estancia es de mínimo cuatro noches, le obsequiarán los traslados Aeropuerto-Hotel-Aeropuerto

Descuento de hasta
❖ 25% ❖

Servicios

- Impactantes piscinas con jacuzzi y 2 parques acuáticos
- Cada noche un show diferente y único, música en vivo
- Discoteca Jaguar's
- Club Premium
- Programa de entretenimiento
- Deportes Acuáticos
- U Spa y Gimnasio
- Centro Comercial
- Paquetes de Bodas disponibles

Instalaciones

Centro de Convenciones, Capilla, Kids Club y U Kids Spa.

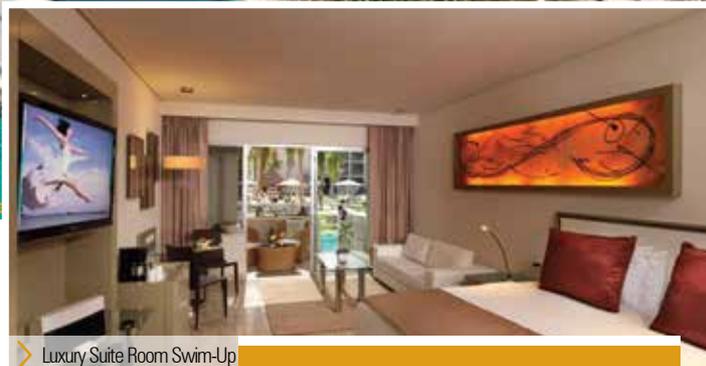
Barceló
HOTELS & RESORTS

Carretera Federal Chetumal-
Puerto Juárez, km 266.3
T. 01-800-227-2356
Sac7@barcelo.com



PARADISUS

Playa del Carmen
La Esmeralda



Luxury Suite Room Swim-Up

OFERTA DE VERANO 2013

2 menores

GRATIS

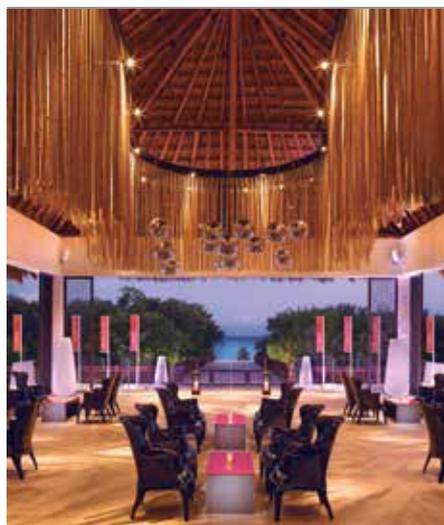
hasta 12 años
por habitación

Servicios

- Family Concierge
- Kids Club
- YHI Spa
- Actividades enriquecedoras de la vida diaria
- Centro de Convenciones

Instalaciones

- 512 suites
- 11 restaurantes de especialidad y sólo para adultos disfrute de Passion By Martín Berasategui con 6 estrellas Michelin (\$);
- 10 bares
- 2 piscinas estilo laguna
- Cancha de tenis



Gabi Club

Situado en una pequeña e impresionante bahía, Paradisus Playa del Carmen La Esmeralda está en la cima de los más lujosos hoteles en la Riviera Maya. Presenta una combinación entre un ambiente de lujo caribeño con facilidades de primera incluyendo Family Concierge, lo último en tratamientos corporales y masajes en su exclusivo YHI Spa, los mejores programas para mantenerse en forma, y salones de convenciones que ofrecen la tecnología más innovadora. Este elegante resort ecológico de estilo Maya está ubicado frente al mar y rodeado por un frondoso manglar tropical.

Este Resort con Todo Incluido de Lujo es diseñado para familias y está ubicado a 45 minutos del Aeropuerto Internacional de Cancún y a poca distancia de extraordinarias playas y puntos de interés como la 5ª Avenida de Playa del Carmen, Xcaret, Akumal y Xel-Ha. Está inmejorablemente situado junto a famosas zonas arqueológicas Mayas como Tulum, Cobá y Chichén Itzá (Maravilla del mundo).



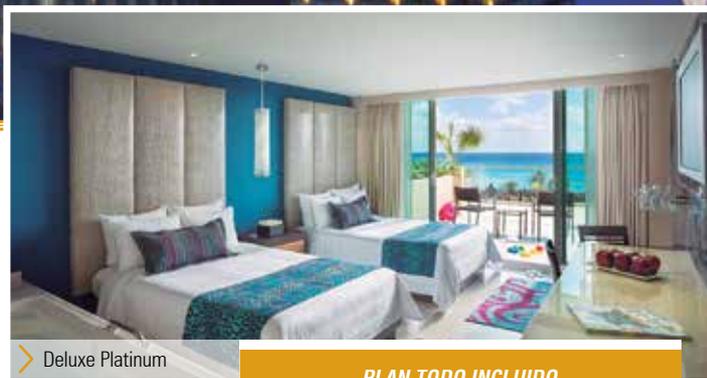
5ª Av. Esq. Calle 88
N, M569 L1, Playa del
Carmen, QR
T. 01-800-906-3542
www.paradisusplayadel-
carmen.com



HARD ROCK HOTEL CACÚN



Todo el día. Toda la noche.
Todo incluido

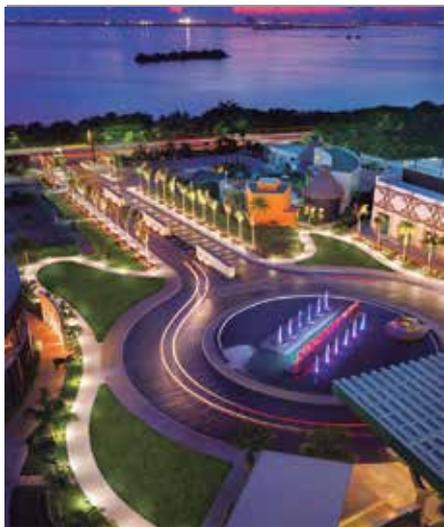


> Deluxe Platinum

PLAN TODO INCLUIDO

Niños de 4 a 12 años gratis durante el verano
del 1 de junio al 31 de agosto

Desde
\$4,507
pesos por
habitación
doble, por noche



> Aerial Shot

Los Hard Rock Hotels todo incluido de México son más que un soplo de aire fresco en la gama de vacaciones de este género. Un cambio de juego que definitivamente hace vibrar. Llenan la experiencia del todo incluido, elevando el valor de unas nuevas vacaciones tropicales a unas vacaciones de lujo en la tierra de la abundancia. Estos Hard Rock realmente se roban el show.

Estilo y ambiente

Hard Rock Hotel Cancún es un lujoso resort todo incluido ubicado en la zona hotelera de Cancún. Rodeado por el mar Caribe y la Laguna Nichupté, a pocos pasos de distancia de los mejores centros de entretenimiento. El Aeropuerto Internacional de Cancún se localiza a 17 kilómetros del hotel.

Servicios

- Hospedaje en habitaciones de lujo, en su mayoría con vista al mar o laguna
- Alimentos y bebidas ilimitadas
- Internet inalámbrico incluido
- Minibar surtido todos los días
- Room service las 24 horas
- Deportes acuáticos no motorizados incluidos
- Alimentos y bebidas en restaurantes a la carta
- Propinas

Instalaciones

- 601 habitaciones
- Rock Shop
- Body Rock Fitness Center



CANCUN
AN ALL-INCLUSIVE EXPERIENCE

Blvd. Kukulcán km 14.5, Zona
Hotelerá, Cancún, QR
T. 01-800-839-0683
bookmex@hrhaic.com
www.hrhcancun.com
F. /HRHCancun
T. @hrhcancun

TOUCH THE FUTURE

Life Fitness™ introduce la nueva línea de Equipo cardiovascular DISCOVER™ la cual integra una revolucionaria consola en alta definición con TV y tecnología de deslizamiento Swipe™, que permitirá a los usuarios acceder a una amplia variedad de recorridos interactivos Lifescape™ por lugares de todo el mundo, navegar en sus redes sociales, escuchar música, ver videos y personalizar su entretenimiento.

Descubra • Adapte • Abra • Interactúe • **ELIJA SU PROPIO CAMINO.**

DISCOVER



Distribuidor Exclusivo en México

 **Sport Fitness**
It's all about fitness

Tel./Fax: (81)8378 • 6766 / 6771
ventas_monterrey@sportfitness.com.mx

 @sportfitnessmx  Sport Fitness México

Life Fitness
WHAT WE LIVE FOR

www.sportfitness.com.mx

Paseo San Pedro (junto a los cines), Av Vasconcelos No. 402, Loc. 230-232, Col. del Valle, C.P. 66220,
San Pedro Garza García, N.L.

©2013 Life Fitness, una división de Brunswick Corporation. Todos los derechos reservados. Life Fitness es una marca registrada de Brunswick Corporation. iPod y iPhone son marcas registradas de Apple Inc.

EL MEDIO DE LOS MEDIOS

Por Linda Tello

EL MUNDO, LA ECONOMÍA Y LA SOCIEDAD SE MUEVEN, LA GENTE MODIFICA CONSTANTEMENTE SUS HÁBITOS DE CONSUMO, Y EN ESTOS VERTIGINOSOS MOVIMIENTOS, LOS MEDIOS SE QUEDAN JUSTAMENTE EN MEDIO, POR LO QUE LOS ANUNCIANTES BUSCAN LAS ESTRATEGIAS MÁS EFECTIVAS PARA IMPACTAR A SU PÚBLICO, HACIENDO MÁS RENTABLE SU INVERSIÓN. EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS, LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS PARA MÉXICO HA SUFRIDO CAMBIOS ACELERADOS, ALGUNOS DEBIDO A CUESTIONES ECONÓMICAS, Y OTROS AL DESARROLLO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS.

INVERSIÓN: CIFRAS HISTÓRICAS

Según estudios, en el 2007, antes de que se diera el *boom* de la web 2.0 y que el uso de internet se incrementara, la publicidad en medios digitales representaba 2% de la empleada por los anunciantes.

En 2009, con la recesión económica, la inversión en medios de comunicación tradicionales se vio francamente afectada, provocando una significativa reducción, sin embargo los anunciantes y empresas decidieron incrementar su inversión destinando aproximadamente 30% de sus gastos publicitarios a medios digitales.

Las investigaciones realizadas en este rubro arrojan que la inversión en medios en 2011 fue de 6% más que en 2010, indicando que la industria tuvo una recuperación después de 2009, donde la caída fue mayor a 2%. Pero

en 2012, la inversión en medios tuvo un incremento de 1% adicional, llegando a siete puntos porcentuales, lo que nos muestra una recuperación sostenida durante los últimos dos años.

Cabe mencionar que además de que la industria sigue en expansión, se vivió un momento coyuntural en nuestro país, debido a las elecciones, incrementando la inversión en campañas electorales que utilizaron diversos canales para impactar a los diferentes targets.

Uno de los sectores en que la inversión y la preferencia de los consumidores se posicionan comúnmente es la televisión, a pesar de ser un medio tradicional, mantiene un papel preponderante, y la televisión de paga ha contribuido a que esto suceda.

Según Lamac (Latin America Council), tanto la televisión de paga como el internet son los medios que encabezan la transformación en la inversión de medios, y se espera que sigan haciéndolo.

INVERSIÓN EN MEDIOS:

MEDIOS	2011		2012*	
	\$ EN MDP	% DE INVERSIÓN TOTAL	\$ EN MDP	% DE INVERSIÓN TOTAL
TV Abierta	35,520	55.3	38,377	55.4
TV Paga	4,247	6.6	4,884	7
Radio	5,624	8.7	5,905	8.5
Revistas	1,911	2.9	1,873	2.7
Prensa	4,930	7.7	4,634	6.7
Cine	1,049	1.6	1,102	1.5
Internet	4,624	7.2	5,997	8.6
Exterior	5,492	8.5	5,766	8.3
Otros	568	0.8	625	0.9
Total	63,964	100	69,163	100



La industria de las revistas en México se encuentra en expansión y renovación, ya que durante 2012 registró un incremento de 8%, el cual fue impulsado por las páginas web y las ediciones digitales, de acuerdo con la Asociación Mexicana de Editores de Revista (AMER). Según el IBOPE AGB, en nuestro país 30% de los habitantes lee estos productos, por lo que el número de inserciones publicitarias en revistas muestra una tendencia a la alza con el paso de los años.

EL FUTURO: LOS MEDIOS DIGITALES

Por otro lado, está el mundo digital, que ha cambiado abruptamente la manera en que consumidores y marcas establecen un diálogo entre sí, y en México de manera relevante. Según estudios, los mexicanos son los que pasan mayor tiempo en internet que cualquier otro país de Latinoamérica, debido a que el mercado es joven y cada vez crece más. El tiempo que pasan en internet es de aproximadamente cuatro horas diarias.

De acuerdo al Estudio de Consumo de Medios Digitales entre internautas mexicanos de la IAB (International Advertising Bureau), la industria de la publicidad *online* creció 800 veces en solo cinco años. En 2011 el internet representó el cerca de 6.77% en medios internacionales, y se estima que la tendencia persistirá.

▲ Los usuarios poseen más dispositivos móviles: laptops, smartphones y tablets, lo que les da una gran acceso en cualquier lugar.

▲ Seis de cada 10 internautas se conectan a internet a través de un celular o smartphone.

▲ En 2012 el gasto en publicidad digital superó los 100 mil millones de dólares, cifra que seguirá incrementándose en 2013 hasta 15.1%, para llegar a 118 mil millones de dólares.

▲ 80% de los internautas busca información sobre marcas y productos en internet, 50% dice realizar compras o pagos en línea y 40% sigue una marca en redes sociales.

▲ Nueve de cada 10 internautas están en una red social. Facebook lidera con 94% aproximadamente y Twitter registra 45%.

PROYECCIÓN MUNDIAL

MEDIO	2013		2014		2015	
	\$ EN MDP	% DE INVERSIÓN TOTAL	\$ EN MDP	% DE INVERSIÓN TOTAL	\$ EN MDP	% DE INVERSIÓN TOTAL
Periódicos	91,320	17.8	90,263	16.8	90,076	15.9
Revistas	42,341	8.3	41,833	7.8	41,599	7.3
Televisión	205,505	40.1	215,280	40.1	226,450	40.0
Radio	35,246	6.9	36,187	6.7	37,138	6.6
Cine	2,769	0.5	2,962	0.6	3,144	0.6
Exteriores	33,235	6.5	34,533	6.4	35,948	6.3
Internet	101,468	19.8	116,090	21.6	132,402	23.4
Total	511,882	100	537,148	100	566,757	100

Hoy por hoy, los consumidores se han vuelto más críticos y selectivos en lo que ven y escuchan. Buscan contenidos, inmediatez, accesibilidad y cercanía; desean dialogar con sus marcas. A esto lo nombramos *insights* del consumidor, motivadores de acuerdo al entendimiento que las marcas tienen de ellos para tener un diálogo directo, que verdaderamente contribuya a su posicionamiento.

Esto representa que las agencias deben revolucionar sus estrategias, logrando un mix entre los medios tradicionales y modernos. Ya no pueden quedarse en las viejas fórmulas,

para ser efectivos tienen que ser creativos y seguir al consumidor en su día a día, conforme a sus necesidades, intereses, gustos y hábitos.

Las empresas necesitan que su inversión publicitaria realmente sea efectiva e impacte a los targets deseados. Ya se están preparando, por lo que los profesionales en medios deben especializarse y estar a la vanguardia para conocer las tendencias que dicta el mercado. La oportunidad será de aquellos que entiendan que aunque el fin justifica los medios, cada medio tiene su fin.▼



MÁS DE LA COLABORADORA:

Directora General de la División Creativa de la agencia publicitaria La Trinchera, Búnker Creativo, ubicada en el DF. Con más de 15 años de experiencia, se definen como un grupo de creativos que suman la estrategia y la táctica de la manera más original para luchar por sus diferentes marcas y llevarlas a la victoria.

FUENTES:

- ▲ "Valor del mercado de medios" www.aamedios.com
- ▲ "Zenithoptimedia forecasts 4.1% growth in global ad spend in 2013" www.zenithoptimedia.com
- ▲ "Anuario Media Performance 2011" www.ibopeagb.com.mx
- ▲ Revista Merca 2.0

nextel.
evolution



Prip® es el servicio con el que la cobertura e inmediatez de tu **Radio Nextel** se vuelven mundiales.



Búsqueda por voz Asistente Informativo **Prip®**, servicio de Radio Mundial*

Te presentamos el nuevo Motorola Atrix™ HD de Nextel Evolution, el primer smartradio con Prip®. Nadie te conoce mejor.

Lleva la Red Nextel a donde quiera que vayas.

Para mayor información llama al 10 18 33 00 y del interior de la República al 01 800 200 93 00.

Tu mundo. Ahora.

nextel.com.mx

Incluye Google Now™



Android™ 4.1
Jelly Bean

X PRIP, son M.R. ©Comunicaciones Nextel de México S.A. de C.V. Copyright 2013. *El servicio Prip® se presta a través de una solución con licencia para dispositivos móviles. Es posible que incurra en consumo de datos o de acceso directo a Internet cuando se utilice fuera de la cobertura de Evolution, MOTOROLA y el logotipo de la M estilizada son marcas registradas en la Oficina de Marcas y Patentes de los Estados Unidos. Cualquier otra marca de productos o servicios pertenecen a sus respectivos propietarios. © Motorola Trademark Holdings, LLC 2013. Google Now, Google Play, Android y otras marcas son marcas registradas de Google Inc. El robot de Android se reproduce y modifica a partir del trabajo que Google crea y comparte, y se usa de acuerdo con las condiciones descritas en la licencia de atribución 3.0 de Creative Commons.

AXIOMACERO

IDEAS QUE VENDEN



CASO DE ÉXITO

- **Nombre del cliente:**
ArcaContinental (Bokados)
- **Giro al que pertenece:**
Bebidas embotelladas y snacks

• Necesidad:

Desarrollar una solución gráfica y tecnológica para impulsar la marca Bokados dentro de una promoción con la película *Hop rebelde sin pascua* y Estudios Universal

• Tipo de campaña realizada:

Conceptualización tecnológica y gráfica de un sistema (Mobil y Web) de captura de códigos de producto a través del cual se premiará al consumidor que más productos registrara. Se desarrolló, tanto la imagen gráfica como la programación del *software* necesario para poder implementar la promoción y llevar a cabo el registro de los consumidores, así como los códigos de producto dados de alta tanto por celular como en el sitio Web

• Logros:

Desarrollo e implementación de la solución tecnológica y gráfica de la promoción de Bokados-Hop a nivel nacional

LA AGENCIA

Axiomacero es una consultora especializada en la creación de soluciones gráficas y soluciones digitales. Elaboran marcas, empaques, diseño, *branding*, apps, web y desarrollos tecnológicos a la medida.

Desde el 2000, sus clientes se benefician de un servicio consistente, rápido y efectivo. Se obsesionan por entender las necesidades de cada cliente y generar soluciones de alto impacto en tiempo récord, asegurando una completa satisfacción siempre.



▲ MABEL MORALES, DIRECTORA GENERAL



▲ Charras: Diseño de Productos y Materiales de Marketing



▲ Bios: Creación de Marca, Identidad y Experiencia Web



▲ CARMEN RODRIGUEZ, DIRECTORA DE ARTE

“EL DISEÑO GRÁFICO Y EL DESARROLLO TECNOLÓGICO POR SÍ SOLOS NO SON SUFICIENTES; ES NECESARIO PENSAR EN EL RETO COMPLETO Y RESPONDER CON UNA SOLUCIÓN ADECUADA”

SERVICIOS

- Creación de Marcas y Branding
- MKT Tradicional y Digital
- Diseño y Desarrollo de Empaques
- Sistemas a la Medida
- Apps, Web y Experiencia Digital
- Estrategias y Campañas Integrales

Más de **180** y **600** clientes proyectos

- ▶ Arcacontinental
- ▶ Citrofruit
- ▶ AirLiquide
- ▶ Procter & Gamble
- ▶ La Sabrozita
- ▶ Tostadas Charras

Padre Mier 1111, Barrio Antiguo Monterrey, NL



T. (81) 8344-3135 / (81)1257-1414
 @ info@axiomacero.com
 W. www.axiomacero.com
 FB. AxiomaCero
 TW. @axiomacero

CINCODEMAYO DISEÑO

DISEÑO GRÁFICO
¡BIEN HECHO!



