Visita www.playersoflife.com

PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & LIFESTYLE

TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

EXPERTOS COMPARTEN SU OPINIÓN

IRONMAN 70.3 MONTERREY

CRUZANDO LA META

GRANDES DEL MKT

LAS AGENCIAS MÁS CREATIVAS

MARCO FERRARA

AL SERVICIO DE LOS DEMÁS

PRESIDENTE DE FUNDACIÓN VICENTE FERRARA

MONTERREY

ABRIL 2014

$40.00 MEX $2.50 US $3.50 CAN

7 503007 253019 89

telcel P. 4 y 5

Copyright © 2014 / EMWA Joyeros. Todos los derechos reservados.

JOYEROS DESDE 1949

emwa®

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

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

www.emwa.com.mx
www.facebook.com/emwamx

HUBLOT

© The Official Emblem and Official Mascot of the 2014 FIFA World Cup Brasil and the FIFA World Cup Trophy are copyrights and trademarks of FIFA. All rights reserved.

BIG BANG UNICO
BI-RETROGRADE CHRONO

Official Watch of the
2014 FIFA World Cup ™

emwa®

EMWA MONTERREY
Matriz Valle, Tel. (81) 8335 0177
Galerías Valle Oriente, Tel. (81) 8486 0108
Paseo San Pedro, Tel (81) 8378 5349
Aeropuerto Mariano Escobedo, Tel. (81) 1088 8431
www.emwa.com.mx

FIFA WORLD CUP Brasil
OFFICIAL TIMEKEEPER

www.hublot.com • twitter.com/hublot • facebook.com/hublot

www.telcel.com

LG
Life's Good

Nexus 5

Con la versión más avanzada del Sistema Operativo Android 4.4 Kit-Kat.

NOKIA

LTE 625 Lumia

Pantalla WVGA de 4.7", Cámara trasera 5MPX y cámara frontal VGA.

SAMSUNG

Galaxy Note III

Con Air Command: Accede rápidament a cinco funciones útiles con el botón del S Pen.

SONY

Xperia Z Ultra

Increíble pantalla de 6.4" con un display HD TRILUMINOS resitente al agua y al polvo.

motorola

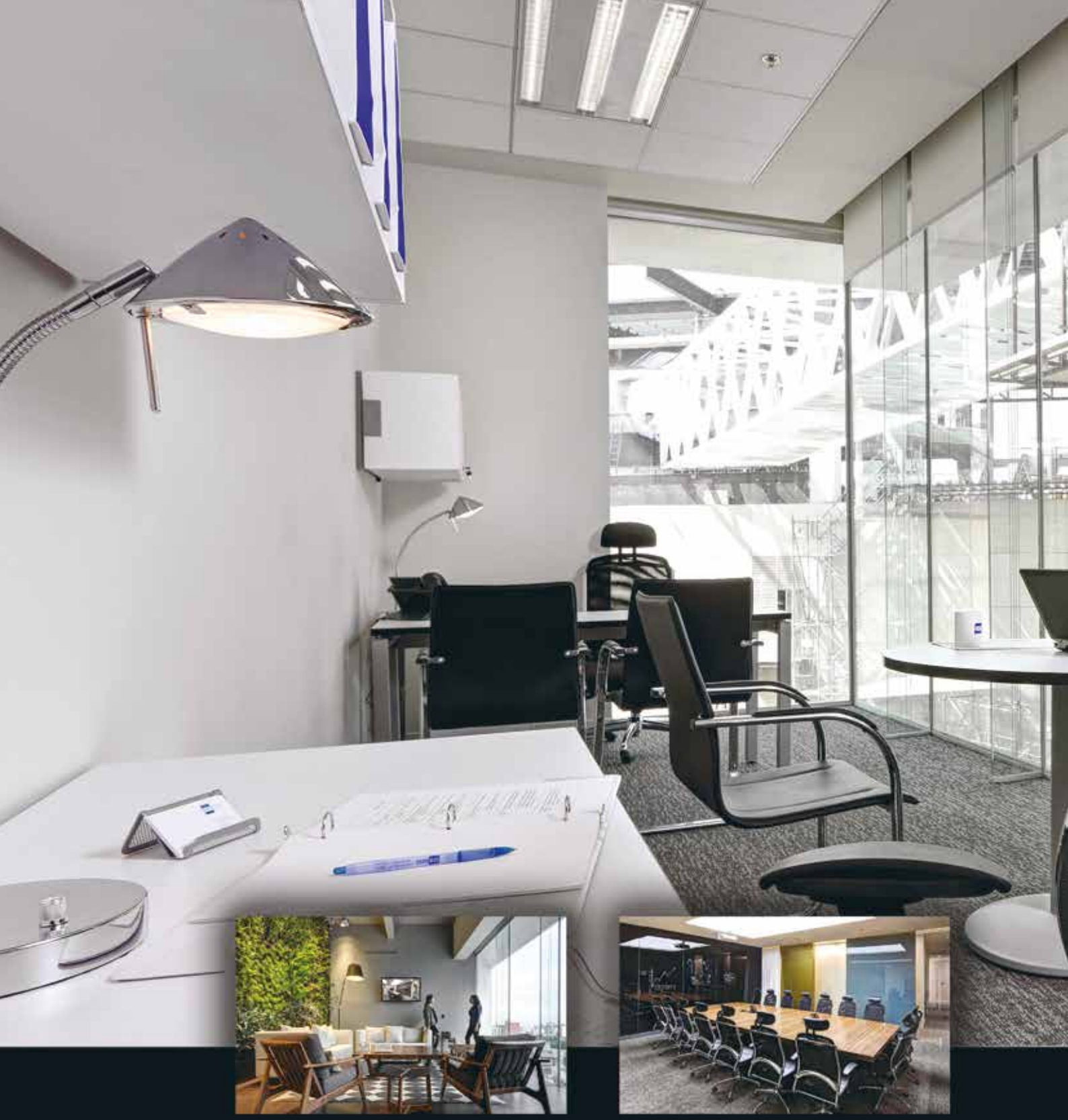
Moto X

El único con tecnología Always on en el sistema X8.

Telcel la mejor cobertura a máxima velocidad

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

telcel



Success...

17 locations in Monterrey, México, Guadalajara and Tijuana

IZA BUSINESS CENTERS

Just ahead

izabc.com.mx

Arturo Villarreal

Un elemento fundamental de la época en que vivimos es la tecnología, que a su vez deriva en innovación, ambos elementos imprescindibles para el progreso. Considerando este principio, en la edición de este mes les entregamos un análisis acerca de cómo inciden tanto la tecnología como la innovación en el actual y futuro campo de los negocios en México, destacando algunos datos que aportan una visión clara acerca de este trascendental tema.

Hablando de negocios, el marketing, con todos los protagonistas que participan en él, es un mundo apasionante, que hace realidad el posicionamiento adecuado de productos, servicios y marcas en la mente de su nicho de mercado. Por ello, en Grandes del MKT podrás conocer a los profesionales de esta área que brindan sus conocimientos a través de agencias y medios en Monterrey.

En Nuestras Manos está ayudar y contribuir con el país, Marco Ferrara es un ejemplo de ello, pues ha dedicado su vida a buscar soluciones y propuestas para impulsar el país. Acércate a su experiencia y proyectos en Historias de Éxito.

Asimismo, en nuestras demás secciones de Spotlight encontrarás personalidades cuyas vivencias son una pauta a seguir, déntrate en ellas y encuentra sus fórmulas de éxito para destacar en el ámbito profesional y personal.

Arturo Villarreal Torres
@villarreal82

FE DE ERRATAS: En la edición 88 en la sección Flashback (página 136) se mencionó que el 1 de abril se llevará a cabo el Foro Mundial de Valores, dato que es erróneo, lo correcto es Foro Mundial de Negocios.
En esta misma edición en la sección Raíz Educativa (páginas 73 y 74) se publicó el mismo slogan para ambos colegios, siendo éste exclusivamente del Instituto San Roberto.

PLAYERS OF LIFE
BUSINESS & LIFESTYLE

MONTERREY

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

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

EJECUTIVOS COMERCIALES
Cecilia Vázquez **e:** cecilia.vazquez@playersoflife.com
Julio Vera **e:** julio.vera@playersoflife.com
Gerardo González **e:** gerardo.gonzalez@playersoflife.com

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

GERENTE EDITORIAL DIGITAL
Brisa Lerma **e:** brisa.lerma@playersoflife.com

ASISTENTE EDITORIAL
Minerva Castellanos **e:** minerva.castellanos@playersoflife.com
Ofelia Estrada **e:** ofelia.estrada@playersoflife.com

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

GERENTE DE MARKETING
Cristina Arredondo **e:** cristina.arredondo@playersolflife.com

CREATIVIDAD Y FOTOGRAFÍA
Mónica Martínez Vite **e:** monica.martinez@playersoflife.com

FOTOGRAFÍA
Prisscila Baxter y Alex Aguirre

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

LOGÍSTICA
Ricardo Vega Flores

COLABORADORES

Juan José Silva Benítez / Mauricio Jiménez / Sonya Garza Rapport
Fernando Fernández / Bárbara González / Fernando Villa / Rogelio N. Díaz / Alberto Padilla / Dennis Brandl / Víctor Soulé / Sergio Aguirre
Carlos González / Fernando Robles / Óscar Treviño / Javier Prieto
Samuel Peña / Valeria Guerra / Roberto Otero / Alejandro Fabiani
Lilia Figueroa / Patricia Rivera / David Pérez / Judith Hernández

BackStage
Sesión de portada Abril 2014
Marco Ferrara

Entrevista por Samantha Fematt
Fotografía por Mónica Martínez Vite

Busca el ID: 5690

PLAY

Descubre más de éste y otros artículos en nuestra página web.
www.playersoflife.com/monterrey

My Life powered by

Samsung GALAXY S5

Camera Speed Fitness Design Life

DIRECCIÓN GENERAL

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

Maurice Collier de la Marliere
maurice@grupoplayers.com.mx

DIRECTORIO CORPORATIVO

EDITORIAL

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

SUBGERENCIA EDITORIAL
Ana Cristina Sánchez Hinostroza
cristina.sanchez@grupoplayers.com.mx

CREATIVIDAD

GERENCIA CREATIVA
Víctor Blankense
e: victor@grupoplayers.com.mx

ASISTENTE CREATIVO
Gabriel Valles
e: gabriel.valles@playersoflife.com

DISEÑO

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

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

ADMINISTRACIÓN

GERENCIA ADMINISTRATIVA
Adriana Martínez Filizola
e: adriana.martinez@grupoplayers.com.mx

SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA
Erika Vargas
e: erika.vargasqgropoplayers.com.mx

RECURSOS HUMANOS

GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS
Ana Isabel Martínez
e: ana.martinez@grupoplayers.com.mx

MARKETING

GERENCIA DE MARKETING
Mara Fájer Alonso
e: mara.fajer@grupoplayers.com.mx

ASISTENTE DE MARKETING
Mariana Nahle
e: mariana.nahle@grupoplayers.com.mx

MEDIOS DIGÍTALES

GERENCIA DE MEDIOS DIGITALES
Iveth Ramos
e: iveth.ramos@grupoplayers.com.mx

COMERCIAL

GERENTE COMERCIAL
Fernando Castro
e: fernando.castro@grupoplayers.com.mx

PLAYERS EN MÉXICO

TORREÓN
Tels: (871) 192 3434,
(871) 192 4767, (871) 228 0030 / 31
Av. 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, NL

CHIHUAHUA
Tel. (614) 200 3708 / 09
Av. Mirador 73 14-2 Residencial
Campestre Washington 31215
Chihuahua, Chihuahua

LEÓN
Tels: (477) 293 8820 / 21
Blvd. 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 DE VENTAS

MÉXICO, DF
Cerrada Barlovento 27, Club de Golf Chiluca, 52930
Atizapán de Zaragoza, Estado de México
Gerda Espinosa **e:** gerda.espinosa@playersoflife.com
Cel: (55) 5909 71097
Fernando Castro **e:** fernando.castro@grupoplayers.com.mx
Cel. (045) 126 0224 y (55) 3050 0890

Celsa Impresos
CERTIFICACIÓN ISO 9001:2008
www.celsaimpresos.com.mx
ventascelsa@celsaimpresos.com.mx
(871) 159 1135 / 36 01 800 CELSA (23572)

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

PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 8 No. 89. Fecha de publicación: 1 de abril de 2014. Revista mensual, editada, publicada y distribuida por Grupo PLAYERS. Av. Ocampo 240 ote., Col. Centro, 27000 Torreón, Coahuila. México. Editor responsable: Mariana de los Ángeles Ramírez Estrada. Reserva de derechos: 04-2009-092408373300-01. Reserva de título INDAUTOR: 04-2012-053009512000-102. Certificado de Licitud de Título y Contenido: 15631. Título de Registro de Marca: 1005840. Publicación inscrita al Padrón Nacional de Medios Impresos. Impresa en México. Grupo PLAYERS investiga sobre la seriedad de sus anunciantes, pero no se responsabiliza de la publicidad y ofertas relacionadas con los mismos. Cada uno de los colaboradores es responsable directo de la información que facilita para ser publicada. Todas las colaboraciones reciben corrección de estilo. Prohibida su reproducción parcial o total.IMPRESA EN MÉXICO – PRINTED IN MEXICO TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. ALL RIGHTS RESERVED.

www.playersoflife.com

PUNTO DE VENTA

PUBLI-ARTE

Now we're talking…

facebook.com/players.mty

PLAYERS of life-Revista Monterrey:
En portada, el Dr. Antonio José Dieck Assad, Rector de la UDEM: Una mirada al futuro profesional en Monterrey.

Martha Vite: Muy buena foto, ¡felicidades!

PLAYERS of life-Revista Monterrey:
En Profesionales te presentamos a "Jorge Gama", un escritor y conductor de radio y televisión.

Vero Marcos: ¡Felicidades!
Jorge Gama: Muchas gracias Vero, me encantó como resaltaron la analogía que hice de esta experiencia de cinco años como una Maestría y Doctorado, hasta con tesis: SOULBOOK.
Cristina Mtz: Excelente analogía, felicidades, un gran ser humano, digno ejemplo a seguir.

@players_mty

@Paugarzalaguera: @PLAYERS_Mty Hoy en #CoolJobs presentamos a @jimenalongoria" // Gracias, me encantó.

@TaxServicios: Qué gran reportaje de Pablo González @PLAYERS_Mty

- Visita nuestra página web

www.playersoflife.com

- PLAYERS en tu hogar. SUSCRÍBETE HOY

suscripciones@playersoflife.com
T. (81) 1522-0536 y 37

Pantalla 12.2"

Samsung GALAXY Note | PRO

Con la impresionante Pantalla de 12.2" se optimizan las multitareas y se da paso a un nuevo nivel para tu Tablet.

PANTALLA 12.2" | MULTI WINDOW | S PEN

GALAXY TAB CHANGES THE RULES

Incluye *Teclado.*

Nunca había sido tan fácil controlar tu TV, computadora, consultar noticias y jugar desde tu tablet. Descarga aplicaciones y contenido.

Samsung WatchON · Samsung Apps · Remote PC · ChatON

*Aplicaciones descargables desde el widget "Apps para Galaxy".

It's time to be PRO

CONTENIDO

Edición 89 / Abril 2014

54 TECNOOGÍA E INNOVACIÓN, SU ACTUALIDAD Y PERSPECTIVA EN LOS NEGOCIOS

58 GRANDES DEL MARKETING

60 Grupo Cinco
62 Tarín Contreras
64 Tridente Brand Firm
66 V09
68 DBP Media
70 Anagrama
71 Bioxnet
72 DB Digital
73 Don Mostachón Marketing & Communication
74 En Medio de la Nada
75 Havas Media
76 IN3 / Incubo Branding
77 Markcomm de México
78 Meent
79 MENOSUNOCEROUNO
80 Nation
81 Nivel Creativo
82 R Treviño & Asociados
83 Savvy
84 Sr. Smith

MEDIOS

86 Televisa Monterrey
87 Azteca Noreste
88 Reporte Indigo
89 Dominio Radio

14 SPOTLIGHT

INSIDE

38 **ESTILO & GENTLEMAN**
Ready for meetings

50 **TEMPS**
Montblanc, compartiendo la pasión por la Alta Relojería

ACTUALÍZATE

102 **ADVANCE**
Finamex controla tu futuro financiero

114 **LIDERAZGO**
Óscar Naranjo Trujillo, el mejor policía del mundo

122 **ZOOM**
AMAP, promoviendo el valor de las ideas

VITAL

126 **CUIDARTE**
Rendimiento deportivo y salud bucal

130 **WORK OUT**
Correr, el equipo marca la diferencia

DID ?

142 **MANÍA**
Niños Índigo, el poder de la sensopercepción

Muy pronto descubrirás nuevos caminos.

Nueva SUV GLA. Amenaza lo ordinario.

mercedes-benz.com.mx

Abril 2014

con 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): 16.95 km/l correspondiente al modelo GLA 200 CGI Manual 2014 y GLA 200 CGI Sport 2014. 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, orográficas, calidad del combustible, así como operación del vehículo automotor. "Mercedes-Benz" es una marca de Daimler.

CAR ONE® PREMIUM

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

SPOTLIGHT

90 HISTORIAS DE ÉXITO

Marco Ferrara
Presidente de Fundación Vicente Ferrara

Jamás imaginó que ese verano en Seattle detonaría el futuro de su vida. Y que sus planes de vivir en el extranjero y trabajar para grandes firmas hoteleras darían un giro de 360 grados, encontrando en el dar y ayudar su verdadera vocación y felicidad.

16 PANEL

ANTONIO DONADÍO MEDAGLIA Director General en Aasasoft

PEDRO JAVIER GARZA Director en Soluciones de Ingeniería en Epicor Latinoamérica

EDUARDO SANTÍN HERNÁNDEZ Director de Arquitectura de Soluciones TI en Alestra

DR. JAIME PARADA ÁVILA Director General del Instituto de Innovación y Transferencia de Tecnología de Nuevo León

20 EJECUTIVOS EN ASCENSO Federico Guitarte

22 PERFILES Alexis Langagne

18 FINISH Benito García

26 COMPROMISO SOCIAL Carlos Lugo

28 PLAYER DEL AYER Alfonso Martínez Domínguez

24 AS BAJO LA MANGA Alberto Padilla

SAN JORGE
CASA DE CAMBIO

LA CASA DE CAMBIO MÁS GRANDE DE MÉXICO

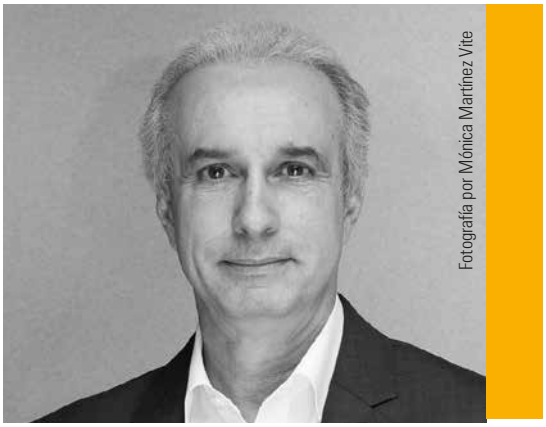
Encuentra una sucursal cerca de ti.
www.sanjorgecc.com.mx

01800 8044-9000
Tel. (81) 8044-9000

Monterrey • Cancún • Los Cabos • Ixtapa • Acapulco

Tecnología en NL

¿Cómo influye la tecnología en el crecimiento económico de la región?


Fotografía por Mónica Martínez Vite

ANTONIO DONADÍO MEDAGLIA Director General en Aasasoft

Lo correspondiente a la tecnología de la información tiene efecto principalmente en tres factores: tiempo, eficiencia y costo. Reduce el tiempo transaccional y de servicio, tanto de los negocios con sus clientes como entre los negocios mismos. Incrementa la eficiencia de los procesos de operación interna de los negocios y reduce el tiempo de búsqueda de información e investigación para la toma de decisiones. Todo lo anterior incide puntualmente en una reducción del costo, y por lo tanto, contribuye a generar un crecimiento económico más acelerado. Otro efecto no menos importante es el de crear empleos de profesionales calificados en el campo.

Fotografía por Mónica Martínez Vite

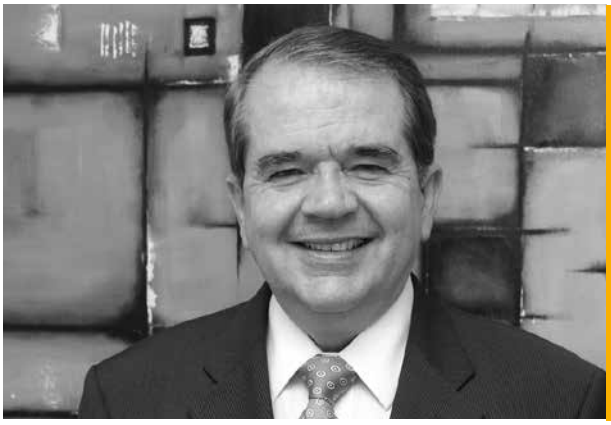
PEDRO JAVIER GARZA Director en Soluciones de Ingeniería en Epicor Latinoamérica

Existe una fuerte relación entre la tecnología y el desarrollo económico de México. Hoy he notado una significativa tendencia hacia las adquisiciones corporativas, lo que obliga a las organizaciones a estar preparadas sobre todo en la parte tecnológica. He sido testigo de que en tiempos de crisis, como los que vivimos hace algunos años por razones económicas y el brote del virus AH1N1, las oportunidades se presentan para tomarlas. Por ejemplo, una empresa en Guanajuato había detenido el proceso comercial con nosotros y en 2010, a pesar de la incertidumbre económica, decidió acelerarlo y firmar. ¿La razón? Necesitaba una tecnología innovadora, robusta y confiable para integrar las empresas de la competencia, que por la difícil situación del mercado, decidieron comprar. Igualmente, la evolución tecnológica lleva de la mano el desarrollo económico del país. Cada día será más común escuchar acerca del término social *selling* o ventas a través de redes sociales, nuevo concepto que presenta la oportunidad de construir y mantener relaciones no solo personales, sino de negocios, mediante un canal diferente y dinámico, basado 100% en herramientas tecnológicas.

Fotografía por Alex Aguirre

EDUARDO SANTÍN HERNÁNDEZ Director de Arquitectura de Soluciones TI en Alestra

El uso de nuevas tecnologías, sobre todo de aquellas consideradas disruptivas, tiene el poder de cambiar la forma en que vivimos, trabajamos, aprendemos y hasta socializamos. Considero que estamos experimentando una coyuntura histórica en la cual al mismo tiempo se nos presentan diversas tecnologías que tienen el potencial de hacer grandes cambios: aplicaciones y dispositivos móviles, servicios de información y redes sociales en la nube, el llamado *big data* o la gran cantidad de datos disponibles, análisis de información de gran escala y en tiempo real, entre otras. Ningún negocio puede estar ajeno a integrarlas de una u otra forma, desde el taxi que convierte su *smartphone* en su terminal de cobro con cargo a TDC hasta la empresa más grande que aprovecha toda la información no solicitada que de ella se genera en redes sociales para capitalizarla en su estrategia comercial y de mercadotecnia. Por la cultura emprendedora de nuestro Estado, las empresas de Nuevo León deben ser punta de lanza en México en habilitar nuevas formas de hacer negocios, integrando en forma inteligente y efectiva las nuevas tecnologías a sus procesos de negocio, incrementando así su competitividad.



DR. JAIME PARADA ÁVILA Director General del Instituto de Innovación y Transferencia de Tecnología de Nuevo León

Existe una alta correlación entre la inversión que un país hace en ciencia, tecnología e innovación (CTI) y su efecto en el PIB. En las dos últimas décadas la inversión promedio de un dólar en esta materia generó un incremento de 40 dólares en el PIB de los países de la OCDE. Como ejemplo, Corea se ha convertido en líder en innovación gracias a que hace más de 30 años ha invertido sistemáticamente más de 3% del PIB en CTI.

La inversión incremental (pública y privada) en México, que lleve a un aumento de un dólar de inversión en ciencia, tecnología e innovación, tendría un efecto positivo de aproximadamente 16 dólares en el PIB en los próximos seis años.

En Nuevo León, a través de la implementación del Programa Sociedad y Economía del Conocimiento se trabaja para que el Estado fortalezca la industria manufacturera actual y se creen nuevas empresas basadas en tecnología, con una alta inversión pública y privada en ciencia, tecnología e innovación. El desarrollo basado en CTI aumentará la producción de bienes, servicios y productos de alto valor agregado, y por ende, acrecentará la competitividad de las empresas, la calidad del empleo y el bienestar social, logrando los objetivos del programa:

-Calidad de vida, alcanzando el promedio de los países de la OCDE
-PIB *per cápita* de 18 mil 465 a 35 mil dólares (promedio OCDE)
-Nuevo León dentro de las 25 regiones más competitivas del mundo (WEF, IMD, OCDE)
-Consolidación del Sistema Educativo y Regional de Innovación de clase mundial
-Cultura del conocimiento y reconocimiento del impacto de la ciencia, la tecnología y la innovación en la vida diaria

EL JAGUAR DE TUS SUEÑOS AHORA A TU ALCANCE DESDE US $57,900.(1)

Perilla de velocidades Jaguar Drive Selector ™.

Pantalla táctil a color.

Materiales artesanales con pieles finas y maderas genuinas.

JAGUAR XF

JAGUAR LAND ROVER MONTERREY
Av. Lázaro Cárdenas 2609, Col. La República, Monterrey, Nuevo León. C.P. 64769
T. 01 (81) 8128-5050

PROGRAME SU PRUEBA DE MANEJO.
JAGUAR-MEXICO.COM

HOW ALIVE ARE YOU?

JAGUAR

JaguarMxOficial @JaguarCarsMx Jaguar México

La imagen mostrada es de uso netamente ilustrativo y corresponde a Jaguar XF Luxury 2.0L modelo 2014. (1) El precio de referencia incluye IVA, ISAN y Bono de US $6,000 en operaciones de contado y financiamiento a tasa de mercado para Jaguar XF Luxury 2.0L modelo 2014. Disponibilidad de Bono de US $6,000 en operaciones de contado y financiamiento a tasa de mercado para toda la gama Jaguar modelo 2014 excepto Jaguar F-TYPE Convertible modelo 2014, incluye IVA e ISAN. Servicio preventivo para los tres primeros años. Precios expresados en dólares americanos. Tipo de cambio del día de la operación según lo publicado en el Diario Oficial de la Federación. Oferta disponible por tiempo limitado y sujeta a disponibilidad de existencias.

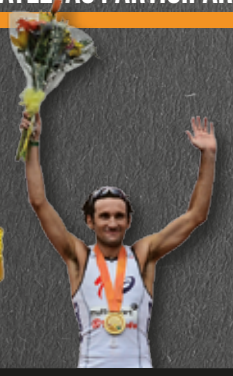
BANAMEX IRONMAN 70.3 MONTERREY

El 16 de marzo de este año, una de las pruebas de mayor destreza y capacidad física a nivel mundial se realizó por primera vez en Monterrey. El Ironman en que participaron mexicanos y extranjeros se llevó a cabo en el centro de la ciudad, demostrando nuevamente su gran infraestructura para recibir este tipo de eventos de gran magnitud.

LA COMPETENCIA ARRANCÓ A LAS 7:15 AM

LA MACROPLAZA FUE EL ESCENARIO PARA UBICAR LA SALIDA Y META DEL EVENTO

2,306 ATLETAS PARTICIPARON



PARTICIPANTES DE 24 PAÍSES

50 MILLONES DE PESOS

FUE LA DERRAMA ECONÓMICA (HOTELES Y RESTAURANTES)

1.9 KM

NATACIÓN

RÍO SANTA LUCÍA, DENTRO DEL PARQUE FUNDIDORA

90.1 KM

CICLISMO

AV. CONSTITUCIÓN Y AV. MORONES PRIETO

21.1 KM

CARRERA

PASEO SANTA LUCÍA Y PARQUE FUNDIDORA

"El Ironman 70.3 es un gran evento que tomó la ciudad y nos recordó lo grande que es Nuevo León y lo preparado que está para recibir este tipo de eventos de talla internacional, un evento Extraordinario para un Nuevo León extraordinario"

Lic. Patricia Aguirre González
Dir. Gral. Corporación para el Desarrollo Turístico de Nuevo León

GANADORES

Profesional Varonil:
1. Tim Don GBR 3:46:59
2. Francisco Serrano MEX 3:50:17
3. Ben Hoffman USA 3:52:22
4. Héctor Guerra FRA 3:53:42
5. Iván Raña ESP 3:55:57

Profesional Femenil:
1. Heather Wurtele CAN 4:07:47
2. Helle Frederiksen DEN 4:13:35
3. Caitiln Snow USA 4:15:17
4. Valentina Carvallo CHI 4:27:15
5. Karen Thibodeau CAN 4:30:10

1º LUGAR
PROFESIONAL VARONIL
TIM DON
(GBR – TIEMPO: 3:46:59)

EL REGIOMONTANO
FRANCISCO SERRANO
QUEDÓ EN 2º LUGAR
CON UN TIEMPO DE 3:50:17

1º LUGAR
PROFESIONAL FEMENIL
HEATHER WURTELE
(CAN – TIEMPO: 4:07:47)

Benito Flores Fernández

Un ironman sin barreras

Fotografía por Fernando Salazar

Fotografía por DreamOn Sports Studio

Edad: 32 años

Número de iromans en que ha participado: Cuatro 70.3 y uno 140.6

Tiempo (resultados): 4:26:20, tercer lugar en la categoría 30 a 34 años, calificando al Mundial del Ironman 70.3 a efectuarse el próximo 7 de septiembre en Mont Tremblant, Canadá

Preparación: La específica para este Ironman 70.3 fue de cuatro meses, con 15 horas semanales. Me preparé de la mejor forma, tanto física como mentalmente, en busca de lograr los objetivos planteados para esta competencia

Vivencia: Este Ironman fue muy diferente, ya que estábamos en casa, conocíamos el recorrido y las condiciones, así que el escenario fue inigualable. Mi mayor satisfacción fue contar con la presencia de mi esposa Lilian y mi hijo Eugenio durante el recorrido y en la meta. Ellos son todo para mí, además se los dediqué, y gracias a Dios ha sido mi mejor resultado en una competencia de esta modalidad. Bajé mi récord personal por cinco minutos y pude ingresar al pódium.

> "Bajé mi récord personal por cinco minutos y pude ingresar al pódium"

Agradecimientos

Agradezco infinitamente a mi esposa y mi hijo por permitirme realizar estos logros. A mis entrenadores Paco Serrano, Sergio Garza y Nelson Valdez del Equipo 3Xtreme. A todos mis coequiperos y amigos de 3Xtreme, que es un excelente grupo. A mis patrocinadores Quality Post, VIANSI, Top2Wheel, Xplorat, Honey Stinger y EPIX.

Aprendizaje

Esta competencia me deja mucho, fue la primera que he tenido desde que me dedico de tiempo completo a formar personas y balancear sus vidas con buena salud y excelente calidad en lo familiar y laboral, en conjunto con Paco Serrano. Ver a las personas alcanzar sus objetivos y que tú seas la guía, trasciende, y es el cometido de nuestra empresa 3Xtreme.

A manera personal me aportó la oportunidad de estar muy cerca de los mejores triatletas del mundo y México, hecho que me motiva a prepararme para participar en el mundial y en mis siguientes competencias. Gracias a Dios y a todo el entrenamiento, el objetivo de estar en el pódium y calificar al mundial se cumplió. Además de tener un buen lugar en el mundial, el siguiente objetivo será conseguir la calificación al Mundial del Ironman 140.6 en Kona, Hawai, para el 2015.

RESUMEN

- Natación: 29:51
- Ciclismo: 2:21:24
- Carrera: 1:30:50
- Total: 4:26:20

Federico Guitarte

Al frente de Capital Humano de SORIANA

Fotografía por Mónica Martínez Vite

"Los roles que ha cumplido, por sus habilidades y destrezas, han marcado a miles de personas"

Por Minerva Castellanos

A sus 47 años Federico es reconocido por su alto desempeño como Director de Recursos Humanos en diversas empresas internacionales. Sus habilidades y destrezas en este ramo lo han llevado muy lejos, cumpliendo roles que han marcado a miles de personas. Psicólogo por la Universidad de Sevilla, decidió dejar el mundo clínico y enfocarse en el empresarial después de sus Posgrados en Recursos Humanos y en Negocios.

Inició su trayectoria laboral en la compañía francesa Carrefour como Jefe de Recursos Humanos hasta concluir como Gerente de Selección y Desarrollo Corporativo.

Luego formó parte de Inditex, el retailer número uno de ropa, que incluye tiendas co mo Zara, Pull & Bear, Bershka y Stradivarius. Ahí fungió como cabeza del área de Recursos Humanos a nivel internacional. Explica la dificultad de este cargo, pues en sus inicios no existían políticas ni un seguimiento institucional, por lo que se dedicó a estructurarlo y preparar un equipo para seguir abriendo tiendas en otros países, entre ellos México.

Tras el nacimiento de su hijo, Federico decidió pausar la constante de viajar, cambiando el rumbo de su carrera al integrarse a VIPS, cadena restaurantera en que permaneció 15 meses, ya que lo llamaron nuevamente de Inditex, donde trabajó por otros cinco años como Director de Operaciones de Recursos Humanos Corporativo.

Con 10 años de carrera para esta empresa fue invitado como Director de Recursos Humanos Globales a la catalana Miquel Alimentació, donde permaneció tres años. Después fue Director de Recursos Humanos de la corporación Duro Felguera, especializada en la ejecución de proyectos para sectores energéticos, industriales, y de aceite y gas.

Dos años más tarde incursionó en Privalia, enfocada en la venta de moda en línea. No pasó mucho para que la empresa mexicana Soriana pusiera su vista en él, convocándolo a desempeñar el puesto de Director de Recursos Humanos a nivel nacional. Su principal enfoque es que la compañía esté orientada al cliente, creando una cultura empresarial en que los valores se reflejen en la relación personal-comprador. Ve este proyecto a largo plazo, debido al volumen de la compañía (659 tiendas en todo el país).

Fuera del trabajo el Director disfruta viajar con su familia y conocer México, al igual que hacer el super, hacer deporte, pintar y leer.

Michael Page

Worldwide leaders in specialist recruitment

Líder mundial en reclutamiento especializado de profesionales para puestos de gerencia media a direcciones.

Aplique a las mejores oportunidades laborales en Monterrey ingresando a **www.michaelpage.com.mx**

servicioacandidatos@michaelpage.com.mx

Director de Construcción

MONTERREY, NUEVO LEÓN • $140,000 - $160,000 MXN MENSUALES

Importante empresa nacional en sector de retail.

Las principales responsabilidades son:

- Crecer áreas de bienes raíces y desarrollo inmobiliario;
- Analizar el desarrollo de nuevos negocios;
- Incrementar oportunidades en el área inmobiliaria;
- Diseñar negocios enfocados a servicio al cliente;
- Analizar expansión en nuevas ciudades.

Ingeniería Civil o Arquitectura. Experiencia en construcción de multisitios así como en el negocio de los bienes raíces para negocios. Alto sentido de liderazgo, empuje y proactividad. Adaptación a cultura de trabajo.

Candidatos interesados enviar su CV a través de www.michaelpage.com.mx buscando la referencia VJGC20242. Su CV será analizado por Jesús García.

Michael Page
Property & Construction

Specialists in Property & Construction Recruitment

www.michaelpage.com.mx

Gerente de Ingeniería de Mantenimiento

MONTERREY, NUEVO LEÓN • $50,000 - $65,000 MXN MENSUALES

Empresa líder en el sector metalmecánico.

Las principales responsabilidades son:

- Administrar un grupo de expertos en sistemas de mantenimiento en las especialidades: mecánica, eléctrica e hidráulica;
- Solucionar problemas crónicos o recurrentes de la operación;
- Establecer mejores prácticas y equipos, trabajando en conjunto con los demás departamentos de mantenimiento y/o procesos;
- Validar ingeniería conceptual propuesta por proveedores u otras áreas;
- Administrar, mejorar y comunicar a la organización los KPI's del área de mantenimiento.

Ingeniería Industrial, Mecánica o carrera afín. Experiencia mínima de 5 años en mantenimiento en el sector metalmecánico. Sólidos conocimientos en materiales, herramentales, maquinaria, tratamientos térmicos, engranajes, etc. Inglés avanzado.

Candidatos interesados enviar su CV a través de www.michaelpage.com.mx buscando la referencia GEMO20203. Su CV será analizado por Enrique Motolá.

Michael Page
Engineering & Manufacturing

Specialists in Engineering & Manufacturing Recruitment

www.michaelpage.com.mx

Gerente de Impuestos

MONCLOVA, COAHUILA • $50,000 - $60,000 MXN MENSUALES

Corporativo industrial líder en el sector.

Las principales responsabilidades son:

- Cumplir con las obligaciones fiscales de la empresa;
- Calcular impuestos federales y estatales;
- Enviar declaraciones informativas mensuales;
- Identificar, calcular y tramitar devoluciones de saldos a favor de impuestos;
- Generar estrategias fiscales.

Licenciatura en Contabilidad. Experiencia mínima de 5 años como Contador Fiscal. Disponibilidad para reubicarse en Monclova. Inglés avanzado.

Candidatos interesados enviar su CV a través de www.michaelpage.com.mx buscando la referencia FJTO19794. Su CV será analizado por Javier Torre.

Michael Page
Finance & Tax

Specialists in Finance & Tax Recruitment

www.michaelpage.com.mx

Gerente de Mercadotecnia

MONTERREY, NUEVO LEÓN • $65,000 - $75,000 MXN MENSUALES

Empresa internacional dedicada a la distribución de suministros industriales para usos de reparación y mantenimiento.

Las principales responsabilidades son:

- Gestionar el desarrollo de estrategias de mercadotecnia, comunicación y relaciones públicas;
- Desarrollar programas de lealtad con los clientes;
- Implementar análisis de mercado, prospección de clientes y status de competidores;
- Establecer el *marketing mix* de acuerdo al modelo de negocio;
- Planear y ejecutar el plan de mercadotecnia;
- Desarrollar *branding*;
- Coordinar la participación de la marca en eventos especiales, ferias y exposiciones;
- Establecer a la compañía en una posición de liderazgo a través de *networking*.

Licenciatura en Mercadotecnia, Ingeniería Industrial, Negocios Internacionales o carrera afín. Experiencia en el área de mercadotecnia con enfoque industrial, en posiciones gerenciales o de coordinación. Liderazgo y comunicación para la correcta transmisión y delegación de estrategias. Inglés avanzado.

Candidatos interesados enviar su CV a través de www.michaelpage.com.mx buscando la referencia VMCN20249. Su CV será analizado por Miguel Coronel.

Michael Page
Sales & Marketing

Specialists in Sales & Marketing Recruitment

www.michaelpage.com.mx

Alexis Langagne

Dirigiendo Hewlett Packard México

En entrevista exclusiva, este líder empresarial originario del DF y con una trayectoria laboral internacional, nos adentra en su camino profesional, que comenzó en Compaq, compañía que hace 11 años fue adquirida por HP y en la que fungió como Director Comercial de México por cinco años; luego fue transferido a HP Estados Unidos, desempeñándose en planeación estratégica, interactuando globalmente. Posteriormente estuvo al frente de la planeación y operaciones de América, EU, Canadá y Latinoamérica. Después de un tiempo sus jefes recordaron sus orígenes y lo nombraron Presidente y Director General de HP México. Su carrera en la industria de la tecnología ya suma más de dos décadas, y este año cumple 17 formando parte de HP.

Fotografías por Melissa Licón y Burson Marsteller

"HP México comercializa anualmente más de dos mil mdd"

Entrevista por Roberto Molina y Alexandra Guerrero

Al frente de una empresa líder en su ramo, ¿cuáles son los principales retos que enfrenta?

Somos la compañía más grande de tecnología de la información en ventas. Aun y cuando comercializamos más de dos mil millones de dólares anuales en México, tenemos una participación de mercado de 17%. El mercado mexicano es muy fragmentado, lo cual nos hace ver que tenemos mucho terreno por quitar a nuestros competidores y eso se logra ganándonos la confianza de los clientes. Vemos que en los próximos años nuestro país tendrá un proceso más acelerado de crecimiento del mercado, pues es una economía emergente, como algunos la clasifican, y normalmente cuando la economía de un país emergente crece, el consumo de tecnología de la información crece más rápido, porque todavía hay una brecha de utilización.

¿A qué atribuye el éxito de HP en México?

Número uno: somos una empresa comprometida con el país, tenemos 47 años aquí y a nivel mundial en 2014 cumplimos 75 años; desde que iniciamos operaciones hemos tenido una fuerte visión de largo plazo de inversión, los clientes del mercado nos aprecian comprometidos no solo con llegar y vender el producto, colocarlo e irnos, sino con permanecer a largo plazo. Segundo: nos gusta acercarnos a los clientes y escuchar qué necesitan; la apertura, flexibilidad y compromiso a largo plazo hacen que los clientes nos den su confianza y su negocio.

¿Qué proyectos tienen en tecnología e innovación?

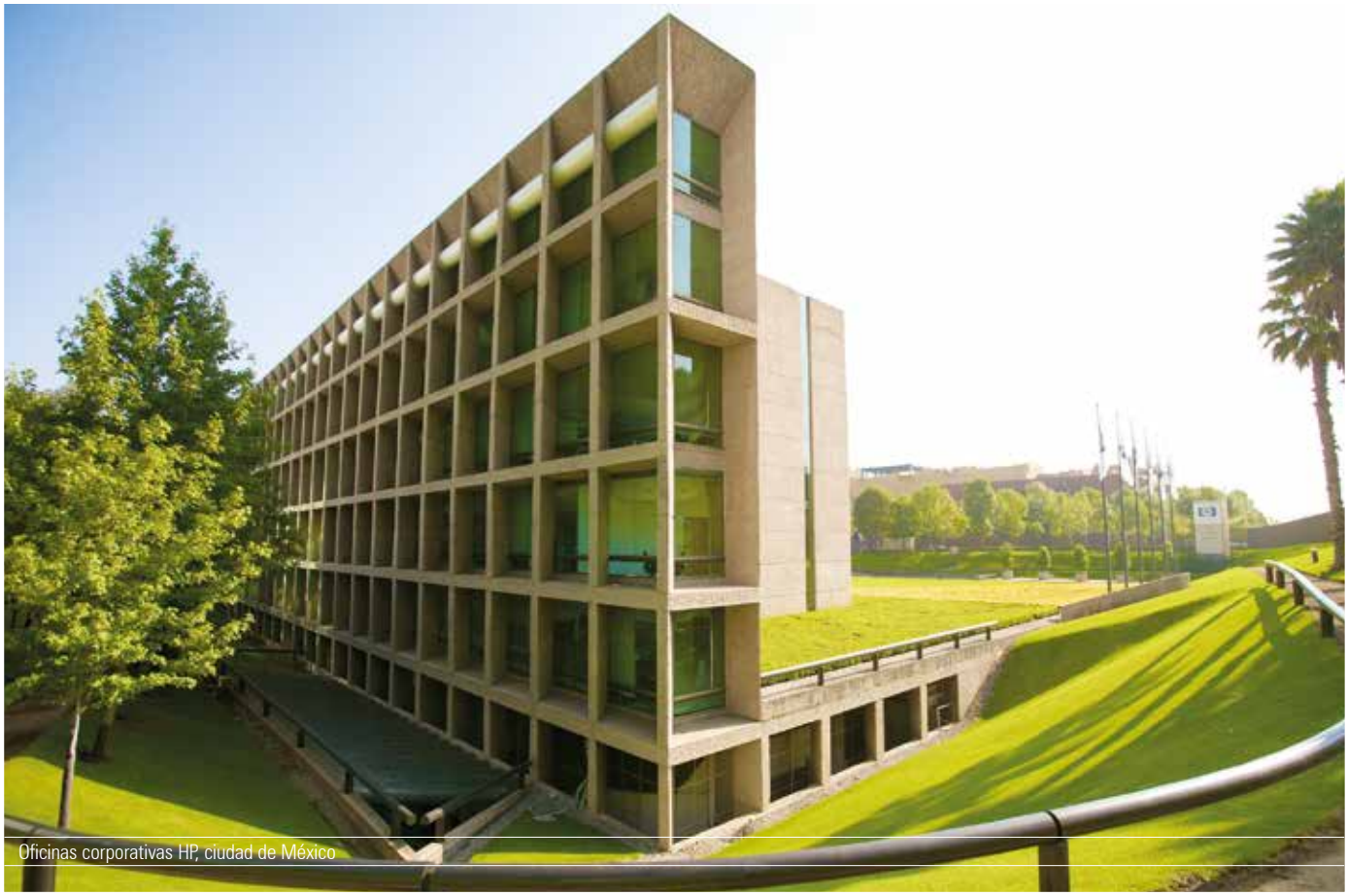
A nivel de innovación queremos provocar una revolución en el mercado tecnológico, incluyendo básicamente cuatro áreas:

-Cómputo en la nube, lleva los servicios de información a cualquier hora y en todo momento, un parteaguas en la industria. Así se abre la posibilidad de que la gente consuma la tecnología que requiere, la cual hoy está empezando a consumirse como un servicio, y hacia allá vamos.

-Movilidad, andamos con muchos dispositivos y todos queremos acceder a servicios, y aparte se ha dado que los usuarios antes solo tenían acceso a la información permitida por los departamentos de tecnología, mientras que ahora los usuarios móviles, a través de las redes sociales, creamos contenido, entonces para los empresarios o el gobierno, ¿qué contenido hay?, ¿dónde está?, ¿cómo lo captan, sintetizan, digieren, entienden y aprovechan? La movilidad es de tremenda importancia, porque tenemos una altísima cantidad de información y si acaso explotamos 2%, e incluso como sucede en todas las empresas, tampoco en HP aprovechamos 100% como deberíamos, al igual que podemos verlo en las organizaciones que conocemos: ¿cuánta información está sin digitalizar (archivos impresos, fotografías o cualquier tipo de imágenes)?, y de la que sí está digitalizada, ¿cuál está centralizada? y ¿qué herramientas tienen para explotarla?

-Seguridad y *big data*, contamos con las herramientas analíticas de *software* y *hardware* para explotar la información, y a las empresas se les abre la posibilidad, no solo de analizar qué sucedió en el pasado, sino que con base en eso, pueden hacer extrapolaciones para predecir escenarios futuros, precisamente ésa es nuestra meta. Todo esto necesita un mayor grado de seguridad que el acostumbrado; antes se decía "¿quién se metió a la red?" y hasta ahí quedaba el tema; ahora es "¿quién se metió en la red?, ¿quién está tratando de *hackearme* una aplicación?, ¿de robar información?" o "¿quién tiene comportamientos sospechosos?"

Estamos viendo cómo aprovechar a México para lograr más impacto en HP, no solo en el propio país, sino en otros. El ejemplo más grande es Guadalajara, donde tenemos cinco mil profesionistas, muchos con maestría y uno que otro con doctorado, hay mercadólogos, contadores, financieros, gente de tecnología, abogados y personal para hacer servicios internos de HP.



Oficinas corporativas HP, ciudad de México

> "Me llega tanto lo mejor de lo mejor como lo peor de lo peor, y se espera que sea el punto donde las cosas se resuelvan, por lo tanto debo mantenerme bien enfocado en el negocio"

Alberto Padilla

Revolucionando el Mundo de la Tecnología con INNKU

Fotografía por Mónica Martínez Vite

Por Minerva Castellanos

Como la mayoría de los niños, de pequeño Alberto Padilla quería ser futbolista, pero en preparatoria se dio cuenta de que deseaba abrir su propio negocio. Egresado de Ingeniería Industrial y de Sistemas en el Tecnológico de Monterrey, junto con sus amigos, que ahora son socios, comenzaron a hacer lluvia de ideas de mercados en internet.

El año 2008 fue clave para la vida de estos empresarios, pues dio inicio a Innku, desarrolladora de negocios en la web. Después de conseguir una oficina, completar sus ideas, formar un consejo consultivo, y aprender las técnicas y habilidades necesarias para el desarrollo de páginas web, Innku dio sus primeros pasos.

Algunos de los retos durante el desarrollo del negocio fueron hacer entender a los usuarios cómo utilizar sus productos o los de sus clientes. Explica que es difícil que la gente sea atraída inmediatamente a tu negocio, y por ello "es necesario ser tenaz y convencer de que tu producto es la mejor opción". Pero gracias al esfuerzo de cada socio y la paciencia de las personas cercanas, lo que empezó como una idea se convirtió en una realidad.

Hoy Innku cuenta con una amplia variedad de clientes: VivaAerobus, Herbalife, Grupo Fórmula, Innova, entre otros. Su servicio se diferencia del resto al ofrecer más allá de una simple creación de *software*, pues ayuda a sus clientes a desarrollar un negocio o herramienta en internet, guiándolos para definir soluciones en el ámbito empresarial. Una de sus ventajas competitivas es la experiencia de ser su propio cliente al tener ellos mismos negocios en la web, pues genera confianza para el resto de los interesados en Innku. Alberto considera que lo más importante es trabajar arduamente por tus ideales y menciona: "Nunca me regalaron dinero nada más porque sí, mis papás siempre me enseñaron a trabajar por lo que quiero".

> "Es necesario ser tenaz y convencer de que tu producto es la mejor opción"

UNIFIN | Leasing®
RENOVAR
MI PRESENTE
Vas a lograrlo.
Te respaldamos para materializar tus proyectos.
Ven a UNIFINANCIAR.com
UNIFIN®
(81)4160.1990
@UNIFINANCIAR
UNIFIN

Carlos Lugo

Reforzando la Cultura de la Legalidad

Fotografía por Mónica Martínez Vite

Por Minerva Castellanos

De pequeño Carlos David quería ser bombero, pero su verdadera vocación se dio años más tarde, al fundar en conjunto con el Arquitecto Antonio Elosúa, la organización Líderes Ciudadanos en Pro de la Cultura de la Legalidad, AC. Licenciado en Derecho, con Maestría en Administración Pública y Política y tres Programas Ejecutivos en Harvard y Georgetown, emprendió su camino con la idea de buscar un compromiso con la ciudad y dejar atrás la indiferencia participativa.

Explica la importancia de ser coherentes con los principios sociales que aprendió en la escuela y el hogar, y no guardar silencio ante las injusticias: "Defiendan a quien los necesite, acepten sus errores y afronten las consecuencias de sus decisiones; eso los hará crear una diferencia palpable en la sociedad".

Líderes Ciudadanos en Pro de la Cultura de la Legalidad, AC nació en el 2010 como un encuentro que convocó a cerca de 200 líderes ciudadanos correspondientes a la iniciativa privada y asociaciones culturales, instituciones educativas y medios de comunicación. Su objetivo es proporcionar herramientas para formar líderes ciudadanos, promover valores y agrupar esfuerzos sociales, abordando empresas, universidades, escuelas, familia, medios de comunicación, jóvenes, ciudadanía, derecho y leyes.

Sus mayores retos han sido dejar a un lado la queja y comenzar a proponer cambios, junto con otras organizaciones, compaginar su filosofía de actuar y buscar mejoras, y la poca apertura al diálogo por parte de las autoridades. Sin embargo, sus pilares para salir adelante han sido sus padres y hermanos, pero sobre todo, su mano derecha, el Arquitecto Elosúa, así como todos los líderes de la Asociación.

Los valores que considera prioritarios en la lucha por el bien común son perseverancia y laboriosidad, consiguiendo concretar sus propósitos y enfocarse en un esfuerzo continuo. "Es reconfortante iniciar nuevos proyectos, pero la verdadera trascendencia está en terminarlos, consolidarlos y repetirlos cada año".

> "Los cambios no se construyen de una gran acción, sino de muchas pequeñas acciones"

Actualmente su meta a seguir es crear muchos dirigentes ciudadanos que fomenten y promuevan la adopción de la Cultura de la Legalidad con el fin de consolidar una cultura de bienestar y paz.

mirage®
TECNOLOGÍA PARA TU CONFORT
TITANIUM B
Tu Estilo
mirage
TITANIUM B
24
#1 LÍDER EN MÉXICO
AHORRO ABSOLUTO
www.mirage.mx

Alfonso Martínez Domínguez

Las muchas vidas de un estadista

Por Juan José Silva Benítez

Todo empezó como suelen comenzar los grandes acontecimientos: por un final. Era junio de 1971 y en la ciudad de México habían estallado graves disturbios estudiantiles. El Gobierno central, actuando con presteza, contuvo los desórdenes, sin embargo, la prensa clamaba que hubo represión. Desde las más altas esferas se exigió la renuncia del Jefe del Gobierno, y se dio. Los hechos parecían indicar que toda una vida de servicio y entrega habían llegado a su fin. Durante más de ocho años permaneció al margen de cualquier actividad política, hasta que el PRI, su partido político, lo postuló a la gubernatura de su natal Estado, Nuevo León, y obtuvo la victoria electoral.

Se dice que el Emperador Napoleón Bonaparte exigía a sus generales experiencia y preparación, altas cualidades que en suma poseía el nuevo Gobernador. Bajo su eficaz administración nuestro Estado alcanzó un gran desarrollo y bonanza como nunca en su centenaria historia. Los años en el desierto político habían valido la pena.

Don Alfonso Martinez Domínguez nació en Monterrey el 7 de enero de 1922. Descendía de una ilustre familia de políticos que habían servido con gran honradez y eficacia al Estado. Hizo sus primeros estudios en su natal ciudad, pero le atraía el servicio público y la política. Muy joven se instaló en el DF, principiando una larga y fructífera vida de trabajo y servicio, laborando arduamente en la oficialía. Pronto entró al Sindicato de Trabajadores del DF y su excepcional militancia lo llevó a alcanzar el puesto de Secretario General.

> "Como Gobernador de NL, su administración se distinguió por sus políticas de bienestar social en pro de la familia, la niñez y los más desprotegidos"

A partir de ese momento comenzó su ascenso que dejaría honda huella en la política nacional. Se afilió al PRI y fue postulado al cargo de Diputado Federal, que ocupó en diversas legislaturas. Fue Secretario General de la CROC y Presidente del Comité Ejecutivo del PRI. Tras el ascenso de Luis Echeverría a la Presidencia de la República fue nombrado Regente capitalino, desempeñándose honrosamente hasta junio de 1971.

Luego de asumir la Gubernatura de Nuevo Leon el 1 de agosto de 1979, se entregó en cuerpo y alma a su nueva encomienda. Su administración se distinguió por sus políticas de bienestar social en pro de la familia, la niñez y los más desprotegidos. Se construyeron grandes avenidas, viaductos, escuelas y clínicas, entre otras obras. Poco a poco la Gran Sultana del Norte cambió su faz, se atrajeron grandes inversiones y nuevas industrias. Don Alfonso ordenó la puesta en marcha del más ambicioso proyecto para suministrar a la ciudad de millones de metros cúbicos de agua, conocido como el Plan Hidráulico Nuevo León. Otro de sus grandes proyectos urbanísticos fue la Gran Plaza, en el corazón histórico de la ciudad.

Por esto y más, el notable estadista dotado de gran fe y energía se ganó la admiración y agradecimiento eterno de sus conciudadanos.

EL FUTURO
DEL ENTRENAMIENTO ESTÁ AQUÍ

EXPERIMÉNTELO CON LA NUEVA CONSOLA TRACK+

- Personalice su equipo cardio con la consola que mejor se adapte a sus necesidades: **Go y nuestra nueva consola Track+.**
- Rutinas personalizadas ilimitadas a través de la página web LFconnect.*
- Compatible con Android e iPod.*
- Biomecánica y tecnología exclusiva de **Life Fitness.**
- La característica de ahorro de energía reduce el consumo mientras no se utiliza.
- Soportes de lectura integrado y Bandeja de accesorios para colocar teléfonos o reproductor de música.

*Disponible solo con la Track+ Console

Sport Fitness
it's all about fitness
25° aniversario 1989-2014

Life Fitness
WHAT WE LIVE FOR

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

@sportfitnessmx Sport Fitness México

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.

©2014 Life Fitness, una división de Brunswick Corporation. Todos los derechos reservados. Life Fitness es una marca registrada de Brunswick Corporation.

PINOTAGE

NACIMIENTO DE UNA UVA

Por Mauricio Jiménez
Sommelier de La Castellana

Productos Exclusivos de La Castellana

VINOS SUDAFRICANOS **1.**Classic Collection Pinotage **2.** Classic Collection Cabernet Sauvignon **3.** Classic Collection Chardonnay **4.** Pinotage **5.** Roodeberg

La idea de que se produzcan vinos de alta calidad en África aún nos suena rara de este lado del mundo, sobre todo porque identificamos ese gran continente con el majestuoso desierto del Sahara o las densas selvas tropicales del Congo; por lo tanto, que resulte difícil imaginar viñedos en esas condiciones climáticas es bastante normal. Sin embargo, en el extremo sur el clima es muy parecido al mediterráneo y tal como en los mejores viñedos europeos, es posible encontrar maravillosas plantaciones de uva chardonnay, sauvignon blanc, steen (nombre local para la chenin blanc) y una joya bien guardada por décadas: pinotage. Así llegamos a Sudáfrica, cuya historia vinícola inició en 1625, con el arribo de las primeras vides europeas. Lo haría entonces Jan Van Riebeeck convencido de que el vino prevenía el escorbuto (carencia de vitaminas, especialmente C) en los marineros.

En 1925 Abraham Izak Perold creó la variedad pinotage, a través de un cruce entre la pinot noir y la cinsault; la primera es una uva de difícil cultivo, incluso en su origen en la fría región de la borgoña Francesa, por lo que Perold quiso aunar las cualidades organolépticas de tan notable uva tinta con otra similar, la cinsault, menos atractiva y fina, pero con un nivel de productividad y resistencia muy superior. Como a cinsault se le llamaba hermitage en Sudáfrica, el nombre se fusionó también entre pinot y hermitage, nominación que no se le daría sino hasta 1935, cuando el Doctor Charlie Niehaus retomó el cultivo de esta uva, pues casi de inmediato a su creación, la Pinotage fue abandonada en el desinterés del profesor Perold, quién además dejaría en 1972 su trabajo en la Universidad de Stellenbosch para mudarse a la bodega vinícola KWV (en años recientes KWV fue registrada en Guiness Records como la bodega más grande del mundo).

Los primeros vinos obtenidos de la uva pinotage no serían muy apreciados por décadas, debido al desconocimiento de su apropiada explotación. Fue hasta los años 90 del siglo XX cuando quedaría develada su fascinante personalidad. Los vinos de pinotage suelen verse de un color rojo rubí ligero, pero un poco más intenso en capa que los propios pinot noir, con algo de matices violáceos. Cuando en copa, a nariz llegan aromas de frutas rojas como cerezas, casis y un característico tono ahumado, así como un poco especiado que comúnmente se asocia con regaliz, canela y pimienta. En el paladar pueden ser vinos de estructura ligera a media, pero en definitiva con un sabor profundo y delicioso.

Con una historia tan sinuosa esta variedad de uva quedó ligada a la bodega KWV, por lo que es considerado uno de los mejores productores de tan particular vino tinto. KWV son siglas de Koöperative Winjnbouwers Vereniging, una cooperativa de viticultores y enólogos sudafricanos surgida en 1918 para unir esfuerzos y presentar al mundo la calidad y distinción que pueden ofrecer los vinos de Sudáfrica.

LA CASTELLANA

La Experiencia está en Nuestras Manos

Más de 50 años nos respaldan

Contamos con productos 100% artesanales

Calzada del Valle 390 Ote. Local 1 Plaza Las Villas, Col. del Valle T. 8400.5331
Sucursal Aeropuerto Int. Mariano Escobedo. Terminal A (sala de recolección de equipaje)
www.lacastellana.com La Castellana Monterrey lacastellanamty

• 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...

PAN DE MAÍZ

DELICIOSA NOSTALGIA

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.

RECUERDOS

¡Qué aroma!, ¡qué nostalgia nos embarga al percibir el olor del pan de maíz recién horneado! Las abuelas lo cocinaban en las tardes para que lo cenáramos con un café Olé. Los olores se escapaban por las ventanas y sabíamos que se elaboraba en nuestra casa o en la del vecino. Es una delicia que aquí les comparto.

INGREDIENTES

SEIS PORCIONES

- 1 taza de harina de maíz
- 1 taza de harina sin cernir
- 4 cucharaditas de polvo para hornear
- 1/2 cucharadita de bicarbonato
- 1/2 cucharadita de sal
- 1/4 cucharada de aceite
- 1/3 taza de agua
- 1 huevo

PREPARACIÓN

En un recipiente grande mezcle la harina de maíz con la harina sin cernir, el polvo para hornear, el bicarbonato y la sal. Después añada el aceite, el agua y el huevo bien mezclado. Vacíe en un molde previamente engrasado y hornee por 45 minutos, aproximadamente a 250°C. Sirva caliente.