CASO DE ÉXITO

- **Nombre del cliente:**
Grupo Avalanz, Arena Ciudad de México
- **Giro al que pertenece:**
Entretenimiento

• Necesidad:

En 2012 Arena Ciudad de México se dio a la tarea de relalizar uno de los proyectos editoriales más ambiciosos: el diseño y edición de un libro de más de 500 páginas

• Tipo de campaña realizada:

Desarrollo de un recurso activo en EU, rara vez utilizado en México (*vanity book*). Uno de los instrumentos de mercadotecnia más longevos, ya que es una pieza de edición limitada que se comparte, que es tema de conversación y es material de consulta. El dinero mejor invertido, y el que más vigencia tiene en el mercado

• Logros:

Aunque no se cuenta con reporte de resultados numéricos, quizá el mayor logro es intangible: posición de marca y legado histórico

LA AGENCIA

Fue fundada el 5 de mayo 1992 por el Arquitecto Mauricio Alanis.

SERVICIOS

- Diseño Gráfico para impresos y medios electrónicos
- Estrategias de Branding
- Identidad Gráfica Corporativa
- Business Plan Strategy

Mil 450 clientes históricos
66 clientes en curso

- Value
- Colosio
- Grupo Avalanz
- Grupo GIM



Mauricio Alanis
5 de Mayo 1058 pte., Monterrey, NL
T. (81) 8342-5242



▲ MAURICIO ALANIS

“LA POSIBILIDAD DE
DIFERENCIARSE Y DISTINGUIRSE
DE LOS DEMÁS MEDIANTE UN
LENGUAJE VISUAL CONGRUENTE A
LA ESENCIA DE CADA MARCA”

@ info@cincodemayo.to
W. www.cincodemayo.com.mx
FB. cincodemayo.design
TW. @cincodemayo

EN MEDIO DE LA NADA UNA MANERA DE INTERPRETAR LA VIDA



Resonancia Magnética

Tecnología de imagen matricial total único en Latinoamérica

DOCTORS HOSPITAL

Apenas presentando lo mucho que tenemos



CASO DE ÉXITO

- **Nombre del cliente:** Doctors Hospital
- **Giro al que pertenece:** Servicios de salud

• Necesidad:

Lanzamiento de la institución, desarrollo de una estrategia de medios equilibrada y posicionamiento de la nueva marca

• Tipo de campaña realizada:

La campaña se enfocó en cuatro medios masivos: televisión, prensa, radio y espectaculares. Se buscó captar la atención de las personas mayores de 25 años de edad, de nivel socio-económico A/BC+

LA AGENCIA

En medio de la nada fue fundada en 1989 como una agencia de comunicación y marketing integral.

SERVICIOS

- Negociación y compra de medios
- Servicios creativos fuera de serie
- Diseño editorial y comercial

12 clientes activos

- ▶ Doctors Hospital
- ▶ Plaza Fiesta San Agustín
- ▶ Crowne Plaza Monterrey Aeropuerto



▲ LIC. ÁNGEL GOMEZGIL KURI

“EL SERVICIO PERSONALIZADO Y LA CLARIDAD DE NUESTROS PROCESOS CREATIVOS Y ADMINISTRATIVOS”



Lic. Carlos del Ángel
Belisario Domínguez 2742, Jardín
Obispado, Monterrey, NL
T. (81) 8346-2892
@ cuentas@enmediodelandana.com
W. www.enmediodelandana.com

HAVAS MEDIA



CASO DE ÉXITO

- **Nombre del cliente:**
ALEN
- **Giro al que pertenece:**
Productos de aseo e higiene

• Necesidad:

Dar a conocer a Pinol Trapeado Diario y posicionarlo dentro de la categoría de limpiadores líquidos como una opción nueva y distinta a Pinol Original

• Tipo de campaña realizada:

Las categorías de cuidado del hogar se caracterizan por el tono funcional que tienen en sus campañas. En este caso se decidió hacer una campaña con fuerte contenido emocional y altamente diferenciado a la forma tradicional de comunicación de estas categorías. Además, para potenciar el mensaje se utilizó a un *spokesperson*, que aporta modernidad y frescura a la marca. Se utilizó una estrategia de medios multicanal que incluyó telenovelas, revistas, Twitter, Facebook y YouTube

• Logros:

Al finalizar la campaña Pinol Trapeado Diario logró 3.5% puntos de participación de mercado a nivel nacional y llegar al 26% de los hogares mexicanos

LA AGENCIA

Havas Media (antes MPG) es la principal agencia de medios de México, con 10 años de experiencia en el interior de la República, cuyo portafolio de productos y servicios se robustece y adapta continuamente.

SERVICIOS

Havas Media ofrece servicios de planeación, negociación, compra, implementación y *accountability* de soluciones que van de lo tradicional a digital, data, social, *mobile*, *content*, etc.

21
clientes en NL

- CEMEX
- HEB
- ALEN

Además, dan soporte regional a seis clientes de las oficinas del DF



▲ DEBBIE RUBINSTEIN

“TENEMOS LA AGILIDAD DE RESPUESTA ANTE LOS RETOS DE NUESTROS CLIENTES EN UN MUNDO CADA VEZ MÁS DIGITAL, VELOZ Y CAMBIANTE, APALANCADOS EN LA EXPERIENCIA, INTERDISCIPLINARIEDAD, CAPACIDAD DE NEGOCIACIÓN Y GENERACIÓN DE ESTRATEGIAS INTEGRALES CON DIGITAL EN EL CORAZÓN”

HAVAS MEDIA

Debbie Rubinstein
Gómez Morín 350, Of. 602, Col. Valle del Campestre
San Pedro Garza García, NL
T. (81) 8047-6650
@ debbie.rubinstein@havasmedia.com
W. www.havasmedia.com

MENOSUNOCEROUNO

ser humano
ser udem

CASO DE ÉXITO

• **Nombre del cliente:**
Universidad de Monterrey

• **Giro al que pertenece:**
Educación

• **Necesidad:**
Reposicionamiento de marca

• **Tipo de campaña realizada:**
Reafirmar el posicionamiento en el territorio de enfoque humanista dotado de una alta dosis de actualidad, innovación y vanguardia

LA AGENCIA

Son una agencia enfocada en la construcción de marcas a través de tres disciplinas integradas: branding, publicidad y digital.

SERVICIOS

- Estrategias de comunicación
- Estrategias de marcas (creación, desarrollo y rediseño)
- Brand consulting

20 clientes activos

- ▶ Banamex
- ▶ UDEM
- ▶ GNC
- ▶ Milenio
- ▶ Innovasport

▼ ANA LUCÍA SUÁREZ, EMMANUEL MOREAU, GERARDO ORTÍZ Y GUILLERMO DE LA TORRE



“NUESTRAS MARCAS DEBEN OLER, SABER, SONAR, SENTIRSE, VERSE, HABLAR Y COMPORTARSE DEL TAL FORMA QUE SE VUELVAN INOLVIDABLES”

MENOS
UNO—
—CERO
UNO
—

Pablo Moncayo 135 Int. 11, Col. Colinas de San Jerónimo, Monterrey, NL
T. (81) 8478-0513
@ newbusiness@menosunocerouno.com
W. www.menosunocerouno.com

R. TREVIÑO Y ASOC. RAZÓN+PASIÓN



CASO DE ÉXITO

- **Nombre del cliente:**
Estadio de Fútbol Monterrey
- **Giro al que pertenece:**
Entretenimiento y espectáculos

• Necesidad:

Crear la identidad y campaña de comunicación para el Nuevo Estadio de Fútbol Monterrey, el proyecto más importante en su tipo de toda América Latina

• Tipo de campaña realizada:

Construcción de identidad (*branding*), asesoría de marketing y desarrollo de estrategias de comunicación vinculadas a diferentes medios, a través de un proceso cognoscitivo del proyecto y su entorno

LA AGENCIA

Fundada en Monterrey, NL hace más de 25 años, durante los cuales ha atendido marcas internacionales, nacionales y regionales.

SERVICIOS

- Estrategias de Comunicación, Publicidad y Mercadotecnia
- Consultoría de Marca
- Branding y Packaging
- Local Store e In-Store Marketing

16 clientes activos

- ▶ Comex
- ▶ Universidad Virtual del ITESM
- ▶ Subaru



▲ RUBÉN TREVIÑO

“TRABAJAMOS EN EQUIPO CON NUESTROS CLIENTES PARA FORTALECER SUS MARCAS Y CUMPLIR SUS OBJETIVOS DE NEGOCIO”



Luis Manuel Hernández, Director General Asociado
Encino 108, Col. El Encino, Monterrey, NL
T. (81) 8155-5300
@ luismanuel@rtrevino.com
W. www.rtrevino.com
FB. RT&A Creative Marketing
Y. RT&A Creative Mkt

SR.SMITH

CREER.CREAR.CRECER®



CASO DE ÉXITO

- **Nombre del cliente:**
Las Alitas
- **Giro al que pertenece:**
Alimentos

• Necesidad:

Concientizar acerca de la importancia del voto entre los jóvenes de nuestro país

• Tipo de campaña realizada:

#Alitasalquevote "Tú y Las Alitas por un México volando alto" / En Sr.Smith elaboraron el concepto #Alitasalquevote, así como su campaña basada en medios digitales (un spot en YouTube y presencia en Google y Facebook) para incentivar el voto a través de una orden de alitas gratis

• En una semana la campaña logró:

- Posicionar al hashtag #Alitasalquevote como *trendig topic* en el norte del país
- Más de 32 mil 500 *views* del spot en YouTube, 27 mil impresiones en Twitter y ocho mil 500 nuevos fans en Facebook
- *Publicity* en televisión y prensa
- 42 mil Alitas gratis
- Miles de invitados de Las Alitas disfrutaron de su orden gratis

LA AGENCIA

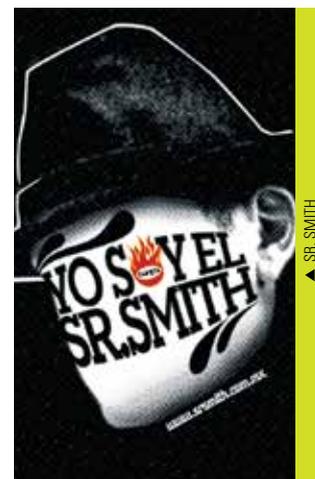
Fundada en septiembre del 2000 bajo la filosofía de creer en el crecimiento personal y profesional que da el trabajo duro y honesto. Con la convicción de que compartiendo lo mejor de ellos crecen, y sobre todo, creyendo en la capacidad que tienen las buenas ideas como generadoras de bienestar.

SERVICIOS

- Planeación Estratégica Publicitaria
- Campañas Integrales de Comunicación
- Branding
- BrandDécor
- Diseño Editorial
- Medios
- Social Media Marketing
- Web

40 clientes en total

- ▶ Sigma Alimentos
- ▶ Restaurantes Las Alitas
- ▶ Banco Base



"VENDEMOS IDEAS, PARA QUE TUS IDEAS VENDAN MÁS"



Lic. Masuko Arias Ramos
Cerro de Picachos 833,
Obispado Monterrey, NL
T. (81) 8347-3851 / 8478-4575

@ info@srsmith.com.mx /
masuko@srsmith.com.mx
W. www.srsmith.com.mx
FB. SrSmithPublicidad
TW. @elSrSmith

TRIDENTE BRAND FIRM



CASO DE ÉXITO

- **Nombre del cliente:** FAMOSA
- **Giro al que pertenece:** Empaques de Aluminio

• Necesidad:

FAMOSA (empresa líder a nivel mundial en su ramo, cuyos clientes son Coca-Cola, Heineken y MillerCoors), requería llevar a cabo una transición en su imagen que diera un mayor sentido a sus 90 años de existencia, manteniéndola vigente en el mercado y sosteniendo los valores que le han caracterizado: calidad, constancia, cultura de trabajo, ahorro y esfuerzo, que impulsan el desarrollo personal y el compromiso social

• Tipo de campaña realizada:

Reestructuración de la arquitectura de marca, hasta una campaña interna entre sus colaboradores para la gestión del cambio, a través de revista corporativa y video institucional. Actualizaron fotografías de instalaciones y procesos de producción

• Logros:

Reflejar con la marca solidez y adaptabilidad; jovialidad y madurez, reposicionando a FAMOSA como líder en la industria del empaque de aluminio a nivel global

LA AGENCIA

Tridente es una firma especializada en estrategias de comunicación y marketing, diseño y multimedia para marcas. Establecida en Monterrey desde el 2001.

SERVICIOS

- Estrategia de Comunicación y Marketing
- Branding
- Multimedia

40 clientes activos

- BAT
- FEMSA
- ITESM



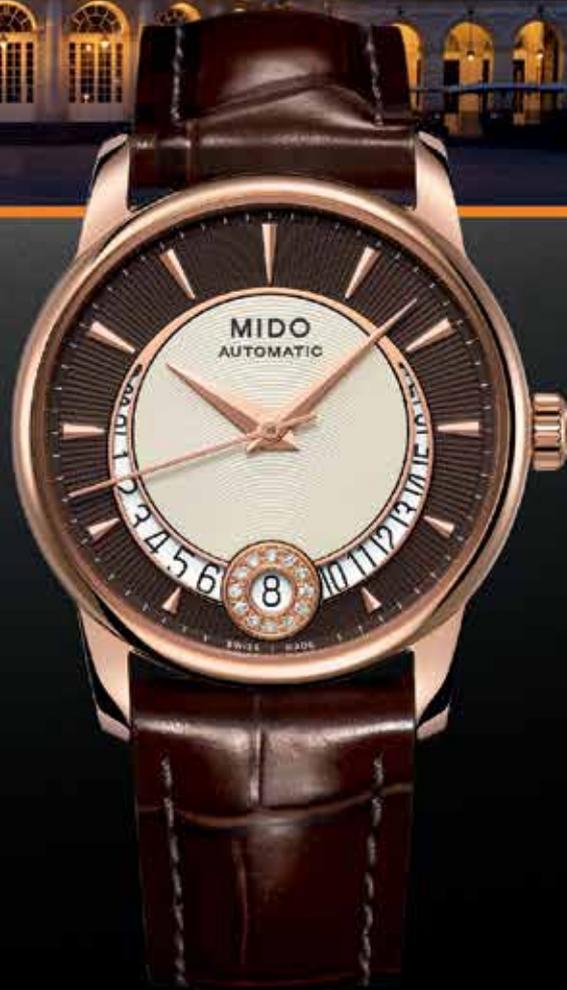
▲ ALDO DE ANDA, ALEJANDRO UZEÑA Y RODOLFO RAMÍREZ

“LA MARCA ES LA PROTAGONISTA EN NUESTROS PROYECTOS”

tridente

Lic. Rodolfo Ramírez Morales
Calzada del Valle 417, Col. Del Valle
San Pedro Garza García, NL
T. (81) 8335-2646 / 8378-1858

@ info@tridente.mx
W. www.tridente.mx
FB. TridenteBrandFirm
TW.@TridenteMx



A mark of true design

Baroncelli Lady Smile

Automático. Caja de acero inoxidable con tratamiento PVD rosa. Cristal zafiro con antirreflejo en ambas caras. Fondo transparente. Correa de piel color marrón. Resistente al agua hasta 50 metros (5 Bar).

MIDO®

SWISS WATCHES SINCE 1918

www.mido.ch

GHIBERTI 
arte milenario

PLAZA FIESTA SAN AGUSTÍN
L-2432 TEL. 83-68-48-11

GALERÍAS VALLE ORIENTE
L-1141 TEL. 84-86-03-03

PLAZA FIESTA ANÁHUAC
L-1155 TEL. 83-32-26-44



TELEVISA MONTERREY

LAS NOTICIAS

Los espacios informativos de *LAS NOTICIAS* iniciaron recientemente una nueva etapa, ya que renovaron su imagen y escenografía, comenzando también su transmisión en HD.

Y bajo el liderazgo de Gregorio Martínez, Lila Cortés y Jorge Almaraz continuarán con su firme compromiso de mantenernos informados.

EL MEDIO

Televisa Monterrey llega a más de cuatro millones de televidentes en el área metropolitana de la ciudad, ofreciendo 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 todo el país.

TELEACTIVA cuenta con un noticiero y una barra infantil local. Además, transmite programación nacional.



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
- Este año Televisa Monterrey cumple 55 años de historia, tiempo en el cual se ha transformado en el medio local más importante del norte del país



CONTACTO

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

www.televisamonterrey.tv
@televisamtyprogramacion@televisa.com.mx
televisamtyventas@televisa.com.mx



AZTECA NORESTE

LA EMPRESA

Azteca Noreste nació en 1994 en la ciudad de Monterrey, como una empresa perteneciente al Grupo Avalanz; conglomerado de grandes compañías como la Arena Ciudad de México, Arena Monterrey, Súper Boletos, Zignia Live, CNCI y Todito, entre otras.

Desde entonces ha transmitido las señales Azteca 13 y Azteca 7, que se complementan con producción y eventos originales, para permanecer como las de mayor sintonía de la televisión.

Hoy transmite las 24 horas del día, los 365 días del año, llegando a más de tres millones de telehogares en el noreste de México. Conforme avanzó el tiempo, Azteca Noreste aumentó su cobertura, llegando a 37 ciudades del país.

Azteca Noreste es una empresa que sigue en crecimiento, gracias a sus valores, vanguardia tecnológica y capital humano, con una orientación total a resolver las necesidades de sus clientes y contribuir a la sociedad.



VENTAJAS

- Versatilidad en pantalla
- Soluciones enfocadas a las necesidades de nuestros clientes
- Destacado equipo de analistas y estrategas comerciales
- Diversas alternativas de inversión comercial: spoteo, patrocinios, secciones especiales, coberturas especiales, integración de producto, actividades BTL, campañas online (info7.mx), móviles y redes sociales
- Producción y transmisión en HD (High Definition)



CONTACTO

Ventas Azteca Noreste
Batallón de San Patricio 109
Col. Residencial San Agustín
T. (81) 4777-2700

www.tvaztecanoroeste.mx

Azteca Noreste





TOTAL SOCIAL MEDIA



WEB

REPORTEINDIGO.com
Las noticias sin barrera



INDIGO 5 DÍAS

El papel toma vida por su información



REDES SOCIALES

Comparte tu opinión y disfruta nuestro contenido

REPORTE INDIGO

Reporte Indigo nació en octubre de 2004 como una versión PDF llamada indigomedia. En el 2006 se convierte en lo que hoy se conoce como ReporteIndigo.com y en el 2012 empezó a publicar su versión impresa con *Reporte Indigo Cinco Días*.

EL MEDIO

Reporte Indigo es el primer medio en México que utiliza animaciones, audios, videos y textos para brindar entendimiento de contenido con alto impacto político, económico y social, dando al usuario una experiencia de interactividad tanto intelectual como sensorial. Sus diferentes secciones como *Indigonomics* (finanzas), *Indigo Fan* (deportes) y *Piensa* (cultura, cine y tecnología) se publican en una revista semanal con los temas más relevantes del ámbito político y empresarial a nivel nacional e internacional.



RAMÓN ALBERTO GARZA PRESIDENTE Y DIRECTOR EDITORIAL

Ejerce sus cargos desde la fundación de Indigo. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por el ITESM. En 1996 la Universidad de Columbia en Nueva York le otorgó el premio María Moors Cabot por la defensa de los derechos humanos y la promoción del periodismo de investigación en América Latina.



VENTAJAS

- Interactividad al utilizar audio, video y textos en su contenido
- Fuente de información para medios de comunicación nacionales e internacionales
- Información con alto nivel de investigación
- Premios: World Summit Award 2007 por el mejor contenido en línea, mejor creatividad y mejor entretenimiento.



CONTACTO

Batallón de San Patricio 111
Int. Piso 30
Monterrey, NL
Col. Valle Oriente
T. (81) 1522-0300

www.reporteindigo.com

@ventas@reporteindigo.com

ReporteIndigo



DOMINIO FM

Inició en abril 2012 con el objetivo de informar y revelar las noticias más importantes. Cuenta con alianzas con Televisa Radio y pertenece a la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión.

UTILIZA LOS RECURSOS TECNOLÓGICOS MÁS AVANZADOS:

- Enlaces digitales
- Aplicaciones móviles para reporteros
- Controles remotos digitales
- Estudios de alta calidad
- Portal de noticias

INSTALACIONES DE VANGUARDIA TECNOLÓGICA COMPUESTA POR:

- Tres estudios
- Salas de redacción y de monitoreo
- Area de productores
- Sala de noticias web

VENTAJAS

- Variedad de contenidos informativos y de entretenimiento
- Única estación de radio hablada en frecuencia modulada en Monterrey
- 13 mil visitantes mensuales en su página dominio.fm
- Paquetes publicitarios diseñados para satisfacer los objetivos y propósitos de sus clientes a través de campañas redituables en el aumento y permanencia de sus consumidores



LIC. MARIO GÁMEZ FONSECA
DIRECTOR GENERAL, DOMINIO RADIO
 Licenciado en Ciencias de la Información y la Comunicación, cuenta con más de 26 años de experiencia en el ramo.



CONTACTO

Miguel Nieto 646
 Col. Mirador
 Monterrey, NL
 T. (81) 8345-5300

@ contacto@grupodominio.mx @dominioradio
 www.dominio.fm f Dominio Radio

DOING BUSINESS

EVENTOS CORPORATIVOS EN MÉXICO

Más allá de la creación de un momento agradable, la organización de eventos se ha convertido en una herramienta sumamente útil en el mundo de los negocios. Una reunión permite realizar un acercamiento con los

clientes, competidores y socios, apoyando las labores de mercadotecnia y comunicación de la empresa de una manera sutil y más efectiva. Estas reuniones abarcan desde una rueda de prensa, una conveniencia de ventas y un seminario de capacitación, hasta una feria del gremio.♥

OBJETIVOS DE LOS EVENTOS EMPRESARIALES:

- ▶ Presentar nuevos productos y servicios
- ▶ Branding de marca
- ▶ Motivación del personal
- ▶ Incentivar la fuerza de ventas
- ▶ Aumentar el sentido de pertenencia de los colaboradores y socios
- ▶ Reforzar la relación con los clientes actuales y potenciales

EN NÚMEROS:

LAS OFICINAS DE CONVENCIONES Y VISITANTES (OCV'S) EN NUESTRO PAÍS HAN REPORTADO **UN CRECIMIENTO DEL 108%** EN LOS ÚLTIMOS SEIS AÑOS

ESTE SEGMENTO APORTA EN MÉXICO MÁS DE **18 MIL 120 MILLONES DE DÓLARES** AL AÑO Y REPRESENTA EL 18% DE LA DEMANDA TOTAL POR VIAJES Y TURISMO EN EL PAÍS

EL TURISMO DE NEGOCIOS REPRESENTA **EL 1.43 % DEL PIB NACIONAL**

ESTAS ACTIVIDADES GENERAN **441 MIL EMPLEOS DIRECTOS Y 442 MIL EMPLEOS INDIRECTOS**

SEGÚN EL ÚLTIMO REPORTE DE LA INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION (ICCA) **MÉXICO OCUPA EL LUGAR NÚMERO 20 EN ORGANIZACIÓN DE EVENTOS**

FUENTES:

▶ www.iccaworld.com ▶ www.puebla.milenio.com ▶ www.sipse.com ▶ www.promocionempresarial.com.mx ▶ www.cisco-pymes.com

ENCUENTRA EN VINOTECA EL MEJOR PORTAFOLIO DE VINOS Y LICORES DE MÉXICO



Calzada Duendes | Calzada Lobo | Roberto G. Sada
Eugenio G. Sada | Cumbres Leones | Gómez Morín 404
Plaza Fiesta San Agustín

T. 8173 5000

hazlaprueba.com
vinoteca.com



La distinción es no excederse.



Fotografías por Mónica Martínez

> Rafael Alanís Cantú, Director General

ALANÍS CANTÚ EVENTOS

-Inicio de operaciones:

2001

-Cantidad anual de eventos en que ofrece sus servicios:

60

-Principales servicios:

Inauguraciones, cumpleaños, bodas, posadas y relaciones públicas

RELACIONES PÚBLICAS DE ACUERDO AL TARGET DEL EVENTO



> Decoración de una boda mexicana

CASO DE ÉXITO

-Nombre del cliente: Vera Wang

-Tipo de evento: Inauguración

-Número de asistentes: 150

-Fecha de realización: 17 enero 2013

-Breve descripción: Fueron los productores, organizadores y coordinadores del evento de apertura de la boutique Vera Wang Bride en Calzada del Valle. Para conmemorar la ocasión se ofreció un cóctel para 150 personas, que incluyó bocadillos salados y dulces, y bebidas de cortesía. Durante la noche los invitados tuvieron la oportunidad de apreciar la colección de novias Vera Wang, conocer a representantes de la marca y convivir en un ambiente etéreo y elegante, como es el estilo de la boutique. La atmósfera se completó con un violinista que interpretó música romántica.



Dirección. Priv. Usumacinta 119-2 T. (81) 1492-0795 / 1492-0796
@ rafaalalaniseventos@hotmail.com W. www.alaniscantueventos.com.mx FB. Alanís Cantú Eventos

Pier 1 imports

sears.com.mx

SEARS

Se entiende

Tiendas SEARS (Directorio en sears.com.mx) • Plaza Carso, D.F. • Parque Duraznos (Bosques de las Lomas, D.F.)
• Plaza Cuernavaca • La Isla Shopping Village de Acapulco • PROXIMAMENTE en Centro Comercial Santa Fe.

f b p [Twitter](#) [YouTube](#) [Pinterest](#)



> Experiencias en maridajes

AMÉLIE PÉCHÉ

-Inicio de operaciones:

Noviembre 2010

-Principales servicios:

- Coffee Breaks y Lunch Box para juntas
- Regalos y canastas para clientes
- Experiencias en maridajes
- Mesas de quesos y postres

Cientes más relevantes:

- Value
- ABA Seguros
- Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción
- Cemex
- Alfa Corporativo

OFRECE CHOCOLATERÍA FINA, REPOSTERÍA Y PRODUCTOS GOURMET ELABORADOS ARTESANALMENTE CON INGREDIENTES FRESCOS, DE EXCELENTE CALIDAD Y SIN CONSERVADORES, CON EL FIN DE DISFRUTAR INTENSAMENTE DE SUS SABORES, Y QUE A SU VEZ SEA UN DELEITE A LA VISTA



> Mesa de postres

CASO DE ÉXITO

- Nombre del cliente: Ryse Médica
- Tipo de evento: Coffee Break con Lunch Box por asistente
- Número de asistentes: 50 invitados por día (duración dos días)
- Fecha de realización: 18 y 19 febrero 2013
- Breve descripción: Surtido de dos tipos de Lunch Box por día según horario de las conferencias en el Centro Médico Zambrano Hellion. Los invitados se mostraron satisfechos, ya que se les ofreció una opción gourmet y totalmente diferente a lo que sirven en los coffee breaks que asisten continuamente.



> Lunch Box para juntas



Dirección. Río Amazonas 119 ote., Local 5
T. (81) 8448-0075 **@** info@ameliepeche.com **W.** www.ameliepeche.com **FB.** Amelie Peche



> Platos personalizados para cada evento

CINCO CATERING

Make it happen

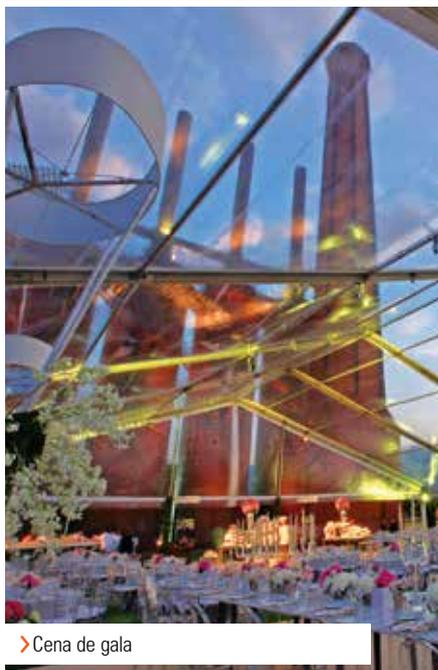
-Cantidad anual de eventos en que ofrece sus servicios:

100

-Principales servicios:

- Posadas
- Cenas de gala
- Cócteles
- Cenas-show
- Bodas
- XV años

“NUESTRA MISIÓN ES SUPERAR LAS EXPECTATIVAS DE NUESTROS CLIENTES”



> Cena de gala

CASO DE ÉXITO

Con más de 10 años de experiencia en el ramo, y gracias a su excelente servicio y calidad, Cinco Catering ha logrado posicionarse como uno de los mejores proveedores en Monterrey en servicio de banquetes y producción de eventos.

Para Cinco Catering es básica la elección del lugar en que habrá de realizarse cada celebración, ya que éste marcará la diferencia. Por lo que su equipo de profesionales ofrece diversas opciones según el tipo de evento, además de estar presente durante el mismo, para que todo marche a la perfección y sin contratiempo alguno.



> Organización y decoración de eventos



Dirección. Río Mississippi 410 ote., cruz con Río Grijalva

T. (81) 1366-5933 @ ventas@cincocatering.com



> Servicio integral de catering

RODOLFO PEÑA

-Inicio de operaciones:

2008

-Principales servicios:

- Eventos conceptualizados y únicos para empresas
- Servicio integral de catering
- Servicio a corporativos
- Desayuno, brunch, coffee break, comidas ejecutivas, cenas especiales, inauguraciones, presentación de proyectos, lanzamiento de nuevos productos y cóctel empresarial
- Servicio de Lunch Box
- Servicio a partir de 10 y hasta dos mil personas

-Clientes más relevantes:

BMW-Premier Auto Welt, 3 Museos, Palacio de Hierro, L'Oreal México, Orange Investments, Desarrollo Internacional de Hoteles, entre muchos más

MÁS DE 30 AÑOS DE EXPERIENCIA EN EL SECTOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS



>

CASO DE ÉXITO

- Nombre del cliente: Liverpool
- Tipo de evento: Fashion Fest
- Número de asistentes: 400
- Fecha de realización: 1 marzo 2013
- Breve descripción: Desfile de modas y cóctel



> Servicio a corporativos



Dirección. Av. Constelaciones 1005-A, Col. Contry 1er Sector
 T. (81) 1873-3688 / 1777-9411 / 1804-0729
 @ info@rodolfop.com W. www.rodolfop.com FB. RP Catering TW. @rodolfopcyc

RODOLFO PENA

catering



Servicio de Catering Empresarial
Alimentos y Bebidas
Barra Libre de Bebidas Internacionales
Cata de Vinos
Catering RP Interactivo
Cocteles Empresariales
Gourmet Finger Food
Inauguraciones

Cenas VIP
Presentación de Nuevos Productos
Eventos Conceptualizados
Networking Events
Comidas Ejecutivas
Servicio de Meseros
Servicio para Eventos Cóctel
Servicio para Juntas



RP Catering

www.rodolfop.com

info@rodolfop.com



1873.3688
1777.9411
1804.0729



> Patio Central del museo

MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO DE MONTERREY

Un evento exclusivo,
un lugar extraordinario

-Inicio de operaciones:

1991

-Cantidad anual de eventos en que ofrece sus servicios:

60

-Características

- Arquitectura y amplitud de sus espacios
- Versatilidad para ambientaciones
- Reconocida gastronomía
- Atención y servicio personalizados
- Capacidad para eventos desde 150 hasta 800 personas
- Auditorio con capacidad para 250 personas con equipo de audio, video e iluminación

MARCO CUENTA CON
SERVICIO DE CATERING
PARA LA ATENCIÓN DE
EVENTOS FUERA DEL
MUSEO



> Ambientaciones únicas

MARCO es una obra maestra del reconocido arquitecto mexicano Ricardo Legorreta y que cuenta con una excelente ubicación en el corazón de la ciudad, pues está tan solo a unos pasos de la Catedral Metropolitana de Monterrey, así como de los mejores hoteles de la localidad.



> Eventos corporativos

marco

Dirección. Zuazua y Jardón s/n T. (81) 8262-4562
@jgarza@marco.org.mx W. www.marco.org.mx FB. MuseoMarcoMty TW. @MuseoMarco

TU COCINA...

El mejor restaurante, la mejor comida,
tu mayor sueño hecho realidad



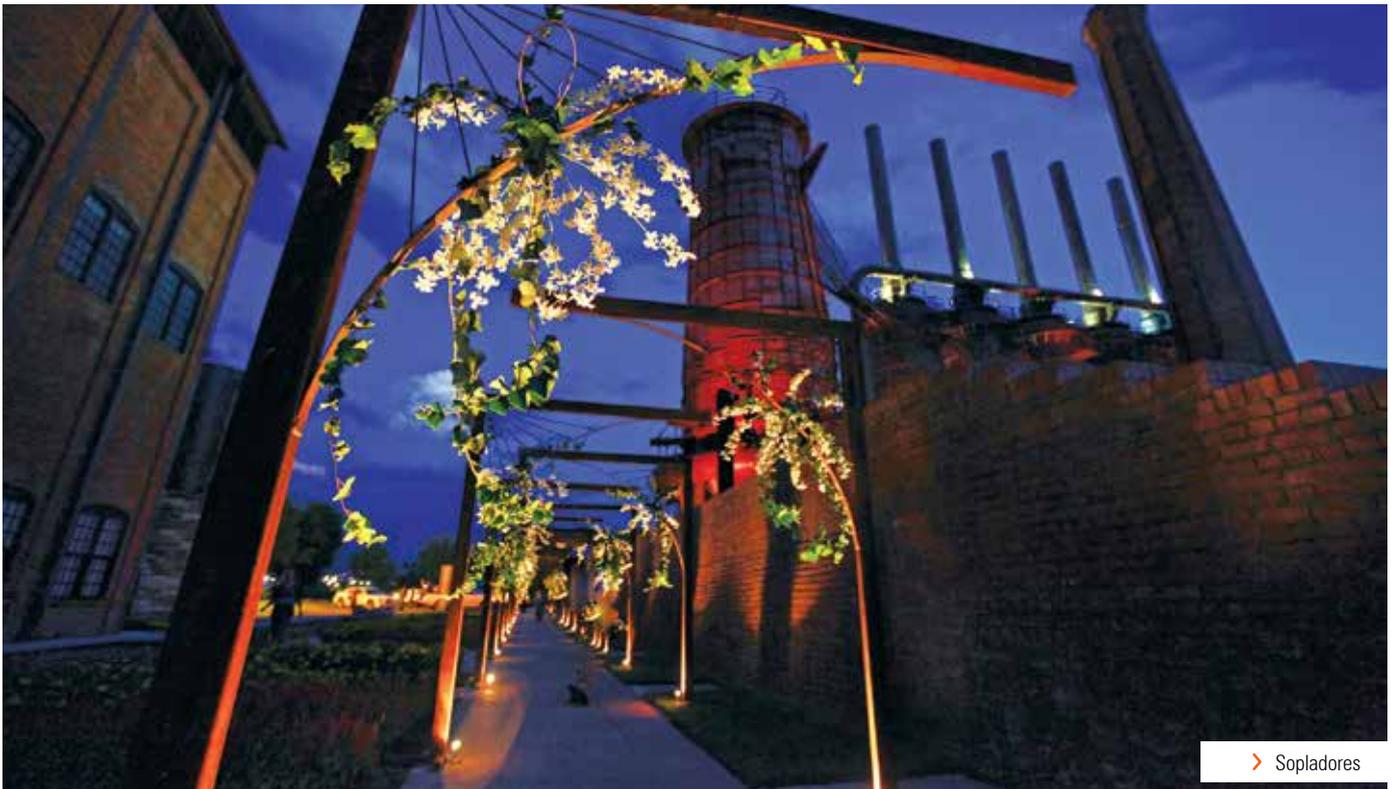
SANTISTEBAN

mobiliario y equipo de cocina

Vasconcelos #321 Ote. Colonia del Valle,
San Pedro Garza García, N.L.
Tels. 4444-8376-75 y 8345-0203
ID. 62*149193*3



Santisteban Cocinas



> Sopladores

PARQUE FUNDIDORA

The right spot

-Principales servicios

En el Parque Fundidora las extensas áreas verdes conviven con los monumentos de arqueología industrial. Todo el público puede encontrar espacios apropiados para su actividad preferida, ya que el parque cuenta con instalaciones culturales, deportivas, recreativas y de espectáculos.

Cuenta con cómodas vías de acceso, estacionamientos y hoteles, las instalaciones del Parque Fundidora son ideales para realizar eventos sociales, culturales y de entretenimiento; encuentros empresariales e institucionales, deportivos o de formación, así como conferencias, pasarelas o como locación para cualquier tipo de producción.

LOS MÁS ESPECTACULARES SALONES, PARA DISFRUTAR DE UNA EXPERIENCIA EXTRAORDINARIA



ESPACIOS DISPONIBLES PARA RENTA:

- Pabellón Sopladores
- Explanada Sopladores
- Pabellón Planta Eléctrica (Mitsubishi)
- Paseo Santa Lucía
- Plaza Grúa Portal
- Plaza BOF
- Bulevar Acero
- Parque Acero
- Plaza Maquinaria
- Plaza Mirador
- Plaza Fórum



> Organización de evento para Ternium



Dirección. Av. Fundidora y Adolfo Prieto s/n

T. (81) 8126-8500



hecha de plantas hecha cada vez más verde*

En Ciel le seguimos dando la vuelta y es por eso que creamos la primer botella para agua hecha de plantas que además, es 100% reciclable. Nos mueve cuidar el planeta, ¿y a ti?

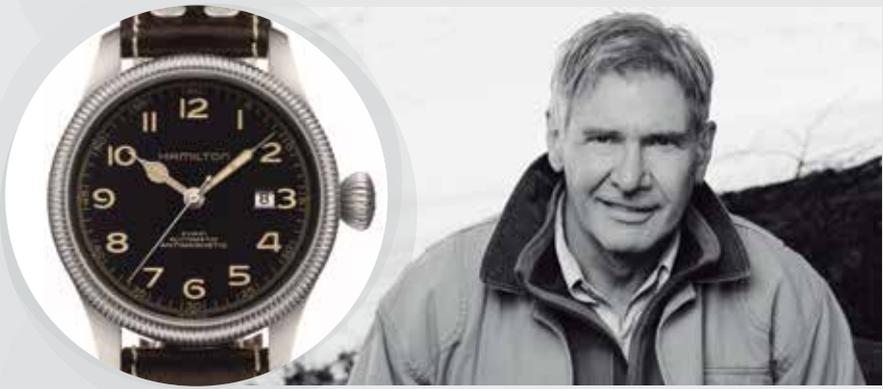


*Botella hecha hasta con un 30% de plantas. **TOMA AGUA DIARIAMENTE.**
un producto de *The Coca-Cola Company*. "CIEL" es una marca registrada y propiedad de The Coca-Cola Company © 2012. Derechos Reservados.



CELEBRITIES AND THEIR WATCHES

Han sido muchos los famosos que han revelado su amplio gusto por la relojería y las joyas, además de ser reconocidos por sus iminentes carreras dentro del mundo del deporte, la cinematografía y la música, entre otros. Estas grandes personalidades, forman parte de la imagen de las casas relojeras más destacadas del mundo. Conoce los diseños que orgullosamente portan tan talentosos caballeros.



HAMILTON KHAKI PIONEER

Harrison Ford – Actor
Movimiento automático
Cristal zafiro
Caja de acero
Brazaletes en piel café

MARVIN
Sébastien Loeb – Piloto de Rally
Ed. Limitada 777 piezas
Movimiento automático
Cronógrafo
Cristal de zafiro
Caja de acero y PVD negro
Brazaletes en caucho negro



ORIS DIVERS

Carlos Coste – Apneísta
Ed. Limitada 2000 unidades
Movimiento automático
Cronógrafo
Cristal de zafiro
Caja y brazaletes de titanio
Bisel de cerámica
Resistente al agua 500 metros

GHIBERTI
www.ghiberti.com.mx
(81) 8368-4811



AUDEMARS PIGUET
Royal Oak Offshore Diver



BAUME ET MERCIER
Clifton



IWC
Ingenieur Collection
Carbon Performance



JAEGER LECOULTRE
Jubilee Collection
Antoine LeCoultre

SIHH GINEBRA 2013 GRAN PRESENTACIÓN

En su 23ª edición, el Salón Internacional de la Alta Relojería de Ginebra (SIHH) se llevó a cabo el primer mes de este año, trayéndonos la creatividad y experiencia de 16 casas relojeras que exhibieron sus nuevas colecciones en el centro Palexpo Gineva. El SIHH se ha convertido en el evento más importante de la relojería a nivel internacional, en esta ocasión recibió de forma privada a 13 mil invitados de los cinco continentes y cerca de mil 200 periodistas.