DESCUBRE EL MUNDO EN DOCE BOTELLAS

A partir del mes de abril, te llevaremos a recorrer el mundo a través de doce etiquetas que seleccionamos para convertirte en un conocedor.

Ven por tu pasaporte y podrás ganar un tour vinícola al Estado de Washington y otras sorpresas más.

#TourVinoteca

VINOTECA MONTERREY
Calzada Duendes | Calzada Lobo | Roberto G. Sada | Eugenio G. Sada | Cumbres Leones | Gómez Morín 404 | Plaza Fiesta San Agustín | Anáhuac
T. (81) 8173 5000

Sigue la ruta en:

@vinoteca_mexico /vinoteca.mexico @vinoteca_mexico

ENCUENTRA UN MOTIVO

FORTE
ARQUITECTOS

DISEÑO, CONSTRUCCIÓN Y REMODELACIÓN

LA FIRMA

Forte Arquitectos es un despacho de especialistas en diseño, construcción y remodelación de todo tipo de inmuebles, que ha logrado distinguirse por ofrecer productos de excelente calidad. Todo esto gracias a la experiencia de su equipo de trabajo, así como al perfeccionamiento en cada detalle, que lo han hecho distinguirse por sus finos acabados, combinando de manera perfecta confort con funcionalidad y excelente imagen.

Ha enfocado sus esfuerzos en satisfacer las necesidades de sus clientes, por ello se encarga de analizar cada elemento para que éste sea perfecto. Estudia desde la funcionalidad hasta la optimización de espacios e instalaciones especiales, complementándolo con finas especificaciones, acentuando la iluminación natural, amplias áreas, texturas y acabados confortables, que le otorgan un toque único a cada proyecto.

Para la firma el diseño y la construcción son solo el principio, pues su misión se basa en entregar al cliente un producto de excelencia y demostrar con cada proyecto que son la mejor opción.

SUS DISEÑOS

Dentro de la rama comercial, Forte se encarga de diseñar y crear la imagen arquitectónica y el diseño de interiores de franquicias como restaurantes, hoteles y oficinas, entre otros, que han tenido aceptación a nivel nacional e internacional, dándole el toque de distinción que ha marcado su posicionamiento en el mercado.

FORTE
ARQUITECTOS

Vasconcelos 150 ote., Mezzanine No. 10
Col. del Valle
T. (81) 8262-8048
www.fortearquitectos.com

MÁS, *MUCHO* MÁS EN PLAYERS OF LIFE.com

- Escanea el **código QR** con tu celular o tablet
- O busca el **ID** en nuestra página y disfruta de:

PLAY

+ FOTOS
+ VIDEOS
+ CONTENIDO

Identifica el ícono
Y ENCUENTRA MÁS

STAND UP & RUN

Si ya corres o aún no, nunca es demasiado tarde para empezar. Todo mundo quiere realizar este deporte y con la llegada de la primavera estamos listos para salir del gimnasio y regresar a las pistas a practicar cardio. Busca tu motivación, date tiempo para ti mismo, ayuda a despejarte y disfrutar de un excelente método para relajarte. Has una buena *playlist* que te mantenga entretenido durante el entrenamiento y fija una meta a realizar para medir tu desempeño, cualquier carrera es buena, pero es mejor hacerlo por alguna buena causa, hoy las 10K y 5K han adquirido una popularidad extrema, localiza en tu ciudad las opciones más divertidas, inscríbete y participa en este deporte tan saludable.

REEBOK
Playera
www.reebok.com

REEBOK
Short
www.reebok.com

PUMA
Chamarra
www.puma.com

NIKE
Tenis
www.nike.com

UNDER ARMOUR
UA speedform rc running shoes
www.underarmour.com

ADIDAS
Playera
www.adidas.com

PUMA
Short
www.puma.com

PUMA
Tenis
www.puma.com

ADIDAS
Short
www.adidas.com

ADIDAS
Tenis
www.adidas.com

REEBOK
Wind jacket
www.reebok.com

PUMA
Mochila
www.puma.com

SAUCONY
Tenis Kinvara TR2 Sport
www.puma.com

READY FOR MEETINGS

LOOKS EJECUTIVOS

Te ha pasado que estás con un grupo de personas y en algún momento se escucha el comentario "no se viste conforme a su edad". Más bien la pregunta sería: ¿con base en qué se determina si está vestido apropiado para su edad? La moda es una forma de expresión individual. Cada quien, de acuerdo a su personalidad, creatividad, estado de ánimo y gustos, decide cómo vestirse. Constantemente se ve una revolución más notoria en el mundo de la moda. Han desaparecido reglas que marcaban la forma de vestir en el día a día, como no combinar el negro con el café y el uso del blanco solo durante primavera-verano. Alexander McQueen decía: "Ésta es una nueva era en la moda, donde las reglas no existen". Dicho movimiento entre los diseñadores actuales se expresa en la disminución de las reglas de vestir y mezclar las prendas.

01 - **HACKETT** / Blazer / www.hackett.com 02 - **PURIFICACIÓN GARCÍA** Pantalón www.purificaciongarcia.com 03 - **THOMAS PINK** / Mancuernillas / www.thomaspink.com 04 - **MONTBLANC** / Pluma / www.montblanc.com 05 - **MASSIMO DUTTI** / Zapatos / www.massimodutti.com 06 - **THOMAS PINK** / Corbata / www.thomaspink.com 07- **CARTIER** / Reloj / www.cartier.com

08

09

10

11

12

13

14

08 - **HACKETT** / Blazer / www.hackett.com 09 - **MASSIMO DUTTI** / Corbata / www.massimodutti.com
10 - **CARTIER** / Tank MC Watch / www.cartier.com 11 - **BROOKS BROTHERS** / Pantalón / www.brooksbrothers.com
12 - **ERMENEGILDO ZEGNA** / Maletín / www.zegna.com 13 - **MONTBLANC** / Pluma / www.montblanc.com
14 - **MASSIMO DUTTI** / Zapatos / www.massimodutti.com

15

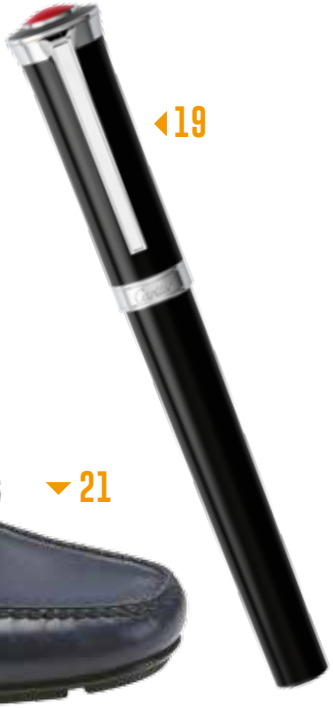
16

Por Fernando Fernández Quintanilla
Asesor de Imagen &
Instagram Blogger
fernando.fernandez@playersoflife.com
@ffdz87

17

18

20



19

21

15 - **MASSIMO DUTTI** / Blazer / www.massimodutti.com 16 - **ZZEGNA** / Corbata / www.zegna.com
17 - **SALVATORE FERRAGAMO** / Mancuernillas / www.ferragamo.com 18 - **MASSIMO DUTTI** / Jeans
www.massimodutti.com 19 - **CARTIER** / Pluma / www.cartier.com 20 - **MASSIMO DUTTI** / Cinto / www.massimodutti.com
21 - **SALVATORE FERRAGAMO** / Zapatos / www.ferragamo.com

***Nuestros lectores** son tomadores de decisiones:*
***25%** empresarios, **15%** profesionistas independientes*
*y **53%** ejecutivos de nivel gerencial o superior*

82%** de los entrevistados leyó **PLAYERS of life
mínimo una vez en los últimos dos meses

por éstas y muchas razones más

ANÚNCIATE
CON NOSOTROS

PLAYERS OF LIFE
BUSINESS & LIFESTYLE

+ INFORMACIÓN www.playersoflife.com/mediakit

TORREÓN (871)192.34.34
MONTERREY (81)15.22.05.36 y 37
CHIHUAHUA (614)541.53.75
LEÓN (477)293.88.20 y 21
QUERÉTARO (442)295.28.86 y 87
MÉXICO DF Cel. (55)3950.08.90 Cel. (55)5909.71.07
CANCÚN Cel. (998)845.36.42

ventas@playersoflife.com
playersoflife
@playersoflife
playersoflife

*Datos obtenidos en la Encuesta de Lectores PLAYERS of life 2013, realizada por la agencia AEME Asesores en Mercadotecnia en los meses de octubre y noviembre.

TASTES OF Spring

La primavera llegó, las tardes soleadas de clima agradable nos invitan a compartir los refrescantes aromas y sabores que se desprenden de las uvas que tras un proceso ancestral se transforman en deliciosos vinos.

Los vinos blancos destacan por un factor básico: la delicada gama de aromas que emergen de su composición, además de su acidez, alcohol y azúcar. Su color y luminosidad tienden a ser claros y resplandecientes, es sencillo verificar su limpidez por medio de una luz lateral que permitirá ponerle adjetivos como turbio, velado, borroso, opalescente, transparente, limpio o brillante. Cuando son jóvenes sus tonos van desde amarillo limón verdoso hasta pajizo, mientras que los de edad tienden a tomar tonos dorados, topacio o caoba.

Los blancos también son aromáticos, los expertos tienden a catalogarlos en débiles, intensos, discretos, desarrollados, moderados o con bouquet. A diferencia de éstos, los rosados, que por desgracia tienden a ser los menos seguidos, tienen un estilo y personalidad propia, que son el compañero ideal de la temporada. Sus tonalidades varían en una gama de rosas, desde el gris pálido hasta el rosa palo, cereza, frambuesa, rosa anaranjado, albaricoque, salmón y ladrillo rojizo, entre otros.

Una de las armas más fuertes de los rosados es su aroma, el cual se divide en floral, frutal, vegetal y fermentado. Como fundamento, siempre deberá ser refrescante.

BE FLIRTY
País: Estados Unidos
Variedad: Moscato rosa
Bodega: Beringer
Región: California

LINDEMAN'S CAWARRA SEMILLON
País: Australia
Variedad: Semillon y Chardonnay
Bodega: Lindeman's
Región: Barossa

• www.vinoteca.com •

@Vinoteca Mexico

WILLIAM FEVRE
LA MALADIÈRE
País: Francia
Variedad: Chardonnay
Bodega: William Fevre
Región: Chablis

PETER LEHMANN
CLASSIC RIESLING
País: Australia
Variedad: Riesling
Bodega: Peter Lehmann
Región: Barossa

BERINGER
SAUVIGNON BLANC
País: Estados Unidos
Variedad: Sauvignon blanc
Bodega: Beringer
Región: Napa y Costa Norte

COLUMBIA CREST
TWO VINES RIESLING
País: Estados Unidos
Variedad: Riesling
Bodega: Columbia Crest
Región: Valle de Columbia

LATEST NEWS!

Lo más tech del 2014

Por Fernando Villa y Bárbara González

Recordamos los tiempos en que saber de tecnología era solo para *geeks*, *techies*, *nerds* o cualquier otro título de referencia para quienes amamos este mundo. Afortunadamente la sociedad en general ya aprendió sobre este tema casi por completo y ahora desde el adulto cincuentón hasta los adolescentes quieren estar enterados de los últimos avances.

Gracias al CES 2014 pudimos probar un poco de lo que vendrá, pero la verdad es que hay ciertos tópicos que marcarán la tendencia. Estaremos llenos de televisiones gigantescas UHD, 4K y 2160 pixeles, éstos son algunos términos que se convertirán de uso diario, aunque lamentablemente para los mortales será hasta finales de año que veremos mayor accesibilidad en los precios. El siguiente plato en el menú es el *wearable computing*, palabra que se está acuñando en todos los dispositivos que usaremos en el cuerpo para complementar al ya clásico *smartphone* o s. Google Glass, Samsung Gear, Pebble Watch y VivoFit, entre otros, nos ayudarán a medir cómo dormimos, comimos o corrimos.

En otro nicho resaltará la realidad aumentada que el público poco tecnológico creía muerta, pero serán los videojuegos los que comenzarán a sacarle provecho con el Oculus Rift, que a largo plazo será una herramienta para los cineastas. Por otro lado, las consolas de los autos renacerán, Google tendrá la Open Automotive Alliance que implementará Android coches, y por su parte Apple ofrecerá el CarPlay.

Adicionalmente, el *internet of things* tomará un mayor giro, sobre todo en países más desarrollados, donde todos los *gadgets* y electrodomésticos comienzan a conectarse a la web para todo tipo de monitoreo y retroalimentación.

Bluetooth volverá a ser noticia y en el 2014 dispositivos de bajo consumo energético (Bluetooth Low Energy) se conectarán con un *smartphone* para diversas tareas cotidianas como en focos, termostatos, iBeacons de Apple, cámaras, dispositivos para encontrar tus llaves y muchas cosas más. Consideramos que todo esto hará que la tecnología NFC quede atrás. Finalmente, la televisión abierta como la conocemos perderá aún más fuerza, lamentablemente no tanto en México, donde la población no cuenta con la infraestructura, ni el nivel cultural, pero sí a nivel mundial, para dejarle paso a Netflix, Hulu y demás competidores del mercado.

▸ VIDEOJUEGOS

OCULUS RIFT

Provee una experiencia innovadora que consiste de un dispositivo de realidad virtual que sumerge en un mundo virtual en 3D. El *hardware* es bastante sencillo, pero el hecho de tener el control en la vista provee un nivel de imersion impresionante. La consola empezó como un prototipo en Kickstarter, pero ha logrado posicionarse irrumpiendo en su nicho de mercado, que por años ha sido dominado por Sony, Nintendo y Microsoft.

ESPECIFICACIONES

Dos lentes montados que, forman una pantalla de 1280 x 800 pixeles (cada ojo puede percibir 640 x 800 pixeles), campo de vista de 110º, icontrol y caja de control que conecta el Rift a tu computadora, incluye DVI, HDMI y micro-usb.

Oculus

www.oculusvr.com
Precio: $300 USD-Developer Kit

F. /Oculus3D
T. @oculus

CÁMARA

NIKON 1 V3

Una cámara emocionante que combina la portabilidad de una compacta y la calidad de imagen y capacidades usualmente asociadas solo con las réflex digitales, además de una velocidad y precisión innovadoras. El nuevo procesador de Nikon EXPEED 4A, junto con el sensor de imagen mejorado de 18.4 MP, logran el índice de fotogramas continuos más rápido del mundo, un rendimiento excelente con poca luz y la capacidad de disparar vídeos con calidad cinematográfica.

ESPECIFICACIONES

18.4 millones de pixeles, almacenamiento MicroSD, MicroSDHC y MicroSDXC memory cards, sensibilidad ISO 160-12800, película HD: 1920x 1080/60p, pantalla 3.0 pulgadas en diagonal y TFT LCD, peso aproximado 324 g.

Nikon

www.nikon.com.mx
Precio: N/D

F. /nikon
T. @Nikonmex

AUDIO

BOSE CINEMATE 1 SR

Sistema de cine en casa con espacios amplios, una bocina visible y un módulo inalámbrico Acoustimass®. Si se coloca el soundbar en una mesa o sobre la pared, la tecnología de compensación de ubicación automática Flexmount™ permite experimentar un sonido que llena el espacio. El sistema de calibración de audio ADAPTiQ® personaliza el sonido para adaptarlo a una habitación.

ESPECIFICACIONES

Sistema de bocinas 2-3/8", módulo Acoustimass, una bocina más subwoofer, sistema de calibración de audio ADPTiQ, tecnología FlexMount, control remoto infrarrojo programable.

www.bose.com
Precio: $1,349.99 USD

F. /Bose
T. @Bose

BOSE

TELEFONÍA

SAMSUNG GALAXY S5

La surcoreana sigue haciendo las cosas bien, trae un ritmo imparable y está dando una buena competencia al resto del sector. Específicamente con su Galaxy S5, con lector de huella, sensor de pulso acompañado de una suite de aplicaciones de salud y bienestar. Su cámara tiene potentes opciones como enfoque selectivo, HDR y AutoFocus, pero lo que más impacta es tanto su capacidad de descarga mediante dos redes, Wi-Fi y LTE (4G) simultáneamente, como su capacidad de durar hasta 24 horas con 10% de batería gracias a su función Ultra Power Saving Mode.

ESPECIFICACIONES

Red LTE, cámara 16MP (1/2.6", AutoFocus), 142 x 72.5 x 8.1 mm (145 g), pantalla de 5.1 pulgadas FHD Super Amoled, resolución de 1920 x 1080 (432 ppp), memoria de 2 GB y batería de 2800 mAh (hasta 390 horas de duración con Ultra Power Saving Mode).

SAMSUNG

www.samsung.com
Precio: N/D

F. /SamsungMobile
T. @SamsungMobile

SALUD Y BIENESTAR

SAMSUNG GEAR 2

Con esta pulsera inteligente Samsung pretende participar en el pastel que se está horneando en el mundo del *wearable computing*, compitiendo con Nike, Pebble y VivoFit, entre otras. Lo atractivo de este *smartwatch* es que pueden cambiársele las correas para que vaya con cada estilo, su pantalla touchscreen de Super AMOLED es sumamente atractiva, es resistente al agua y polvo, mide el pulso. Tiene acelerómetro, giroscopio, cámara y Bluetooth para recibir notificaciones de Galaxy, llamadas, calendario y mensajes, entre otras cosas. Además viene con un reproductor de música incorporado para usarlo con audífonos Bluetooth, viene con aplicaciones que contribuyen a mejorar el rendimiento en los deportes, dormir mejor y presume inclusive de aliviar el estrés. En específico es ideal para correr, caminar, practicar ciclismo y escalar.

ESPECIFICACIONES

Pantalla 1.63" Super Amoled, cámara 2.0 MP AutoFocus, video 720 p, tamaño 58 x 37 x 10 mm, acero Inoxidable, peso 68 g. Resistencia al agua un m, dos a tres días de duración de la batería e infrarrojo.

SAMSUNG

www.samsung.com
Precio: N/D

F. /SamsungMobile
T. @SamsungMobile

AUTOMÓVILES

APPLE CAR PLAY

Pésele a quien le pese Steve Jobs innovó en su momento con el iPod y sucesivamente con el iPhone. Desde ese momento todo lo que la empresa ha puesto a la venta ha sido replicado (para bien o para mal). Este año anunció CarPlay, estándar de comunicación entre automóvil y *smartphone* que permitirá comunicarte a través de voz o la pantalla *touchscreen* del tablero para mayor seguridad al manejar. En un inicio solo Ferrari, Mercedes-Benz y Volvo darán a luz a esta interfaz, pero la lista de participantes es extensa (y asequible). Será una tendencia que veremos en el año. Si Apple no lidera este mercado por lo menos lo educará y dará pie a nuevas alternativas por parte de Google, Microsoft o Amazon. Todo esto se traduce en coches inteligentes para las masas con precios alcanzables.

ESPECIFICACIONES

Llamadas a través de tablero, lector de mensajes, guía de mapas con Apple Maps. Marcas Fase I: Honda, Hyundai, Ferrari, Mercedes-Benz y Volvo. Marcas Fase II: Chevrolet, BMW, Ford y Nissan, entre otras. Control de voz a través de Siri y apps para música compatible: Podcasts, Spotify, Beats y más. Compatibilidad: iPhone 5, 5c y 5s.

www.apple.com/ios/carplay
Precio: N/D

F. /Apple-Mexico
T. @Apple_Mexico

TABLETAS

APPLE IPAD AIR

Desde que se anunció el iPad los medios y las redes sociales explotaron con burlas. La sociedad creía que era un iPhone grandote y que no serviría de nada. Hoy las estadísticas muestran que cada vez más gente migra de PC a tablet o incluso mejor: diversas personas, en su mayoría adultos de la tercera edad que no se entendieron con las computadoras, adoptan estos *gadgets*. Es por esto que el iPad Air, al ser tan delgado y eficiente permanecerá como líder en la tendencia de las tabletas. Claro está que las computadoras de escritorio y laptops seguirán perdiendo dominio en el mercado.

ESPECIFICACIONES

Tamaño 240 x 169.5 x 7.5 mm, peso 469 g, pantalla 9.7", resolución: 2048 x 1536 a 264 puntos por pulgada (ppi) y procesador 64 bits A7.

www.apple.com/mx/ipad-air
Precio: N/D

F. /Apple-Mexico
T. @Apple_Mexico

TV

VIZIO P SERIES

La tendencia en televisores está marcada por la tecnología 4k que ofrece Ultra HD, dejando atrás el fracaso de las pantallas 3D. La series P de Vizio prometen ofrecer tecnología 4k a precios competitivos, a diferencia de los exorbitantes precios que manejan los gigantes. Aunque es temprano para adquirir una 4k, esta Smart TV de Vizio se ha convertido en una de las más esperadas del año.

ESPECIFICACIONES
Disponible en 70, 65, 60, 55 y 50", Incluye luz de fondo LED, Smart TV, procesamiento de imágenes y gráficos quad-core GPU y dual core CPU, 5 entradas HDMI 2.0 y Wi-Fi.

VIZIO

www.vizio.com
Precio: $1,000 USD

F. /vizio
T. @VIZIO

HOGAR

BELKIN WEMO

El futuro en tecnologías del hogar es definitivamente bajo la línea del *internet of things* referente a la interconexión entre todos los dispositivos, haciendo de los hogares *smart homes*. La línea de productos WeMo provee muchas opciones para automatizar el hogar, en específico los interruptores Belkin WeMo permiten controlar fácilmente las luces, ventiladores o cualquier otro dispositivo desde la comodidad de un *smartphone* o tablet.

ESPECIFICACIONES
El interruptor se conecta al Wi-Fi del hogar que manda notificaciones al celular, Belkin incluye videos sencillos de instalación para toda la gama de productos, procedimiento que dura entre 15 y 20 minutos, el interruptor se ilumina con una luz verde cuando está encendido.

www.belink.com
Precio: $49 USD

F. /BelinkWeMo
T. @BelkinWeMo

BELKIN.

OFICINA

NUBE (CLOUD)

Esta sección sobre oficina es un caso peculiar. Si bien no hay un *gadget* como tal, lo que sí existe es una rápida evolución en el mundo del *software* As a Service o SaaS. Esto no es otra cosa que el *software* que se usa hoy como Office o incluso que el ERP de una empresa migre a la nube en vez de localmente en las computadoras. Un ejemplo sencillo es lo que está haciendo Google con su *suite* de Google Docs y Google Drive, o Microsoft con Office 365 y OneDrive (antes SkyDrive) e incluso Dropbox, que no deja de perder el liderato en almacenamiento. Apple también tiene su opción: iWork, gratuito y en la nube.

Afortunadamente estamos viviendo en una época en la que todo es accesible gracias a internet por lo que los Gigabytes y Terabytes en la nube se están abratando muchísimo y el trabajo colaborativo se facilita.

Apple
www.apple.com

Google
www.docs.google.com

Microsoft
www.microsoft.com

Amazon
www.amazon.com

JEFF BEZOS

FUNDADOR DE AMAZON Y ORGULLOSO DUEÑO DE *THE WASHINGTON POST*

Jeffrey Preston Bezos (12 de enero de 1964) estudió **Ingeniería Eléctrica e Informática en la Universidad de Princeton**, graduándose en 1986.

En 1994 fundó la librería online **Amazon.com**, lanzada oficialmente el 16 de julio de 1995, con una **inversión inicial de 300 mil dólares**.

Su primera oficina era un garaje alquilado junto con su esposa Mackenzie, donde solo tres servidores empezaron a procesar la información.

El nombre Amazon, según algunos, refiere al río Amazonas; pero para otros fue una simple estrategia de posicionamiento, considerando que **en esa época los listados de páginas web se difundían ordenados alfabéticamente**.

Durante el 2007 Amazon lanzó el **dispositivo Kindle**, especialmente diseñado **para leer libros digitales**.

Catalogado **Empresario del Año en 2012** por la revista ***Fortune***, publicación que lo describe como un hombre de negocios que privilegia las ganancias a largo plazo sobre la rentabilidad inmediata.

Su más reciente movimiento se dio **en septiembre de 2013**, en que pagó **250 millones de dólares** para convertirse en dueño de la versión impresa del diario estadounidense ***The Washington Post***.

Representa el perfil del hombre de negocios exitoso del siglo XXI: atento a los avances de su tiempo para innovar, pero a la vez con la suficiente visión para preservar lo que vale la pena.

Ilustración por Rogelio Nasaed Díaz

PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & LIFESTYLE MAGAZINE

TÚ QUE TIENES

ACTITUD PLAYERS

SUSCRÍBETE

a la mejor revista de negocios y estilo de vida

y recíbela **por todo 1 AÑO**

en la comodidad de tu hogar u oficina

ÚNICAMENTE $299

LLAMA

TORREÓN (871)192-34-34

MONTERREY (81)15-22-05-36 y 37

CHIHUAHUA (614)541.53.75

LEÓN (477)293-88-20 y 21

QUERÉTARO (442)295-28-86 y 87

ESCRIBE suscripciones@playeroflife.com

INGRESA www.playersoflife.com/suscripciones

MONT BLANC

Compartiendo la pasión por la Alta Relojería

Montblanc Meisterstück Heritage Perpetual Calendar

Hace noventa años, Montblanc creó un instrumento que ha llegado a ser un icono de la cultura de la escritura: la Meisterstück de Montblanc. Con un funcional y estético diseño, un innovador suministro de tinta y un plumín de oro grabado a mano, esta pluma fuente es el legendario instrumento de escritura de nuestro tiempo.

Desde 1924, la Meisterstück representa el máximo grado de la excelencia, un esfuerzo por lograr la perfección con una mano de obra superior, y esto representa los principios que conforman la innovación, la producción y los productos de Montblanc. Precisamente esta actitud está determinada por los estándares tan elevados que Montblanc aplica, con un desarrollo consistente para producir las más finas piezas relojeras e innovadores calibres que la ubican en los niveles más altos del arte tradicional de la relojería en sus manufacturas en el Jurá suizo, en Villeret y en Le Locle.

La Colección Meisterstück Heritage de Montblanc se inspira en el legado de noventa años de la marca. Con un diseño clásico, eliminando complicaciones y decoraciones suntuosas, estas elegantes piezas relojeras representan los valores de la Meisterstück de Montblanc y las

características tradicionales de la alta relojería suiza en cada detalle, esto hace a quien las posea, un propietario para toda la vida.

Es la Meisterstück de Montblanc: una leyenda desde las manos de nuestros maestros artesanos.

Meisterstück es el vocablo alemán para "pieza maestra", el concepto se originó en los gremios de los artesanos del medievo; desde la Edad Media, un artesano que había terminado con éxito sus años de vida laboral, podía recibir un reconocimiento como Meister (maestro). Si el gremio aceptaba la propuesta, el aplicante estaba obligado a probar sus habilidades al fabricar un artefacto solicitado de forma especial bajo la supervisión de uno de los maestros. Si los demás maestros aceptaban como una Pieza Maestra, el aplicante se hacía merecedor del título de Maestro. Hasta hoy, la palabra Meisterstück se refiere a una artesanía extraordinaria, técnicas tradicionales, materiales de alta calidad, estética perfecta y funcionalidad sin comparación.

Cuando la pluma fuente Meisterstück 149 apareció en 1924, demostró que Montblanc había creado una artefacto que realmente merecía ese nombre. El diseño es de una sobria elegancia: el barril y el capuchón están elaborados en resina negra preciosa, un dorado brillante remarca tanto al anillo alrededor del barril como al clip, y todo en conjunto es rematado por el emblema de Montblanc, el cual simboliza la cima cubierta de nieve de la montaña más alta del continente europeo. Ésta se eleva cuatro mil 810 metros sobre el nivel del mar, por ello el número se encuentra grabado adornando el plumín de cada instrumento de escritura Meisterstück de Montblanc y lo distingue como un producto que representa la cúspide de la artesanía europea.

La pasión por la estética, la artesanía y la calidad dieron origen a un objeto de una belleza funcional, exclusiva y atemporal para uso cotidiano.

Esta pluma ha escrito la historia del mundo: incontables presidentes, miembros de la realeza y dignatarios de alto nivel la han usado para firmar tratados internacionales y certificar nombramientos. Pero sobre todo, son sus altos estándares y su concepto, además del aprecio que se le tiene por parte de su propietario, lo que ha logrado que la Meisterstück se convierta en toda una leyenda.❤

Montblanc Meisterstück Heritage Perpetual Calendar

Movimiento: Calibre MB M29.15, cuerda automática, calendario perpetuo y fases lunares
Caja: Oro rosa de 18 kilates (5N), bisel pulido, acabado satinado horizontal en la parte media, botón del cronógrafo a las "2 horas", diamante de 0.55 carats con la forma del emblema de la casa, engastado a las "6 horas"
Dimensiones: Diámetro de 39 mm, grosor de 10.24 mm

- Cristal de zafiro resistente a rayaduras, abombado y anti-reflejante.
- Fondo Oro rosa de 18 kilates (5N) con cristal de zafiro incrustado
- Corona Oro rosa de 18 kilates (5N) con el emblema de Montblanc en altorrelieve
- Carátula blanca plateada con patrón de rayos solares, ligeramente curvada, indicadores de las horas facetados y número romano "XII" con plaqué oro, manecillas de las horas y los minutos en forma dauphine con plaqué oro, calendario perpetuo con manecillas de acero azuladas, las fases lunares aparecen en una ventana rodeada por una escala para la fecha lunar a las "6 horas"
- Correa de piel de caimán con escamas grandes, oro rosa de 18 kilates (5N), con broche con hebilla

** También disponible en acero con correa en piel de caimán negra.*

EMWA ***www.emwa.com.mx*** *Facebook: /emwamx*	*Monterrey* *(81) 8335-0177* *Chihuahua* *(614) 430-0486* *León* *(477) 773-5686* *Querétaro* *(442) 242-2280*

MARCANDO TENDENCIA

ETERNITY DIAMONDS

FRÉDÉRIQUE CONSTANT

Modelo:
FC-303MS4C24
Movimiento:
Automático
Caja:
Cristal de zafiro
Carátula:
Blanca y manecillas negras
Funciones:
Horas, minutos, décimas de segundo y fecha
Cristal:
Zafiro
Correa:
Piel de cocodrilo
Impermeabilidad:
30 ATM
Diámetro:
37 mm

LANCASTER

Modelo:
Top-up-Time OLA835
Movimiento:
Automático
Caja:
Ventana de mecanismo con PVD rosa
Carátula:
Blanca, manecillas blancas y bisel dorado
Funciones:
Horas, minutos, décimas de segundo y fecha
Cristal:
Zafiro
Correa:
Caucho blanco
Impermeabilidad:
30 ATM
Diámetro:
41 mm

SAVOY

Modelo:
Icon Light
Movimiento:
Cuarzo
Caja:
Acero rosa de 35 mm
Cristal:
Zafiro antirreflejante
Carátula:
Madre perla
Funciones:
Cronógrafo y fechador
Bisel:
33 diamantes corte brillante auténticos
Correa:
Caucho blanco
Impermeabilidad:
10 ATM

VICTORINOX

Modelo:
241602
Movimiento:
Cuarzo
Caja:
Acero inoxidable
Carátula:
Azul, manecillas luminiscentes y bisel giratorio unidireccional con contador de minutos
Funciones:
Ventanilla de fecha e indicador de fin de vida de la pila (EOL)
Cristal:
Zafiro
Correa:
Acero inoxidable
Impermeabilidad:
10 ATM
Diámetro:
43 mm

Ingersoll®

SINCE 1892

Eternity Diamonds

Líderes de diamantes en Monterrey

Lo Mejor en Diamantes, Relojes y Joyas para esa Persona Especial

www.eternitydiamonds.com.mx

Síganos en

Calzada San Pedro 210 A. T. 8356-6404

Paseo San Pedro. T. 8100-9211

Galerías Monterrey. T. 8347-6221

TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

SU ACTUALIDAD Y PERSPECTIVA EN LOS NEGOCIOS

Por Alberto Padilla Luengas
Ingeniero Industrial y de Sistemas por el Tecnológico de Monterrey. Fundador de Innku, desarrolladora de negocios en la web.