PANERAI
Luminor 1950 Regatta
3 Days Chrono Flyback



PARMIGIANI
Bugatti-Vitesse



PIAGET
Emperador Coussin



CARTIER
Ronde de Cartier
Mysterious Double Tourbillon



ETERNITY DIAMONDS

ELEGANCIA EN TODO SU ESPLENDOR



1 FERRARI

Modelo: Ferrari F1 Pódium amarillo
Material: Cristal mineral antirreflejo
Caja: Acero 316L, 44 mm
Movimiento: Ronda 5030, Chrono hecho en Suiza
Brazalete: Caucho vulcanizado con inserciones de fibra de carbono

2 FREDERIQUE CONSTANT

Modelo: FC-303MS4C24 Carree
Material: Acero en tono oro rosa
Caja: Cristal de zafiro
Movimiento: Automático
Brazalete: Piel de cocodrilo

3 TISSOT

Modelo: T-Touch Classic
Material: Acero inoxidable
Caja: Cristal de zafiro
Movimiento: Electrónico LCD
Brazalete: Piel café

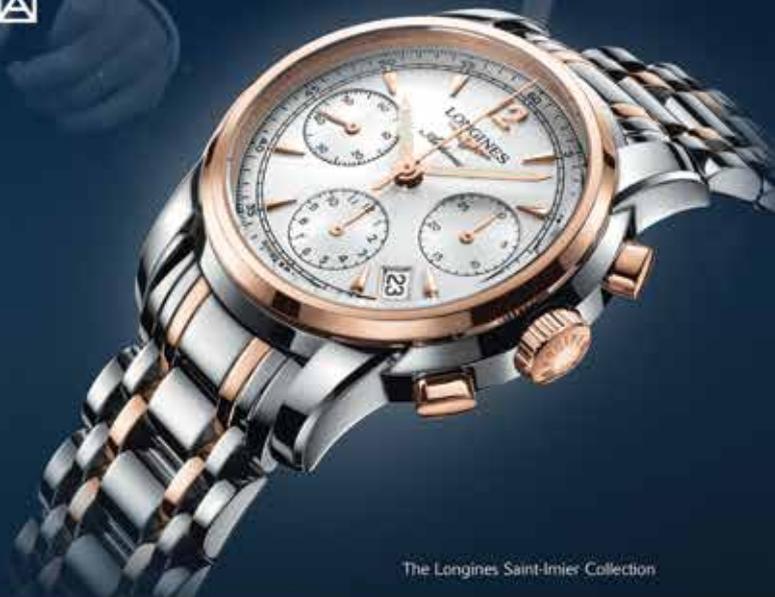
4 LANCASTER

Modelo: Homage Solo Tempo
Material: Acero inoxidable atornillada
Caja: Acero inoxidable
Movimiento: Cuarzo solo tempo
Brazalete: Silicón y minerales negra

Elegance is an attitude

Simon Baker
Simon Baker

LONGINES®



The Longines Saint-Imier Collection



Escanea el código con
tu dispositivo móvil

Eternity
Diamonds

Líderes de diamantes en Monterrey

www.eternitydiamonds.com.mx

Matriz Zona Diamante, Calzada San Pedro 210 A Nte., T. 8356-6404
Paseo San Pedro, Local 135, T. 8100-9211
Galerías Monterrey, Local 126, T. 8347-6221

EternityDiamonds

@eternitydiamond



BUSINESS MEN

with Style

Vestirte para una reunión de trabajo depende de muchas cosas: la ciudad donde vives y lo que se acostumbra, el lugar y la hora de la cita, así como la seriedad de la misma.♥



SACO Y PANTALÓN
ZARA

CAMISA
MASSIMO
DUTTI



CORBATA
THOMAS
PINK



MANCUERNILLAS
CAROLINA HERRERA

LOCIÓN
1 MILLION
PACO RABANNE



CINTO Y MALETÍN
ERMENEGILDO ZEGNA



ZAPATOS
ERMENEGILDO
ZEGNA

JUNTA o ENTREVISTA

Para una entrevista de trabajo o una junta muy importante lleva un traje sobrio, evita el negro y opta por los grises y azules, con camisa clara y corbata sencilla que demuestre seriedad, y de color vivo para darle un toque juvenil.



BLAZER
Y CAMISA
MASSIMO
DUTTI



PANTALÓN
MASSIMO
DUTTI



LENTES Y MALETÍN
ERMENEGILDO
ZEGNA



CINTO
LOUIS VUITTON



PLUMA
CARTIER



ZAPATOS
GUCCI

FORMAL RELAJADO

Un look formal relajado, usa este tipo de outfit para llevarlo todos los días al trabajo, para reuniones internas o menos formales. Usa pantalones de vestir con blazer y camisa de rayas, si tu pantalón es oscuro lleva un saco más claro y viceversa.

www.zara.com
www.massimodutti.com
www.thomaspink.com
www.pacorabanne.com
www.zegna.com
www.carolinaherrera.com
www.louisvuitton.com
www.cartier.com
www.gucci.com

CASUAL DE OFICINA

Vestimenta casual de oficina, este estilo es ideal para las comidas de los viernes o lugares muy calurosos donde no se acostumbra llevar saco. Viste *khakis*, siempre casuales y cómodos, combinados con mocasines y camisa de cuadros, rayas o lisa evitando las estampadas.

CAMISA
THOMAS
PINK



LENSES
GUCCI



LOCIÓN
212
CAROLINA
HERRERA



CARTERA
CAROLINA
HERRERA



PANTALÓN
MASSIMO
DUTTI

MOCASINES
MASSIMO
DUTTI



MALETÍN
CAROLINA
HERRERA



CINTO
ERMENEGILDO
ZEGNA



Toma siempre en cuenta que la ropa debe lucir impecable, bien planchada y los zapatos perfectamente boleados, tu imagen es el reflejo de tu persona, además del *look*, no olvides loción, reloj, pluma y maletín.♥

JETS EJECUTIVOS



VENTA Y RENTA



APP KEYWORD: PROJETS HAWKER



PROJETS

ARTURO GALVÁN

EL HOMBRE QUE CONECTÓ A
LATINOAMÉRICA CON EL MUNDO

Por Samantha Fematt
Fotografías por Priscila Baxter

Arturo es un hombre revolucionario que va por la vida observando y detectando oportunidades que ha sabido traducir en ideas de negocio. Desde pequeño mostró indicios de ser un niño diferente, y que de grande, lograría grandes cambios en el mundo.

Su historia comenzó el 14 de abril de 1962, cuando nació bajo el techo de una familia inusual. Su madre era de la ciudad de México y su padre de Monterrey. En esa época que dos personas de distintas ciudades se casaran era fuera de lo común. Sin embargo, fue una ventaja para él, ya que creció con una riqueza cultural al ser educado con dos estilos de vida muy diferentes. Sin duda éste fue el parteaguas para que desarrollara la creatividad y libertad de dejar que la mente viajara más allá de sus fronteras.

Su infancia fue como la de la mayoría de los niños de esa época, estudió en el Instituto Franco Mexicano y todas las tardes después de clases jugaba fútbol, platicaba con sus amigos y se dedicaba a ser feliz. Su padre trabajaba para Pemex, por lo que parte de su vida vivió entre Guaymas, Guadalajara, DF y Monterrey.

▲ INCURSIONANDO EN EL MUNDO DE LA TECNOLOGÍA

La pregunta que muchos jóvenes se hacen al momento de decidir qué estudiar empieza por ¿qué me gusta hacer? Y Arturo lo tenía claro: innovar, comenta que en esa época apenas se empezaba a escuchar acerca de las computadoras y de cómo cambiarían el mundo.

Su padre influyó en gran manera para que su orientación profesional girara en torno a la carrera de Sistemas, ya que a Arturo le gustaban mucho las matemáticas y el orden. “Dije computadoras y matemáticas, puede ser”.

Pero cuando se inscribió para iniciar esa nueva etapa de su vida, su padre fue transferido a Guadalajara, llevándose a su familia con él. Por ello se vio obligado a darse de alta en la Universidad Autónoma de Guadalajara. En diciembre de ese mismo año visitó a sus amigos en Monterrey, algunos de ellos se habían inscrito en la misma carrera de Sistemas, percatándose de que su nivel académico iba menos avanzado que el de ellos. Esto lo alarmó y motivó para convencer a su padre de la necesidad de regresar a la ciudad a estudiar.

En enero del siguiente año comenzó en el Tec de Monterrey, luego de tres meses enfermó de sarampión, por lo que estuvo tres semanas en cama. “Perder tres semanas en el Tec es perder el semestre”. Se vio obligado a darse de baja, aunque para él no todo estaba perdido, le pidió prórroga al Director

de carrera de Guadalajara para regresar y continuar con el semestre. Logró ponerse al día y en junio concluyó el periodo escolar, reincorporándose al Tec en agosto.

En su último año como universitario se convirtió en Presidente de la Sociedad de Alumnos, por lo que llevaba muy buena relación con su Director. Un día se acercó para decirle “me habló el Director General y dueño del periódico *El Norte*, Alejandro Junco, que quiere que le recomiende a alguien y le dije de tí”. Fue a entrevistarse con él y a sus 21 años, bajo el liderazgo de Alejandro, su mentor y padre profesional, adquirió la responsabilidad de revolucionar el periódico, modernizarlo y agregarle tecnología.

“Soy emprendedor, lo traigo en la sangre”



▲ REVOLUCIONANDO GRUPO REFORMA

Arturo y Alejandro empezaron a trabajar juntos con la visión de un periódico digital. En el transcurso, decidieron emprender una empresa independiente que estuviera enfocada en lanzar todas las ideas disruptivas, creando Infosel. En 1988 y con tan solo 26 años, Arturo se convirtió en el Director General de esta compañía, desarrollando diversos servicios que por su innovación se posicionaron como un *home run*. Tal es el caso del primer servicio online en México que permitía, antes de la llegada del Internet, la conexión desde una computadora personal a un correo electrónico y un buscador, hasta la invención de “La Camacha” que permitió el lanzamiento del proyecto más simbólico que representó durante su carrera dentro del Grupo.

Todo inició con la necesidad de proporcionar información del día al mercado financiero. Entonces no existía nada ni nadie que diera información de las transacciones en tiempo real de los mercados financieros mexicanos, por lo que él y su equipo viajaron a la Bolsa de Valores para que les permitieran el acceso vía electrónica. Pero, ¿cómo le harían para mandar la información si Infosel se encontraba en Monterrey? La creatividad no se hizo esperar y se las ingeniaron para enviar el contenido a una computadora que instalaron en el estacionamiento de la Bolsa de Valores, a su vez viajaba por un cable que colocaron debajo de la avenida Reforma en la ciudad de México (el permiso fue otorgado por Ma-

nuel Camacho, razón por la cual llamaron de esa manera al sistema de comunicación que conectaba a Infosel con la Bolsa), hasta llegar a unas oficinas que rentaron del otro lado de la avenida. Posteriormente la información viajaba mediante una antena parabólica, que transmitía la señal a las oficinas corporativas en Monterrey, donde finalmente era procesada y rebotada a la parabólica para salir por la frecuencia FM de la radio. La primera red de datos inalámbrica en México. El resultado fue un *boom*, pues el cliente solo tenía un pequeño receptor que se conectaba a su PC y que proporcionaba información sustancial de la economía mexicana.; naciendo de esta manera Infosel Financiero.

Después del éxito obtenido por el servicio de Infosel al mercado financiero, empezó a buscar nuevas oportunidades para expandirse, percatándose de que la tendencia apuntaba al internet. Telmex no tenía intenciones de incursionar en este rubro, por lo que tomaron riendas en el asunto y dijeron “si queremos que esto se

“A diario un emprendedor debe dormirse pensando en qué problema vio que pudiera generar una oportunidad de negocio”

desarrolle, nosotros tenemos que hacerlo”. Por primera vez trajeron a México la red que conectó al mundo, el Internet.

Recuerda que decidieron hacer un curso de internet en Cintermex, la entrada era gratuita y esperaban alrededor de 30 o 40 personas, recibiendo mil 500. “Me paré en frente del podio, y me saqué de onda”. Fue cuando se dio cuenta del potencial y oportunidad de negocio. Lanzaron el primer servicio de conexión, un servicio similar a lo que hoy es Prodigy, siendo su computadora la primera en conectarse a la red.

Infosel fue el primer .com en México, convirtiéndose en el inicial y más grande portal de internet. En 1999 la empresa española Telefónica estaba comprando las compañías líderes de internet en América Latina para hacer una sola y llamarla Terra. Adquirieron Infosel y Arturo se convirtió en Presidente de Terra para México, dejando su escuela, Grupo Reforma, después de 16 años.

▲ DIRIGIENDO UNA MULTINACIONAL

Después de trabajar en una empresa familiar y mexicana, decidió experimentar en una multinacional, donde aprendió esa visión global, además de vivir en carne propia la transición de llevar a Terra (la empresa resultante de la fusión de Infosel con el conjunto de empresas Olé, ZAZ y Gauchonet) a Bolsa. Tuvo la oportunidad de hacer un *road show*, realizando 70 presentaciones en 16 ciudades de Europa y EU, durante dos semanas. Un despliegue impresionante y una experiencia de vida única que culminó con la suerte de ir a Nueva York a oprimir el botón para dar inicio a las operaciones de ese día en el NASDAQ. Ese día las acciones de Terra empezaron a venderse en 12 dólares, alcanzando 40 en su cierre, mientras que en dos semanas ya estaba en 150. “Una locura, es una experiencia única, no te crees lo que estás viviendo”.

En el 2002 y ya con tres años de experiencia trabajando en una multinacional, decidió reinventarse y emprender su propio negocio. Tenía 40 años y su inquietud se centraba en seguir innovando. “Les dije a los españoles que quería crear mi propia empresa”. Invitó a sus dos hermanos, el mayor que es dentista y una de las personas más creativas que conoce, y el menor, experto en el área operativa.

Un tiempo después se les unió uno de sus más grandes amigos, así como su Director de Tecnología desde los inicios en Infosel.





“A pesar de los años difíciles para Naranya, logramos salir adelante gracias a nuestra tenacidad, pasión y saber cuándo reconocer nuestros errores”

▲ **ARTURO EN CORTO**

- ▲ **Internet:** Innovación
- ▲ **Tecnología:** Oportunidades
- ▲ **Innovar:** Crecimiento
- ▲ **Emprender:** El futuro
- ▲ **Personaje que admira:** Mi padre
- ▲ **Libro favorito:** *Los pilares de la tierra* de Ken Follett

▲ NACIMIENTO DE NARANYA

En noviembre del 2002 nació Naranya, una empresa dedicada a crear y operar un ecosistema de servicios de Internet en el mundo móvil. “Me aventé un poco al vacío con mis dos hermanos”, pero muy rápidamente cerraron su primer proyecto con Televisa, elaborando los programas de votación del popular programa *Big Brother*.

Comenta que hoy vivimos en un paraíso, donde hay seis mil millones de teléfonos en un mundo que habitan siete mil millones de humanos. En un par de años la penetración será total. “Por primera vez en la historia todas las personas tienen acceso a una tecnología *online*”. Lo importante es mantenerse atento a lo que está sucediendo, y a las necesidades del mercado. “A diario un emprendedor debe dormirse pensando en qué problema vio que pudiera generar una oportunidad de negocio”.

Sin embargo, reconoce que todos los empresarios tienen que estar conscientes de que durante el camino hacia la cima siempre habrá obstáculos. Es cuestión de caerse y volver a levantarse. Esto le sucedió en el 2008, con la crisis internacional, cuando sus proyectos dependían de las televisoras mexicanas, por lo que no pudieron tomar decisiones propias. Tardaron un par de años para redefinir una estrategia y tratar de que sus productos dependieran más de ellos mismos y no de un tercero. Fue así como nació su tienda virtual para teléfonos móviles de gama baja y media, donde la gente puede comprar videos, música y/o juegos para sus celulares. “A pesar de esos años difíciles para la compañía, logramos salir adelante gracias a nuestra tenacidad, pasión y saber cuándo reconocer nuestros errores”.

Además de México, hoy Naranya cuenta con penetración en Latinoamérica (Perú, Panamá, República Dominicana, Colombia, Ecuador, Brasil y Argentina) y Asia (China). Han constatado que el entretenimiento evita fronteras. Lo importante es saber buscar qué puede hacerse con la tecnología y sacarle provecho, pues la gente desea un mejor contenido. En cuanto al mercado y las ofertas del producto, es requisito saber adaptarse a las necesidades de cada país. “Siempre nuestro rollo fue la parte creativa, sobre cómo la tecnología puede

crear nuevos modelos de negocio alrededor del entretenimiento y de los contenidos, a través de la publicidad y de la mercadotecnia. Siempre, hasta la fecha”.

Por otro lado, Arturo comenta que existe una necesidad de ayudarlo a nuestro país a ser un jugador dentro de la economía global, por lo que está convencido de que la tecnología puede aportar mucho al crecimiento. Con base en lo anterior, entre sus proyectos está crear un ecosistema de emprendedores donde se tenga la oportunidad de ser agente de cambio. Este programa ayudará a acelerar el desarrollo de emprendimiento de la tecnología e incubar proyectos enfocados en esa área.

“En México hay mucho talento, pero es imprescindible darle apoyo, mentoría y un sustento para que su idea se convierta en un producto real”

Una de sus aspiraciones es que Monterrey sea la capital de la tecnología digital en México, y que las nuevas generaciones de emprendedores se concentren en esta área.

Hoy el sector de tecnología ofrece muchas oportunidades para los emprendedores. La barrera de entrada para ser uno puede ser muy baja y alta a la vez, dependiendo del enfoque que se tenga entre un mundo tradicional o uno virtual. En el mundo tradicional cuesta más trabajo crear conceptos, en cambio, el virtual se basa principalmente en la creatividad de las personas. Esta pequeña barrera dentro del área tecnológica permite que se le abran las puertas a cualquiera.♥

▲ ¿CÓMO LLEGAR A SER UN EMPRENDEDOR?

No existe un libro o curso para ser emprendedor, sino tener la habilidad de detectar y observar necesidades. Arturo recomienda:

1. No debes emprender en algo que no conoces a fondo, pues las oportunidades están en algo que dominas. Si no lo conoces, júntate con alguien que sí lo haga y trata de aprenderlo.
2. Ser muy analítico y observador, leer, viajar y estar atento a todo.
3. Mucha pasión, tenacidad y creatividad.

*Clave: la inteligencia es una fórmula de superación.

▲ UN HOMBRE DE FAMILIA

A la par de ser ese emprendedor lleno de energía, está un padre de tres hijas, quien considera a su esposa un apoyo incondicional. Todos los días comen en familia y los sábados suben a Chipinque, además les dedica todo el fin de semana. “Para mí lo más importante es mi familia, pues si no estás bien en tu casa, no puedes estar bien en tu trabajo”. También disfruta de hacer ejercicio en las mañanas, sobre todo correr e ir a misa diariamente antes de llegar al trabajo.

iSácale jugo!



Mejora el desempeño
de tu empresa
con nuestros
servicios de:

Asesoría de Negocios



 **ERNST & YOUNG**
Calidad en Todo lo que Hacemos

► Asesoría en TI ► Cadena de suministro ► Transformación financiera ► Dirección estratégica
► Auditoría en TI ► Auditoría interna ► Administración de riesgos ► Inteligencia empresarial
► Control interno ► Gestión del cliente ► Gente y organización ► Gestión de proyectos

Más información en:
ey.com/mx
o al tel. **5283 1444**



Consigue al mejor

PARA TU EMPRESA

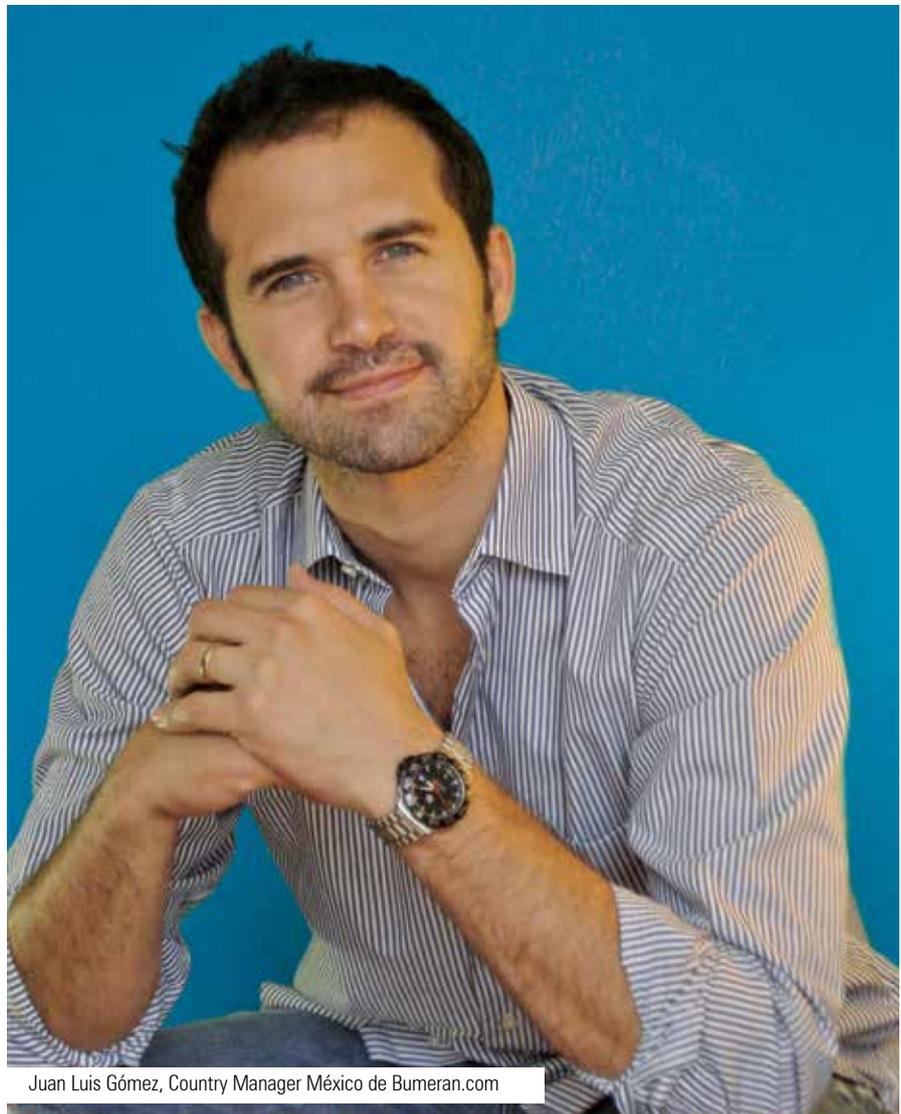
Bumeran.com es el portal de búsqueda de empleo y reclutamiento de personal más importante de Latinoamérica.

Los procesos de selección de personal se convierten en la parte medular del logro de los nuevos objetivos anuales. He ahí lo vital de tomar la decisión más adecuada en reclutamiento de personal, pues un perfil mal seleccionado puede pulverizar cualquier plan a desarrollar y sus consecuencias serían muy lamentables para la empresa.

Bumeran.com es el portal de búsqueda de empleo y reclutamiento de talento laboral por internet más relevante de Latinoamérica. Creado en Argentina en 1999, surgió principalmente para cubrir dos necesidades: la de las empresas por conseguir el talento necesario en forma rápida y efectiva y la de los postulantes por encontrar trabajo.

Sus procesos y filtros de selección de currículum vitae (CV) mantienen un muy elevado estándar de calidad de prospectos, facilitando la búsqueda del perfil para cada vacante. En este sitio se concentran solo las mejores empresas y perfiles del talento laboral, por ello ha tenido un crecimiento impactante en los últimos años tanto en la inscripción de compañías para reclutar talento, así como de personas que ingresan su CV, en espera de encontrar el empleo ideal.

Bumeran.com también contribuye a que los medios anticuados de búsqueda y reclutamiento de personal como llamadas telefónicas, entregas de CV en papel o solicitudes en físico, pasen al olvido, evitando lo tedioso y lento que suelen ser estos procesos tanto para los solicitantes como para las empresas. Solo es cuestión de unirse a este gran escaparate de oportunidades para conocer las infinitas posibilidades de crecimiento y eficiencia laboral que su organización requiere, sin gastar más y sin contratar



Juan Luis Gómez, Country Manager México de Bumeran.com

externos. Su objetivo es claro: ser identificado como el medio digital para cubrir vacantes laborales en América Latina.

A través de soluciones tecnológicas innovadoras y una cultura orientada al servicio, brinda a las empresas la posibilidad de

encontrar rápidamente el talento que precisan para su éxito empresarial; y simultáneamente ofrece a sus postulantes una amplia gama de opciones que acompañan su desarrollo profesional tanto a nivel local como internacional.

¿POR QUÉ BUMERAN.COM?

- ▲ Saben lo que hacen, son especialistas en internet y en el desarrollo de soluciones tecnológicas para los procesos de recursos humanos de sus clientes.
- ▲ Reconocidos en el mercado como líderes en reclutamiento por internet y en el desarrollo de tecnología para automatizar y tercerizar procesos internos relativos a la gestión de los recursos humanos.
- ▲ Ofrece a las empresas anunciantes sus 12 años de experiencia, que sumada a sus presencia regional, lo convierten en la alternativa ideal de reclutamiento *online*.
- ▲ Como el portal más grande de América Latina, busca convertirse en el más grande de México y por eso ha decidido apostarle al mercado regional, pues en la región existen micro, pequeñas, medianas y grandes empresas que necesitan contratar el talento correcto para alcanzar sus objetivos y contribuir al desarrollo social de la localidad.



CARACTERÍSTICAS QUE LOS DISTINGUEN:

- ▲ Eficacia y eficiencia
- ▲ Atención al cliente
- ▲ Tecnología de vanguardia



**MÁS DE 230 MIL
CANDIDATOS
NUEVOS AL MES**

PRESENCIA EN
**13
PAÍSES**

**MÁS DE
45 MIL
EMPRESAS
CLIENTES
POR AÑO**

AL MES
**11.2
MILLONES
DE VISITAS**

**MÁS DE
50 MIL
AVISOS**



Triunfar

EN UN MUNDO POLICÉNTRICO

**Víctor Soulé**Socio Director
Región Noreste
de Ernst & Young
México.

En ningún otro momento las oportunidades y competencia han estado distribuidas tan equitativamente. El potencial de los mercados de los países desarrollados y emergentes se encuentra en convergencia. Por lo tanto, el número de regiones que las compañías multinacionales deben considerar como “estratégicas” ha aumentado, pero la naturaleza de las oportunidades puede ser radicalmente distinta.

Básicamente estas organizaciones deben operar a distintas velocidades para adecuar sus estrategias en los mercados de rápido y lento crecimiento. Para lograr lo primero con éxito se precisa de una toma de decisión veloz y capacidad para experimentar, aprender y escalar con rapidez, lo cual para las grandes multinacionales podría implicar un replanteo de las líneas de reporte a fin de evitar la burocracia y maximizar la agilidad. Por otro lado, los mercados desarrollados requerirán un enfoque que dependa más de la eficacia y el crecimiento progresivo.

“HOY EL CRECIMIENTO, LA INNOVACIÓN Y EL TALENTO PUEDEN PROVENIR DE CUALQUIER LUGAR”

La necesidad de responder a un mundo policéntrico fomenta un nuevo enfoque entre las compañías líderes. Más allá de un estilo gerencial de arriba hacia abajo, con una toma de decisiones centrada en la oficina matriz, las empresas autorizan a los gerentes regionales elaborar planes y modelos de negocio adecuados a la dinámica del mercado local, asegurando así que los productos y servicios sean apropiados para los clientes del lugar, y permitiendo a las compañías contender con los competidores locales, más hábiles y conocedores del mercado.♥



PRIORIDADES DE LAS COMPAÑÍAS PARA TENER ÉXITO EN UN MUNDO POLICÉNTRICO

Redefinir global y local. La necesidad de distinción local en un número cada vez mayor de mercados clave y estratégicos, exige un mayor nivel de descentralización. Sin embargo, esto no es suficiente por sí mismo. Una autonomía ilimitada de los gerentes resultará rápidamente en ineficacias y desaprovechamiento de las ventajas a nivel mundial. Por lo tanto, las compañías líderes adoptan un enfoque más equilibrado, en el que la autonomía local se combina con una dirección estratégica, congruente a nivel global, una cultura con valores corporativos comunes, y la capacidad para aprovechar habilidades y recursos de cualquier parte del mundo.

Desarrollar un enfoque policéntrico para la innovación. En vez de innovar de manera central y después adaptar o modificar las características de los productos para ajustarse a distintos rangos de precio, las empresas están descentralizando cada vez más sus procesos y estableciendo múltiples centros de innovación en mercados estratégicos clave. Los productos, procesos o componentes son elaborados principalmente en los mercados locales en mente, pero vuelven a utilizarse cuando resultan adecuados en otras regiones. Un enfoque abierto a la innovación facilita la transferencia de ideas e invenciones.

Replantear sus relaciones con las autoridades gubernamentales y fiscales. El Gobierno desempeña un papel más trascendente en los negocios, como en ningún otro momento del que se tenga memoria. Esta nueva dinámica exige que las compañías se replanteen cuidadosamente cómo se relacionan con el sector público, lo cual implica considerar los nuevos riesgos que esto conlleva. Muchos gobiernos están aumentando sus impuestos y endureciendo sus políticas de cumplimiento fiscal, hecho que demanda que las compañías consideren y se anticipen a los posibles riesgos de manera global. Asociarse con el Gobierno crea oportunidades, particularmente en los mercados emergentes en que podría adoptarse más un enfoque de arriba hacia abajo respecto de la administración de la economía.

Construir equipos de liderazgo diversos con experiencia global sólida. Las habilidades y capacidades requeridas para triunfar en mercados de rápido crecimiento son distintas de las necesarias en los más maduros. A pesar de que el éxito de las compañías en los mercados desarrollados esté arraigado más recientemente a los procesos y la eficacia, las economías emergentes exigen experimentación, toma de riesgos y espíritu emprendedor. La necesidad de equilibrar estas diferencias exige a las organizaciones replantear el justo medio y la diversidad de los equipos de liderazgo. Asimismo, deben asegurarse de contar con los procesos de administración de talento adecuados para desarrollar una nueva y diversa generación de líderes con esta combinación esencial de habilidades.

Una experiencia gastronómica, única en Paradisus Playa del Carmen, de la mano del chef Martín Berasategui con seis estrellas Michelin.



passion
en el corazón paradisus

Exclusivamente en
PARADISUS PLAYA DEL CARMEN

Experimente la genialidad culinaria del chef Martín Berasategui en nuestro restaurante Passion

Anuncio de la alianza estratégica con seis estrellas Michelin. Gran innovador de la cocina vasca, el chef Berasategui es conocido por su exquisita cocina de creaciones extremadamente imaginativas y elaboradas con una técnica magistral.

"La colaboración con un chef de la talla de Martín Berasategui, hace que elevemos la marca Paradisus y la experiencia del cliente a un nivel único en el mundo, un nivel que tradicionalmente no se relacionaba con resorts todo incluido."

- Bernard Wyss, Area VicePresident Paradisus Resorts
Managing Director Paradisus Playa del Carmen La Perla
& Paradisus Playa del Carmen La Esmeralda

Para reservas de Cancunenses y residentes de Riviera Maya llamar al 984.877.3900 o visitar PARADISUS.COM

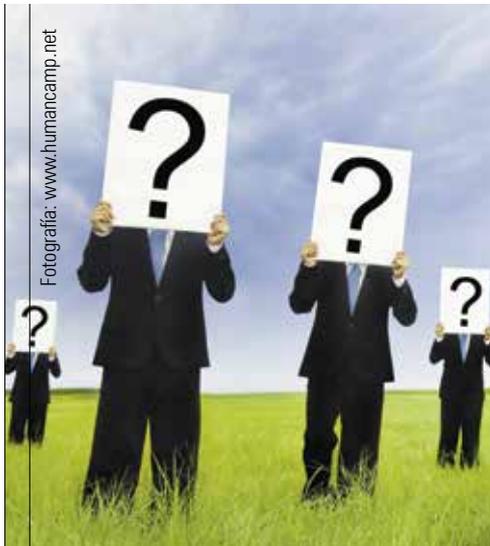


Gestión del talento

**Sergio Aguirre Reyna**

Socio líder a cargo de la Oficina Monterrey de PwC México.

UNA ASIGNATURA PENDIENTE



Fotografía: www.humancamp.net

Si preguntamos a cualquier directivo sobre cuál es su valor máspreciado dentro de su compañía, seguramente la respuesta vendrá rápido, las personas. Finalmente éstas son el motor de cualquier empresa.

En la 16ª Encuesta Global Anual de los CEO's publicada por PwC vemos que la mayoría de los CEO's desean continuar creciendo, expandir su negocio y buscar una mayor internacionalización. Comentarios como "La capacidad de nuestro recurso humano es la clave para conseguir el crecimiento deseado de la compañía" (CEO PT Petarmina) son comunes, porque en este contexto de continuo crecimiento, la atracción del mejor talento y el desarrollo de los empleados suponen la gran (quizá la única) ventaja competitiva.

Considerando lo anterior, reflexionemos sobre algunos retos de Recursos Humanos:

1

El área de Recursos Humanos debe convertirse en socio estratégico de negocio. Exacto. Recursos Humanos debe tener un modelo que permita conocer a fondo las necesidades y retos del negocio. Pero, ¿verdaderamente esto es una práctica general? Pues la realidad es que no tanto. Muchas empresas básicamente se centran en las tareas más operativas, que a pesar de ser acciones básicas, no se centran en fomentar y potenciar el talento.

2

La responsabilidad del talento debe ser de todas las áreas. ¿Es Recursos Humanos quien conoce a su equipo?, ¿tiene la información necesaria para evaluar el desempeño de todos los empleados? La respuesta es clara: no. Y no debe ser así. La gestión del talento va mucho más allá, y requiere de la participación de toda la organización. Recursos Humanos debe capacitar a los líderes y responsables de equipos para que tengan las habilidades de gestionar, potenciar y fortalecer el talento. En definitiva, crear una cultura de alto rendimiento a través de la calidad directiva.

3

Fomentar una cultura preparada para el cambio. Lo único que permanece es el cambio. Aceptar este hecho es más relevante que nunca, porque los cambios se producen vertiginosamente. Innovación, tecnología y nuevos recursos nos abren un paraíso de oportunidades, pero no todas las empresas están preparadas para sacar partido de ellas. La Encuesta de los CEO's 2012 ofrece un dato escalofriante: 29% de los proyectos estratégicos de mejora fueron cancelados o retrasados por no contar con la preparación necesaria de los empleados para asumir el cambio. Lamentablemente aún se escuchan comentarios como: "Llevamos toda la vida trabajando así, para qué cambiar". Por ello es necesario incorporar a esta área la función de gestionar el cambio definiendo estrategias específicas que combatan la resistencia.

4

En busca de la mezcla generacional. Cuando seguimos hablando de la generación y sus peculiaridades, aparece en escena la generación Pantalla o Net, complicando un poco más la gestión. Este tipo de generaciones buscan y valoran cosas por completo distintas a las que estamos acostumbrados: libertad de actuación en el trabajo, conciliación real donde el teletrabajo sea una opción, oportunidad de exponer sus ideas y que se tomen en cuenta, planes de carrera con posibilidades de movilidad, cultura de innovación y reconocimiento inmediato, entre otras. Sin embargo, la oferta de valor de las empresas parece no haber cambiado y se brinda monotonía, control y burocracia.

5

Medir, medir y medir. Es difícil ponerle cifras al compromiso, a la evolución del desempeño o a la motivación, pero sabemos que impactan en la productividad. Por eso Recursos Humanos se enfrenta a la tarea de buscar indicadores y métricas para demostrar la evolución, rendimiento y retorno de la inversión de cada iniciativa.

Si de verdad somos de los que afirman que nuestro capital humano es nuestra mayor ventaja competitiva, tenemos que hacer consciencia de que Recursos Humanos debe profesionalizarse cada día más, innovando en sus soluciones y teniendo el apoyo de todos los miembros de su organización.♥



EcoTienda

HumbertoLobo2013

El día 15 de marzo del 2013 se Inauguró la **EcoTienda** de Aluz.



Hemos llevado a cabo este esfuerzo para poner a su disposición soluciones sustentables para su casa y empresa.

Visita nuestra **EcoTienda** y descubre qué fácil es **VivirSustentable**

Cuida
el medio ambiente



RECICLA



SERVICIO



LIMPIEZA

Reduce
tus consumos



MATERIALES
SUSTENTABLES



AGUA



CONSUMO

Genera
tus recursos



RENOVABLE



AGUA



83 71 71 81 | www.aluz.mx | ventas@aluz.mx

Av. Humberto Lobo 561. Plaza HL local 21. Col. Del Valle, San Pedro Garza García



Concurso mercantil

HERRAMIENTA LEGAL Y EFECTIVA



“ LA LEY DE CONCURSOS MERCANTILES BUSCA MANTENER EN OPERACIÓN A LAS EMPRESAS QUE ATRAVIESAN UNA DIFÍCIL SITUACIÓN FINANCIERA Y REALMENTE DESEAN SALIR DE SUS DEUDAS ”

Por Lic. Javier Navarro Velasco
Socio Administrador Local de Baker & McKenzie Monterrey y Socio del Grupo de Práctica Resolución de Controversias

Debemos dejar en el pasado la mentalidad de que para un empresario decidirse por un concurso mercantil es una deshonra y derrota en su carrera. Hoy contamos con una Ley de Concursos Mercantiles, que si bien no es perfecta, sí es mucho mejor que aquella vieja y obsoleta Ley de Quiebras y Suspensión de Pagos, que ha permitido a algunos empresarios abusar de sus acreedores mediante una protección omnimoda.

La nueva Ley de Concursos Mercantiles, entre otras cosas buenas y novedosas, cuenta con la figura del Instituto Federal de Especialistas de Concursos Mercantiles (IFECOM), para otorgar a las partes un equilibrio tanto en recursos legales como en el tiempo para que estos procedimientos no se hagan eternos.

De casos de éxito sobre reestructura tenemos muchos ejemplos: Satmex, Iusacell, Corporación Durango, Protexa y Vitro, son algunos de los más importantes y sonados. Claro que no todo es miel sobre hojuelas y posiblemente el concurso mercantil no le resulte aplicable a cualquier empresa o comerciante, ya que para iniciar un procedimiento de éstos, lo primero que se deberá hacer es consultar a un profesional del Derecho especialista en la materia, quien bajo una responsable asesoría legal, en primer lugar determine si el comerciante o la empresa se encuentran en las condiciones que la ley establece para iniciar el procedimiento concursal; así como también, estudiar si dicho procedimiento es

conveniente o no ante otros mecanismos legales para reestructurar el pasivo de la empresa deudora.

Un ejemplo de reestructura, hasta ahora fallida, es el de Mexicana de Aviación, que no ha logrado terminar el tortuoso procedimiento que iniciara hace varios años. El concurso mercantil, no obstante su complejidad, permite la posibilidad de que mediante un convenio entre la deudora y sus acreedores una empresa continúe abierta en beneficio de sus trabajadores y de los de aquellos proveedores que vivan de dicha empresa, así como en beneficio de los proveedores en general y de la generación de contribuciones fiscales. Efectivamente, el fin de la Ley de Concursos Mercantiles es mantener en operación a las empresas que atraviesan una difícil situación financiera y realmente deseen salir de sus deudas y mantener en operación su centro de trabajo.

En estos procedimientos la mentalidad tanto del deudor como de los acreedores no debe ser acudir a los tribunales a litigar, sino buscar la forma de llegar al mejor acuerdo, considerando la situación financiera real de la empresa, con sacrificio de ambas partes.

Podemos concluir mencionando que el concurso mercantil no tiene nada de malo, ni es un estigma iniciarlo; por el contrario, es una muestra de que los empresarios están acoplados a la nueva era y dispuestos a luchar por mantener esas empresas que por muchos años han sido iconos en la economía nacional.♥

La Buena Vida está en

LA BUENA BARRA

CANTINA CONTEMPORÁNEA



PLAZA LUA
R. Margain y Missouri 600 ote.



RESERVACIONES (81) 8338.5050
reservaciones@labuenabarra.com.mx
www.labuenabarra.com.mx



Personas físicas

COMENTARIOS SOBRE ASPECTOS FISCALES

Por Carlos González

Socio de Impuestos y Servicios Legales en Deloitte

En términos generales, para las personas físicas residentes en México existen dos principales esquemas que nos permiten realizar una planeación patrimonial correcta desde un punto de vista fiscal, particularmente en materia de Impuesto Sobre la Renta (ISR): Ingresos por los que la Ley del ISR otorga una exención y Deducciones personales.