Desde hace mucho la zona del mundo referente a tecnología e innovación es Silicon Valley en California, EU, con empresas como IBM, Apple, Yahoo, Google, Facebook y cientos más se ha posicionado como el paraíso ideal para la creación de tecnológica que puede "cambiar al mundo". Además se ha ubicado como el ejemplo aspiracional para muchas otras partes del mundo, que tratan de tener sus propios "valleys" como entornos que favorecen la innovación: Tequila Valley (México), Palermo Valley (Argentina), Berlín o Dublín (Europa) y Bangalore (India).

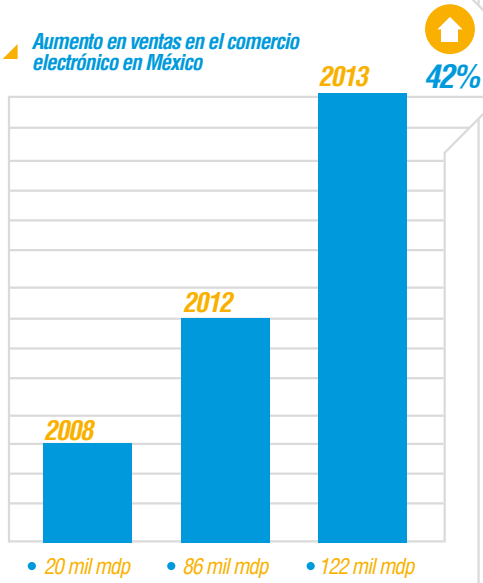
Sin duda es un sueño atractivo parecerse a Silicon Valley: oficinas con mesa de ping pong, comida constante, horarios extra-flexibles y vestimenta casual todos los días, mientras eres reconocido como parte de la futura empresa que revolucionará su industria. Aparte de lo divertido que suena, hay que sumarle el atractivo económico: puedes volverte millonario de la noche a la mañana y no necesitas ser el fundador de una compañía para lograr tu primer millón, pues hasta los primeros empleados lo logran casi todos los días. Es por eso que desde hace unos tres años, en México es más usual ver emprendedores que quieren hacer su empresa "tipo Silicon Valley" y perseguir este nuevo sueño americano, pero desde la comodidad de su propia ciudad, y son precisamente ellos quienes están generando más innovación en nuestro país o al menos más ruido acerca de innovación y tecnología.

Adobe en San José, Cal. ▲ ▼ Intel en Santa Clara, Cal.

*El mercado de comercio electrónico en México pasó de casi **20 mil millones de pesos (mdp)** en 2008 a cerca de **86 mil mdp** en 2012, y se estima que llegó a **122 mil mdp** en 2013, un crecimiento de 42% comparado con el año anterior (AMIPCI)*

Aunque México no es Silicon Valley y no tenemos las mismas condiciones, hay varios factores que han detonado y motivado a los nuevos emprendedores para perseguir su sueño. Tenemos casos de éxito nacionales de unas generaciones atrás que con el *boom* del .com o posterior a éste crearon empresas exitosas y lograron venderlas, convirtiéndose en grandes empresarios que hoy son ejemplo e incluso mentores de las nuevas generaciones. Tal es el caso de mediotiempo.com, portal de deportes que fue vendido a Time Warner, y hoy uno de sus fundadores, Patricio Villalobos, es uno de los principales consejeros y ejemplos de emprendimiento de tecnología en México; o MetrosCúbicos.com, portal inmobiliario fundado por Heberto Taracena, actual inversionista en nuevas empresas de tecnología. Con estas referencias, estamos seguros de que en México también se puede. El mercado mexicano de internet está creciendo y no para de hacerlo, posicionándose como uno de los más interesantes no solo de América Latina, sino del mundo.

Mientras en el año 2000 la penetración de la web en México era de apenas 2.7%, para 2012 ya sumábamos 45.1 millones de usuarios, representando una penetración de 36.5%, según datos de AMPICI e InternetWorldStats, y dedicando a la red un promedio de cinco horas y un minuto al día. Por otro lado, la mentalidad de los consumidores está cambiando, ya saben que un *software* no



tiene que venir forzosamente en una cajita, pues puede adquirirse por internet y más que nada, consiste en un usuario y contraseña. Todavía nos falta, pero también el uso de la tarjeta de crédito y las compras en línea son más comunes, incluso ya existen herramientas que permiten a un sitio ofrecer más métodos de pago en tiendas de conveniencia o con transferencias electrónicas directas. El mercado de comercio electrónico en México pasó de casi 20 mil millones de pesos (mdp) en 2008 a cerca de 86 mil mdp en 2012, y se estima que llegó a 122 mil mdp en 2013, un crecimiento de 42% comparado con el año anterior (AMIPCI).

La última parte de esta ecuación son los productos como tal, y aquí es donde nuestro retraso frente a EU se convierte en un área de oportunidad interesante. Al ir un tanto atrás podemos observar negocios que han sido exitosos en países de vanguardia y de alguna forma replicarlos con sus debidos ajustes al mercado latino. Esto no quiere decir que nada más se trata de copiar, pues replicar un negocio exitoso en un país totalmente distinto implica mucho trabajo y sobre todo, gran ejecución, terreno en que los emprendedores mexicanos están innovando más.

Hoy en nuestro país es más fácil de lo que imaginamos empezar un negocio en internet, cada vez hay más recursos para aprender desde casa a programar, o existen más eventos donde conocer a destacados virtuosos del código y la programación. No se requiere invertir millones en servidores, pues hay servicios que permiten arrancar con tecnología de primera incluso sin gastar un solo peso durante los primeros meses. Asimismo, aceleradoras y premios para emprendedores ayudan a solventar gastos personales en las primeras etapas para enfocarse 100% en el nuevo negocio. También fondos de capital de riesgo ofrecen recursos para crecimiento una vez demostrada cierta tracción en el mercado. El capital, la capacidad y el mercado ya no son pretextos, hoy el camino es mucho más accesible y casi cualquiera con una buena idea podría empezar su propio negocio.

Esta tendencia ya es notable y lleva tres años generando mucho ruido en nuestro país. Nada más hace falta adentrarse y conocer las empresas en las principales aceleradoras de tecnología en México, por ejemplo:

-mx.wayra.org, aceleradora de Telefónica, con 29 empresas

-500mexicocity.com, brazo de una aceleradora norteamericana, con 48 empresas

-institute.vc, aceleradora de alto impacto, con 35 empresas

Un caso muy notorio es el de las empresas que ayudan a pedir un taxi desde un app en tu *smartphone*: en menos de dos años ya hay más de 10 en nuestro mercado, compitiendo arduamente por posicionarse como líderes y "llenar el ojo" de alguna gran compañía de movilidad para ser adquiridas o simplemente volverse muy rentables y explotar tan atractivo nicho.

*En el año 2000 la penetración de la web en México era de **apenas 2.7%**, para 2012 ya sumábamos,*

45.1

millones de usuarios

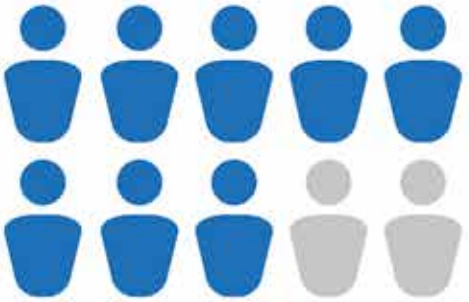
representando una penetración de 36.5% (AMPICI e InternetWorldStats)

Sin embargo, a final de cuentas ocurre una percepción errónea: no somos Silicon Valley, y hay muchas razones por las que no llegaremos a serlo ni a tener su contexto, pero esto no es malo, simplemente hay que saber qué adoptar del estilo californiano y trabajar duro para lograr acercarnos a su éxito. Un gran número de nuevos emprendedores creen que con haber empezado su negocio ya están del otro lado, cuando en verdad apenas dieron el primer paso. Se pierden entre tanto evento de socialización que se organiza, y buscan más la fama y el reconocimiento, que en verdad lograr algo significativo. Se tiene la muy equívoca impresión de que con un fin de semana encerrados en un evento para "crear tu Startup", ya se es un gran empresario que definirá el futuro. Hace falta mucho trabajo y muy buena ejecución para aprovechar todo este movimiento, y cuando toda la nube de polvo y ruido de la moda de emprender se asiente un poco y tengamos claro dónde aportar más valor, veremos una tracción importante de surgimiento de tecnología e innovación significativa en nuestro país, lo cual está muy cerca de suceder.

Ya tenemos varios casos de emprendedores de tecnología maduros y muy trabajadores que están sentando las bases de lo que serán las siguientes grandes empresas mexicanas, con lo cual estoy muy seguro de que durante los siguientes dos años veremos los primeros casos de éxito y crecimiento mega acelerado, en que detonarán muchos más, y será el momento que tecnología e innovación se convierten en elementos normales y representativos de nuestro país.

En nuestro país ya es más fácil de lo que imaginamos empezar un negocio en internet, porque:

- *Cada vez hay más recursos para aprender desde casa a programar*
- *Existen más eventos donde conocer a destacados virtuosos del código y la programación*
- *Hay servicios que permiten arrancar con tecnología de primera incluso sin gastar un solo peso durante los primeros meses*
- *Aceleradoras y premios para emprendedores ayudan a solventar gastos personales en las primeras etapas del negocio*
- *Fondos de capital de riesgo ofrecen recursos para crecimiento, demostrada cierta tracción en el mercado*



8 DE CADA 10 CONSUMIDORES PREFIEREN COMPRAR EN NEGOCIOS CON PROGRAMAS DE LEALTAD

OFRECE A TUS CLIENTES LA OPORTUNIDAD DE TENER MÁS...

www.thewisecard.com

info@thewisecard.com o al 83359696

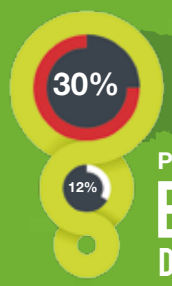
thewisecard

TENDENCIAS DE INVERSIÓN

Digital marketing de empresas en México

Durante los últimos años en México el consumidor se vuelve digital a un ritmo más rápido, mostrándose interesado por estar conectado 24/7 desde su *smartphone*, buscando recomendaciones de sus amigos y las marcas que le orienten en su decisión de compra. En cambio, las empresas se tardan en mantener el paso con el consumidor. De acuerdo con un estudio publicado en 2013 por Headways Media sobre los hábitos de inversión empresarial en digital marketing en México, se detectó que del presupuesto total para mercadotecnia las empresas destinan solo 12% a marketing digital. En este mismo análisis, 81% de las compañías encuestadas respondieron que incrementan su presupuesto de marketing digital, algunas de ellas lo duplican, mientras que otras retiran la inversión en televisión y prensa (periódico impreso).

En EU la postura es distinta: durante 2013, de acuerdo a la más reciente investigación de Gartner, se aplica más de 30% del presupuesto de marketing a canales digitales, en cambio en México las corporaciones con esta orientación de inversión son una minoría.



Presupuesto de MKT 2013

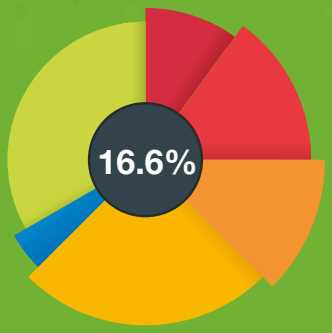
EN USA 30%*
DIRIGIDO A MKT DIGITAL

EN MEXICO**
12% DIRIGIDO A MKT DIGITAL

* Estudio por Gartner ** Estudio por Headways Media

Publicidad movil:
Expectativa de crecimiento de 14 mdd en 2013 a 33.1 mdd en el 2015
Datos de ZenithOptimedia

TV:
El medio de mayor relevancia a nivel mundial sostuvo un crecimiento de 4.2% durante el primer semestre de 2013



Publicidad online:
Crecimiento de 16.6% del 2012 al 2013
Datos de Nielsen

CIFRAS GENERALES DE INVERSIÓN EN PAUTAS PUBLICITARIAS

PUBLICIDAD DIGITAL
-ZenithOptimedia señala que en 2013 la publicidad móvil pudo haber superado los 14 mdd a nivel mundial, mientras que en 2015 se calcula que alcanzará 33.1 mdd. Factores que contribuyen a esta tendencia: a. Rápida expansión de los dispositivos móviles; b. Posibilidades de la geolocalización; y c. Nuevas estrategias para obtener datos de usuarios y campañas.
-La agencia de investigación Nielsen ubicó el crecimiento de la publicidad online en 16.6% durante el primer semestre de 2013, con respecto del mismo periodo del 2012.

PUBLICIDAD EN MEDIOS TRADICIONALES
Con datos de Nielsen correspondientes a 2013 a partir del análisis de cinco regiones del planeta, incluyendo Latinoamérica:
-TV, conservó su lugar como medio más importante, pero solo creció 4.2% entre enero y junio.
-Publicidad exterior, presentó un crecimiento sostenido a nivel global.
-Periódicos, revistas y radio, aunque se conservó estable, se prevé que su tendencia futura sea decrecer.

Fuentes:
aamedios.com
merca20.com

Principales causas de la falta de evolución de las marcas mexicanas al digital marketing:

1. Escaso conocimiento de los beneficios y de cómo implementar esfuerzos en marketing digital.

2. Carencia de recurso humano capacitado en esta área dentro de las empresas e inclusive en las agencias o consultoras que prestan servicios en digital marketing.

Estos factores provocan que se subcontrate una sola agencia a quien se delega toda la imagen de la marca en internet, sin embargo esta medida es poco recomendable, debido a la complejidad del comportamiento online de los consumidores. Además, para una agencia es difícil dominar todos los canales.

En todas las empresas es posible la implementación *in-house* de sus campañas digitales, pero resulta más rentable subcontratar el servicio que capacitar recurso humano al interior de la compañía. Por lo tanto, para la mayoría de las empresas es aconsejable formar un equipo entre los mejores recursos de varias agencias especializadas que le ayuden a implantar con éxito sus acciones de publicidad en internet y uno o varios miembros de su organización con altos conocimientos en marketing digital que guíen todos los esfuerzos.

Integrar un equipo de digital marketing multidisciplinario no es tarea sencilla, implica un amplio conocimiento de la organización y desarrollar una estructura de trabajo donde la comunicación entre los proveedores digitales y la propia empresa sea clara, puede tornarse un proceso arduo para las compañías, de varios meses e incluso años, hasta lograr un cambio de la cultura empresarial, de lo tradicional a la apertura digital.

Consultores expertos en digital marketing se convierten en grandes aliados para alcanzar esa transformación, ya que orientan objetivamente para completar la alineación ideal de proveedores y colaboradores internos, en la implementación de una estrategia digital. Los consultores optimizan tiempos de entrega y mejoran los resultados con el presupuesto asignado a digital marketing.

Dennis Brandl

Consultor de Marketing Digital en Headways Media, consultora de Digital Marketing que apoya en la transformación digital, fundada en 2005 en Alemania, con oficinas en Frankfurt, y en México en el DF y Monterrey. Headways Media siempre está a la vanguardia de las tendencias mundiales para aplicar las mejores prácticas de Digital Marketing en las empresas líderes de su giro.

Su mantra Esse Quam Videri significa "Ser, más que parecer".

GRUPO CINCO

Esse Quam Videri *"Ser, más que parecer"*

Grupo Cinco es una agencia independiente con más de 20 años de hacer comunicación. Su mantra Esse Quam Videri significa "Ser, más que parecer". En Grupo Cinco crean grandes ideas, que al combinarse con grandes marcas producen resultados igual de grandes. Resultados que han provocado que Grupo Cinco sea la agencia fuera del DF que más ha crecido en los últimos cuatro años.

Son una agencia de grandes individuos que unidos se vuelven extraordinarios. Son mexicanos, pero son de todos lados.

SERVICIOS

- Arquitectura de Marca
- Brand Development
- Business Intelligence
- Planeación Estratégica
- Creative Problem Solving
- Consumer & Business Insigths
- Publicidad
- Innovación
- Comunicación Integrada
- Digital Marketing
- Estrategia e Implementación BTL
- Estrategia y Administración de Medios

EJEMPLO DE ÉXITO

Campaña:
Te Quiero México, Te Quiero Limpio
Cliente:
Cloralex
Año:
2013
Medios:
BTL, digital, cine, TV, medios impresos, OOH y punto de venta
Director Creativo:
Águeda Quiroga
Logros:
Brand Awareness y récord histórico de participación de mercado para Cloralex

5 EXITOSOS PASOS DE G5

ENTENDER
el verdadero desafío del negocio

TRANSFORMAR
cada problema en una oportunidad

INSPIRAR
a través de grandes ideas

HABLAR
el lenguaje de las personas

CELEBRAR
cada éxito y comenzar a planear el próximo

> *"Ser no solo es creer que es posible, es **saber** que lo puedes lograr"*
>
> **André Delgado**
> *Presidente Grupo Cinco*

GRUPO CINCO

CONTACTO
www.gcinco.com
FB: /G5comunicacion
TW: @gcinco

TC consolida la experiencia de más de 150 marcas.

TARÍN CONTRERAS

En los zapatos del cliente, en la mente del consumidor

Hace 26 años, el talento de Antonio en Arte y de Maricela en Estrategia se unieron para crear Tarín Contreras. Hoy TC consolida la experiencia de más de 150 marcas. La responsabilidad que les ha otorgado la industria, empresas, Gobierno y universidades, ha definido su pensamiento estratégico y los posiciona como un aliado confiable en la consecución de resultados.

Sencillez, sentido común, libertad, empatía y confianza son los valores que los guían hacia la creación de soluciones creativas e inesperadas.

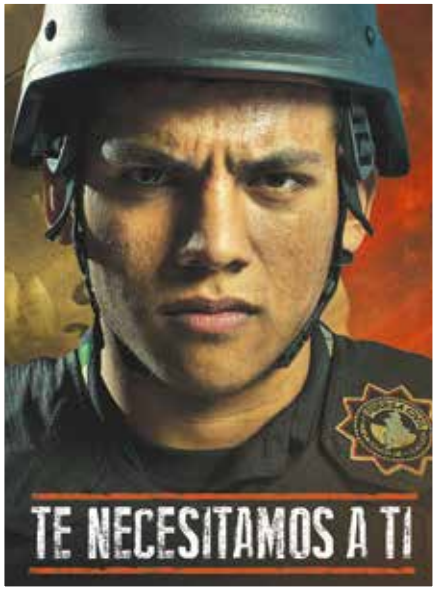
SERVICIOS

- Detección de Insights
- Estrategia de Comunicación
- Identidad
- Publicidad
- Comunicación Pública
- Comunicación Organizacional
- Mercadotecnia Social

EJEMPLO DE ÉXITO

Campaña:
Te necesitamos a ti
Cliente:
Gobierno de Nuevo León
Año:
2011-2014
Medios:
TV, exteriores y redes sociales
Directores Creativos:
Maricela Contreras y Lev de León
Logros:
Por primera vez una policía estatal se coloca como la tercera institución mejor evaluada en confiabilidad, sólo por debajo de la Marina y el Ejército Mexicano. Fuente: 8º. Pulsómetro Metropolitano de Seguridad

Campaña "Te necesitamos a ti" para el Gobierno de Nuevo León



5 PASOS PARA EL ÉXITO DE TC

DIAGNOSTICAR,
escuchar, observar, conectar y concluir insights

ENCONTRAR
el beneficio principal

DESARROLLAR
la estrategia para comunicarlo

DESCUBRIR
la idea simple y clara

PRODUCIR
una gran ejecución, óptima según la inversión

> *"Vemos más allá de la publicidad. Ponemos nuestra experiencia al servicio de causas que impactan socialmente"*
>
> **Maricela Contreras**
> *Directora*

tarin contreras
CONSULTORES DE MARCA

CONTACTO
www.tarincontreras.com.mx
FB: /tarincontreras

Ofrece estrategias de comunicación, identidad gráfica y multimedia.

TRIDENTE BRAND FIRM

Do epic things!

Tridente Brand Firm, es un equipo de especialistas que genera identidad y posicionamiento de forma estratégica, creativa y estéticamente correcta. Con un impacto positivo en áreas comerciales y sociales.

Transforma negocios, productos, servicios y proyectos en historias visuales para contar experiencias por vivir, en momentos inolvidables que forman parte del estilo de vida del consumidor.

SERVICIOS

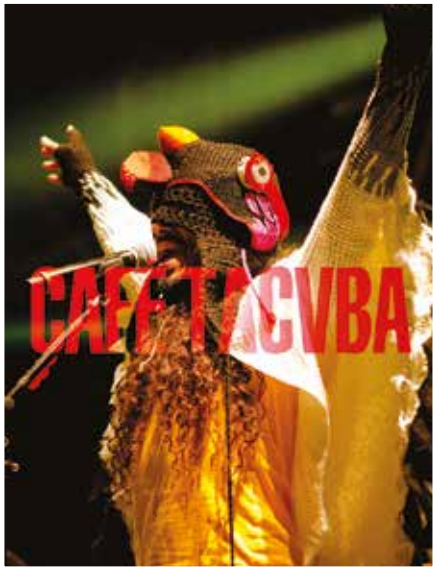
- Estrategias creativas de negocio
- Campañas de comunicación
- Identidad
- Diseño gráfico
- Arquitectura de marca
- Seguimiento de marca
- Plan de marca
- Multimedia
- Producción y postproducción de videocine
- Fotografía

EJEMPLO DE ÉXITO

Pa'l Norte Music Festival (2013)
Con un león como imagen, dotan de personalidad y posicionan lo que se ha convertido en el fenómeno que une expresión, arte, talento y música para más de 90 mil visitantes en tan solo dos ediciones

Campaña:
Pa'l Norte Music Festival
Cliente:
Rock Out y Apodaca Entertainment
Año:
2013
Medios:
TV, radio, impresos y redes sociales
Directores Creativos:
Rodolfo Ramírez, Alejandro Uzeta y Fernando Gutiérrez
Logros:
Posicionamiento de marca y 43% más de asistencia comparado con el 2012

Pa´l Norte Music Festival



5 EXITOSOS PASOS DE TRIDENTE

BUSCAR
áreas de oportunidad y de negocio

RESPETAR
todas las ideas

OFRECER
mensajes claros, poderosos y efectivos

EQUILIBRAR
la razón y el sentimiento de la marca

ORIENTAR
la comunicación hacia hacia el consumidor directo

> *"Conectamos experiencias de marca con las personas"*
>
> **Rodolfo Ramírez M. y Diego Uzeta**
> *Founder & Partner / Producer & Partner*

tridente

CONTACTO
www.tridente.mx
FB: / TridenteBrandFirm
TW: @tridenteMx

Agencia *full-service* de comunicación publicitaria que a través de su propio proceso de *planning* desarrolla conceptos de marca.

V09

Agencia *full-service* de comunicación publicitaria que a través de su propio proceso de *planning* desarrolla conceptos de marca.

Algunos clientes de la agencia son IHG (Holiday Inn y sus marcas) para Latinoamérica y Caribe, Hospital San José, Hospital Zambrano Hellion, Casas Javer, ABA Seguros ACE, Transpais y Gorditas Doña Tota, entre otros.

V09 complementa su propuesta con otras unidades de negocio independientes: DBP (Central de Medios), Unfold (Capacitación Creativa) y Chapter (Branding Studio).

SERVICIOS

- Campañas de publicidad
- Planeación estratégica
- Marketing digital
- Producción gráfica
- Identidad de marca
- Relaciones públicas

EJEMPLO DE ÉXITO

Cliente:
Gorditas Doña Tota
Año:
2011-2013
Medios principales:
Cine, TV nacional, exteriores y POP. Buscaron transmitir un nuevo aire corporativo en la evolución de una empresa familiar, sin perder el carisma de una marca tradicionalmente mexicana
Otros objetivos:
Generar confianza a los inversionistas para franquicias y posicionar a la marca como una opción saludable vs *fast food*

5 EXITOSOS PASOS DE V09

BRIEF
con objetivos específicos

INVESTIGACIÓN
en fuentes primarias y/o secundarias: conocer el producto, la competencia y al mercado

PROCESO DE PLANNING:
definir la propuesta de valor y deseo del consumidor; target conceptual, promesa de la marca y sustento, idea de ventas e *insight* del consumidor

CONCEPTO DE MARCA:
encontrar un territorio único y relevante

PLAN DE MEDIOS
estratégico elaborado con herramientas especializadas

> *"Todo es cuestión de perspectiva. Somos optimistas e idealistas; creemos en las ideas y en las personas"*
>
> **Giorgio Di Vece H.**
> *Director General*

CONTACTO

www.V09.mx

FB: /v09Mx
Tw: @VMx

CHAPTER

UNFOLD
CREATIVE TRAINING

DBP Media nació a raíz de la separación de los medios y creatividad de una agencia en dos empresas independientes y especializadas.

#TEQUEREMOSBIEN

DBP MEDIA

Una central de medios; cuenta con todas las herramientas sindicadas del mercado mexicano para planear, implementar y evaluar pautas en medios tradicionales y digitales.

DBP Media nació a raíz de la separación de los medios y creatividad de una agencia en dos empresas independientes y especializadas.

Algunos de sus clientes son IHG (Holiday Inn y sus marcas) en México, Latinoamérica y Caribe, Farmacias del Ahorro, Super Colchones, Gorditas Doña Tota, OCV Monterrey y ABA Seguros / ACE.

EJEMPLO DE ÉXITO

Cliente:
Farmacias del Ahorro
Campaña:
Te queremos bien
Agencia Creativa:
EPICA
Año:
2013
Medios:
Cine, TV nacional y de paga, radio, medios sociales, muros y BTL
Objetivo:
Optimizar la inversión entre 10 y 15% e incrementar el *top of mind* en 5% a nivel nacional
Logro:
La campaña logró una optimización de 12% de la inversión y un incremento de alcance de 2%; un aumento de 10% en el *top of mind* y 15% en preferencia con respecto del año anterior

Giorgio Di Vece B. y Carlos Figueroa
Presidente y Director General

"Ya no es un tema de audiencias; hoy el tema es conectar personas y marcas"

SERVICIOS

- Análisis del consumidor y la competencia
- Planeación
- Negociación e implementación de pautas de medios off y online
- Análisis post buy
- Reportes de inversión

CONTACTO

www.dpbmedia.mx

UNFOLD
CREATIVE TRAINING

UNA PERSONA *CREATIVA* GENERA SUS PROPIAS OPORTUNIDADES.

*"Estamos muy contentos de poder desarrollar el talento creativo mexicano de la mano de **Unfold**."*

Nicolás Perlin, director de la Sede Circular de la Escuela Superior de Creativos Publicitarios.

LA ESCUELITA LLEGA A *México*

La Sede Circular de la renombrada Escuela Superior de Creativos Publicitarios, de Argentina, llega a nuestro país representada por Unfold.

CREATIVOS
Escuela Superior de Creativos Publicitarios

PRODUCTOS

Con el objetivo de ampliar horizontes, la Escuelita llega con esta sede de forma presencial a cualquier rincón que tenga ganas, necesidad y, por sobretodo, sed de creatividad.
Más allá de contar con una cartera de contenidos establecidos, entendemos que cada lugar puede tener sus propias necesidades y es por eso que armamos una experiencia a la medida de lo que cada agencia, universidad, o marca necesite.

- *Conferencias*
- *Capacitaciones*
- *Diplomados*
- *In-companies*
- *Seminarios*
- *Workshops*

INFORMES
daniela.barahona@unfold.mx
8173.2300
unfold.mx

CHAPTER

Cuenta con un portafolio de más de 100 clientes.

#MAISON DU MACARON

ANAGRAMA

Brand Intelligence Group

Son una firma internacional de *branding*, con oficinas en Monterrey y el DF. Sus clientes provienen de muy variadas industrias en países de todo el mundo.

Además de contar con un largo historial en el desarrollo de marcas, también tienen experiencia en el diseño de objetos, espacios, *software* y multimedia.

Logran el balance perfecto entre una boutique de diseño enfocada al detalle y una consultoría de negocios que sustenta sus soluciones con datos tangibles y aplicaciones congruentes.

Sus servicios abarcan todo el espectro del *branding*, desde la consultoría para afinar los objetivos estratégicos de marca para la compañía hasta el diseño de logotipos, periféricos e ilustraciones cautivadoras.

Por esta razón, desde su creación, han decidido romper el esquema habitual de los estudios creativos integrando equipos multidisciplinarios compuestos por expertos creativos y de negocios.

Una marca bien administrada y posicionada representa un activo muy poderoso para el valor total de una compañía. Además de presentar una fuerte diferencia frente a la competencia, es una herramienta de ventas y un promotor de lealtad en la clientela cautiva.