DENTRO DE LOS CONCEPTOS DE INGRESOS MÁS RELEVANTES POR LOS QUE LA LEY EXENTA DEL PAGO DE ISR A LAS PERSONAS FÍSICAS, SE ENCUENTRAN, ENTRE OTROS:

- ▲ Ingresos obtenidos por la enajenación de casa habitación
- ▲ Herencias o legados
- ▲ Donativos entre cónyuges o los recibidos de descendientes de sus ascendientes en línea recta o viceversa
- ▲ Ingresos derivados de la venta de bienes muebles

Es importante señalar que para algunos de estos conceptos existen requisitos específicos y/o límites para la aplicación del beneficio, e incluso hasta la obligación de informarlos en la declaración anual.

Ahora bien, respecto del segundo esquema están las deducciones personales, que de acuerdo con la Ley del ISR, las personas físicas podrán aplicar en su declaración anual, pero son totalmente independientes a las deducciones que permite cada capítulo de la citada ley, según el tipo de ingresos que obtenga la persona física, como son las actividades empresariales o profesionales, arrendamiento, etcétera.

ALGUNOS CONCEPTOS QUE CALIFICAN COMO DEDUCCIONES PERSONALES PARA LAS PERSONAS FÍSICAS:

- ▲ Donativos, limitados en función del nivel de ingresos acumulables del ejercicio inmediato anterior, que se entreguen a personas autorizadas para recibirlos
- ▲ Aportaciones complementarias de retiro, con un tope máximo y bajo ciertos supuestos
- ▲ Intereses reales efectivamente pagados en el ejercicio, por créditos hipotecarios de hasta un millón 500 mil udis (unidades de inversión), destinados a la adquisición de casa habitación

Hay otras deducciones que cubren tanto al contribuyente como a su cónyuge o la persona con que viva en concubinato, y a sus ascendientes o descendientes en línea recta:

- ▲ Pagos por honorarios médicos y dentales, así como los gastos hospitalarios, incluyendo gastos efectuados por concepto de compra o alquiler de aparatos para el restablecimiento o rehabilitación del paciente, medicinas que se incluyan en los documentos que expidan las instituciones hospitalarias, honorarios a enfermeras y por análisis, estudios clínicos, prótesis y lentes ópticos graduados para corregir defectos visuales, en este último caso, hasta por un monto de dos mil 500 pesos
- ▲ Gastos de funerales hasta por un salario mínimo general del área geográfica del contribuyente elevado al año
- ▲ Primas de seguros de gastos médicos
- ▲ Pagos por servicios de enseñanza a instituciones educativas privadas con autorización o reconocimiento de validez oficial de estudios en los términos de la Ley General de Educación, por cada una de las personas señaladas, conforme a la siguiente tabla:

NIVEL EDUCATIVO	LÍMITE ANUAL
Preescolar	\$14,200
Primaria	\$12,900
Secundaria	\$19,900
Profesional técnico	\$17,100
Bachillerato o su equivalente	\$24,500

Por último, cabe resaltar que para que procedan todas estas deducciones, deberá comprobarse, mediante documentación que reúna requisitos fiscales, que las cantidades correspondientes fueron efectivamente pagadas en el año de que se trate, a instituciones o personas residentes en México.♥



RECICLANDO MÉXICO HACIA EL MUNDO ENTERO

CONVERTIMOS LO QUE PARA LA MAYORÍA ES DESPERDICIO,
EN RIQUEZA



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

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

www.riisa.com.mx
riisa@riisa.com.mx
[@RIISAMX](https://twitter.com/RIISAMX)



Negocios Exitosos en EU

NICHOLS, DOMÍNGUEZ, VELÁZQUEZ & ASOCIADOS Y TRILLOS BALLERINI LAW FIRM



> Curso impartido por Nichols, Domínguez, Velázquez & Asociados y Trillos Ballerini Law Firm

Con la participación de las firmas internacionales Nichols, Domínguez, Velázquez & Asociados y Trillos Ballerini Law Firm, se impartió el curso “Cómo hacer negocios exitosos en Estados Unidos”, el cual estuvo a cargo de tres profesionales expertos.

La primera expositora fue la Licenciada Graciela Nichols, integrante de la Asociación Internacional de Abogados y varias asociaciones y cámaras mexicanas, con un dominio total de la materia, desarrollando la charla “Incorporando negocios en EU”, donde abordó los diferentes tipos de sociedades, instrumentos fiscales internacionales, los modelos de la ONU sobre la doble tributación y del Principio de la Distribución Justa de Utilidades, Partes Relacionadas, Precios de Transferencia, FATCA y otros más; enfocándose en el ámbito legal, fiscal y práctico, compartiendo su amplia experiencia en la creación de empresas en EU y la aplicación de ingeniería fiscal internacional.

Por su parte, el CPA Daniel Domínguez, con vasta experiencia y conocimiento en el ramo de los impuestos en EU por haber laborado más de 40 años en BDO USA LLP, ubicada entre las cinco firmas contables más grandes a nivel mundial, expuso “La nueva perspectiva de planeación fiscal en EU”, explicando a detalle los impuestos que existen, las tasas de impuestos a nivel federal y estatal, fechas de presentación de las declaraciones, impuestos a los extranjeros y patronales, costos de mantenimiento estatal, gastos deducibles de impuestos, obligaciones fiscales de las entidades transparentes y de las corporaciones, e impuesto sucesorio, entre otros.

Finalmente la Licenciada Beatriz Trillos, miembro de varias asociaciones de abogados americanos y con especialización en la asesoría de visas, desarrolló notablemente el tema “Obtención de visas de trabajo, negocios e inversión en EU”, mediante la explicación de las categorías de visas para empresas, inversionistas, comerciantes, profesionales TLC y especializados, artistas y con habilidades extraordinarias, la elegibilidad de las visas, sus términos, pros y contras. Citó ejemplos de casos

exitosos, incluso de aquellos en que otros asesores habían pronosticado baja probabilidad de consecución.

Estos temas despertaron gran interés en los asistentes, quienes formularon preguntas generales y particulares al final de cada exposición, dirigidas principalmente a la apertura de empresas en EU, reorganización y reingeniería de las ya establecidas, y sobre los beneficios que pueden obtenerse tanto fiscales como de negocios, así como de la obtención, por medio de dichas empresas, de visas, créditos bancarios y pensiones, entre otros. También hubo gran interés por conocer los temas de doble nacionalidad y tributación, trámites de *green cards*, ingreso a programas como Global Entry o SENTRI, servicios de domicilio fiscal y Registered Agent.

Por último, la Licenciada Nichols disertó acerca de “Las tendencias y oportunidades de negocios en EU 2013-2018”, retroalimentando de relevante y actualizada información a diferentes industrias, como energética, de consumo, bienes raíces y comercializadora de productos, entre otras, con el soporte de pronósticos y estadísticas de reconocidas universidades y agencias de Gobierno. ♥



> Los expositores Beatriz Trillos, Daniel Domínguez y Graciela Nichols

ESE MOMENTO EN QUE
DISFRUTAS DE LA FRESCURA




MAESTRO
TEQUILERO

"Atún en Azafrán y Adobo"



Viernes
de veladas con Juan Eguía Lis



LA INDUSTRIA

COCINA, BRASAS Y TRAGOS

SIEMPRE HAY MOTIVOS PARA SABOREAR

 /laindustriamty
laindustria.com.mx

Roble 545, Valle del Campestre,
San Pedro Gza. Coa.
Reservaciones: (81) 8335.3330
y (81) 8335.3331





Marca

SALUD Y VISIÓN CON CALIDAD



Ing. René Díaz Domínguez

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

Sin duda la franquicia es un importante apartado en el desarrollo y expansión de una variedad de negocios, así como en la comercialización de sus productos y servicios; la planeación comercial también debe enfocarse en que la franquicia crezca por sí sola.

Es un producto que se ofrece en el mercado de los inversionistas y emprendedores, por ello está sujeta a esfuerzos de promoción y comercialización, y debe aplicar los mismos principios que la mercadotecnia para desarrollar los artículos y servicios que se encuentran en los distintos mercados.

El primer aspecto a analizar en este contexto es el de la marca. Desde el punto de vista comercial es imprescindible asegurar qué atributos tiene y recordar que su nombre es más que una marca, denominación, símbolo o diseño. Hay que verificar que la expresión gráfica facilite la identificación del producto y permita su recuerdo asociado a sus atributos.

En gran medida esto se debe a que se ha pasado de comercializar solo productos a vender sensaciones y soluciones, definiendo no solo sus principales características, sino las intangibles y emocionales. Hoy la marca es uno de los principales activos de las empresas.

No puede concebirse que un concepto de negocio sea apto para una franquicia si la marca que lo distingue no cumple con los factores antes descritos. Además, es importante resaltar lo fundamental que resulta el hecho de que se encuentre registrada ante el IMPI, para que esté protegida en la legislación.

La integración del consumidor adquiere cada vez un lugar más relevante, por lo que aquellos negocios cuyos productos o servicios sigan satisfaciendo las necesidades reales y cambiantes del mercado en el que se participe, continuarán como candidato a ser franquiciables.

Otra variable mercadológica a considerar es verificar qué inquietudes o función social es compatible o se asocia con la marca que se pretende franquiciar. Cuando la comercialización del producto lleva el nombre del negocio, es de doble importancia ofrecer una buena imagen en el mercado, siendo congruente con los valores y costumbres del mismo.▼

“ TRATE DE QUE LA EXPERIENCIA DE LA MARCA SUPERE LA PERCEPCIÓN SOBRE ELLA ”

STAN RAPP

AL PRETENDER CONVERTIR UN NEGOCIO EN FRANQUICIA EN CUANTO A LA MARCA ES FUNDAMENTAL CONSIDERAR:

- ▶ Su facilidad de memorización
- ▶ Qué tan bien describe al producto y/o servicio
- ▶Cuál es su nivel de identidad visual
- ▶ Las emociones y sensaciones que causa en el cliente
- ▶ Si tiene elementos que le permitan adaptarse a diferentes segmentos del mercado al que pertenece
- ▶ Sus posibilidades de alcanzar buen posicionamiento en la mente de sus distintos consumidores
- ▶ Si es *googleable* o fácilmente transmisible por medios electrónicos
- ▶ El grado en que apoya y maximiza la percepción de valor del producto o servicio



Feria Internacional de Franquicias ▲



LUNES

de cumpleaños

Si cumples años en el
transcurso del mes,
El Costeñito te pone la botella
(solo paga el servicio)

JUEVES 

Y VIERNES
DE PRE

shots 2x1

Después de las 6:00 pm.

MIÉRCOLES 

de supermarket

Las mejores botellas
a super precio

Botellas participantes: Ron Matusales y Knaken (750 ml), Tequila Cuervo Especial (395 ml),
1800 reposado (700 ml), Vodka Cottland (750 ml)

TINAS DE 10

son de 12

Durante eventos deportivos
especiales (consulta fecha y horarios)

CUMBRES 81.23.07.85 - TANARAH 83.56.39.02 - TEC 82.44.53.74 - LINDAVISTA 83.34.55.11

TORREÓN • SALTILLO • CHIHUAHUA • MONTERREY • QUERÉTARO • VILLAHERMOSA • XALÁPA • SAN LUIS • MÉXICO • GDL • LEÓN • DURANGO • CANCÚN • AQS • CUERNAVACA

costeñízate

 grupo costeño

WWW.GRUPOCOSTENO.COM





La imagen de México en el mundo



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 por la George Washington University. Actualmente es Catedrático de Derecho de Inversión Extranjera en la UANL. Es abogado y representante del Gobierno de Zacatecas en Nuevo León. Las opiniones expresadas son exclusivas del autor y no representan a las instituciones con las que se encuentra vinculado.

En los últimos años, la imagen de México se ha visto seriamente afectada, los diferentes reportes internacionales han abordado temas directamente relacionados con las condiciones económicas, políticas, sociales, jurídicas y de seguridad de los habitantes de nuestro país. Los reportes y/o resultados de diferentes investigaciones no nos favorecen, pues evidencian el deterioro de la imagen del país en el exterior.

Lamentablemente los diferentes casos de corrupción, inseguridad pública, pobreza, crimen organizado, secuestros o violencia constituyen en sí mismos una serie de agravantes tangibles que han generado una percepción negativa de México en su conjunto, involucrando a las autoridades, partidos políticos e instituciones que no solo afectan a todos los mexicanos, sino a la proyección nacional en el exterior. La imagen negativa trae consigo baja captación de inversión extranjera e interna, así como disminución del turismo.

En un viaje que realicé a EU el año pasado, exterioricé mi punto de vista en tono de crítica ante lo que consideré una irresponsabilidad de algunos funcionarios norteamericanos, quienes se jactan de ser “mexicanólogos” al etiquetar a nuestro país como un “Estado fallido”. Mi sorpresa fue enorme cuando algunos de los ejecutivos estadounidenses de empresas con presencia en México lo consideraron aún peor, comparándolo con un “narco-Estado”. Prácticamente los denominadores comunes de la “etiqueta” de nuestro país fueron: narcoviolencia, corrupción institucionalizada, inseguridad pública, tráfico de armas y mala distribución de la riqueza concentrada en una pequeña élite. Bien dice el viejo refrán: “la verdad no peca, pe-

ro incomoda”, y debo admitir que me incomodó.

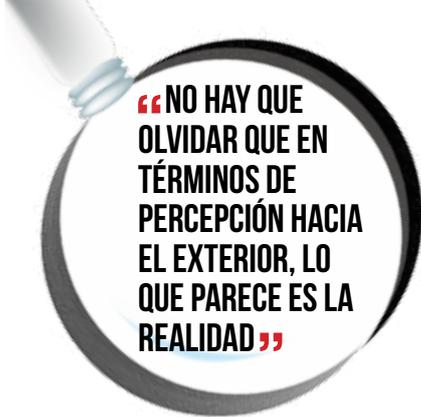
Por causas diplomáticas, de defensa o de cooperación, todas las naciones en el mundo construyen la imagen que los represente de mejor manera en el escenario internacional. Así, México debe enfrentar sus problemas monumentales y dar soluciones reales y honestas. Será imprescindible desarrollar un mejor aparato de comunicación internacional y contar con un programa ambicioso de diplomacia pública y cultural que nos permita resaltar, matizar y poner en otro contexto lo que es importante para el país: desde el incremento de la competitividad y la atracción de inversión, hasta el reconocimiento del acervo cultural.

Debemos aceptar que solo en la medida en que recuperemos nuestra imagen y aumentemos la percepción de justicia y la consolidación de instituciones, hallaremos la clave para proyectar un México más respetable a nivel internacional. Será necesario que

se obtenga un buen posicionamiento en los diferentes contextos internacionales para promover nuestra marca como país; simultáneamente, se deberán aplicar estrategias de e-marketing y publicidad paralelas a las acciones internas frente a los grandes problemas nacionales de corrupción, narcotráfico, inseguridad y falta de competitividad en los diferentes sectores del país.

¿Cómo vemos a México?

¿Qué imagen nos gustaría proyectar en el extranjero? No hay que olvidar que en términos de percepción hacia el exterior, lo que parece es la realidad. En la medida en que hagamos esfuerzos serios y reales por fortalecer la confianza y credibilidad en nosotros mismos, nuestras instituciones y nuestra nación, tendremos una mejor imagen en el contexto mundial.♥



“NO HAY QUE OLVIDAR QUE EN TÉRMINOS DE PERCEPCIÓN HACIA EL EXTERIOR, LO QUE PARECE ES LA REALIDAD”



antarapolanco

“Voted the best Business Center in the world”



izabc.com.mx



Automóviles Sierra

AMPLÍA SU PORTAFOLIO A JAGUAR Y LAND ROVER

Por Minerva Castellanos

Automóviles Sierra amplió su portafolio automotriz al integrar dos marcas premium: Jaguar y Land Rover. Hace 12 años iniciaron operaciones en el mercado automotriz situado en gran parte de la región Noroeste, Occidente y Bajío del país.

En la actualidad cuentan con 10 concesionarias y una importante variedad de marcas en su portafolio, entre ellas BMW, Volkswagen, Chrysler, Dodge, Jeep, Ram y recientemente Jaguar y Land Rover.

Con esta nueva integración Automóviles Sierra busca ofrecer automóviles premium, caracterizados por su ingeniería de excelencia y elegante diseño. Un ejemplo de ello son los modelos 2013 que se exhiben en su showroom ubicado en la Plaza 401, entre ellos los Jaguar en sus modelos XF, XJ y XK, mientras que de Land Rover se pueden encontrar Defender,

LR2, LR4, Range Rover, Evoque y Range Rover Sport.

Las agencias permiten que todos los interesados programen una prueba de manejo con anticipación, para que así vivan la experiencia de manejar estos automóviles y disfruten de las comodidades y ventajas de los nuevos modelos.

También cuentan con un taller de refacciones y servicios en el cual se almacena un vasto surtido de piezas originales, con el fin de cubrir las demandas de un mercado tan amplio como Monterrey.

Su servicio inicia a las nueve de la mañana y finaliza a las ocho de la noche, de lunes a viernes, sábados de nueve de la mañana a siete de la tarde y domingos de once de la mañana a siete de la tarde.

Automóviles Sierra se siente orgulloso de incorporar a estas dos prestigias marcas en su portafolio, ya que brindan más opciones de vehículos lujosos, innovadores y refinados, dirigidos a clientes con grandes expectativas.♥



“ PARA AUTOMÓVILES SIERRA ES UN ORGULLO INCORPORAR DOS PRESTIGIAS MARCAS EN SU PORTAFOLIO, YA QUE ASÍ BRINDA MÁS OPCIONES DE VEHÍCULOS LUJOSOS, INNOVADORES Y REFINADOS ”



MODELOS

- ▲ Jaguar: XF, XJ y XK
- ▲ Land Rover: Defender, LR2, LR4, Range Rover, Evoque y Range Rover Sport

VENTAJAS

- ▲ Programación de pruebas de manejo
- ▲ Taller de refacciones y servicio
- ▲ Horarios de atención: lunes a viernes de 9:00 a 20:00 horas; sábados de 9:00 a 19:00 horas y domingos de 11:00 a 19:00 horas

LÍDER DE TI MISMO LÍDER DE GRUPO - LÍDER DE ORGANIZACIÓN



LÍDER DE TI MISMO: Programa diseñado para personas de todos los niveles que requieran conocer sus fortalezas y áreas de oportunidad para potenciar el logro de resultados. (6 Sesiones de 5Hr.)

Temario: Líder de ti mismo.

- 12 Marzo 5Hr Conociéndome.
- 19 Marzo 5Hr Comunicación.
- 26 Marzo 5Hr Vender ideas y conceptos.
- 02 Abril 5Hr Inteligencia Social.
- 09 Abril 5Hr Trabajo en equipo.
- 16 Abril 5Hr Liderazgo.

COSTO: 5,000.00 m.n. Por participante.

NUMERO DE PARTICIPANTES: 16 Máximo.

INICIO: 12 Marzo 2013

HORARIO: 4:00 PM - 9:00 PM

PRECIO ESPECIAL 10 % DE DESCUENTO: Socios Club Ejecutivo y para grupos desde 4 participantes de la misma organización.

PROXIMOS PROGRAMAS RELACIONADOS:

LÍDER DE GRUPO.

LÍDER DE ORGANIZACIÓN.

Inscripciones al 87.61.40.16 y reservaciones@clube.com.mx



Pregunta por nuestra membresía **EJECUTIVA JR.** (Exclusiva para jóvenes)
Para más información marcar al: 52 (81) 8761-4032 membresias@clube.com.mx / www.clube.com.mx



Arboleda

NUEVO CORAZÓN DE SAN PEDRO

EL LUGAR MÁS SEGURO, DIVERTIDO, MEJOR DISEÑADO Y UBICADO PARA VIVIR.

EL COMPLEJO

Av. Roble 660, Col. Valle del Campestre
San Pedro Garza García, NL

T. (81) 1477-3040
info@arboleda.mx www.arboleda.mx
F. arboledamx T. @arboledamx

Empresa desarrolladora: ONE Development Group.

Ubicación: Avenida Roble 660, colonia Valle del Campestre.

Principales características: agrupa residencias, comercios, servicios, gastronomía y cultura, detonando una mejor calidad de vida alrededor del Club Campestre.

Dimensiones del complejo: 107 mil m² de terreno, 200 mil m² vendibles.

Estilo general de construcción: "Villa urbana integral".



DISEÑO URBANO

▲ Principales áreas de uso común:

Vivire (Área Residencial): Magnolia y Uvah (villas); Cássea y Dahlia (departamentos).

Operari (Campus de Oficinas): Citrus (oficinas ejecutivas con terrazas verdes) y Mentha (oficinas jardín boutique con terrazas verdes privadas), ambas con conexión creativa interior-exterior.

Ambulare: Zona pública comercial en conexión con el parque, donde se asentarán restaurantes, servicios y comercios boutique.

▲ Amenidades más relevantes:

Parques: Nemus Publica (Norte), Casa Club, Nemus Privata (Sur) y Central. **Vivire. Cássea:** ludoteca, salón para niños, gimnasio, salón de eventos y terraza.

Magnolia: fogatero, pérgola, asadores, asoleadero, alberca y jacuzzi. **Uvah:** pérgola, asadores, asoleadero, juegos infantiles, alberca y jacuzzi. **Dahlia:** salón de eventos y gimnasio.

LOS ESPACIOS

▲ Tipos y dimensiones:

Cássea: 71 residencias verticales para familias jóvenes, de 170 a 311 m², con un penthouse de 600 m²; tendrán un nivel y de tres a cuatro habitaciones.

Magnolia: 35 villas para parejas de adultos contemporáneos; sus espacios van de 210 a 370 m²; tendrán de uno a dos pisos, con dos o tres habitaciones y jardines privados en la planta baja.

Uvah: 29 villas de 200 a 350 m² y serán de uno o dos pisos, con tres a cuatro habitaciones.

Dahlia: 42 departamentos en 17 niveles de residencias verticales, de 140 a 410 m²; serán de uno a dos niveles, con una o tres habitaciones.

▲ Materiales y acabados:

Cássea, Magnolia-Exteriores: Piedras naturales, concreto y madera.

Dahlia y Uvah-Exteriores: Ladrillo, concreto y madera.

▲ Rango de costos:

Departamentos desde cuatro mdp y Villas desde seis mdp.

SEGURIDAD

1. Método para el control del acceso: estacionamientos subterráneos con acceso directo al área de Vivire y Operari mediante elevadores equipados con sofisticados sistemas de seguridad, que solo darán acceso a personas autorizadas.

2. Medida más importante que garantice la seguridad de los habitantes: cámaras de circuito cerrado y vigilancia las 24 horas.





GIC INGENIERÍA Y CONSTRUCCIÓN S.A. DE C.V.

La óptima solución en construcción

Sistemas de concreto prefabricado

Tel. (81) 8335 4302 y 48
www.grupogic.com
e-mail: ventas@grupogic.com



Corum

JOYERÍA EMWA

Una de las grandes fortalezas de Jacques-Alain Vuille, Vicepresidente de la distribución a nivel mundial y Jefe de la zona europea de Corum, es su voluntad de poner a la marca como una prioridad, posicionándola en la industria de la relojería de alta gama.

Con el objetivo de satisfacer a sus clientes, este año Corum lanzó dos nuevas propuestas que Alain Vuille acudió a presentar a la joyería Emwa:



Fotografía por Mónica Martínez

ADMIRAL'S CUP LEGEND 42 TOURBILLON MICRO-ROTOR

Una de las complicaciones más nobles de la alta relojería. Esta obra maestra aporta elegancia, emoción y tenacidad al legado de un reloj que ha surcado más de 50 años de historia, rindiendo homenaje a su ilustre antepasado, el Admiral's Cup. El encanto limita la producción anual a 15 ejemplares de oro rojo, 30 en acero y oro rojo y 75 en acero.

GOLDEN BRIDGE TOURBILLON PANORAMIQUE

Cuyo majestuoso mecanismo presenta una ligereza y un equilibrio desconcertantes, formado de un esqueleto muy peculiar. Hermético hasta 30 metros, el nuevo Golden Bridge Panorámico se propone en tres versiones limitadas: caja de oro rojo de 18 quilates, con una edición de 10 ejemplares; caja de oro rojo de 18 quilates engastada con baguettes, editada en cinco ejemplares; y caja de oro rojo de 18 quilates engastada con diamantes redondos, también limitada en cinco ejemplares.

Todas las versiones se entregan con dos brazaletes de piel de cocodrilo en color negro y marrón, cosidos a mano.

Corum es una marca fundada en 1955 en La Chaux-de-Fonds, Suiza, por Gaston Ries y su sobrino, Renee Bannwart. Un año después de su fundación se produjo el primer reloj bajo su sello. La compañía se destaca también por la producción de sus relojes de bolsillo, además de haberse convertido en la primera casa relojera en construir un reloj de pulsera. En enero del año 2000 pasó a manos de su actual propietario, Severin Wunderman, quien nombró a su hijo Michael Presidente de la compañía.



ADMIRAL'S CUP LEGEND 42 TOURBILLON MICRO-ROTOR

ADMIRAL'S CUP LEGEND 42 TOURBILLON MICRO-ROTOR

“ POSICIONADA EN LA INDUSTRIA DE LA RELOJERIA DE ALTA GAMA, RECIENTEMENTE LA MARCA SUIZA LANZÓ DOS NUEVAS PROPUESTAS, LAS CUALES FUERON DADAS A CONOCER EN EMWA ”



Rafa Carreón



Juan Eguía Lis

**LA MEJOR MÚSICA
PARA TODO TIPO DE EVENTO**

Reservaciones:

+52 (81)1776.0712

044 (81) 1300.5659

reservaciones@rafayjuan.com



Dieta de desintoxicación

PARA EVITAR EL CÁNCER Y OTRAS ENFERMEDADES



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. editorial@playersoflife.com

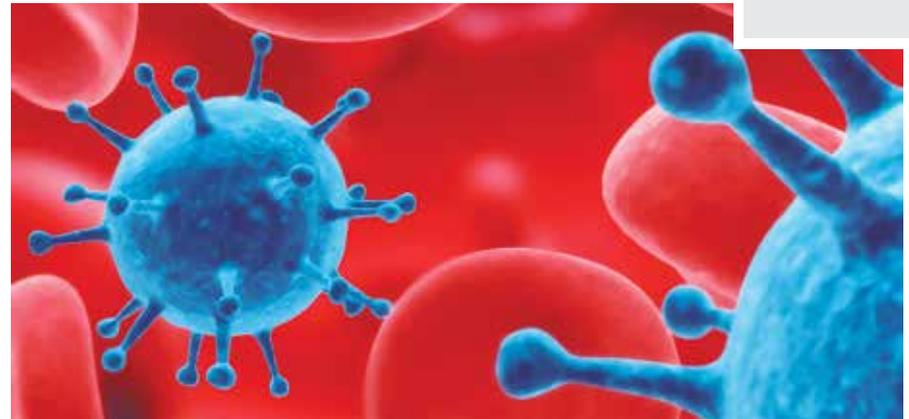
Según investigaciones de los Doctores Alberto Martí Bosch y Pischinger, la clave para evitar el cáncer y otras enfermedades es conocer qué las ocasiona, entender la importancia de los tratamientos naturales y llevar una dieta de desintoxicación.

Las células de nuestro cuerpo necesitan alimento y oxígeno para vivir; como cualquier individuo, primero comen y luego desechan lo que sobra. Después de usar el oxígeno eliminan dióxido de carbono y posterior al uso de las proteínas, eliminan ácido úrico.

Para desechar los excedentes del cuerpo la sangre los transfiere por tres filtros: riñones, pulmones e hígado, órganos que en un lapso de 24 horas filtran un promedio de siete mil 200 litros de sangre, lo que equivale a más de siete toneladas al día.

Si a nuestro coche se le ensucian los filtros, imagínate cómo se le manchan a nuestro cuerpo. Esto ocasiona que empecemos a acu-

mular colesterol, ácido úrico y dióxido de carbono. Como no podemos cambiar nuestros filtros, la clave es limpiarlos con una buena alimentación y un adecuado consumo de agua, pues cuando no lo hacemos, comienzan a taparse y la célula empieza a vivir en un ambiente ácido, rodeada de sus propios desechos, lo cual impide que el oxígeno y los alimentos que necesita para vivir pasen. ♥



PARA NO MORIR, LAS CÉLULAS PUEDEN INTENTAR DIFERENTES OPCIONES:

1. Retener agua para que los nutrientes tengan un mejor tránsito, y por ende, la persona presenta edema y se hincha.
2. Neutralizar la acidez sacando calcio de los huesos para convertirlo en una sal, lo que ocasiona osteoporosis, artritis y calcificaciones en mama, pulmón y otras áreas.
3. Eliminar los desechos ácidos mediante la piel, con un sudor que provoca dermatitis o soriasis, o bien, a través de las mucosas, generando úlceras en la boca, el estómago o el colon. También puede drenar los ácidos hacia el sistema nervioso. Imagina que el cableado eléctrico de un edificio está forrado por plástico para que no se produzcan cortos circuitos, ni te den toques. Nuestros nervios también están forrados de mielina y el ácido puede destruirla provocando esclerosis múltiple o enfermedades como el Parkinson.
4. Mutar para sobrevivir y convertirse en célula cancerosa. Como ya no tiene suficiente oxígeno para sobrevivir, usa un mecanismo anaeróbico para producir energía y entra al ciclo de la glicólisis, en la que se forma ácido láctico y alcohol, entonces empieza a tener una gran concentración de sodio. Para destruir una célula así normalmente la cortamos con una cirugía, la quemamos con radiaciones o la envenenamos con quimioterapia. El peligro es que también dañamos y destruimos las células sanas. Lo bueno es que tenemos una opción más: dejar de suministrarle lo que necesita para vivir y dejarla que muera, y a la vez alimentar a las células sanas que viven en otro ambiente. Debido a que vive rodeada de un medio ácido, la solución es alcalinizar su hábitat comiendo frutas y verduras, y evitando el consumo de carne y refrescos que producen acidez.

RECOMENDACIONES GENERALES

Es importante tomar suficiente agua para limpiar los filtros y prepararnos un baño de tina caliente con sal, para abrir los poros y dejar que el sodio salga de las células al exterior. Usar complementos multivitamínicos y complejos herbales que desintoxiquen el hígado, el páncreas y el riñón, como té verde, tomillo y alcachofa.

“ PARA ELIMINAR LOS DESECHOS DEL CUERPO LA SANGRE LOS TRANSFIERE POR TRES FILTROS: RIÑONES, PULMONES E HÍGADO, ÓRGANOS QUE EN UN LAPSO DE 24 HORAS FILTRAN UN PROMEDIO DE SIETE MIL 200 LITROS DE SANGRE, LO QUE EQUIVALE A MÁS DE SIETE TONELADAS AL DÍA ”



< Pierde esa grasa rebelde.
Recupera tu confianza.



¡Prepárate para las vacaciones!

Dile adiós a tu grasa localizada con CoolSculpting®

Estamos orgullosos de ser los primeros en el sector en ofrecer este revolucionario tratamiento de remodelación corporal. Ahora tú puedes eliminar esa grasa localizada resistente al ejercicio y a la dieta, sin cirugía ni pérdida de tiempo. CoolSculpting es un dispositivo médico aprobado por FDA, seguro y efectivo. Los pacientes observan una diferencia positiva en la forma en que le sienta su ropa, en tan solo un tratamiento*.

Tecnología desarrollada por científicos de la Universidad de Harvard.

Los resultados son innegables.



ANTES



3 MESES DESPUES DE UN TRATAMIENTO

CIUDAD DE MÉXICO

CENTRO MÉDICO DE ESTÉTICA Y SALUD
DR. LUIS GARCÍA LÓPEZ

PEDREGAL

TEL: 5652-2020 / 5653-2010
www.altamedicinaestetica.mx

POLANCO

TEL: 5684-1010 / 5684-1098

CLINICA DERMATOLOGICA INTEGRAL SATELITE

CIUDAD SATELITE

TEL: 5240-8020 / 5572-5003

DERMÉDICA.
DR. JAVIER RUIZ / DRA. FERNANDA HURTADO

POLANCO

TEL: 5254-5437 / 5254-7752
www.dermedicina.com

ALTAVISTA

TEL: 5684-1010 / 5684-1098

EPSILON MEDICAL

LOMAS DE CHAPULTEPEC

TEL: 5540-6367 / 5540-6294

INSTITUTO DE CIRUGÍA PLÁSTICA

MEDITEC SPA

DR. ABEL DE LA PEÑA

INTERLOMAS

TEL: 5246-9640 / 5247-7853
www.medicspa.com.mx

MONTERREY

IDERMA
DR. HECTOR LEAL

OBISPADO

TEL: 8333-3308 / 8348-1029
www.iderma.org

MEDIPIEL

VALLE

TEL: (81) 8363-5635
www.medipiel.com

TORREÓN

MEDIPIEL

TORREÓN

TEL: (877) 721-21-58
www.medipiel.com

CONTACTANOS EN:
WWW.SINLONJAS.COM
TWITTER: @COOLSCULPTINGMX
FACEBOOK.COM/COOLSCULPTING



Dolor de pecho

ES UN INFARTO HASTA NO DEMOSTRAR LO CONTRARIO

Por Dr. Marcos Ibarra Flores

El dolor en el pecho (torácico) es un síntoma relacionado con una gran variedad de enfermedades, pero la angina de pecho y el infarto representan de 10 a 34% del total, y 50% en los adultos mayores de 50 años. La enfermedad coronaria es la principal causa de muerte en adultos y la prevalencia es más alta después de los 75 años de edad.

Estos síndromes son atribuibles a falla en la circulación del corazón por obstrucción de las arterias coronarias. Por lo regular la causa subyacente es la aterosclerosis coronaria, es decir, la obstrucción de las arterias por placas de colesterol.

Fumar, colesterol alto, hipertensión, obesidad y diabetes son factores de riesgo que aceleran la aterosclerosis coronaria. La mitad de los pacientes que acuden a emergencias con un dolor de pecho suelen ser admitidos al hospital, sin embargo, menos de 20% presentan infarto o angina inestable que requiera de atención hospitalaria, incurriendo en gastos y molestias innecesarias. Por otro lado, se requiere una evaluación apropiada para determinar si el paciente puede regresar a casa sin riesgos, en el menor tiempo posible.

¿CÓMO IDENTIFICAR QUE EMPIEZA UN INFARTO?

El síntoma típico es dolor en el centro del pecho, identificado por los pacientes como “pisada de elefante”. Puede correrse al cuello y brazo izquierdo, asociado a sudoración fría, náusea y frecuentemente vómito. A veces no es tan típico y se presenta como dolores intermitentes o en la

“LA MITAD DE LOS PACIENTES QUE ACUDEN A EMERGENCIAS CON UN DOLOR DE PECHO SUELEN SER ADMITIDOS AL HOSPITAL, SIN EMBARGO, MENOS DE 20% PRESENTAN INFARTO O ANGINA INESTABLE QUE REQUIERA DE ATENCIÓN HOSPITALARIA”

mandíbula inferior; en diabéticos y mujeres los síntomas son más difíciles de identificar, suelen ser dificultad para respirar o palpitaciones.

La Unidad de Dolor de Pecho, ubicada en la Unidad de Emergencias del Hospital Zambrano Hellion, nace de la necesidad de un diagnóstico y tratamiento rápido y seguro para evitar errores que cuesten vidas, así como gastos innecesarios. Cuenta con recursos, estructura, tecnología, y personal altamente capacitado y adherido a las buenas prácticas clínicas. En general, el protocolo y guía clínica se basan en estándares internacionales que limitan la variabilidad en la práctica clínica e impulsan los procesos para la evaluación de los pacientes con dolor en el pecho.

Lo ideal es que todo paciente con dolor en el pecho que se presente en la Unidad debe tener un electrocardiograma en menos de 10 minutos y si le ocurre un infarto, se activa al equipo de angioplastia coronaria y es trasladado a la sala de Hemodinamia para abrir su arteria en el menor tiempo, limitando el daño en su corazón. En este contexto

el tiempo es oro. Si no hay infarto, se hacen los estudios (con métodos de imagen) examinados a descartar otras enfermedades cardíacas serias y dar el tratamiento adecuado, sin necesidad de hospitalización.▼

UNIDAD DE DOLOR DE PECHO

ALCANCES

Todo paciente adulto con síntomas actuales o recientes de dolor o molestia en el pecho y/o que indique enfermedad coronaria aguda.

INTENCIÓN

1. Mejorar la calidad de la atención de pacientes con dolor de pecho sugestivo de enfermedad seria.
2. Minimizar el retardo en la administración de tratamiento y destapar la arteria responsable del infarto en menos de 90 minutos desde la llegada al hospital.
3. Asegurar que los pacientes egresados a su domicilio efectivamente no presentan una enfermedad seria.

DATOS DEL COLABORADOR

Director de la Unidad de Dolor de Pecho y miembro del Instituto de Cardiología y Medicina Vascular del Hospital Zambrano Hellion.



BALLY
TOTAL FITNESSSM

MEXICO

UN MES GRATIS
50% de descuento
en inscripción

*solo con tarjetas de crédito *aplican restricciones

San Pedro T. 8004 9494
Valle T. 8363 8090



ballyfitness.mx
01 800 00 BALLY

La Venezuela de Chávez



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



A muchos sorprendió la concurrencia de las miles de personas que se congregaron en las calles de Caracas para acompañar el cortejo fúnebre, para otros, era de esperarse.

¿Quiénes están en lo correcto? ¿Los venezolanos exiliados en Europa, el DF o Miami criticando a Chávez por todo lo malo que ha pasado en sus vidas? ¿Los que utilizaron su imagen para denostar candidatos en toda América Latina? ¿O los miles de seguidores (no solo venezolanos) llorando y haciendo todo lo humanamente posible para despedirse de su Comandante?

En su Gobierno, la reducción de la pobreza, gran ambición del chavismo, fue espectacular. Según cifras de la ONU, cuando Chávez llegó al poder en 1999 la mitad de los venezolanos no tenían para comer. A 14 años de su mandato, la pobreza se redujo a la mitad con 25%, haciendo de este país el tercer lugar con menor porcentaje en Latinoamérica. Cabe mencionar que México aún tiene el 50%. Los más críticos han señalado que esto solo fue posible con las “dádivas producto del petróleo”, y en parte tienen razón, el barril en los últimos años del chavismo osciló en los 100 dólares, cinco veces o más que al inicio, por lo que hoy la renta petrolera representa 90% de los ingresos de divisas, para bien o para mal.

Sin embargo, otros datos económicos también son innegables. El PIB per cápita casi se triplicó, pasando de los cuatro mil a los 11 mil dólares anuales. Además, el desempleo, que para muchos es considerado la certidumbre que los Gobiernos dan a empresarios e inver-

sionistas, se encuentra relativamente bajo, sobre todo desde una perspectiva comparada. En 1999, antes de Chávez, la tasa se ubicaba en 14.5%, en el 2013 se encuentra en la mitad con 7.6%, cifra no muy alejada de la mexicana y una envidia para varios países europeos. Ante la frialdad de estas cifras muchos de sus oponentes han preferido criticarlo por contar con la inflación más alta de toda América Latina (22%). En el indicador tienen razón, pero en la responsabilidad formalmente no, pues esta tarea le corresponde al Banco Central de Venezuela, un ente autónomo. Como es obvio, muchos en la oposición dudarían de dicha autonomía, lo curioso es que de aceptar esto, también se harían automáticamente responsables de la inflación que en promedio acumuló 56% entre 1988 y 1998, mucho más que con Chávez.

Sin embargo, más allá de los indicadores económicos, la verdadera definición del chavismo podría encontrarse en la provisión de servicios públicos. Quizá entre los más notorios están la tasa de mortalidad infantil, que se redujo de 20 a 13; el 38% de decrecimiento en desnutrición, o el sorprendente incremento de 189% de estudiantes universitarios en 10 años.

Para quienes dudamos de los datos oficiales, en la ONU no hacen más que eco de esta mejora. Hoy Venezuela cuenta con el índice de Gini más bajo en toda América Latina (0.394), en otras palabras, es la sociedad con menos desigualdad en el continente, en el que por cierto, apoyó como nadie lo ha hecho a Cuba y Centroamérica. Pero eso no es todo, el IDH demuestra que Chávez también rompió el estancamiento en que se encontraba la nación, lo cual es evidente si se compara el 0.623 promedio de los ochentas con el 0.629 de los noventas. En 2011 este indicador se encontraba en 0.735, mejor que Brasil y Colombia.

¿Fue entonces todo miel sobre hojuelas? No, esa tampoco es la historia. Los homicidios se incrementaron, se expropiaron muchas compañías injustificadamente y a varios opositores fueron encarcelados, algunos de ellos provocaron golpes de Estado en su contra, pero otros solo buscaban mayor libertad de expresión.