EJEMPLO DE ÉXITO

Campaña:
Theurel & Thomas, primer pâtisserie de México especializada en el macaron francés, postre de mayor auge en la repostería de esa nacionalidad

Cliente:
Denisse Theurel

Año:
2009

Medios:
Blogs, revistas, y libros en más de 40 países, entre ellos *Eat Drink Graphics* y *Vogue* de España, *InStyle* y *Ambientes de México*, entre otras

Logros:
Produjo un *boom* que posicionó a Anagrama como una agencia de diseño y arquitectura con calidad premium a nivel mundial

"Somos una agencia en crecimiento que ofrece solo el mejor servicio y calidad en cada proyecto que emprendemos. Para nosotros el diseño no está definido por fronteras geográficas. El diseño debe comunicar sin importar de dónde eres o qué idioma hablas. Por ende, nos encantaría ser un punto de referencia que no solo enaltezca el diseño latinoamericano, sino el diseño a nivel global. La idea es expandirnos y establecer oficinas alrededor del mundo, siempre manteniendo la calidad excelente de nuestro trabajo"

Equipo Anagrama

SERVICIOS

- *Branding*
- Identidad Verbal
- Identidad Visual
- Servicios Multimedia

CONTACTO
www.anagrama.com
TW: @anagramastudio
FB: /anagramastudio

BIOXNET

Web & Branding

Son una agencia integral de diseño y marketing con 10 años de experiencia en el desarrollo de soluciones de comunicación y diseño.

Su propuesta de valor consiste en crear estrategias de comunicación efectiva con diseño excepcional y apoyados de la tecnología más vanguardista en programación.

Atienden cada proyecto desde la gestación de una idea hasta su puesta en marcha, colaborando con empresas de los giros de Servicios, Industrial, Alimentos, Comercio Internacional, Médica, entre otros.

Conozca su portafolio de trabajo en www.bioxnet.com

EJEMPLO DE ÉXITO

Campaña:
www.herramental.com.mx
Cliente:
Herramental Monterrey
Año:
2014
Medios:
Web
Director Creativo:
Bioxnet
Logros:
Rediseño de sitio web adaptable a móviles

"Nuestra pasión es solucionar creativamente los problemas de diseño y comunicación de nuestros clientes"

Lic. Jorge Gómez
Director

SERVICIOS

- Branding
- Consultoría
- Estrategia de marketing
- Diseño gráfico
- Diseño web html5
- Diseño responsivo
- SEO
- Marketing digital
- Redes sociales
- Dominios
- Hospedaje web

BIOXNET.COM™
WEB & BRANDING

CONTACTO

www.bioxnet.com
FB: /bioxnet
TW: @bioxnet
T. (81) 1931-8464
hello@bioxnet.com

La agencia de Inbound Marketing más grande de México.

DB DIGITAL TRANSFORMA LA MERCADOTECNIA EN MÉXICO

DaniloBlack evoluciona

La pasión por los resultados, la tecnología y la innovación en la comunicación ha sido una constante durante más de 25 años en DaniloBlack. Congruentes con esta actitud, han evolucionado para convertirse en DB Digital, la agencia de Inbound Marketing más grande de México. Gracias a esta experiencia acumulada más un equipo multidisciplinario especializado en estrategia, plataformas y contenidos, en DB Digital integran como nadie la metodología que está revolucionando la manera en la que las empresas están haciendo marketing en la era digital. Se han convertido en Enterprise Inbound Marketing para transformar la mercadotecnia en México.

Generación de resultados

Inbound Marketing es mucho más que una campaña, es un proceso continuo de crecimiento con resultados que se pueden medir. Con un equipo especializado en diversas disciplinas del diseño, la estrategia digital y los contenidos, han logrado generar resultados para una amplia cartera de clientes, entre los que destacan Banorte, InnovaSport, Agua y Drenaje de Monterrey y Viakon. El común denominador de estos proyectos es una robusta integración de esfuerzos digitales para dar resultados.

EJEMPLOS DE ÉXITO

Inbound Marketing no es una campaña, es un proceso continuo de crecimiento con resultados medibles

"Nos enfocamos en los resultados de nuestros clientes, ya que su éxito se vuelve el nuestro"

"Somos una fábrica de leads. Apoyamos el crecimiento de ventas que has estado esperando"

Roberto Madero
Director CEO DB Digital

SERVICIOS

Generan oportunidades de venta (leads) a través de Inbound Marketing.

Danilo Black

DB digital
enterprise inbound marketing

CONTACTO
www.dbdigital.com
FB: /dbdigitalmx
TW: @DBDigitalMX

DON MOSTACHÓN MARKETING & COMMUNICATION

We believe in creativity

Se define como un catalizador de pasión, lo cual logra creando marcas únicas, comunicando mensajes trascendentes, promoviendo conexiones estrechas y produciendo eventos espectaculares a través de estrategias creativas de marketing y comunicación en medios tradicionales, BTL y electrónicos.

A la fecha, más de 50 clientes respaldan su labor y experiencia.

Cree en la creatividad, el marketing y la inteligencia colectiva.

EJEMPLO DE ÉXITO

Campaña:
Volvamos a ser niños
Cliente:
Saint Mary's Institute
Año:
2013
Medios:
Medios impresos, social media, activación BTL, producción audiovisual y event planning
Director Creativo:
Raúl Terashima
Logros:
Incremento de la matrícula de la escuela en 35%. Reposicionamiento de la marca en el mercado potencial, a través del diseño de mensajes clave y una imagen renovada con enfoque a la comunicación de diferenciadores

"Nunca conoceremos los límites de la imaginación. Esto hace que nuestras posibilidades sean infinitas"

Luis Alfonso Rodela y Raúl Terashima
Fundadores

SERVICIOS

- Branding
- Social media
- Campañas publicitarias
- Marketing BTL
- Diseño gráfico
- Comunicación corporativa
- Event planning
- Posicionamiento web
- Producción audiovisual

CONTACTO
www.donmostachon.com
TW: @IAmDonMostachon
FB: /IAmDonMostachon

Su transparencia y honestidad son cualidades que los han posicionado a lo largo de 25 años.

EN MEDIO DE LA NADA

Una nueva forma de interpretar la vida

Con la visión de ofrecer un servicio integral en comunicación y marketing, en 1989 Ángel Gomezgil Kuri fundó un espacio donde las marcas lograsen tener la confianza para darse a conocer y expandirse de una manera seria, creativa y eficaz; la cual ha prevalecido en la manera de vender y hacer publicidad a lo largo de 25 años.

Su transparencia y honestidad le han posicionado como una de las agencias de mayor credibilidad en sus negociaciones con los medios nacionales.

EJEMPLO DE ÉXITO

Campaña:
En perfecto equilibrio
Cliente:
Doctors Hospital
Año:
2013
Medios:
Televisión, prensa, revistas y redes sociales
Directores Creativos:
Aracely Carral y Juan Ángel Castañeda
Logros:
Posicionamiento de marca

"Los clientes buscan en su agencia la triple A: un Asesor, un Aliado estratégico y un Amigo"

Ángel Gomezgil
Director General

SERVICIOS

- Creación de conceptos de
- comunicación
- Planeación estratégica
- Negociación de medios a nivel
- local, regional y nacional
- Investigación de mercados
- Diseño gráfico
- Edición de revistas
- Relaciones públicas
- Marketing digital

CONTACTO
www.enmediodelanada.com
cuentas@enmediodelanada.com

En Havas Media Monterrey, trabajan con cuentas como Telcel, Banorte, Alen, HEB, Autozone y Lowe's, entre otras.

HAVAS MEDIA

Creamos marcas y conexiones significativas

Havas Media celebra 20 años en México y 11 en Monterrey. Esta trayectoria le permite sumar aprendizajes que fortalece su compromiso con una cultura de calidad operativa y excelencia en el servicio.

Como parte de su evolución y novedades, está creando Socialyse, una división especializada en soluciones para *social media*, cuya operación se apoya en una plataforma exclusiva de gestión y optimización de campañas.

EJEMPLO DE ÉXITO

El Diplomado en Carne Asada, cuyo concepto creativo fue desarrollado por la marca H-E-B supermercados, fue impulsado con una pauta de medios tradicionales y digitales en donde lograron posicionar la marca de una manera positiva en el target regiomontano. H-E-B desarrolló la primera aplicación mobile en México (i-Meat) donde permite a los amantes de la carne asada ser parte de los tutoriales del Diplomado. Estos esfuerzos fueron complementados con promoción en prensa, revistas y menciones en partidos de fútbol. Su experto en carnes compartió tutoriales en Youtube, tips en redes sociales y realizó un livestream para responder en tiempo real las dudas de los usuarios

Logros:
-11mil 500 descargas (durante su lanzamiento se convirtió en una de las apps más descargadas en México)
-Casi un millón de reproducciones en YouTube de los tutoriales con el experto
-20% de engagement en Twitter
-2X de engagement en Facebook sobre el promedio de la industria
-562 regios atendieron de forma presencial al curso y fueron certificados como Expertos en Carnes

Fotografía por Mónica Martínez Vite

"Estamos comprometimos con apoyar a nuestros clientes generando conexiones significativas entre las marcas y los consumidores"

Debbie Rubinstein
Directora de Havas Media Noreste

HAVAS MEDIA

CONTACTO
www.havasmedia.com.mx
TW: @HavasMediaMEX

Desde hace 10 años le da a los consumidores razones para preferir los productos de sus clientes.

IN3 / INCUBO BRANDING

Pasión por las ideas

En Incubo desde hace 10 años le dan a los consumidores razones para preferir los productos de sus clientes en un mundo donde hoy se tienen más alternativas que nunca, por eso la importancia de producir ideas que generen valor de marca, pero sobre todo, ventas.

Su experiencia y gran sentido de negocio los lleva a ser socios estratégicos de grandes marcas locales, nacionales e internacionales, haciendo alianzas de largo plazo. Siempre comprometidos a dar la mejor solución, motivados por alcanzar un objetivo. En Incubo en realidad no trabajan, gozan creando diferenciadores en la comunicación, que originan clientes felices y marcas que generan empatía con sus consumidores.

EJEMPLO DE ÉXITO

Campaña:
¡Gol! Miller Lite
Cliente:
Miller Brewing Company
Año:
2013
Medios:
Prensa
Directores Creativos:
Emilio Cruz y David Chávez
Logros:
Posicionamiento de marca e incremento en ventas

"Lo bueno no se olvida y lo mejor de todo: se comparte"

Emilio Cruz
Director General

SERVICIOS

- Publicidad
- Branding
- Diseño de Empaque
- Diseño POP
- Estrategia Digital
- Social Media
- Web
- Editorial
- Activaciones y Promociones
- Conceptualización y Coordinación de Eventos
- Multimedia

CONTACTO
www.incubo.com.mx
F. /in3branding
T. @in3branding

#GRANDE

MARKCOMM DE MÉXICO

¡Yo lo hice!

Crea ideas integrales que generan soluciones completas para marcas nacionales e internacionales, grandes y pequeñas, consolidadas o iniciando operaciones.

Lidereados por Pablo Zubieta, quien fue nombrado "Una de las 15 Estrellas de la Mercadotecnia en México" por la revista *Expansión*, en MK les apasiona conectar a las marcas con sus mercados ¡y a los mercados con sus marcas! Esto lo hacen bajo su lema: ¡Yo lo hice!, afirmación que define la satisfacción que sienten al hacer un gran trabajo, que funciona, que trasciende, que vende.

EJEMPLO DE ÉXITO

Campaña:
Grande
Cliente:
National Unity Insurance Company
Año:
2013
Medios:
Impresos, digitales y diseño de empaque
Director Creativo:
Jesús Espinosa
Logros:
Posicionamiento de la marca a nivel internacional y mayor impacto en puntos de venta

"*Hay que ser y parecer*"

Pablo Zubieta
CEO Markcomm de México

SERVICIOS

- Estrategia de marketing
- Estrategia de comunicación
- Branding
- Publicidad
- Comunicación interna
- Empaque
- Eventos
- Material editorial, gráfico y audiovisual
- Mercadeo directo
- Material punto de venta
- eMarketing y social media
- Relaciones públicas

CONTACTO
www.markcomm.com.mx
FB: /mkmexico
TW: @markcommmty

Son constructores de ideas y soluciones creativas para marcas y productos.

MEENT

Construimos ideas

Desarrollan estrategias que implementan para cada proyecto, comenzando con la consultoría creativa, lo que les permite entender las necesidades de sus clientes y seleccionar los servicios adecuados.

¿Qué los distingue ante un mercado tan competitivo?, la respuesta es el compromiso y el valor agregado a lo que tanto les gusta hacer.

Algunos de sus clientes son: Crowne Plaza, Presidente Intercontinental, Holiday Inn, iStay, Banco Afirme y Lowe's México, entre otros.

EJEMPLO DE ÉXITO

Campaña:
Mi casa Afirme
Cliente:
Banco Afirme
Año:
2013-2014
Medios donde apareció:
Impresos, mailing y social media
Director Creativo:
Isacc Ruiz
Logros:
Posicionamiento de marca e incremento de créditos hipotecarios

"Buscamos la satisfacción total de nuestros clientes por medio de una comunicación efectiva"

Ricardo Berzoza
Director General

SERVICIOS

- Branding
- Campañas Publicitarias
- Fotografía Profesional
- Diseño Editorial
- Diseño de Empaque
- Desarrollo de Marca
- Estrategias de Marketing
- Estudios de Mercado
- Diseño de Interior
- Arquitectura
- Servicios de Comercialización
- Estrategia de Ventas

CONTACTO
www.meent.com.mx
FB: /meent
TW: @Meent_Agencia

Entre sus clientes destacan: Barcel, GNC, Tyson Foods, Banamex, Coppel Canadá, Grupo Milenio, Innova Sport, Club de Futbol Monterrey, OXXO, Lamosa, UDEM e INCan, entre otros.

MENOSUNOCEROUNO

Desde el 2001, su producto creativo es reconocido por su potente simplicidad y estética milimetrada. Traduce las estrategias de negocio en estrategias de comunicación movilizadoras mediante historias sencillas y potentes que conectan personas con marcas y marcas con personas. Aborda las oportunidades de sus marcas con una inmersión exhaustiva para guiarlas bajo un concepto transgresor que define su territorio y manera de vivir en el largo plazo. Como resultado, sus marcas deben oler, saber, sonar, sentirse, verse, hablar y comportarse de tal forma que se vuelvan inolvidables.

CONTACTO
www.menosunocerouno.com
FB: /MENOSUNOCEROUNO
TW: @MENOSUNOCEROUNO
Youtube: MENOSUNOCEROUNO

EJEMPLO DE ÉXITO

Campaña:
En la vida y en la cancha
Cliente:
Club de Futbol Monterrey
Año:
2010-2014
Medios:
TV, OOH, prensa y radio
Directores Creativos:
Emmanuel Moreau y Jorge González
Logros:
Han logrado que el sentido de pertenencia del aficionado vaya creciendo año con año. Al día de hoy existe una fidelidad hacia el equipo. Generaron unión entre la ciudad y el equipo

"Impactamos las estrategias de negocio, la comunicación, los productos y la cultura interna, cuidando la integridad de nuestras marcas"

Equipo MENOSUNOCEROUNO

SERVICIOS

- **Estrategia de marca**
  Investigación y estrategia
  Campañas de publicidad y BTL
  Creación de contenidos
  Comportamiento en medios
- **Branding**
  Investigación y estrategia
  Identidad verbal, visual y auditiva
  Editorial
  Empaque
- **Integración digital**
  Investigación y estrategia
  Sitios web y MKT en línea
  Social marketing y estrategias móviles

Iniciada en el 2012, crea soluciones en el campo visual y estético.

NATION

Home of the big idea

Nation es una agencia enfocada en proveer soluciones en el campo visual y estético, creada en el 2012. Dentro de las principales compañías con las que han trabajado se encuentran la Universidad de Monterrey, Sigma Alimentos, Walmart, Fortuna Lab, Milenio, Universidad del Norte y empresas independientes como Chef Andrea Herrera, proyecto publicado en *BranD Magazine* en Hong Kong.

Nation se distingue por sus diferentes tipos de enfoques y visiones sobre los proyectos, ya que buscan encontrar maneras diferentes y funcionales para solucionar las necesidades de sus clientes. Su motto (Nosce te ipsum) significa "conócete a ti mismo", concepto el cual aplican siempre con sus clientes y servicios.

EJEMPLO DE ÉXITO

Campaña:
Underneath my Skin
Cliente:
Two & Even
Año:
2013
Medios:
Web e impresos
Directores Creativos:
Andrea Treviño y Florencia Lindow
Logros:
Posicionamiento de marca y aumento de ventas

"Nuestro enfoque está en encontrar la funcionalidad dentro de lo visual y lo estético"

Equipo Nation

SERVICIOS

- Identidad corporativa
- Publicidad
- Fotografía
- Desarrollo y producción au-
- diovisual
- Diseño editorial
- Manejo de marca

CONTACTO

www.nationvisuals.com
FB: /nationvisuals
TW: @nationvisuals
Instagram: @nationvisuals
Behance: /behance.net/nation

NIVEL CREATIVO

Ideas en movimiento

Especialistas en la creación, análisis, planificación y gestión de estrategias de comunicación integral que contemplan un mix de contenidos publicitarios, promoción, programas de relaciones públicas conceptualización gráfica y planes de medios con enfoque en los resultados.

Con más de una década conectando personas con las más prestigiosas marcas en la industria de los servicios, viajes y *leisure* en México, Nivel Creativo está integrado por un equipo de profesionales dedicado a generar soluciones de comunicación *online/offline*, marketing 360 grados, inteligencia de mercados, *e-advertising* y otras alternativas publicitarias interactivas que contribuyen a optimizar proyectos de negocio e impulsan experiencias únicas en la relación personas-marcas.

EJEMPLO DE ÉXITO

Campaña:
"Somos tu mejor momento"
Cliente
Arriva Hospitality Group
Giro al que pertenece
Turismo / Hotelería
Necesidad
Fortalecimiento y posicionamiento de marca de Arriva Hospitality Group como un corporativo líder en el sector turismo y que tiene bajo su operación más de dos mil habitaciones en el Occidente de México. Diferenciación de cada producto del corporativo de acuerdo a su perfil, ubicación y segmento
Tipo de campaña realizada
Creación de estándares de comunicación para cada marca. Desarrollo de acciones para reforzar, de manera emocional, la imagen de cada una de las marcas ante agencias de viajes y mayoristas, con impacto en segmentos de mercado directo y cuenta comercial
Logros
-Reconocimiento de las marcas del corporativo de acuerdo a sus propios targets.
-Incremento en los porcentajes de la ocupación anual de cada marca, favoreciendo segmentos de mercado muy específicos, como grupos, adultos jóvenes, bodas y convenciones.
Año
2012-2013
Medios
Medios digitales. marketing viral, estrategias BTL, relaciones públicas, activaciones (por segmento/ubicación geográfica). *Mix de medios:* revistas especializadas, radio, impresos y prensa
Directores Creativos
Alex Vargas y Rubén Darío Hidalgo

"Honestidad, pasión, valor y audacia nos impulsan a superar nuestros propios retos"

Javier Velasco
Director General

SERVICIOS

- Medios
- Digital Marketing
- Identidad Corporativa
- Apps
- Fotografía
- Video
- Promocionales
- Impresos

CONTACTO

NC | NIVELCREATIVO
MKT COMUNICACIÓN + MEDIOS

Viena 93, Col. Díaz Ordaz
Puerto Vallarta, Jal.
T. (322) 225-1300 (multilínea)
proyectos@nivelcreativo.com

NivelCreativo.com.mx
FB: /NivelCreativo
TW: @nivelcreativo

RT&A cuenta con una trayectoria de casi 30 años.

R TREVIÑO & ASOCIADOS

Razón + Pasión

Durante casi 30 años, RT&A ha tenido el privilegio de trabajar en el fortalecimiento de marcas locales, regionales, nacionales e internacionales, para lograr una conexión directa con los consumidores y alcanzar los objetivos de negocio de las mismas.

EJEMPLO DE ÉXITO

Cliente:
Subaru de México

Después de un inicio complicado, Subaru México se reestructura y busca reposicionarse correctamente como una de las marcas de automóviles de mayor prestigio a nivel mundial.
RT&A es parte clave de este esfuerzo, creando la estrategia de comunicación y medios para la campaña institucional, así como la introducción de los nuevos modelos Subaru XV y Forester 2013
Año:
2013
Medios:
Prensa, revistas, vallas y radio
Director Creativo:
Equipo Creativo RT&A
Logros:
La respuesta no se hizo esperar. A un año de aquel lanzamiento, la marca vive su mejor momento y empieza a tomar su lugar en la categoría de autos premium; esto soportado en ventas y en el posicionamiento de la marca en el mercado

"Nunca hemos realizado una campaña exitosa que no fuera el resultado de un íntimo trabajo en equipo, entre nuestro cliente y la agencia"

Rubén Treviño
Director General

SERVICIOS

- Estrategias de comunicación, publicidad y mercadotecnia
- Consultoría de marca
- Branding & packaging
- Shopper mkt
- Local store e in-store marketing
- Planeación y contratación de medios
- Inteligencia de mercados

RT&A creative marketing

CONTACTO
www.rtevino.com
FB: /RTAcreativemarketing
Youtube: /RTAcreativemkt

Ha trabajado con compañías como Absolut, Vans, British American Tobacco, Villa de Patos, Cerveza Finísima, Mezcal San Cosme, 86 Foods (Kuwait), Handvaerk (Nueva York) y Sean Ford (Vancouver), entre otros.

#VILLA DE PATOS

SAVVY

Future-ready brand solutions

Es un estudio multidisciplinario dedicado a desarrollar experiencias de marca que generan vínculos entre sus clientes y su público. Su equipo está conformado por especialistas en Mercadotecnia, Comunicación, Diseño Gráfico, Diseño Industrial, Copywrite Creativo y Arquitectura. Además, colabora con artistas y diseñadores internacionales, lo que le permite ofrecer soluciones creativas sólidas e innovadoras, con una visión global y competitiva.

Trabaja meticulosamente en cada proyecto mediante un proceso creativo abierto, dinámico y comprensible, que facilita la participación de sus clientes en todo momento.

EJEMPLO DE ÉXITO

Proyecto:
Villa de Patos
Cliente:
Villa de Patos (Familia Arizpe)
Año:
2010 a la fecha
Medios:
Suplementos, periódicos, revistas y blogs, etc.
Director Creativo:
Rafael Prieto
Logros:
Crecimiento y posicionamiento de la marca en corto plazo, tanto en México como recientemente en su introducción a Estados Unidos

"Desarrollar una marca sólida, integral y atractiva requiere de un balance entre insights humanos, emocionales y mucha estrategia profesional. El resultado son proyectos y soluciones a prueba del tiempo"

Rafael Prieto
Director

SERVICIOS

- Branding
- Arquitectura
- Interiorismo
- Diseño de Productos
- Dirección de Arte
- Estrategias de Marca
- Publicidad
- Brand Management
- Desarrollo de Web
- Fotografía y Video

CONTACTO
www.savvy-studio.net
FB: savvystudio
TW: @savvystudio

Actualmente cuenta con más de 40 clientes.

SR.SMITH

Creer.Crear.Crecer ®

Desde 1999, Sr. Smith se ha dedicado a generar ideas frescas y sanas a sus clientes; ideas que llevan un claro objetivo: que hagan sonar sus cajas registradoras, porque toda gran idea de negocio requiere de otra gran idea para llegar al corazón de los consumidores y por supuesto, a sus bolsillos.

Actualmente cuenta con más de 40 clientes. Algunos de los más representativos son: Las Alitas, Sigma Alimentos, Banco BASE, NEMAK, MiTienda del Ahorro, Galerías Valle Oriente y Plaza Cumbres.

EJEMPLO DE ÉXITO

Cliente:
Las Alitas
Año:
Desde el 2001
Medios:
ATL
Logros:
Por más de 13 años ininterrumpidos ha colaborado en la construcción de marca tanto BTL como ATL, así como en la estrategia de comunicación.
Para esta cadena de restaurantes, se decidió manejar una imagen fresca y un tanto irreverente para comunicar el concepto diferenciador de esta marca, lo cual se ha traducido en resultados positivos para la cadena, tanto en recordación de marca como en presencia en el país

> *"Cuando decides hacer cosas buenas, con amor y con una buena causa, dejas simplemente de hacer y comienzas a CREAR, y cuando CREAS, CRECES"*
>
> **Sr. Smith**

SERVICIOS

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

CONTACTO
info@srsmith.com.mx
www.srsmith.com.mx
FB: /SrSmithPublicidad
TW: @elSrSmith

INTERNACIONAL
DE INVERSIONES

VAO²

OTRA DECISIÓN INTELIGENTE

VAO2 Oficinas

Nuevo nivel corporativo

Edificio en San Pedro que ofrece lo mejor para corporativos: tecnología, seguridad, eficiencia, imagen; además de ofrecer el mejor servicio y sobre todo inmejorables amenidades. Pertenece al proyecto maestro VAO.

Más de 70,000m2 de área para oficinas que permiten cambios y expansiones; respaldo en caso de falta de electricidad para áreas privadas completas; gran cantidad de cajones de estacionamiento, preparado para generar ahorros en adecuaciones y otros grandes beneficios únicos.

VAO2 renta de espacios para corporativos, despachos, oficinas administrativas.

ESPACIA®
OFICINAS

RENTA DE ESPACIOS CORPORATIVOS

Tel. 52 (81) 1776 4541
Cel. 52 (81) 8252 5214

espacia.com.mx

espaciaoficinas espaciaoficinas

Televisa Monterrey llega a más de cuatro millones de televidentes en el área metropolitana de Monterrey.

TELEVISA MONTERREY

LAS NOTICIAS

"A toda hora y en todo lugar"

Televisa Monterrey llega a más de cuatro millones de televidentes en el área metropolitana de Monterrey, ofreciendo dos señales que se adaptan a las necesidades de cada cliente: MTY TV y TELEACTIVA.

MTY TV transmite 16 horas de producción local diariamente, contando con una amplia gama de programación.

TELEACTIVA cuenta con el sistema informativo local Estamos Contigo.

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.

EJEMPLO DE ÉXITO

Programa: LAS NOTICIAS

Como líder de opinión Gregorio Martínez profundiza con sentido crítico en los temas que más interesan a la comunidad, entrevista a los protagonistas, interactúa con su público en redes sociales y presenta LAS NOTICIAS del día y en tiempo real.

"En LAS NOTICIAS nuestro compromiso es presentar la información que más le interesa a nuestra comunidad"

GREGORIO MARTÍNEZ

Conductor Titular de LAS NOTICIAS

CONTACTO

Espinosa 780 pte., Col. Centro, Monterrey, NL
T. (81) 4040-4000 / 4040-4019 / 4040-4003
televisamonterrey@televisa.com.mx
visionempresarial@televisa.com.mx
televisamtyventas@televisa.com.mx
www.televisamonterrey.tv
F. Las Noticias Televisa Mty
T. @_LASNOTICIASMTY

Forma parte del Grupo Avalanz, empresa conformada por Zignia, SuperBoletos, Todito Card, CNCI, El Horizonte, Arena Monterrey, Arena Ciudad de México y Expo Tampico.

AZTECA NORESTE

Te damos de qué hablar

Azteca Noreste nació en 1994. Forma parte del Grupo Avalanz, conjunto empresarial mexicano que, entre otras empresas, está conformada por Zignia, SuperBoletos, Todito Card, CNCI, El Horizonte, Arena Monterrey, Arena Ciudad de México y Expo Tampico.

Azteca Noreste es parte de Azteca México, la segunda televisora del mundo más importante de habla hispana.

A nivel nacional, tiene presencia a través de la señal de los canales 7 y 13. Es una propuesta de televisora regional cuya cobertura abarca Estados mexicanos de Nuevo León, Coahuila y Tamaulipas, también llega al sur de Texas, en los Estados Unidos.

En 2008 nació el portal de internet www.info7.mx, con el que inicia la diversificación de los contenidos a través de la multimedia. La estrategia de INFO7 es producir y distribuir, en diversas plataformas, contenidos de interés general para la audiencia.

EJEMPLO DE ÉXITO

Programa: INFO7
Noticiero de televisión donde se informa de los hechos más relevantes del día en la localidad, México y el mundo. Cuenta con diversas secciones de interés general y un sistema de distribución "Multi Screen".

Logros:
Audiencia fiel en constante crecimiento. Coberturas con fuerte orientación social y humana. Gran impacto en atención a temas de interés cotidiano. Referente en coberturas de eventos de clase mundial, como copas del mundo de futbol, Super Bowl, oscares y juegos olímpicos.

"Somos una fábrica de contenidos con valores, que informan y entretienen a la familia mexicana"

RUBÉN JORDÁN
Director Azteca Noreste

CONTACTO
www.info7.mx
T. (81) 8761-0500
FB: /info7mty
TW: @info7mty

Reporte Indigo es un medio multiplataforma que busca generar entendimiento.

REPORTE INDIGO

El periódico más vivo que nunca

Se adentra en la profundidad de los sucesos. No solo explica qué sucede sino por qué ocurren las cosas y los efectos que tendrán en el futuro.

Además es el primer periódico vivo en el que, con la ayuda de su *app* Indigo Vivo, permite que las páginas del diario cobren vida.

A partir del papel, el lector puede accesar al contenido multimedia por medio de un móvil o una *tablet*. También puede accesar a la información a través de sus *apps*, su página web e Indigo TV, un canal de televisión online.

Reporte Indigo fue fundado en octubre del 2004 como la primera experiencia de comunicación virtual multimedia en México dedicada al entendimiento de temas de alto impacto político, económico y social.

A mediados de febrero de este año Grupo Mac Multimedia y Reporte Indigo anunciaron una asociación institucional a través de la adquisición de una importante participación de la empresa.

La integración de Reporte Índigo a Grupo Mac Multimedia incluye la firma de un acuerdo que permitirá la cooperación profesional entre ambas casas editoriales.

EJEMPLO DE ÉXITO

Indigo Vivo
Reporte Indigo es pionero en la aplicación de realidad aumentada en un medio impreso, lo que permite accesar al contenido multimedia por medio del papel.

Logros: La empresa fue galardona en el World Summit Award y recibió el premio a lo mejor en e-content / e-creativity participando contra 160 países.