Chávez hizo muchas cosas raras y cayó en caprichos inexplicables, como el querer cambiar un billete para que la figura volteara a la izquierda, o modificar el huso horario media hora cuando el estándar internacional es de horas completas.▼

PROVOCADOR REVOLUCIONARIO EXTRAVAGANTE POLÉMICO CRÍTICO

Para muchos, carismático, para otros, irracional. Amado y odiado, Hugo Chávez deja Venezuela después de 14 años de un Gobierno que por su estilo, difícilmente puede ser ignorado. Ojalá que el legado de uno de los líderes más polémicos que ha tenido Latinoamérica sea evaluado con lo bueno y lo malo, con lo que se merece.



- Excelente Ubicación Geográfica
- Conectividad
- Diversidad de Sectores Productivos
- Parques Industriales
- Recurso Humano
- Seguridad Jurídica



Zacatecas

EL MEJOR ESTADO PARA LA
INVERSIÓN

www.sedezac.org



Secretaría de Economía de Zacatecas
Circuito Cerro del Gato, Edificio B, Piso 1
Fracc. Ciudad Administrativa, C.P. 98160
Zacatecas, Zac. **T. +52 (492) 491 5000**

Empoderamiento ciudadano

Por Luis Marcelo Villarreal

Un elemento esencial de la democracia es la auténtica representatividad de los ciudadanos a través de los representantes públicos. En México la realidad dista mucho de este ideal, la regla (con contadas excepciones) es que los diputados únicamente representan los intereses partidistas, velando por su carrera política, por tres razones:

- ▲ 1. Falta de una cultura de exigencia por parte de los ciudadanos (que emana la cultura de no responder por parte de los diputados).
- ▲ 2. No reelección de diputados (se traduce en compromiso con su partido y no con la ciudadanía).
- ▲ 3. Históricamente los partidos políticos han distanciado a los diputados del pueblo, para mediante la legislación, ir tejiendo la estructura de poder en que se sientan, ignorando las necesidades reales de la ciudadanía.

El distanciamiento que menciono fue fácil de lograr y arraigar en los mexicanos, antes la única manera de interactuar con los diputados eran manifestaciones o encuentros presenciales. Hoy el internet ha revolucionado esta interacción; según un estudio del Congressional Management Fundation, 44% de los votantes en EU (más de 90 millones de personas) ha contactado a sus diputados por esta vía para manifestar sus posiciones, fenómeno conocido como *grassroots*, movimiento surgido de la gente, desde la tierra. Ha sido un auténtico *game changer* en cómo opera el Congreso estadounidense.



En México no tenemos ni un solo medio electrónico efectivo para que un ciudadano le exprese a su diputado su aprobación o rechazo acerca de los asuntos que vaya a votar en su representación. El porcentaje de diputados que realmente atiende los acercamientos electrónicos ciudadanos es menor a 5%. El correo del Congreso es una mera formalidad, lo revisan sus asistentes. Nunca he obtenido alguna respuesta. En cuanto al Twitter, de los pocos que tienen, también es revisado por sus asistentes, y he comprobado que lo usan solo para beneficiar su imagen personal.

Imagínate otorgar un poder para que te representen en una Asamblea de Accionistas y no tener contacto (más que perseguir a la persona afuera de su oficina) para ordenarle cómo quieres que vote cierto tema. Traslademos el ejemplo a los diputados, ¿cómo conocerán los intereses del pueblo?, si no hay una manera efectiva para que el ciudadano pueda contactarlos. Por otro lado, esta falta de vías de atención es inaceptable e incomprensible, ya que un diputado trabaja muy poco (las sesiones del Congreso no duran más de cuatro horas y solo son durante siete meses al año; laboran menos días que el invertido por un estudiante de primaria).

En busca de una solución, me acerqué a Evolución Mexicana para sumar un proyecto de Votación Ciudadana al website “Participa con tu Diputado”, el cual será lanzado en los próximos dos meses. Votación Ciudadana es una página mediante la que usuarios certificados de los distritos electorales de NL, podrán emitir su voto sobre los temas a discutirse en el Congreso los días posteriores. Una vez recabados los votos, los resultados se difundirán en varios medios de comunicación, para:

- ▲ 1. Comunicar públicamente a los diputados el sentir de sus representados respecto de los principales temas.
- ▲ 2. Crear una obligación moral en los diputados para votar representando a los ciudadanos, y no a su partido político.
- ▲ 3. Difundir entre los ciudadanos esta herramienta de comunicación y acrecentar la participación en estas votaciones (aumentando la responsabilidad moral del punto dos, el costo político de ignorar a 10 mil o 20 mil votantes es muy alto).

La intención con este Voto Ciudadano es darles a los ciudadanos un megáfono para ser escuchados por los diputados, por más lejos que se hayan posicionado. Tenemos la oportunidad de hacer un cambio histórico, pero necesitamos que te unas con la única finalidad de mantenerte al tanto de la publicación de la herramienta y el inicio de las votaciones ciudadanas.♥



Need a place to work?

“1,800 offices in Mexico”



izabc.com.mx



COPARMEX Nuevo León FORO ECONÓMICO 2013



Gral. Óscar Naranjo, durante la conferencia



Antonio Dieck, Paulino Rodríguez y Klaus Ortiz



Adrián Canales, Antonio Guerra, Andrés Guerra y Manuel Villarreal



Alfonso Garza Garza y Gral. Óscar Naranjo

Para promover la construcción conjunta de una sociedad basada en el respeto, la convivencia y el cumplimiento de normas, COPARMEX llevó a cabo un foro. La reunión se efectuó en Cintermex. La Licenciada Elizabeth Tinoco, el General Óscar Naranjo Trujillo y el Doctor Roy Godson fungieron como oradores de las conferencias impartidas en el Gran Salón.♥



Dr. Jesús Viejo Flaco



Carlos Zambrano y Alida Bonifaz de Narváez



José Saldaña y Javier Jaime



Gira Pro Am

TELCEL / SAMSUNG

Con el objetivo de conmemorar la tercera edición de la Gira Pro Am Telcel / Samsung 2013, único circuito en su tipo que se realiza en México, se llevó a cabo un torneo de golf en La Herradura. Más de 130 jugadores participaron, llevándose de uno distintos premios.♥



Pedro Califa, Fernando de la Cruz, Adrián Martínez, Manuel Álvarez y Estanislao Guerrero



Ricardo Zambrano y Roberto Díaz



Armando Favela y Alejandro Macotella



Carlos Treviño



Federico García, Alejandro Cavazos, Feliciano Esparza, Gerardo Treviño y Alejandro Garza



Javier Quevedo y Luis Gómez



Haciendo Negocios en EU

NICHOLS DOMÍNGUEZ & VELÁZQUEZ

Las firmas Nichols Domínguez Velázquez & Asociados y Trillos Ballerini Law Firm se unieron para organizar el evento “Haciendo Negocios Exitosos en EU”. El hotel Wyndham fue la sede en que los asistentes escucharon a los expositores: MDI Graciela Nichols, CPA Daniel Dominguez y Beatriz Trillos, Attorney at Law. Entre los temas tratados figuraron: incorporando negocios en EU, la nueva perspectiva de planeación fiscal en EU, obtención de visas de trabajo, negocios e inversión y oportunidades de negocios en EU para 2013-2018, entre otros.♥



Sergio Chiñas y Daniel Domínguez



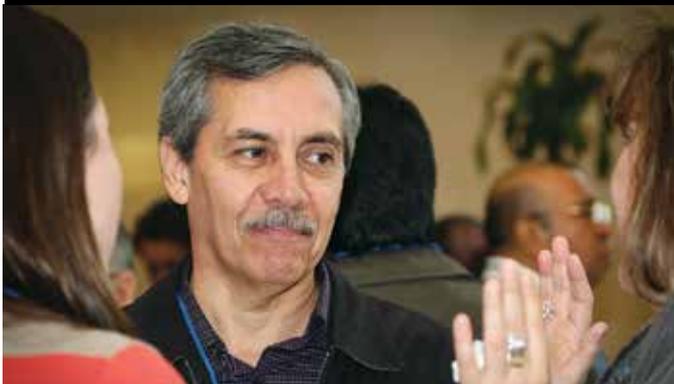
Graciela Nichols, Víctor Manuel Martínez y Vicente Velázquez



Jorge Reyes Méndez, Sara Martínez y Santa Elena Bermea



Raúl Reyes y Rocío Herrera



Felipe Ortiz



Rubén Guajardo y Vicente Velázquez



Apertura ALUZ ECOTIENDA

Con el objetivo de seguir innovando y promoviendo el ahorro de energía, se llevó a cabo la apertura de la Ecotienda Aluz. Ubicada en Humberto Lobo, familiares y amigos acudieron a ella para presenciar el corte de listón y declarar oficialmente abiertas las puertas de la tienda.♥



Haciendo el corte de listón



Daniela Santos y Alain Salazar



Iván Villasana, Alan Caballero y Jesús García



Eloy Ábrego y Vicente García Garza



Olivia Flores, Martha Álvarez y Martha Corona de Álvarez



Sylvia Lozano de García, Dora Álvarez de Morales y Baby de González



Nueva propuesta ADELA



Uri Wapinski, socio de la marca, explicando el proyecto



Ale Kawas, Uri Wapinski, Luis Othón, Rosario Meraz y José Ángel Pérez



Patricia y Eduardo Kawas, Rafael Meraz y Lauro Othón



Luis Othón y Marco Garrido

Para celebrar la cosmogonía de nuestro país y dar a conocer sus propuestas, los propietarios de la nueva marca Adela reunieron a un exclusivo grupo de invitados en la Galería 2 del Centro Roberto Garza Sada en la Universidad de Monterrey. Los presentes admiraron las piezas y conocieron este nuevo concepto. Adela es una marca mexicana de productos, dedicados a traducir, mediante el diseño, el lenguaje estético del folclore tradicional de México. ♥



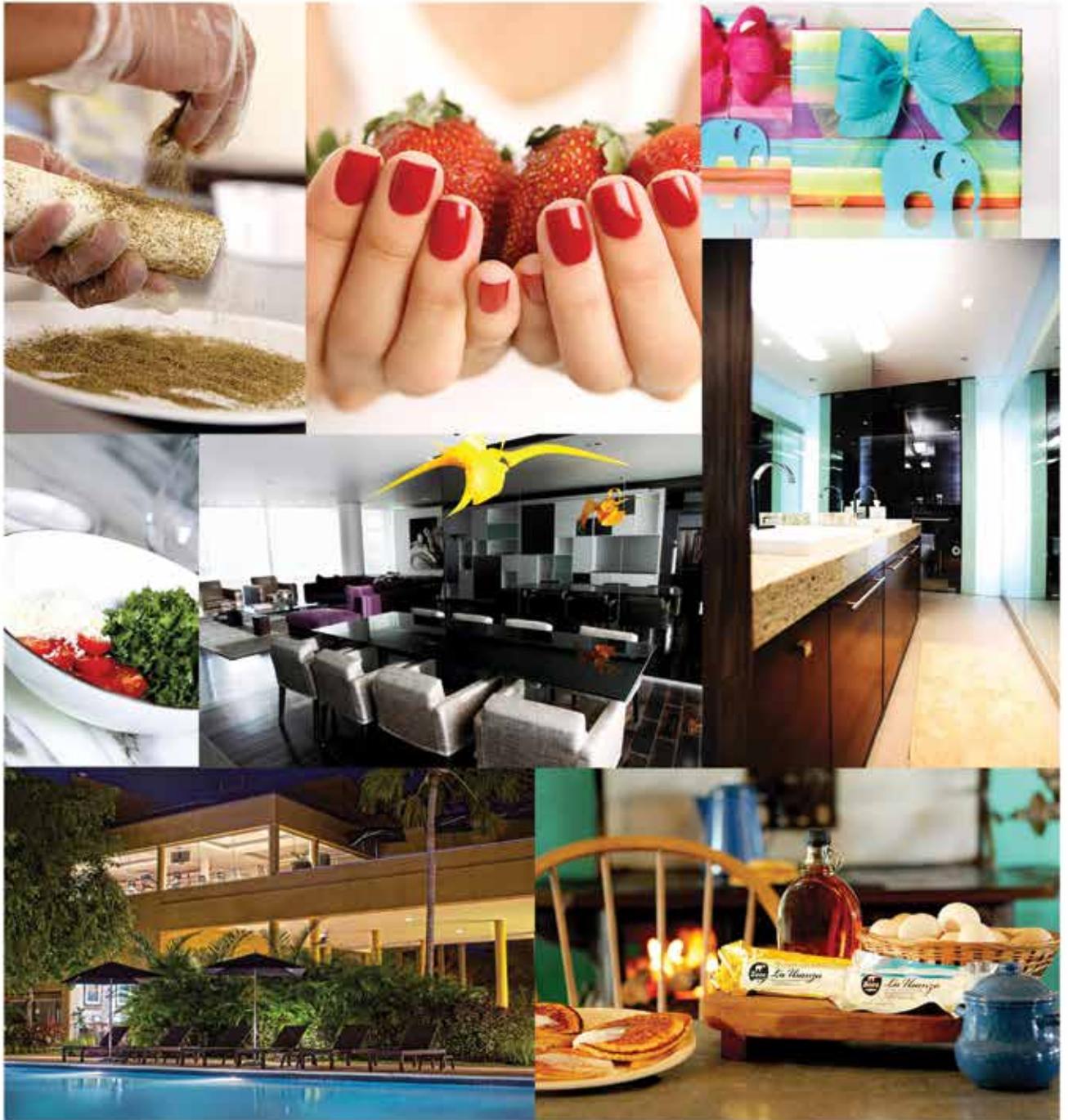
Lorena Martínez y Luis Othón



Lombardo Guajardo y Beto Rodríguez



Rosario Meraz y Adrián Leal



FOTOGRAFIA

VASCONCELOS #1567 LOCAL 3,
SAN PEDRO GARZA GARCIA, N.L.

dgfotografia.com.mx
TEL. 38.49.38.66

RESUMEN DE MARZO



- 1. Norcorea amenazó con anular el acuerdo de armisticio de 1953 si llegaron a imponérsele sanciones por realizar una prueba nuclear • 2. El Vicepresidente Nicolás Maduro anunció la muerte de Hugo Chávez • 3. Brasileños se manifestaron por una jornada máxima de trabajo de 40 horas semanales • 4. Henrique Capriles aceptó la candidatura presidencial en Venezuela • 5. Se eligió al Cardenal Jorge Mario Bergoglio como nuevo Papa de la Iglesia Católica, bajo el nombre de Francisco I. • 6. Save the Children publicó que el conflicto en Siria colapsa la infancia de dos millones de menores de edad • 7. Se dictó formal prisión a Elba Esther Gordillo por delincuencia organizada y lavado de dinero • 8. Carlos Slim se mantuvo como el hombre más rico del mundo, según la revista *Forbes*, con una fortuna de 73 mil mdd. • 9. El Presidente Enrique Peña Nieto y los firmantes del Pacto por México, presentaron la reforma constitucional en telecomunicaciones contra los monopolios • 10. México descendió cuatro lugares en el Índice de Desarrollo Humano elaborado por la ONU, ubicándose en el lugar 61 de 187 países • 11. La agresión contra periodistas y medios de comunicación en México se disparó 20% durante 2012 y se extendió a 25 Estados del país • 12. Se anunció que los diputados pagarán 115 mdp por una aplicación exclusiva para monitorear a distancia la actividad de San Lázaro • 13. Anunció Sigma posible adquisición en Europa, busca aprovechar oportunidades de empresas con problemas para operar • 14. Firmó Santander alianza con Oxxo, tiendas del Grupo Femsa ya ofrece transacciones de tres bancos • 15. Dio a conocer ABC Capital intenciones de elevar su cartera en 50% mediante créditos a proveedores



PHOTO

+



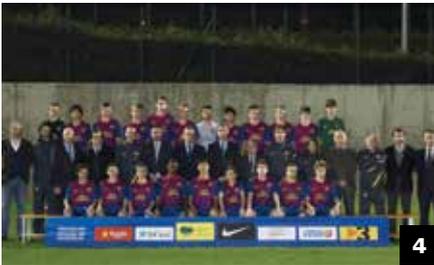
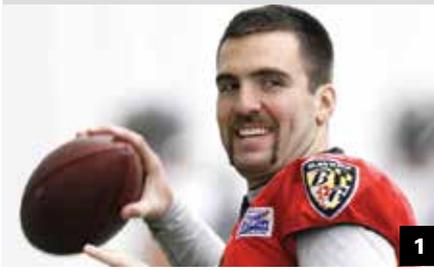
FILM

=

WEDDING
MEMORIES

www.baxterweddings.com
T- 1935-6565 / (818) 0150405

RESUMEN DE MARZO



• 1. El quarterback de los Cuervos, Joe Flacco, firmó un contrato por seis años y 120.6 mdd, convirtiéndose en el jugador mejor pagado en la historia de la NFL • 2. Bernard Hopkins se situó como el boxeador de mayor edad en ganar un título importante • 3. Rafael Nadal clasificó para las semifinales del Indian Wells al superar a Federer • 4. Se impidió al equipo español La Masia alinear a seis futbolistas por denuncias anónimas • 5. Los cuartos de final rumbo a Wembley 2013 quedaron establecidos de la siguiente manera: Real Madrid-Galatasaray, Málaga-Dortmund, PSG-Barcelona, Bayern Munich-Juventus • 6. Gerard Piqué fue denunciado por el Comité Técnico de Árbitros por hacer un gesto y dar declaraciones al término del encuentro contra Real Madrid • 7. El FC Barcelona consiguió ganarse su boleto a los cuartos de final de la Champions League • 8. El Monterrey se ubicó como el mejor club mexicano, según la Federación Internacional de Historia y Estadística de Fútbol • 9. El TRI se coronó en el Premundial Sub 20 • 10. México quedó fuera del Clásico Mundial de Beisbol al perder con Italia y luego con EU • 11. El tenista mexicano Santiago González accedió a las semifinales de Indian Wells • 12. Los Diablos Rojos y Xolos de Tijuana fueron por los triunfos en la Copa Libertadores de América 2013 • 13. Esteban Gutiérrez se convirtió en el primer regio y sexto mexicano en participar en la Fórmula 1, finalizando en 13 lugar el Gran Premio de Australia • 14. Se llevaron a cabo los Relevos Tec, contando con la presencia de medio millón de competidores del país • 15. Tomaron 250 nuevoleonese bandera de salida camino a los juegos Centroamericanos Veracruz 2014

El talento, la combatividad y la coordinación del equipo,
les permite ganar el sprint final...



...el compromiso, la pasión y la entrega de nuestra gente,
permite que nuestros envíos lleguen siempre en primer lugar.



Mensajería Masiva


QualityPost
Smart Logistics

Nuestra entrega es total

/QualityPost.official

@_qualitypost

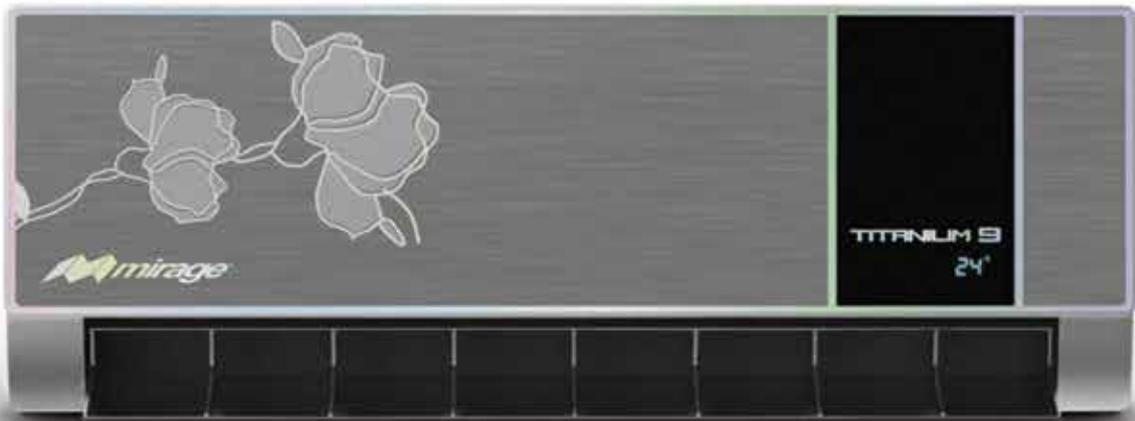
(81) 82.88.9000

www.qualitypost.com.mx



TITANIUM

SERIES



MIRAGE... solo hay uno.



**AHORRO
ABSOLUTO**

 **mirage**[®]
mirage.mx