"Aquellos medios capaces de conjugar entendimiento, entretenimiento, interacción y movilidad serán los que sobrevivan en la primera mitad del siglo XXI"

RAMÓN ALBERTO GARZA
Presidente y Director General de Reporte Indigo

CONTACTO
T. (81)1522-0300
www.reporteindigo.com
FB: /R.Indigo
TW: @reporte_indigo

Cuenta con tres noticieros diarios, además de programas de entretenimiento, deportes y debates políticos en *La Grillotina*.

DOMINIO RADIO

Dominio FM, Pasión por la Información

Grupo Mass Comunicaciones tiene más de 50 años en el ámbito Radiofónico. Desde la fundación de Radio Naranjera, por Don Jorge Gámez González, hace más de medio siglo, han dominado el medio, dando nacimiento por su nombre a Dominio FM, una estación diferente y que inició transmisiones en abril del 2012.

Situada en el 96.5 de frecuencia modulada, tiene al público radioescucha cautivado por su variedad y calidad en contenidos, siendo la única estación de radio hablada que existe en Monterrey. Su diversa programación ofrece información y entretenimiento para todas las clases sociales, pues su contenido es de interés general. Cuenta con tres noticieros diarios, además de programas de entretenimiento, deportes y debates políticos en *La Grillotina*.

Todo el equipo de transmisión posee la más alta tecnología, transmitiendo en vivo a través de LiveStream.

EJEMPLO DE ÉXITO

La Grillotina
(Lunes a viernes de 18:00-19:00 hrs.)
Programa de análisis y debate de temas políticos con invitados especiales. Se ha posicionado como el programa político más escuchado y líder de opinión pública en Nuevo León.

"Dominio FM es la única estación de radio hablada en Monterrey. Nuestro principal slogan lo dice contundentemente: Tenemos pasión por la información. En muy poco tiempo lidera la opinión pública y es la compañía diaria de dos millones de automovilistas con su contenido informativo y de entretenimiento"

LIC. MARIO GÁMEZ FONSECA
Director General

Cuenta con casi 30 años de trayectoria en el medio y es uno de los periodistas más reconocidos del país. Su principal característica es decir las cosas como son.

CONTACTO
Miguel Nieto 646, Col. Mirador
T. (81) 8345-5300
www.dominio.fm
@ contacto@grupodominio.mx
FB: /dominioradio
TW: @dominioradio

MARCO FERRARA

CONCRETANDO SUEÑOS PARA MÉXICO

POR SAMANTHA FEMATT
FOTOGRAFÍAS POR MÓNICA MARTÍNEZ VITE

Jamás imaginó que ese verano en Seattle detonaría el futuro de su vida, y que sus planes de vivir en el extranjero y trabajar para grandes firmas hoteleras tendrían un giro de 360 grados, encontrando en dar y ayudar su verdadera vocación y felicidad.

Marco es un hombre sencillo, humilde, con muchas ideas, pero sobre todo, perseverante y tenaz. Estas cualidades lo han llevado muy lejos, haciendo posible el cumplimiento de sus metas, destacando debido a que pocos a sus 33 años han logrado concretar lo que él.

Hace 16 años vivió una experiencia que le cambió la vida, tenía apenas 17 años y se encontraba en Seattle cursando un verano. En una clase tenía que exponer una problemática social de su país que le preocupara y optó por el tema de la pobreza. Durante tres días se preparó, "cuando la presenté, de una forma muy simple, mucha gente me empezó a cuestionar cómo un país tan rico como México podía tener la mitad de su población en estado de pobreza. No sabía la respuesta". Esa incógnita quedó sembrada en su mente y con el tiempo dio frutos, hasta convertirse en lo que hoy es En Nuestras Manos, proyecto pionero de Fundación Vicente Ferrara, AC.

Regio de nacimiento, Marco tuvo una infancia feliz, en compañía de sus papás y dos hermanos mayores. Cursó sus estudios en la ciudad, sin embargo recuerda que a pesar de haber sido muy disciplinado en conducta, las clases no eran su fuerte. Realizó la Licenciatura en Hotelería y Turismo en Montreaux, Suiza, sin embargo truncó sus estudios para irse a París y hacer prácticas profesionales en el Hotel Ritz. "Ahí fue donde más me gustó y más aprendí". También hizo las mejores relaciones públicas por tanta gente de importancia e interesante que conoció de todas partes del mundo. "Me di cuenta de que grandes personajes pueden ser muy sencillos y aprendí muchos valores, entre los que destacan la humildad y generosidad".

Su desempeño fue tal que le ofrecieron quedarse después de radicar en la ciudad por más de ocho meses. "Rechacé la propuesta porque estaba muy cansado del estilo de vida de los parisinos". De regreso en México se estableció en Cancún con la idea de generar algo. Al tener más tiempo libre, sus pensamientos regresaron a aquella clase en Seattle, experimentando un sentimiento de responsabilidad al ver las diferencias sociales.

Con base en lo anterior, nació la idea de capacitar a gente en situación de pobreza extrema, dándole la oportunidad y apoyo a través de empresas, para salir adelante de ese entorno de vulnerabilidad y ser autosuficiente. Con la idea en mano empezó a tocar puertas de empresarios, académicos y papás de sus amigos. "De 100 se me abría una puerta". No obstante, su perseverancia nunca lo defraudó, ya que poco a poco fue construyendo lo que hoy en día es En Nuestras Manos.

EN NUESTRAS MANOS

Desde el 2005 inició la planeación estratégica de toda la ideología del proyecto, su estudio y modelo. Sin embargo, en el 2009 se lanzó públicamente.

La organización busca dignificar y profesionalizar los oficios por medio de sus Centros de Capacitación Integral (CAI), los cuales ya operan en Monterrey y próximamente lo harán en Puebla.

El CAI Estatal comenzó hace cuatro años, siendo una obra de más de 10 mil m² construido sobre lo que fueron los basureros de la ciudad durante 40 años, en la colonia San Bernabé. "Tenemos como filosofía pedirle a las empresas en lugar de dinero, especie o talento, pues se nos hace más sencillo, transparente y eficiente". En el terreno se levantó una obra compleja, ya que se vieron en la necesidad de pilotear a 14 metros de profundidad para llegar a tierra firme, debido a la cantidad de basura acumulada; obra que además costó mucho esfuerzo. Marco platica que en este lugar se han hecho cosas increíbles, pero también otras que no volvería a hacer jamás, entre ellas no haberlo construido por etapas.

El CAI es autónomo, tiene su propio Consejo y lo adoptan los empresarios de la región, quienes se encargan de hacerlo sustentable y operarlo. Como Presidente del Consejo en el CAI de Monterrey está Raúl Pérez Madero. "Raúl tenía ganas de hacer algo a nivel social, casualmente con el tema de oficios; a los varios días llegué yo y como una buena diosidencia nos encontramos y se acomodó todo para que trabajáramos juntos". El Consejo tiene el objetivo de operarlo para cumplir su noble visión.

Comenta que no es una obra de lujo, pero sí muy grande, "fue una construcción muy costosa y un esfuerzo titánico". Agrega que no hay nada más satisfactorio que ver a la gente graduándose y ver sus sueños concretarse: "es cuando recuerdo por qué estoy haciendo esto".

Existe una importante alianza con cada una de las empresas que se involucra, las cuales se busca que bequen a los afiliados y los contraten acorde a sus necesidades, todo esto con el objetivo de que el CAI cumpla tanto su misión así como su autosustentabilidad.

Este año suman 200 los graduados y 285 las personas de nuevo ingreso que están aprendiendo los oficios de panel de yeso, cerámica, ventas y estilismo. Todas enlazadas con empresas del ramo para que los ayuden con el equipamiento y estudio, y con la parte de contratación o vinculación, cerrando el círculo.

Este año iniciará la construcción del segundo CAI, en Puebla. Una obra de 125 millones de pesos. Tendrá de igual forma su propio Consejo y talleres específicos acorde a la demanda de la ciudad. "Mi sueño es que los CAI's se conviertan en las mejores universidades de los oficios y se extiendan por todo el país".

Todo esto se ha podido concretar gracias a una buena convocatoria en medios de comunicación, en la parte artística y empresarial. "Lo hemos logrado a través de proponernos ser perseverantes y tocar la puerta de líderes de impacto. El detonador de lo demás ha sido una estrategia muy exigente, donde cada uno de ellos ha creído en mí y me ha recomendado con más gente". Provocando una cadena interminable en la que Marco pone todo su corazón, pasión y entusiasmo. "Mi sueño es que en unos 10 años seamos los mejores centros de capacitación de oficios técnicos y haber logrado profesionalizarlos y dignificarlos tal como funciona en otros países".

CAI Monterrey

Render CAI Puebla

CONSEJO CENTROS CAI NUEVO LEÓN ABP

Marco Ferrara Villarreal / Fundador Honorario Vitalicio
Raúl Pérez Madero / Presidente del Consejo
Jesús Acosta Verde / Mauricio Arcq Guzmán / Eugenio Azcárraga López Juan Clariond Lozano / César Elizondo Garza / Gabriel Garza Herrera Rodrigo González Calderón / Eduardo González Sada / Juan B. Morales González / Manuel Rivero Zambrano / Alberto Santos Boesch / Armando Vejar Cortés / Enrique Vogel Martínez

CONSEJO CAI PUEBLA

Marco Ferrara Villarreal / Fundador y Presidente del Consejo
Martha Erika Alonso de Moreno Valle / Presidenta Honoraria
Isidoro Alonso De Silva / Pedro Aspe Bernal / Luis Ernesto Derbez Bautista Gerardo Jean Carrasco / Dinorah López de Gali / Gilberto Marín Quintero Lenis Mastretta Real / Rafael Posada Alonso / Estefanía Prida Noriega Gerardo Rivera Espinosa / Patricio Zorrilla Ibarra

ECO, UNA NUEVA FORMA DE EDUCAR

Según el Censo 2010 del Inegi, en México residen 19.8 millones de niños de entre seis y 14 años, es decir, cerca de 17.67% de la población total, de los cuales 4.8% no asiste a la escuela, quienes equivalen a 5.37 millones (INEGI, 2013 y cálculos propios).

En Nuevo León la población total consta de cuatro millones 653 mil 458 habitantes (4.1% del total del país), donde 761 mil 686 son niños y niñas entre seis y 14 años (16.36%); de ellos solamente 672 mil 850 sabe leer y escribir (88%), 54 mil 488 no sabe leer y escribir y 30 mil 348 no se especifica.

Tomando como referencia estas cifras nace ECO, una iniciativa de En Nuestras Manos surgida a partir de la preocupación por el futuro de los niños y niñas de México: "La calidad de vida de los mexicanos, está En Nuestras Manos, en las de todos".

ECO será un modelo ejemplo para niños y niñas mexicanos que carecen de oportunidades en educación, en que el aprendizaje será creativo, innovador y divertido. El ECOSISTEMA que lo integra se compone por tres principales actores: niños, profesores y padres. El niño es el protagonista y genio creativo, no hay profesores autoritarios, sino guías e inspiradores creativos, y los papás son compañeros de aprendizaje.

"Sin importar el tamaño de la meta, mientras estés trabajando y luchando por ella, ya eres exitoso"

El modelo va de acuerdo a los intereses y necesidades de los genios creativos y se desarrolla con base en su crecimiento, contemplando elementos básicos y fundamentales pedagógicos, psicológicos y espaciales, entre otros. Asimismo, será un espacio integral con lugares abiertos y dinámicos, diseñado por la firma japonesa C+A Tokyo, y asesoría de los modelos existentes de sus aliados Education Design and Auditing Finland, Knowledge is Power Program (KIPP), Mexicanos Primero, Educar Uno y Diseña el Cambio.

Se estima que entre diciembre y enero se esté colocando la piedra angular para cristalizar este proyecto, que buscan sea adaptable para replicarlo y atacar el problema de la educación en México de raíz. Asimismo el Consejo está en proceso de conformarse.

DÁNDOLE UN RUMBO A MONTERREY

Rumbo Monterrey es una nueva organización, cuyo objetivo es generar soluciones a los problemas que aquejan a la ciudad a través de sus ejes rectores de acción: Pobreza, Educación, Cultura, Desarrollo Urbano, Medio Ambiente, Emprendimiento, Bienestar e Igualdad / Tolerancia. "Se trata de ver cómo nos levantamos en acciones y dejar de criticar".

Para lograrlo la institución se estructurará como un *think tank* o laboratorio de ideas, y además conectará a distintos actores clave de la dinámica urbana, entre los que se encuentran sociedad civil, universidades, iniciativa privada, Gobierno, asociaciones y organizaciones no gubernamentales, instituciones sociales sin fines de lucro y líderes de opinión.

Para la difusión del proyecto, realizarán una rueda de prensa el próximo mes de agosto y *road show* en las universidades, donde lanzarán la convocatoria de participación. En conjunto harán una campaña de relaciones públicas y una publicitaria en diversos medios de comunicación. Asimismo, participarán en Ciudad de las Ideas (festival de mentes brillantes, celebración de la creatividad y curiosidad del ser humano), ante siete mil 500 personas y medios de comunicación, en el Auditorio Banamex. Rumbo Monterrey becará a dos mil jóvenes universitarios para que asistan al primer evento de Ciudad de Ideas Monterrey, donde contarán con la intervención de más de 60 conferencistas, científicos, humanistas y líderes de opinión. De manera paralela, se presentará un programa artístico y cultural con variadas expresiones.

La evaluación y selección de iniciativas a implementar se hará con comités y el apoyo del equipo, eje rector de cada categoría. Se seleccionarán cinco propuestas para cada categoría, las finalistas ingresarán al *think tank* de Rumbo Monterrey, donde recibirán orientación del comité de expertos en apoyo a sus propuestas y con el compromiso de llevarlas a la acción para lograr un cambio positivo en la ciudad.

UNA VIDA AYUDANDO A LOS DEMÁS

Marco ha encontrado la felicidad en construir un legado social, algo que no cambiaría por nada. Afirma que muy probablemente si hubiera elegido otro rumbo para su vida no estaría haciendo lo que realmente le apasiona y lo motiva a sonreír día a día. "Soy inmensamente feliz haciendo lo que hago". Concluye que el éxito es lograr lo que te propongas, sin importando el tamaño de la meta porque, "mientras estés trabajando y luchando por ella, ya eres exitoso".

"La calidad de vida de los mexicanos está En Nuestras Manos, en las de todos"

CONSEJO RUMBO MONTERREY

Marco Ferrara Villarreal
Fundador
Alberto Garza Santos
Presidente del Consejo
Rogelio de los Santos Calderón
Francisco Garza Ayala
David Garza Lagüera
Roberto Garza Sada
Francisco Garza Zambrano
Ricardo Guajardo Touché
Raúl Gutiérrez Muguerza
Mario Laborín Gómez
Liliana Melo de Sada
Alfonso Romo Garza Lagüera
Alberto Santos Boesch
Guillermo Zambrano Martínez
Verónica Zambrano de Fernández

Coca-Cola
destapa la felicidad®
JUNTOS
HACEMOS
LA COPA DE TODO
EL MUNDO
Coca-Cola
2014
FIFA WORLD CUP
Brasil
VISITA:
www.coca-cola.com.mx
HAZ DEPORTE.
D.R. The Coca-Cola Company 2014. COCA-COLA es una marca registrada de The Coca-Cola Company.
un producto de The Coca-Cola Company

Pronóstico del cambio

TENDENCIAS TECNOLÓGICAS EN LOS NEGOCIOS

Víctor Soulé
Socio Director Región Noreste de EY México.

La evolución siempre ha sido una constante en el ámbito de los negocios. Sin embargo, en los últimos años los cambios en diversos campos se han dado a una velocidad sin precedentes. Las fuerzas que dan forma a nuestro mundo son diversas, complejas y sorprendentes. Los dos atributos más importantes que las compañías necesitarán para ser exitosas en el futuro son adaptabilidad e innovación, y aunque parezca obvio, muchas no los tienen y enfrentan importantes dificultades.

Actualmente los empresarios deben considerar que todo el mundo es su escenario. Al eliminar las fronteras, gracias a la tecnología, competirán con países que elaboran productos y servicios similares. La adaptabilidad que demuestren tiene una estrecha relación con la diversidad; en la medida en que los productos se vuelvan obsoletos, las compañías deberán diversificarse mediante el crecimiento orgánico, lo cual requerirá de colaboración o habilidades de compra, pero las recompensas serán el crecimiento y la capacidad de sobrevivir.

La forma en que los líderes de negocios planeen y hagan frente a la evolución de la tecnología y el desarrollo de mejores productos o servicios en la próxima década ayudará a determinar cuáles serán las compañías líderes del mercado. Esto demostrará qué tan adaptables son al cambio y cómo pueden usarlo a su favor.

La industria de la tecnología sigue innovando en olas casi continuas, esto permite que la conectividad, almacenaje y acceso a la información sean más rápidos, simplificados y baratos. Esas olas tienen el poder de transformar los modelos de negocio y generar crecimiento económico estimulado por la necesidad de opciones de infraestructura para tecnologías de la información, que reducen las barreras para ingresar al mercado, crean nuevos canales de distribución y expanden las redes que conectan a todo el mundo.

Las herramientas analíticas sofisticadas, una mayor conectividad y las nuevas plataformas digitales darán a los negocios la oportunidad de incrementar su ventaja competitiva. Los mercados emergentes comenzarán a dominar en esta área, pues apuestan por dejar atrás las tecnologías heredadas y obtener los últimos productos de la innovación tecnológica. Al mismo tiempo, los negocios consolidados mundialmente tendrán más libertad para elegir y utilizar la tecnología en la medida que la requieran.

La innovación alrededor de la información está modificando la industria de la tecnología y también está influyendo en las industrias no tecnológicas. Los principales cambios se derivarán de la accesibilidad, así como la creación de nuevas formas de difusión impulsadas por una conectividad que cada vez nos permite estar más tiempo en línea.

En los próximos años experimentaremos las consecuencias de la disponibilidad de contenido digitalizado (datos, voz y video), lo que dará como resultado el acceso real, sin importar hora ni lugar, a la información. Bajo este contexto la ubicación perderá importancia, posibilitando abrir la puerta a una competencia global cada vez mayor.

Este creciente acceso a la información intensificará la competencia y la naturaleza global de las redes dará a los negocios la capacidad de competir en cualquier región. En conjunto, estos factores crearán una evolución a una economía de mayor competencia y facilitarán rápidamente la comercialización de nuevos productos, servicios e incluso modelos de negocio.

En el futuro, la clave de la prosperidad en los negocios será la capacidad de hacer que la información sea utilizable de forma rápida y asegurar talento de primer nivel, capaz de operar en una cultura que no solo se identifica con el cambio y reacciona bien ante él, sino que también lo anticipa y se atreve a innovar.

> **"LAS HERRAMIENTAS ANALÍTICAS SOFISTICADAS, UNA MAYOR CONECTIVIDAD Y LAS NUEVAS PLATAFORMAS DIGITALES DARÁN A LOS NEGOCIOS LA OPORTUNIDAD DE INCREMENTAR SU VENTAJA COMPETITIVA"**

Para más información ingrese a ey.com/mx/publicaciones

EY lo invita a su *boot camp*
eXtreme hacking®
Defending your information
En los últimos 13 años nuestros expositores han asesorado en más de 150 pruebas depenetración a las organizaciones más importantes del país.
Monterrey
19 al 23 de mayo de 2014
8:30 a 18:00 hrs.
Oficinas de EY en Monterrey
Edificio Alestra, piso Mezanine
(Av. Lázaro Cárdenas # 2321 Pte.
Col. Residencial San Agustín,
San Pedro Garza García, N.L., 66260)
Para registrarse y/o solicitar información sobre el evento, contacte a Valeria Cardona, al teléfono (81) 8152-1800 ext. 3085 o al correo valeria.cardona@mx.ey.com.
EY
Construyendo un mejor entorno de negocios
80 AÑOS en México

Tendencias tecnológicas

REESCRIBIENDO LAS REGLAS DE LOS NEGOCIOS

Sergio Aguirre Reyna

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

Primera parte

A partir de una serie de publicaciones preparadas por el PwC's Technology Institute, "The new digital ecosystem reality", en la Firma hemos detectado las tendencias y retos que las organizaciones deben considerar para conservar su competitividad, lo que implica entender cómo la nuevas realidades afectan a las empresas y cómo deben prepararse los CEOs.

Las tendencias que marcarán el rumbo son nueve, en este espacio abordo las primeras cinco cuya interrelación da paso a las cuatro restantes que presentaré en la siguiente edición para contar con el conjunto necesario para hacer frente a las transformaciones.

1. Tecnología disruptiva. Los cambios tecnológicos han comenzado a afectar a organizaciones que no consideraron el impacto de la tecnología y los CEOs enfrentan un doble reto para entender este momento de ruptura. Acciones a considerar:

- Desarrollar una apropiada estrategia de innovación tecnológica, enlazada con las capacidades y visión de la compañía
- Determinar la mejor forma de fomentar y sostener la innovación
- Identificar oportunidades de crecimiento
- Especificar las apuestas estratégicas para invertir, además del cómo y cuándo
- Identificar *partners* adecuados para lograr un ecosistema digital integrado

2. Administración de costos y complejidad. En complejidad de TI, más de la mitad de las empresas han optado por la nube para reducir costos, desde infraestructura hasta *software*. Esto incluye usar análisis sociales mediante la experiencia con los clientes para mejorar el marketing a partir de sus publicaciones en redes sociales, crear una conexión con proveedores y *partners* en ecosistemas digitales.

3. Convergencia. Nunca antes los consumidores y las organizaciones habían tenido capacidades tan rápida e interactivamente. Ahora, no solo clientes y empleados utilizan los mismos dispositivos tecnológicos, sino que los aplican para propósitos similares, como acceder a información de la compañía, propiciando una relación más abierta con el cliente. Esta convergencia de dispositivos y servicios está creando nuevos modelos de negocio y fuentes de ingresos, y el resultado es que la mayoría de las empresas de diversos giros se han visto forzadas a transformarse en compañías de tecnología, debido a que cada vez más sus comunicaciones y la generación de valor involucra el uso de tecnologías, en muchos casos móviles.

4. Consumo de la tecnología. Los empleados se han acostumbrado a una facilidad sin precedentes en la forma en que acceden a la información (dispositivos móviles, tabletas o computadoras personales), ahora esperan aplicaciones simples, intuitivas y orientadas a las tareas (por ejemplo, la banca en línea). Esto afectará a las organizaciones en dos sentidos: a. necesitarán desarrollar aplicaciones empresariales fáciles de aprender y que mejoren la productividad; b. desarrollar aplicaciones fáciles de usar en teléfonos inteligentes y otros dispositivos móviles. Ambos puntos implicarán un incremento en los sistemas de seguridad y privacidad que resguarden la información corporativa y personal.

5. Cambio en la dinámica entre los países desarrollados y en desarrollo. Hemos observado que los mercados emergentes han tenido un crecimiento más acelerado que los desarrollados, lo cual implica que las empresas de tecnología se enfocarán en los primeros en busca de nuevas oportunidades; necesitarán desarrollar productos fácilmente utilizables por clientes que no necesariamente han tenido una educación extensa o formal en temas de tecnología. Para preparase, los CEOs de tecnología deben considerar la racionalización de sus operaciones globales, simplificando y estandarizando procesos de negocio, así como de productos, de tal forma que un desarrollo pueda ser aplicado en cualquier región, y al mismo tiempo, adaptado a las necesidades locales: producción en masa con la posibilidad de adaptación.

EGADE Business School
TECNOLÓGICO DE MONTERREY

PASIÓN POR LOS NEGOCIOS.
LÍDERES GLOBALES.

El éxito comienza visualizando tu futuro. Emprende tu camino y potencia tu liderazgo en EGADE Business School.

admisiones.egade@itesm.mx
Tel. (81) 8625 6031
www.egade.mx

MINDS IGNITING CHANGE

México *vs* países emergentes

Por Carlos Alberto González Tabares
Director de Análisis de Monex Casa de Bolsa

El estancamiento observado en la economía de EU durante 2013, un menor gasto gubernamental durante la mayor parte del año, afectaciones climáticas, incertidumbre por los nuevos impuestos y un débil consumo, provocaron un crecimiento de apenas 1.1% en nuestra economía en 2013. Esta inercia negativa se mantuvo en el 4T13, por lo que en la pasada temporada de reportes corporativos observamos un crecimiento promedio en las empresas que componen el IPyC de 3.5% en ventas y una caída de 1.6% a nivel operativo (Ebitda). La mala noticia es al parecer que esta tónica permanecerá en el 1T14. Con dichos resultados y unas moderadas expectativas para la primera mitad de 2014, nuestro principal indicador accionario presenta una variación negativa acumulada en el año, cercana a 10%, y pocos catalizadores de corto plazo.

Adicional a lo anterior, nuestro mercado no está aislado de lo que sucede en el contexto internacional, donde los mercados accionarios, principalmente los emergentes, enfrentan el principal reto de retener flujos ante la eventual salida de inversionistas internacionales, buscando la repatriación de capitales ante el eventual retiro de estímulos económicos por parte de la FED y con ello mayores tasas de interés de largo plazo en EU. Esta tendencia seguramente continuará en el transcurso del año, con su correspondiente efecto en las economías en desarrollo.

"NUESTRO MERCADO APARECE MEJOR EN LA FOTO ANTE LOS OJOS DE INVERSIONISTAS INTERNACIONALES"

En lo que corresponde a la visión de los inversionistas internacionales para México, cabe señalar puntos de relevancia que nos ayudan a salir mejor librados en este contexto:

1. Nos guste o no, estamos muy ligados a la economía norteamericana, y una política menos laxa significa que hay señales de una recuperación en su economía, lo cual, de manera directa o indirecta, tendrá un efecto positivo en la nuestra. Es verdad, aún son prematuras dichas señales y el efecto en nuestra economía pudiera tardar de tres a seis meses, pero significaría una mejora en la perspectiva económica de nuestro país para la segunda mitad del año.
2. La imagen que tienen los inversionistas internacionales sobre México, al compararnos con las diferentes problemáticas y conflictos políticos, sociales y económicos, por los que atraviesan diferentes economías emergentes y de la región de América Latina. Países emergentes como China, India, Rusia, Ucrania y Turquía, o de América Latina como Venezuela, Argentina o Brasil, presentan serios problemas económicos, menor crecimiento, deterioro en sus finanzas públicas o presiones inflacionarias, que se mezclan con temas políticos y sociales que complican su solución en el corto plazo. Por ejemplo Brasil, nuestro principal competidor por flujos internacionales, se encuentra en proceso de estancamiento, su crecimiento estimado para este año ha bajado de 2.5% a 1.7%, en el mejor de los casos; sus fuertes presiones inflacionarias mantendrán una tendencia de alza en su tasa de interés, la dependencia económica con China no ayuda, sus finanzas se han deteriorado y a esto se suma el mayor endeudamiento al que tendrá que recurrir para solventar los gastos por los eventos deportivos.

Con este panorama la realidad es que nuestro mercado aparece mejor "en la foto" ante los ojos de inversionistas internacionales. La reciente aprobación de reformas estructurales, finanzas públicas sanas y un menor riesgo, aunado a una mejor expectativa de crecimiento apoyada en la reactivación de la economía norteamericana, podrían hacer que el mercado mexicano continúe diferenciándose de otros países emergentes, sortear la difícil coyuntura de este arranque de año y con ello no solo retener, sino atraer nuevos flujos. Por ahora la atención de los inversionistas se centrará en la aprobación de las Leyes Secundarias que deberán estar listas este mes, dando mayor claridad a los participantes, pero sobre todo, abriendo un abanico de posibilidades en el sector energético.

monex
ES ASESORÍA PERSONALIZADA EN DIVISAS.
Realizamos con rapidez y precisión tus operaciones internacionales.
TRABAJAMOS PARA QUE TÚ DINERO TRABAJE.
Banco · Divisas · Fondos · Casa de bolsa
www.monex.com.mx

Ahorro a largo plazo

SU IMPORTANCIA PARA CUMPLIR LOS SUEÑOS

Sin dudarlo, el ahorro constituye el mejor medio para alcanzar distintas metas, que de acuerdo a su interés o requerimientos, una persona se plantea. Tratándose de un tema tan relevante, conversamos al respecto con Guillermo Seañez Padilla, Director Comercial de Old Mutual México, reconocida compañía dedicada a ofrecer instrumentos que apoyan la visión a futuro.

NUEVO ROSTRO DEL AHORRO EN MÉXICO

Se hablaba de que en nuestro país no existía la cultura del ahorro, pero más bien faltaba un vehículo adecuado para realizarlo, y precisamente Old Mutual ha contribuido a que más personas alcancen el medio para cristalizar su intención de ahorrar a largo plazo con el objetivo de empezar a construir un patrimonio destinado a cumplir diferentes sueños.

FORTALEZAS DE OLD MUTUAL

- Fondos de inversión propios y de otras instituciones
- Individualización del producto para cada cliente
- Portal web con alta usabilidad para consultar a detalle todos los movimientos de un fondo de inversión, además de conocer noticias acerca de la empresa y sus actividades
- Call center para quienes prefieren un trato de persona a persona, en que se brindan todos los datos acerca de un fondo de inversión

Guillermo Seañez Padilla

Director Comercial de Old Mutual México

"En Old Mutual México vemos al servicio como el compromiso más importante hacia nuestros clientes"

"La tendencia es que quienes ya cuentan con un fondo de inversión están invitando a más gente a adquirir la cultura de la previsión, y por ende, a cumplir sus sueños"

TENDENCIA DEL MERCADO Y RETOS

Por lo general el tipo de producto más buscado es el de largo plazo (10, 15 o 20 años), que a su vez puede ligarse a otros instrumentos. Old Mutual ofrece un producto que da acceso a una plataforma de fondos de inversión, de deuda y renta variable tanto local como internacional, posibilitando empezar a aplicar estrategias de inversión. Debido a que en México había una gran tendencia a que la economía de los padres en edad de retiro dependiera de los hijos, las nuevas generaciones se han preocupado por tener una pensión que evite esa situación, con la ventaja de que mediante instrumentos como los diseñados por Old Mutual, el ahorro logra significativos rendimientos, por ejemplo, algunos perfiles pueden ser muy conservadores y otros muy especulativos en bolsa.

Una de las tareas más complejas es que los interesados en acceder a un fondo de retiro lo ubiquen como una inversión y no como un gasto, y vean claramente que está a su alcance modificando hábitos en sus finanzas, pues las opciones pueden partir desde mil pesos mensuales, suma fácil de destinar a esta finalidad planificando mejor: por ejemplo, si en lugar de ir al cine tres veces al mes, se reduce la frecuencia a dos, se tendría casi la mitad de la cantidad mensual a ahorrar, y si una ama de casa destina una mínima fracción del gasto que administra, asegura una vejez más tranquila. Lo anterior demuestra el poder de las pequeñas cantidades como fórmula de éxito. Por otro lado, también hay ventajas fiscales de deducibilidad en estos instrumentos.

servicio@oldmutual.com.mx • www.oldmutual.com.mx • Twitter @OldMutualMexico

SI NUESTROS CLIENTES NO TUVIERAN SUEÑOS... **¡NO EXISTIRÍAMOS!**

Nos apasiona ayudar a lograr tus objetivos financieros de vida

Identificar y entender tus sueños es nuestra inspiración.
Te brindamos nuestro conocimiento, a través de asesoría personalizada confiable, con soluciones financieras hechas a la medida de tus oportunidades.

01 800 0217 569 oldmutual.com.mx

INVERSIONES | SEGUROS | AHORRO | PENSIONES

OLDMUTUAL
Hagamos Grandes Cosas Juntos

Old Mutual, anteriormente **skandia**

Finamex

CONTROLA TU FUTURO FINANCIERO

Casa de Bolsa Finamex fue fundada en 1974, es una firma mexicana líder en servicios de acceso al Mercado Mexicano de Valores, tanto para inversionistas institucionales como corporativos.

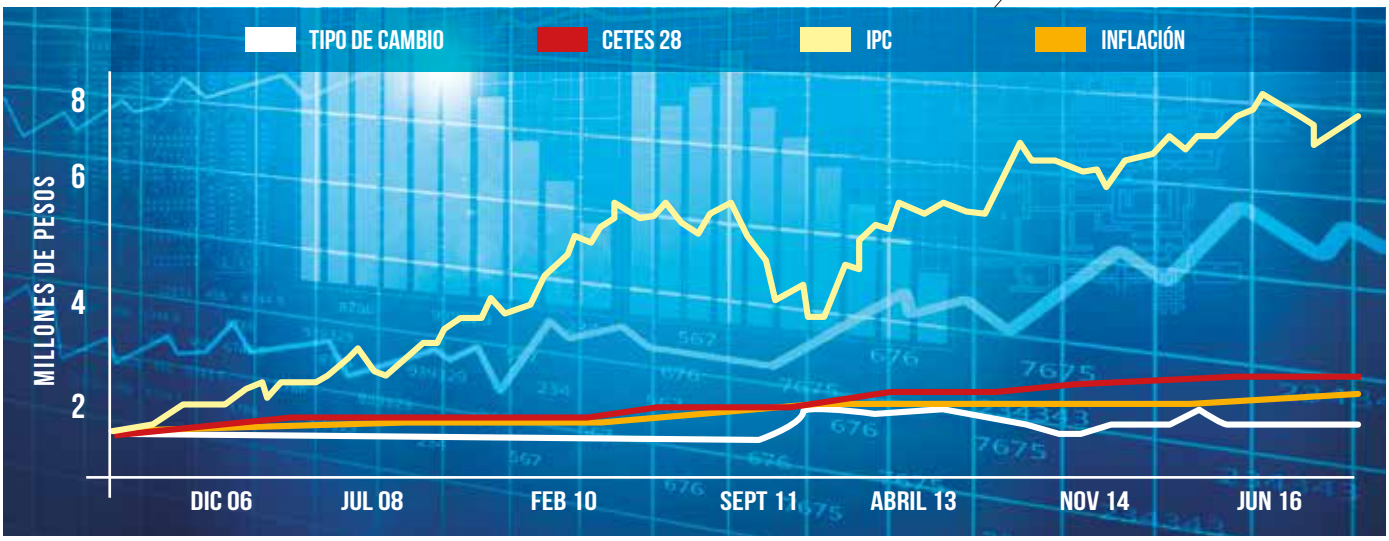
Finamex cuenta con tecnología de punta que le permite ofrecer servicios directos a sus clientes en un ámbito de rapidez, seguridad y neutralidad en el acceso a los mercados electrónicos de capitales y derivados.

Su alta calidad y especialización se basan en el conocimiento, experiencia y profesionalismo de su equipo de trabajo, el cual está en continua búsqueda de excelencia operativa y del entendimiento de las necesidades de sus clientes.

En Finamex se han asesorado hasta la fecha a más de 50 mil clientes nacionales y extranjeros, mediante sus oficinas de atención en el Distrito Federal, Monterrey, Guadalajara, Querétaro y Puebla.

"HASTA LA FECHA EN FINAMEX CASA DE BOLSA SE HAN ASESORADO MÁS DE 50 MIL CLIENTES NACIONALES Y EXTRANJEROS"

ASESORÍA PATRIMONIAL



ASESORÍA PATRIMONIAL

Con este servicio de asesoría Finamex logra encaminar a los clientes hacia una inversión diversificada y acorde con su perfil de riesgo, colocándolos en sus Carteras, que son portafolios iguales para todos los participantes, diferenciados solo por el nivel de riesgo.

Finamex trabaja con una amplia gama de Carteras tales como: Liquidez, Gubernamental, Finamex, Derivados, Finamex Global, México Renta Variable, Dividendos USA y de Renta Fija Internacional.

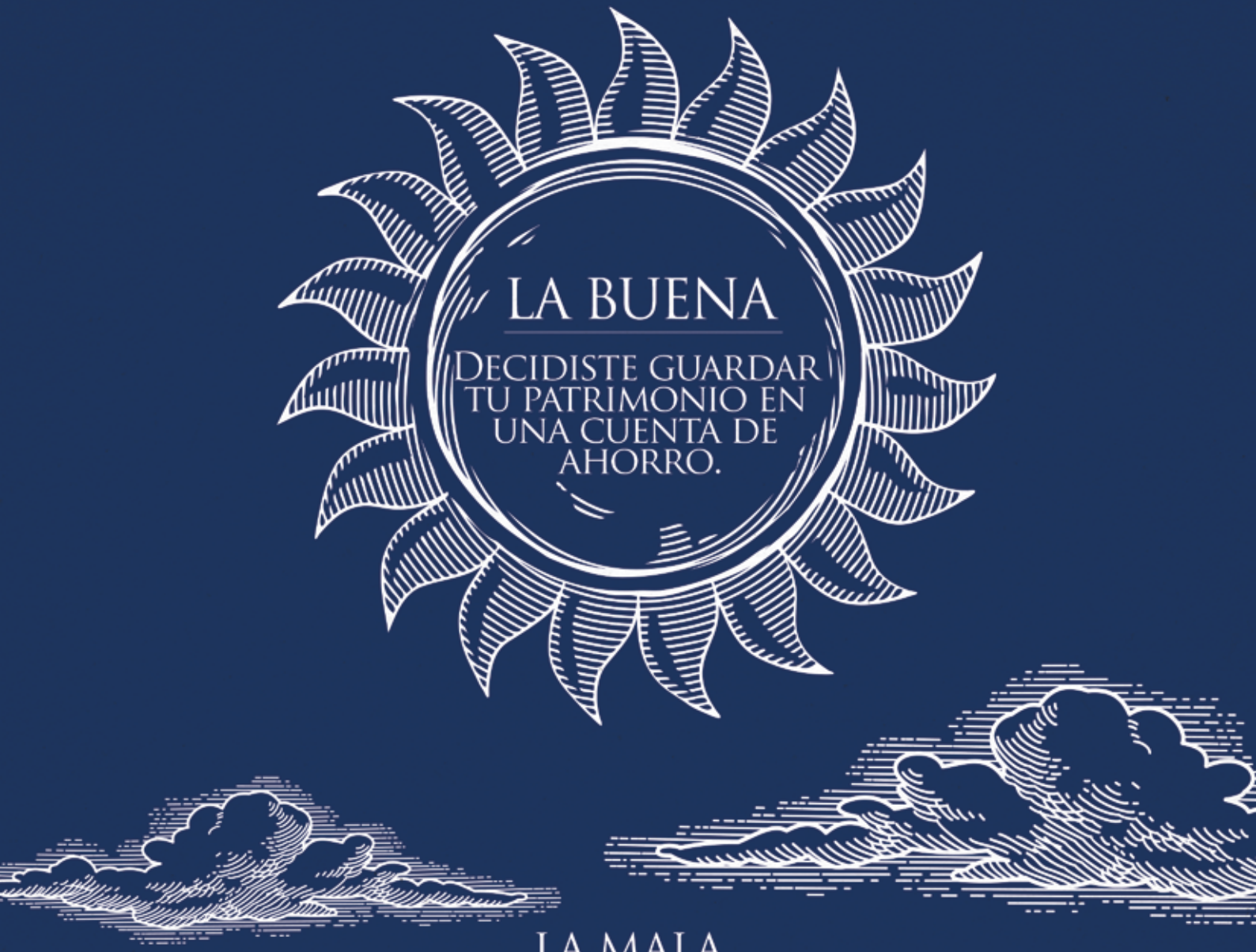
Esta diversificación de Carteras le ha permitido a Finamex ofrecer una amplia gama de combinaciones de acuerdo al perfil, tolerancia al riesgo, necesidades y objetivos de inversión de sus clientes.

Finamex también realiza una serie de actividades tendientes a generar valor agregado a sus clientes, como los Talleres de Buenas Decisiones de Inversión, los cuales buscan ayudarle a tomar mejor sus decisiones de inversión, así como brindar una atención personalizada y de largo plazo.

Finamex Casa de Bolsa permanece en el mercado bursátil mexicano como una institución a la vanguardia, cuidando e innovando con productos financieros, buscando siempre una excelente calidad de servicio y atención hacia sus clientes.

SIGUE LOS COMENTARIOS Y ANÁLISIS DE FINAMEX A TRAVÉS DE LOS SIGUIENTES CANALES DE COMUNICACIÓN:

Facebook: /finamexcb
Twitter: @FinamexCB
www.finamexinversiones.com.mx
contacto@finamex.com.mx
T. 01-800-623-6822



— LA MEJOR DECISIÓN PARA TU FUTURO FINANCIERO ES INVERTIR CON NOSOTROS. —

CONTROLA TU FUTURO FINANCIERO

Finamex
Casa de Bolsa

Torre Comercial América
Batallón de San Patricio No. 111 Sur, piso 23
Col. Valle Oriente, San Pedro Garza García
Nuevo León, C.P 66269. Tel. 81 .8363.3248

contacto@finamex.com.mx
www.finamexinversiones.com.mx
01 800 623 6822

ASOFOM

REGIÓN NORTE

Con el objetivo de ser el principal impulsor de financiamiento alternativo a través de sus asociados y colocador de recursos de la banca de desarrollo del país, y actuando como un vehículo alternativo de crédito para el desarrollo de las empresas, en 2007 se creó la Asociación de Sociedades Financieras de Objeto Múltiple en México, AC (ASOFOM).

Como parte de la misión, el 5 de diciembre de 2013, se llevó a cabo la Cuarta Reunión Trimestral de Socios y Toma de Protesta del Consejo Directivo Nacional 2014-2015, donde el CP Lamberto Corral Velderraín fue electo Presidente Nacional.

El nuevo Presidente afirmó que el Consejo entrante trabajará en cuatro ejes que serán los pilares de la Asociación y una estructura transversal: Cumplimiento, Banca de Desarrollo, Capacitación, Red Empresarial o ***Networking*** y Estructura Profesional. Reiteró que para alcanzar los objetivos, el nuevo Consejo Directivo funcionará con transparencia, es decir, claridad en los recursos, y responsabilidad.

LABOR DE ESTA ASOFOM REGIÓN NORTE

En norte del país y en los estados de Nuevo León, Coahuila, Tamaulipas y San Luis Potosí, Héctor José Villarreal Sandoval funge como Presidente de la Región Norte y Emanuel González Zambrano como Vicepresidente de la Región Norte. Esta ASOFOM Región Norte busca agrupar a los más de 500 agremiados de la región, enseñándoles los beneficios de integrarse, entre ellos:

- Convenios y descuentos con consultores y proveedores
- Representación oficinal y activa ante instancias reguladoras y gubernamentales
- Sistema de ALERTAS tempranas para tema de cumplimiento
- Sistema de comunicación interna
- Capacitación y asesoría legal y empresarial para mandos operativos, gerencial y alta dirección
- Eventos regionales y convención nacional
- Alianzas estratégicas con instituciones reconocidas
- Presencia a nivel nacional
- Asociación de intermediarios financieros no bancarios más grande
- *Networking* interno y externo
- Financiamiento y fondeo
- Orden y transparencia

Fotografía por Mónica Martínez Vite

Héctor José Villarreal Sandoval y Emanuel González Zambrano, Presidente y Vicepresidente de la ASOFOM Región Norte

Chemaya Mizrahi Fernández (Vicepresidente Nacional de la ASOFOM), Héctor José Villarreal Sandoval (Presidente de la Región Norte de la ASOFOM), Lamberto Corral Velderrain (Presidente Nacional de la ASOFOM), Mario Alberto di Costanzo Armenta (Presidente de la Condusef), Liliana Anaya Tapia (Director General de la Asofom) y Emanuel González Zambrano (Vicepresidente de la Región Norte de la ASOFOM)

Para ampliar información ingrese a:
www.asofom.com.mx

Por supuesto...

OpenTable

www.labuenabarra.com.mx

Siempre se antoja

PLAZA LUA
R. Margáin y Missouri 600 ote.
Reservaciones (81) 8338.5050
reservaciones@labuenabarra.com.mx

Tecnología e innovación

¿INVERTIMOS BIEN NUESTRO DINERO AL TRATAR DE INNOVAR?

Por Fernando Robles-Pesqueira
Baker & Mckenzie-Socio / Propiedad Intelectual

Cuando hablamos de tecnología e innovación siempre nos surge la duda sobre si nuestro dinero está bien invertido, o si estamos obteniendo el mejor provecho de nuestra invención. Un escenario muy común en la práctica diaria de un abogado de Propiedad Intelectual es encontrarse con clientes que han invertido tiempo y dinero en desarrollar tecnología, la cual aseguran, casi con su vida, que es única en el mundo, fundamentando su argumento en lo que encontraron en Google.

Para desgracia de esos clientes, Google y Yahoo no tienen todo el conocimiento sobre el planeta, lo que ocasiona que sus intentos por proteger esa tecnología a través de patentes, fallen, e inclusive, aquella invención que consideraban propia y exclusiva, no solamente no lo es, sino que es propiedad de un tercero, a quien tendrán que pagarle por usarla, sin importar el tiempo, dinero y esfuerzo invertido en desarrollarla.

Es fácil pensar que esto les sucede únicamente a los emprendedores que empiezan un proyecto en el sótano de su casa, sin embargo, en la mayoría de las ocasiones les ocurre a empresas grandes, las cuales invierten millones en desarrollar una tecnología que resulta que de un país al otro la pudieron comprar por menos de la mitad de lo invertido, o la pudieron haber obtenido en la mitad de tiempo, y así conseguir ventajas competitivas con rapidez.

Para evitar esto recomendamos que siempre, antes de invertir dinero y tiempo en un proyecto de desarrollo de tecnología, se realice un estudio de inteligencia tecnológica que indique lo que en realidad ya se ha descubierto (más allá de lo que sabe Google), quiénes son nuestros competidores, que están haciendo, quién es el inventor más mencionado en las patentes relacionadas con esa tecnología, y si ésta ya existe, a quién puede comprársele.

Los estudios de inteligencia tecnológica no son excesivamente costosos, ni lentos, por lo que resultan una inversión mínima, en comparación con la inversión del proyecto, y los beneficios son visibles fácilmente, ya que no solo pueden contribuir a evitar la inversión en un proyecto que ya está desarrollado por alguien más al otro lado del mundo, sino también a avanzar más rápido, teniendo un conocimiento amplio de lo que en verdad existe en el contexto global, lo que podría indicarnos a quién contratar o a quién comprarle la tecnología.

> **“ANTES DE INVERTIR DINERO Y TIEMPO EN UN PROYECTO DE DESARROLLO DE TECNOLOGÍA, DEBE REALIZARSE UN ESTUDIO DE INTELIGENCIA TECNOLÓGICA”**

Otro escenario con que normalmente nos encontramos los abogados de Propiedad Intelectual, es el de la empresa que invirtió millones de dólares y varios años en desarrollar una tecnología, más el costo por obtener la patente en varios países, y pasan los años y no supieron cómo sacarle provecho, y por lo tanto, ven que los resultados de la inversión fueron mínimos o inexistentes. Para evitarlo, los estudios de inteligencia tecnológica no solo ayudan a quienes desarrollan algo a saber si su dinero y tiempo están bien invertidos, sino que también es de gran apoyo para los que ya tienen desarrollada una tecnología pero que no saben qué hacer con ella o a quién venderla o licenciarla.

Para potenciar el provecho que puede derivar de una invención patentada hay que saber cómo comercializarla, y el estudio de inteligencia tecnológica indica quiénes en el mundo han estado invirtiendo en esa tecnología, a quiénes se les podría etiquetar como competidores, pero probablemente la forma más inteligente de verlos es como tus posibles clientes. De ahí el valor de este tipo de estudios, que nos ayudarán a determinar si el dinero y el tiempo están bien invertidos, y si estamos obteniendo el mejor provecho de nuestra innovación.

BAJA TUS COSTOS Y CONVIERTE TU **PYME** EN UN **GRAN** NEGOCIO

8880.7000 / telum.mx

TELUM

Los paquetes de telefonía incluyen 3,300 llamadas locales, una bolsa de minutos mixtos de LDN y LDI a E.U. y Canadá y minutos a celular definida por el monto nominal de cada bolsa / A partir del minuto adicional a la bolsa contratada, el cliente pagará la tarifa publicada por minuto que se verá reflejado en su factura de la siguiente fecha de corte / Velocidad de Internet y paquetes de televisión sujetos a disponibilidad por ciudad.

Informática Empresarial Integrada

Óscar G. Treviño Garza
Director General de Informática Empresarial Integrada

TENDENCIAS DE LA TECNOLOGÍA

Por su responsabilidad como canal de las más destacadas marcas en el mercado, Informática Empresarial Integrada no solo está presente integrando y ofreciendo las mejores soluciones de TI, sino que también es consciente de informar las principales tendencias en el mercado. Como experto en la industria de la tecnología, identifica las siguientes tendencias, mayoritariamente importantes: movilidad y seguridad.

Como es bien sabido, hoy la movilidad es un requerimiento no solo personal, sino empresarial. Cada vez es más importante acceder a la información mediante usuarios móviles y aplicaciones en cualquier lugar y momento, además de que esta información es llevada a las redes sociales y a partir de ellas se genera más contenido como empresa.

Esto no solo es una manera fácil y amigable para que los consumidores y empleados se sientan a gusto, sino un modo de hacer negocio con facilidad, porque pueden tener acceso a sus aplicaciones administrativas, comerciales, CRM y otras de interés en su propio dispositivo (BYOD, por sus siglas en inglés).

Ahora bien, si la movilidad es una tendencia, no podemos dejar de lado la inseguridad a la que día a día se enfrentan los equipos de TI de las organizaciones ante las amenazas dinámicas, constantes e incesantes. Esto nos refiere a nuestra segunda tendencia: la seguridad. En particular aquí mencionamos la seguridad móvil que precisamente va de la mano con la creciente demanda de usuarios para tener su información accesible cuando la necesitan y en el dispositivo que elijan. Mientras que permitir el uso e incremento de equipos móviles para acrecentar la productividad y satisfacción de los empleados está ahí, también implica riesgos en los datos y reputación de una empresa. La seguridad móvil toma relevancia ofreciendo seguridad en diferentes ángulos: encriptación de la información o políticas y accesos a los empleados según el puesto que ocupan.

Aquí es imperativo mencionar que si bien los consumidores están conscientes de que la seguridad informática es más compleja, la tendencia es limitar las inversiones en las tecnologías de protección, ¡hasta que no se hayan convertido en víctimas!

Por eso Informática Empresarial Integrada ha pensado en estas dos tendencias, y para resolver sus necesidades, ha creado soluciones a la medida, con dispositivos móviles y seguridad perimetral en una sola solución llave en mano, consistente en encriptar información y acceso a los dispositivos móviles de sus usuarios.

"LA SEGURIDAD MÓVIL VA DE LA MANO CON LA CRECIENTE DEMANDA DE USUARIOS PARA TENER SU INFORMACIÓN ACCESIBLE CUANDO LA NECESITAN Y EN EL DISPOSITIVO QUE ELIJAN"

Informática Empresarial Integrada, con sus marcas HP, McAfee, Citrix y Microsoft, entre muchas más, apoya la evaluación e implementación de estas tendencias. Con más de 20 años de experiencia tiene casos de éxito en compañías de los sectores financiero, *retail*, industrial y automotriz, principalmente.

20 ANIVERSARIO 1993 2013 IEISA

Informática Empresarial Integrada, S.A. de C.V.

CONSTRUYENDO
TU INFRAESTRUCTURA DE T.I.

ECOSISTEMA LLAVE EN MANO PARA TU INFRAESTRUCTURA T.I.

EN INFORMÁTICA EMPRESARIAL INTEGRADA ENCONTRARAS UNA SOLUCIÓN LLAVE EN MANO PARA CUBRIR TODAS TUS NECESIDADES DE TI PARA TU NEGOCIO.

Adobe · CITRIX · Microsoft · SAP · hp · McAfee · TRIPP-LITE · vmware · intel

ENERGÍA ▪ SERVIDORES ▪ ALMACENAMIENTO ▪ REDES ▪ VIRTUALIZACIÓN ▪ SEGURIDAD ▪ CÓMPUTO ▪ IMPRESIÓN ▪ LICENCIAMIENTO ▪ FINANCIAMIENTO

LERMA # 1930 MITRAS CENTRO, MONTERREY, N.L., MÉXICO. C.P. 64460 / TEL: +52 (81) 8333-0456 / WWW.INFORMATICAEMPRESARIAL.MX / VENTAS@INFORMATICAEMPRESARIAL.COM.MX

TYSON DE MÉXICO

PRIMER INFORME DE SUSTENTATIBILIDAD 2013

"Apoyar el desarrollo rural, el cuidado del medio ambiente y la inocuidad de nuestros productos, así como emprender acciones de responsabilidad social a favor de la comunidad, en las regiones geográficas en donde se desarrollan nuestras actividades productivas, es un compromiso social que la empresa emprende con agrado y convicción"

Rob Tanksley
Vicepresidente Senior de la Unidad de Negocios de América Latina de Tyson Foods

Tiene la convicción de ser cada vez mejor y de crear valor en todo lo que hace. Por ello ha evolucionado en la comunicación de sus programas e indicadores de desempeño, prestando su Primer Informe de Sustentabilidad como empresa.

El objetivo es que todas sus acciones operativas e interacciones con las diferentes audiencias tengan un enfoque de valor compartido y signifiquen un impacto positivo en el desarrollo integral de la sociedad. El Desarrollo Sustentable es parte integral de la toma de decisiones, combinando consideraciones económicas, sociales y ambientales. En programas sociales se ha beneficiado a **244 mil** personas de poblaciones menos favorecidas, más de **11 mil** habitantes de comunidades rurales reciben beneficios directos e indirectos al participar en la cadena de valor avícola, bajo el modelo de producción por contrato de aparcería. Las acciones por el planeta que ha emprendido se enfocan al tratamiento y reutilización de agua (**785 mil m^3**), ahorro de agua (**ocho millones** de litros), ahorro de energía y luminaria solar (**1.3 millones** kwh), reducción de emisiones CO_2 (**868 toneladas**), de reforestación se plantaron **388 árboles** en las plantas industriales que ayudará a la producción de oxígeno para **tres mil 880** personas. Finalmente, invierte en medidas más allá del cumplimiento de la normatividad en la sanidad y el bienestar animal, para reducir riesgos de contaminación, en cuanto a la introducción de enfermedades aviares e infectocontagiosas en las regiones de producción.

Planta TYSON Gómez Palacio , Dgo.

Tyson
Tyson de México
Alimentando. Haciendo la diferencia.

www.tyson.com.mx

CABO SAN LUCAS

SAN JOSÉ DEL CABO

CABO PULMO

LOS CABO Smile

LA PAZ

CABO DEL ESTE

TODOS SANTOS

LOS BARRILES

DOS MARES · UN PARAÍSO

LOS CABOS

@visitaloscabos VisitaLosCabos visitaloscabos.travel

México
visitmexico.com

Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa

Óscar Naranjo Trujillo

EL MEJOR POLICÍA DEL MUNDO

Javier Prieto

Director de la Cátedra de Liderazgo del Tecnológico de Monterrey. Durante 22 años ocupó diferentes cargos directivos del Grupo CEMEX. Fue Coordinador de Asesores del Secretario de Gobernación y Subsecretario de Empleo y Política Laboral. Es fundador de SELIDER.
editorial@playersoflife.com

Desde niño conoció la policía, su padre era oficial de esa institución. Antes de graduarse como tal estudio Sociología y Periodismo, pero la vida pronto le ayudó a descubrir su elemento. Su pa pá le consiguió acompañar a un grupo de efectivos que iba a rescatar a uno de los primeros secuestrados en el país, lo que le bastó para decidirse a entrar a la Escuela General Santander, graduándose en 1978. Fue pieza clave en la lucha contra el narcotráfico y la pacificación de Colombia, lo que le valió múltiples reconocimientos, hasta llegar a recibir el título de General de cuatro estrellas, convirtiéndose en el primer oficial en recibirlo, así como ser reconocido como "Mejor policía del mundo".

Su estancia en México fue fugaz, pero muy productiva, al frente del Instituto Latinoamericano de Ciudadanía, donde se enfocó en replicar las mejores prácticas ciudadanas en nuestro país y Latinoamérica, y orientar la capacidad emprendedora y humanística del Sistema Tecnológico de Monterrey para fortalecer la ciudadanía.

Fungió como interlocutor entre ciudadanos, instituciones y Gobierno para "humanizar la ciudadanía y revalorizar el concepto de ciudadano por medio de una instancia incluyente y neutral"; participó en 78 foros, congresos y seminarios con empresarios, estudiantes y políticos, buscando el impulso de la participación y responsabilidad ciudadana.

En el último diálogo promovido por SELIDER, interactuó con líderes estudiantiles del Tec de Monterrey, las Universidades Autónoma de Nuevo León y de Monterrey, Tecmilenio y la Facultad Libre de Derecho; les dijo que el concepto de policía surge de la *polis*, es decir, de la sociedad, desde la cual se construye el sentido ciudadano, y su función es propiciar el buen Gobierno en los espacios comunes, vigilando el bien común. Los invitó a dejar de ser una ciudadanía pasiva que tolera el quebranto de las leyes y la evasión de impuestos; y también a enaltecer, revalorizar y humanizar el proceso de construcción de ciudadanía. "El ciudadano tiene derecho y obligación de vivir en comunidad, cuenta con la libertad responsable que respeta al otro, tiene autonomía y se distingue por la inviolabilidad de su ser", señaló. "La ciudadanía no es algo que otorgue el Estado, sino que está en el ser y equipara a todos los ciudadanos como iguales", enfatizó.

Hace algunos meses organizamos un foro en Lima, Perú donde Óscar participó como conferencista magistral y luego se integró en un foro con líderes latinoamericanos, en que se debatió sobre prácticas que podrían constituir el concepto de ciudadanía responsable. Les comparto algunas conclusiones:

1. Necesitamos promover activamente la participación de los jóvenes, a quienes debemos motivar e impulsar para que ejerzan sus derechos ciudadanos sin dejar de cumplir con sus obligaciones.

2. Es urgente formar ciudadanos responsables que apoyen las buenas decisiones del Gobierno o participen para fortalecer sus áreas débiles; es tiempo de dejar de ser víctimas y convertirnos en protagonistas de nuestra historia.

3. Las organizaciones de la sociedad civil han demostrado ser excelentes escuelas de formación de valores y comportamientos responsables que deberíamos fomentar.

4. Requerimos ser una sociedad informada para tomar mejores decisiones.

Es tiempo de actuar y comprometernos; los grandes cambios están por venir y dependerán de nuestras acciones para transformar el entorno que nos tocó vivir. Gracias Óscar Naranjo por tu gran ejemplo y pronto esperamos implementar las significativas enseñanzas que nos compartiste durante tu estancia en México.❤

WALL STREET
STEAK • HOUSE

TASTE THE BEST

DESCORCHE INCLUIDO
AL COMPRAR TU BOTELLA A PRECIO DE
TIENDA EN NUESTRA CAVA

VINOS y VINOS

Reserva tu mesa escaneando este código y te regalaremos en tu cuenta una botella de vino de nuestra selección

Reservaciones al: 83 68 60 00
Ave. José Vasconcelos No. 300 Ote.
Residencial San Agustín 66260 Garza García N.L. México
Wall Street Steakhouse

PRESIDENTE INTERCONTINENTAL
MONTERREY

Rise Capital

DESARROLLANDO EL CRECIMIENTO DE TU INVERSIÓN

Polarea, DF

Rise Capital nació en el 2008 con la idea de crear, comercializar y administrar desarrollos inmobiliarios en la República mexicana. Sus fundadores son profesionales con más de 15 años de experiencia inmobiliaria, reconocidos por su trabajo, honestidad y desempeño en proyectos a nivel nacional, ofreciendo a clientes e inversionistas soluciones y propuestas inmobiliarias totalmente seguras y sustentables.

Una inmobiliaria que brinda mucho más

La pasión, honestidad y talento son algunas de las cualidades que identifican a Rise Capital como una empresa joven, pero llena de colaboradores que comparten un mismo objetivo: "cumplir y superar la meta con cada proyecto que emprendemos".

Sus servicios que son muy completos y de acuerdo a las necesidades del cliente:

-Desarrollo de proyectos
-Asesoría y comercialización altamente profesional
-Más de dos mil espacios comerciales en renta y venta, ubicados en diferentes puntos estratégicos de la República mexicana
-Administración de inmuebles (centros comerciales, vivienda vertical y horizontal, oficinas, usos mixtos y parques industriales)

Con el uso de estrategias altamente competitivas los clientes obtienen un incremento de valor a su inversión y patrimonio de acuerdo a los siguientes factores:

-Eficiente uso de recursos para cada propiedad
-Cultura de trabajo enfocada al servicio
-Incremento constante de visitas a plazas o inmuebles
-Experiencias placenteras de compras con áreas limpias y adecuadamente climatizadas e iluminadas
-Ambiente de compras y entretenimiento 100% familiar
-Equilibrada variedad de giros comerciales
-Comunicación constante con los consumidores mediante distintas técnicas de publicidad
-Medición y retroalimentación sobre satisfacción del principal mercado de clientes finales

Actualmente Rise Capital es la única inmobiliaria que cuenta con un *know how* especial, que cubre cada uno de los aspectos de operación, mantenimiento, mercadotecnia, asesoría legal personalizada y comercialización de cualquier propiedad/inmueble.

Por todo lo anterior, vale la pena conocer por qué Rise Capital es la mejor opción en administración dinámica y comercialización, completamente enfocada en el servicio al cliente.

Latitud, Monterrey

CONTACTO

Monterrey
Lázaro Cárdenas 2938
Col. Mirador Residencial
T. (81) 1937-4438 / 1937-4441

DF
Av. Paso de la Reforma 350, piso 10
Col. Juárez
Del. Cuauhtémoc
T. (55) 9171-2097

Guadalajara
Av. Guadalajara 480
Col. Americana
T. (33) 3615-3201

información@rise.mx
www.rise.mx
FB: Rise Capital
TW: @ Rise Capital
Google Plus: Rise Capital

GIC

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

CALIDAD E INNOVACIÓN
con un respaldo de más de 30 años de experiencia

LOSA GIC
Mejora tus tiempos de construcción y costos de edificación con nuestra Losa Alveolar Extruida

TIEMPO Y CALIDAD
Soluciones óptimas e innovadoras de ingeniería y construcción en tiempo y calidad

DURMIENTES
de concreto para ferrocarriles más avanzados de América

GIC INGENIERÍA Y CONSTRUCCIÓN

Tel. +52 (81) 8401-7000 e-mail: ventas@grupogic.com www.grupogic.com

REHAB
Clínica en Adicciones

MÉTODO MINNESOTA

En 10 años cerca de mil pacientes han sido apoyados en su rehabilitación a través de este Método en REHAB Clínica en Adicciones

A lo largo de un internado de tres meses donde se cubren por semana 10 horas de guía espiritual, 10 horas con un consejero de programa de alcohólicos y narcóticos anónimos, 10 horas con un terapeuta; seis horas con un psicólogo especializado en adicciones y 20 horas de terapias grupales.

"Mi nombre es Paco, soy alcohólico y adicto a las drogas, aunque tengo 11 años de no consumir ninguna gota de alcohol y ninguna sustancia, sin haber tenido ni una recaída".

Él fue una de esas personas que tuvo que perder todo, matrimonio, familia y un patrimonio muy importante, llegando a tener dos intentos de suicidio. Sin embargo, no fue hasta que después de cuatro tentativas en diferentes clínicas pudo salir adelante mediante el Método Minnesota.

Método Minnesota

Originado en Estados Unidos en los años cincuenta, sus planteamientos han servido para desarrollar programas de rehabilitación por alcoholismo y otras drogas en el mundo. Consiste en que la persona se dé cuenta de que el alcoholismo y la adicción no son más que una enfermedad emocional, en la cual el alcohol y las sustancias son utilizados como anestesias.

El modelo aboga por el concepto enfermedad sin cura, pero con recuperación, siempre y cuando el paciente se adhiera a las propuestas del programa. Con el tratamiento se pretenden alcanzar dos metas a largo plazo: 1. Abstinencia del alcohol y/u otras drogas y 2. Vida de calidad, con salud física y emocional. Para lograr las metas a largo plazo, se trabaja con las siguientes metas de ayuda a corto plazo:

-Reconocimiento de la enfermedad y sus consecuencias en la vida del adicto y su familia.

-Admitir que necesita ayuda y convencerse de que podrá vivir una existencia constructiva con la realidad de una enfermedad que no tiene cura.

-Identificar las conductas que debe cambiar para vivir con la enfermedad en una forma positiva y constructiva.

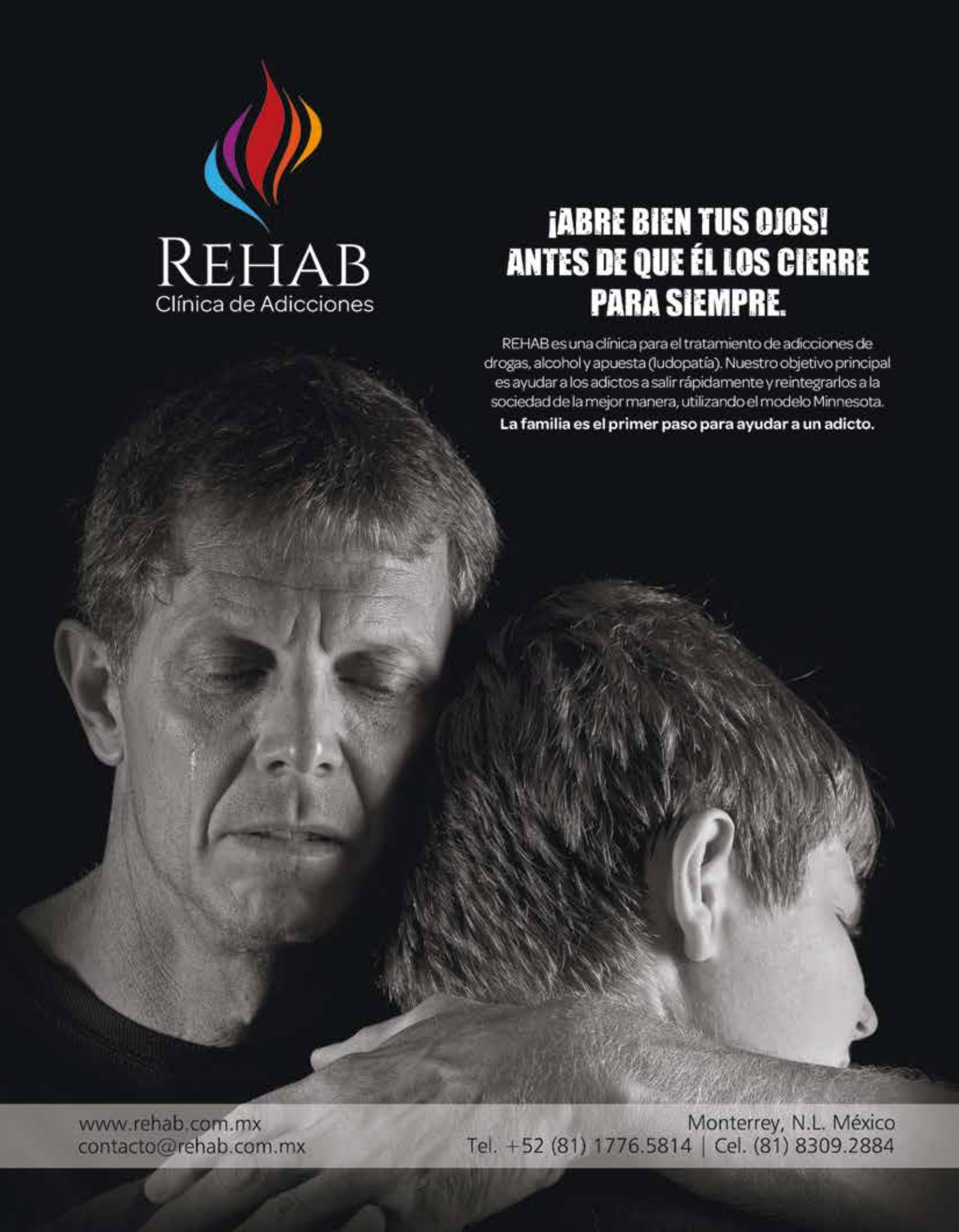
-Traducir su entendimiento en acción para desarrollar un estilo de vida diferente. El modelo Minnesota incluye un programa de Cuidado Continuo desarrollado y estructurado como red de apoyo para la persona en recuperación.

REHAB Clínica en Adicciones

Dirigida por Francisco Chapa, mejor conocido como Paco, aplica este método para apoyar a jóvenes y adultos con este tipo de problemas. A lo largo de un internado de tres meses donde se cubren por semana 10 horas de guía espiritual, 10 horas con un consejero de programa de alcohólicos y narcóticos anónimos, 10 horas con un terapeuta, seis horas con un psicólogo especializado en adicciones y 20 horas de terapias grupales. El tratamiento es complementado por una alimentación balanceada y ejercicio.

Actualmente y desde hace 10 años Paco ha apoyado a cerca de mil pacientes en REHAB Clínica en Adicciones, en Monterrey, NL.

Para ampliar información:
www.rehab.com.mx
contacto@rehab.com.mx
T. (81) 1776-5814 **Cel.** 818-309-2884


REHAB
Clínica de Adicciones
¡ABRE BIEN TUS OJOS!
ANTES DE QUE ÉL LOS CIERRE
PARA SIEMPRE.
REHAB es una clínica para el tratamiento de adicciones de drogas, alcohol y apuesta (ludopatía). Nuestro objetivo principal es ayudar a los adictos a salir rápidamente y reintegrarlos a la sociedad de la mejor manera, utilizando el modelo Minnesota.
La familia es el primer paso para ayudar a un adicto.
www.rehab.com.mx
contacto@rehab.com.mx
Monterrey, N.L. México
Tel. +52 (81) 1776.5814 | Cel. (81) 8309.2884

El TLCAN

Y LOS RETOS DE MÉXICO

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.

Sin duda es una gran ventaja tener de frontera a la mayor potencia económica del mundo por hoy, pero a su vez implica la obligación de México de proveer las más mínimas garantías de seguridad jurídica y física para sus inversionistas. A 20 años del TLCAN aún existen enormes retos. Nuestro país todavía enfrenta todos los grandes desafíos para una nación en vías de desarrollo frente a dos fuertes economías: EU y Canadá.

Por otro lado, los más grandes retos radican en la estructura industrial y económica mexicanas, cuya base permanece como muy limitada al estar basada en las miles de microempresas sin acceso a crédito, que no capacitan a sus trabajadores, ni emprenden innovaciones tecnológicas. Actualmente de todas las empresas registradas en México, 96.1% son microempresas, y a su vez 41.3% del empleo proviene de éstas, sin embargo solo aportan 18% del PIB.

Según estudios de la OECD, nuestro sector manufacturero debería tener un nivel más alto de innovación; dicho de otra forma: aunque México ha atraído un mayor número de inversión y genera un balance positivo con EU y Canadá, aún concentra la mayor proporción de microempresas comparado con otros 27 países. Ahondando en la explicación, la economía mexicana elevó en más de 465% (saldo positivo) el valor total de las exportaciones hacia EU y Canadá, pero las importaciones del resto del mundo crecieron tanto, que dejaron un saldo negativo en la balanza de mercancías.

Para nadie es un secreto que el saldo favorable del comercio, dentro del TLCAN, se explica por la sencilla razón de que las empresas extranjeras en nuestro país, como parte de nuestras ventajas competitivas, aprovechan la mano de obra barata para maquilar productos que reexportan, maximizando no solo el TLCAN, sino los más de 12 tratados y acuerdos comerciales que tenemos con 44 países, lo cual sin duda es una ventaja competitiva.

"A 20 AÑOS DE SU ENTRADA EN VIGOR, LOS GRANDES RETOS DEL TLCAN PERMANECEN COMO ASIGNATURAS PENDIENTES"

A pesar del incremento de las exportaciones mexicanas, gracias al intercambio entre filiales de corporaciones extranjeras o transnacionales asentadas en la República, dejando un saldo positivo de más de 100 mil millones de dólares (mdd) en nuestra balanza comercial, de igual forma, es el mismo monto en negativo o déficit comercial de nuestro país con China. Tan solo en 2013 se compraron mercancías por más de 119 mil mdd y se vendieron apenas 18 mil 511 mdd, de acuerdo al Banco de México; es decir, más de 90% de las compras a naciones como China y Japón son insumos y bienes de capital necesarios para producir la oferta exportadora de México, o sea que irónicamente nuestro saldo final es que somos un país exportador de importaciones que no produce el nivel competitivo que requiere, debido a su política industrial dominada por grandes empresas dueñas de capacidad financiera, conocimiento y tecnologías de la información. Éstos son los grandes retos del TLCAN, a 20 años de su entrada en vigencia.

En conclusión, soy fiel creyente de las ventajas del TLCAN y promotor de la inversión extranjera. No obstante, México aún tiene enormes desafíos para ser más competitivo. Nos encontramos en deuda con su base industrial y comercial, las *mipymes*, que representan 96% de las empresas y 41% de la mano de obra, pues requieren una mayor apertura a créditos que les permita innovar, capacitar a sus trabajadores y sobre todo, crecer y convertirse en una verdadera fortaleza industrial que constituya un mayor porcentaje en el PIB nacional.

Zacatecas

Se Suma a tu Inversión

RESULTADOS DE LA GIRA DE NEGOCIOS
CHINA - JAPÓN - COREA

Inversiones de 170 mdd

que generan 1,700 nuevos empleos.

En gira de trabajo por tres países asiáticos, funcionarios del Gobierno del Estado promocionaron Zacatecas como uno de los mejores destinos de inversión en el país. Los sectores que confirmaron inversiones en la entidad son el automotriz, minero y agroalimentario. Adicionalmente, empresarios zacatecanos participaron en el Foodex, el evento de alimentos más importante del continente asiático, en donde dieron a conocer productos zacatecanos para exportación.

www. sezac.org.mx

Secretaría de Economía de Zacatecas
Circuito Cerro del Gato, Edificio B, Piso 1Fracc. Ciudad Administrativa
C.P. 98160, Zacatecas, Zac. T. +52 (492) 491 5032

SEZAC SECRETARÍA DE ECONOMÍA

ZACATECAS GOBIERNO DEL ESTADO

AMAP

PROMOVIENDO EL VALOR DE LAS IDEAS

Desde 1950 la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP) agrupa a las agencias con mayor integridad y profesionalismo en México, cuyo trabajo destaca por su pensamiento estratégico, excelencia creativa, ética de negocio, calidad de servicio y profundo conocimiento de la profesión, al igual que su importancia como motor generador de bienestar para el país.

Los socios AMAP son las 60 agencias más importantes de México, que facturan cerca de 80% de la inversión total publicitaria nacional. En su Consejo Directivo 2014 sobresale la participación de André Delgado, Director y Fundador de Grupo Cinco Comunicación, quien funge como Vicepresidente y afirma trabajar de la mano con el resto del equipo para impulsar el valor de las ideas.

LA AMAP SE RIGE CON CUATRO EJES ESTRATÉGICOS DE LOS CUALES DERIVAN LAS FORTALEZAS Y BENEFICIOS DE SER SOCIO:

-Promoción y defensa del valor de las ideas y las agencias
-Visión, evolución, integración y crecimiento
-Calidad y desarrollo profesional
-Imagen y representación

"LOS SOCIOS DE LA AMAP SON LAS 60 AGENCIAS MÁS IMPORTANTES DE MÉXICO, QUE FACTURAN CERCA DE 80% DE LA INVERSIÓN TOTAL PUBLICITARIA NACIONAL"

Fotografía por Mónica Martínez Vite

André Delgado, Vicepresidente de la AMAP; Director y Fundador de Grupo Cinco Comunicación

Con base en lo anterior, se pretende acrecentar la inversión publicitaria. André Delgado comenta que en México se destina .7% del PIB en publicidad al año, mientras que en otros países es más del uno o 2% del PIB anual. La razón reside en la cantidad de monopolios existentes, que disminuyen la competitividad. "Lo que buscamos en la AMAP es que el cliente tenga poder de decisión".

Para ello se trabaja en diversas estrategias: la primera es promover e impulsar el valor de las ideas mexicanas por medio de eventos internacionales y concursos, como Cannes. Este 2014 se suman tres años desde que la AMAP instaló una Casa México en Cannes con el fin de "promover todos nuestros valores para venir a producir comerciales aquí" y viceversa, al llevar a una mayor cantidad de anunciantes mexicanos a Cannes para que conozcan el valor de aquella ciudad francesa.

Asimismo, el desarrollo del concepto Universidad AMAP, cuyo objetivo es acercar con programas la realidad con el estudio a jóvenes universitarios, así como a egresados que apenas están incorporándose a agencias. "A través de Universidad AMAP estaremos dando cursos y talleres presenciales y virtuales".

Cabe resaltar que entre los logros obtenidos por la organización se encuentra que es sede de los Premios EFFIE (reconocimiento más importante de la industria publicitaria), los cuales solo tiene presencia en EU, Europa, Sudáfrica y México.

André Delgado es el primer miembro fuera del DF que llega a un nivel tan alto dentro de la AMAP. Su trayectoria profesional se ha vinculado a la mercadotecnia y la publicidad desde la época en que cursaba la carrera de Ciencias de la Información en la UDEM. Su proceso de formación profesional le permitió desarrollarse en diferentes empresas, tanto nacionales como internacionales, adquiriendo así la experiencia necesaria para iniciar su propia aventura creando Grupo Cinco en 1993, siendo ésta la primera agencia de capital 100% nacional certificada por la AMAP.

Reservaciones: (81) 1257-3950
H: 12:30 a 00:30 hrs Todo el año
/elgraneromty
@elgranerogrill
/+ElgraneroMx

elgranero.com.mx

Ostiones Rockefeller

¿Dónde están las mujeres?

Por Valeria Guerra
Maestra en Administración Pública por la Francisco de Vittoria, y en Ética y Antropología por el CPH. Directora de la Escuela de Derecho de la UMM y Socia Fundadora de Kiik Consultores.

Es bien sabido que mujeres y hombres llenan casi por igual las universidades en el mundo. En México 50% de los estudiantes universitarios son mujeres (INEGI 2010), en España son 55% (Ministerio de Educación) y en EU rondan 56% (*Forbes*). Al hablar de posgrados las cifras son las mismas: cerca de 50% de la matrícula son mujeres, pero 30 años después la mayoría de las empresas y puestos de liderazgo son manejados por hombres. Es decir, la voz de la mujer no es escuchada equitativamente.

Algunas cifras más nos dicen que llegando al mundo laboral ellas no están tan presentes como en sus años estudiantiles. De las mil empresas de la revista *Fortune* 4.5% tienen CEOs mujeres, de las Escuelas de Negocios de EU 15% son directoras y en México solo 6% de las compañías tiene en sus consejos de administración a mujeres (IPADE). Estos números pueden revelarnos muchas cosas, entre ellas, que el ámbito laboral no se ajusta a las necesidades de las mujeres o que éstas no desean ingresar en esas condiciones.

¿Quién dijo que el trabajo en una empresa es de ocho horas? Seguro quienes lo diseñaron no tenían hijos a su cargo o muchas responsabilidades en casa. Trabajar ocho o más horas al día puede hacer difícil, más no imposible, que la persona ejerza otro rol en su vida personal, social, familiar, etc.

De algunos cursos que he impartido a mujeres, siempre surge esta inquietud: de niñas o jóvenes les enseñaron a ser las mejores, competir, estudiar, sacar 10, prepararse con una carrera universitaria, y luego llega el momento de casarse, formar una familia y no encuentran trabajos que les permitan conciliar ambas facetas.

"50% DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS SON MUJERES (INEGI 2010), PERO EN LA REALIDAD LABORAL MEXICANA SOLO 6% DE LAS COMPAÑÍAS TIENE PRESENCIA FEMENINA EN SUS CONSEJOS DE ADMINISTRACIÓN (IPADE)"

Se ha escrito mucho de estos temas, por un lado se responsabiliza al Gobierno de que faltan políticas conciliatorias, y por otra parte, a las empresas se les exige que ofrezcan esquemas de balance familiar para ambos géneros. Pero pocas veces se habla del papel femenino para conseguir una mayor participación en el mundo laboral.

Somos las mujeres, junto con las empresas y el Gobierno, quienes debemos buscar espacios en la toma de decisiones. Una organización dirigida por hombres difícilmente comprenderá todas las necesidades que enfrenta una mujer profesionista. Somos nosotras las que tenemos que diseñar, hablar y dejar claro nuestras diferencias. Las mujeres dirigen y se relacionan distinto, y por ello, aportan de otra manera al mundo laboral. Por solo mencionar un ejemplo, las firmas con mujeres en su consejo promediaron una alza de 14% en su ingreso neto 2007-2013, en comparación al 10% de empresas solo con hombres (IPADE).

Las horas de duración de la jornada laboral no son tan importantes como lo que puede aportar una persona a la compañía. Busquemos en conjunto, hombres y mujeres, esquemas donde la persona pueda ser más productiva, porque está satisfecha con todas las facetas de su vida, y en balance.

www.riisa.com.mx

Riisa

RECICLANDO MÉXICO HACIA EL MUNDO ENTERO

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

Rendimiento deportivo y salud bucal

Por Dr. Roberto Carlos Otero Viola

-Caries y problemas músculo-articulares. Que una o varias bacterias pasen a nuestro torrente sanguíneo, significa que tienen vía libre para dañar donde puedan. Las bacterias producidas por las caries acaban depositándose en los músculos y articulaciones. Por lo tanto, está científicamente comprobado que tener caries puede producir y agravar una lesión muscular y/o tendinosa. Además, costará mucho más tiempo recuperarse, pues es necesario que el torrente sanguíneo lleve los sustratos y si éste se encuentra libre de bacterias, qué mejor. Hay personas que tardan meses y hasta años en darse cuenta de este problema, o bien, que acuden con regularidad al dentista y nunca relacionarán que se han recuperado mejor por tener una boca sana.

-Bruxismo tensional (estrés). Es el hábito inconsciente de apretar los dientes sin una intención funcional, involucrando una serie de músculos, entre ellos, masetero y temporal. Si los sobrecargamos (recordemos que el cuerpo humano funciona por cadenas musculares) podemos relacionar dolores de cabeza, cuello, trapecio y toda la musculatura conectada con la cadena posterior (por ejemplo, dorsales, lumbares y glúteos) con el bruxismo. Se recomienda el uso de férulas de descarga para no seguir aplicando fuerza excesiva a los dientes, músculos y ligamentos masticatorios.

Casos conocidos

-Cristiano Ronaldo, futbolista. Ha utilizado un protector bucal cuya función es proteger contra posibles golpes, y además, alinear su mandíbula para evitar que su rendimiento decayera. Este aparato coloca correctamente la mandíbula y la alinea a la perfección con el cráneo, cuello y tórax.

-María José Rienda, esquiadora. En su etapa como profesional utilizó una férula hecha por su dentista, que le ayudó a solucionar sus problemas de espalda producidos, en gran parte, por su mala oclusión o mordida. Ella misma comentó que aunque al principio era muy reacia a probarla, le significó grandes cambios en su rendimiento deportivo.

-Aly Ciossokho, futbolista. El Milán se echó atrás en el traspaso, por 15 millones de euros, del jugador del Oporto, después de someterlo a un examen bucal, donde los médicos del club concluyeron que sufre una maloclusión (contacto irregular de los dientes del maxilar superior con los del inferior), la cual puede tener consecuencias de naturaleza ósea y muscular sobre la columna vertebral.

"UN ATLETA CON LESIONES BUCODENTALES TIENE UNA MAYOR PREDISPOSICIÓN A PRESENTAR LESIONES MÚSCULO-TENDINOSAS, PRINCIPALMENTE DESGARROS MUSCULARES"

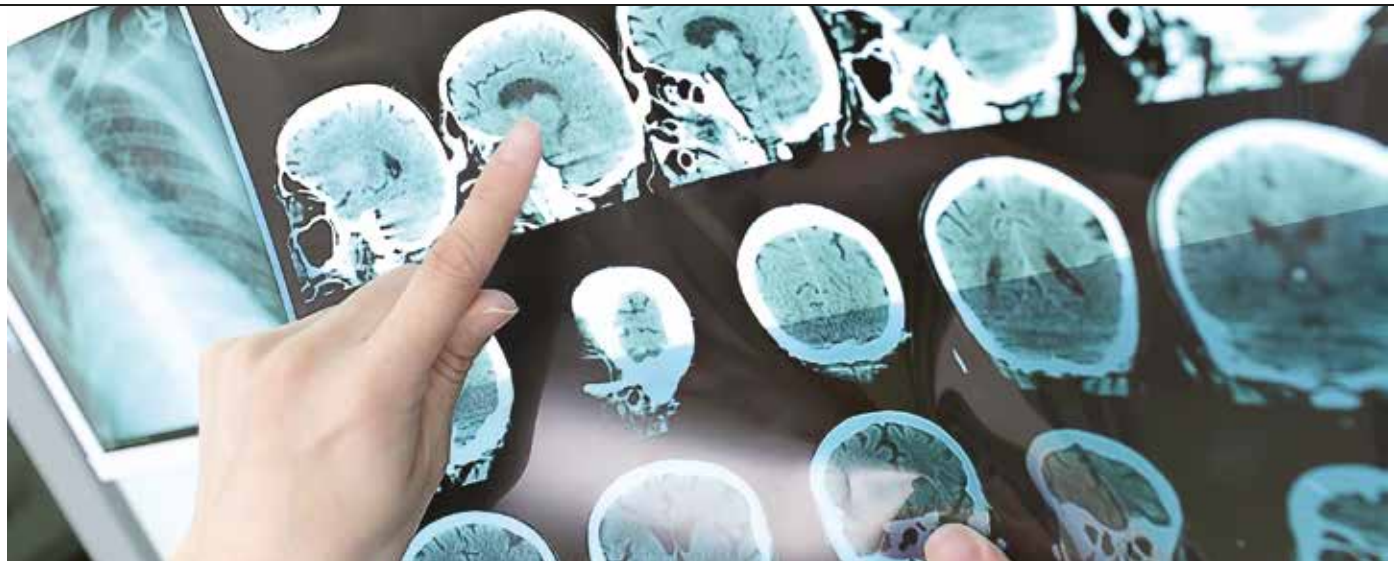
Conclusiones

1. Acudir al dentista tres veces al año.
2. Entender el cuerpo humano como un todo, manteniendo una salud integral de todo el organismo, incluyendo a la boca. Más de 500 bacterias están relacionadas con la salud bucodental.
3. Los protectores bucales y férulas de descarga no aumentan el rendimiento provocando un aumento de la potencia y resistencia muscular, únicamente solucionan un problema haciendo que la persona que los requiere utilice al máximo sus capacidades.

MAIN ENTRANCE.
RESERVA. (81) 8363 47 84
Plaza Fiesta San Agustin. San Pedro Garza Garcia. N.L.
Los Arbolitos de Cajeme

¿Usted se asusta?

AL ESCUCHAR *STROKE*, ANEURISMA, *BY PASS* Y VÁRICES



Por Dr. Alejandro Fabiani
Cirujano Vascular, Director del Instituto de la Aorta y miembro del Instituto de Cardiología y Medicina Vascular de TecSalud

En conversaciones de amigos y familiares frecuentemente escuchamos términos como *stroke*, aneurisma, *by pass*, úlcera y várices, y la primera reacción suele ser cerrar los oídos, de la misma manera en que cerramos los ojos al ver una película con una escena violenta. Pero los oídos no tienen párpados y es inevitable escuchar. Por otra parte, no se trata de una película, sino de la vida real. Así que para evitar el espanto que nos causan esas palabras, lo mejor es conocer de qué se trata y tomar las medidas necesarias.

La medicina vascular es la especialidad que se ocupa de esos padecimientos, y para todos ellos hay soluciones a su alcance. Si hablamos de *stroke* o accidente cerebrovascular, se trata de una situación invalidante. Un ataque cerebral puede causar parálisis, imposibilidad para hablar, pérdida de la visión o incluso la muerte. Pero en la mayoría de los casos es prevenible. Suele producirse a causa de trastornos circulatorios por obstrucción de las arterias encargadas de llevar sangre al cerebro. Es muy fácil detectar este defecto realizando una simple ecografía de vasos del cuello, que de existir se trata y desaparece el riesgo de ataque cerebral.

"LA MEJOR FORMA DE REDUCIR EL RIESGO ES LA PREVENCIÓN. Y LA MEJOR FORMA DE PREVENIR ES MANTENIÉNDOSE INFORMADO"

Los aneurismas son dilataciones de las arterias. El más frecuente es el de la aorta, que habitualmente no da síntomas hasta que se rompe, provocando la muerte inmediata en la mayor parte de los pacientes. Pero detectado oportunamente puede ser tratado en forma segura, con un procedimiento mini invasivo a través de una punción en la ingle.

Las várices son dilataciones de las venas superficiales y suelen considerarse una afección estética, y casi todos los casos lo son. Los actuales tratamientos suelen ser altamente efectivos, sin internamiento, en su mayoría sin cirugía y con excelente resultado. Pero en algunas ocasiones sus síntomas se deben a insuficiencias venosas severas que sin el tratamiento adecuado pueden ocasionar trombosis (formación de coágulos dentro de las venas) y úlceras.

Asimismo, muchas veces los síntomas se confunden o superponen con obstrucciones de las arterias que sí deben ser tratadas para evitar complicaciones graves. Estos tratamientos incluyen angioplastias y *stents*, procedimientos que se realizan con anestesia local y sin cirugía. Y en otras ocasiones debemos recurrir a un *by pass*, algo así como un puente para saltar la obstrucción. Todo esto hace que en más de 90% de los casos, no debamos escuchar una de las palabras que más nos hieren: amputación.

Sin lugar a dudas las enfermedades vasculares son la gran epidemia de este siglo: obesidad, diabetes, hábito de fumar y sedentarismo son los males que más nos aquejan y todos nos llevan a padecerlas.

Unimos lo mejor de la medicina de **Monterrey y Houston**

El Hospital San José y el Hospital Zambrano Hellion se unen al Methodist International, la red global de The Methodist Hospital, para brindar a sus pacientes:

- El mejor talento médico de Monterrey y Houston.
- Colaboración entre médicos de ambas instituciones.
- Las mejores prácticas médicas y hospitalarias en el mundo.
- Un mayor número de servicios clínicos especializados.
- Acceso a tratamientos innovadores.
- Acceso al líder mundial de cardiología: Methodist DeBakey Heart & Vascular Center.

Hospital Zambrano Hellion
Conmutador: (81) 8888.0000 Ext. 3382
Teléfono directo: (81) 8888.0072
Correo electrónico: cassandra.fuentes.a@tecsalud.mx

Hospital San José
Conmutador: (81) 8347.1010 Ext. 8390 o 3223
Teléfono directo: (81) 8389.8390
Correo electrónico: ana.tolentino.g@tecsalud.mx

Hospital Zambrano Hellion TECSalud | Methodist International Healthcare Affiliate

Hospital San José TECSalud | Methodist International Healthcare Affiliate

www.cmzh.com.mx www.hsj.com.mx

Cuidamos tu salud mejor que nadie.

Correr

EL EQUIPO MARCA LA DIFERENCIA

Dra. Lilia Figueroa

Entrenadora de Corredores y Triatletas. Especialista en Medicina del Deporte y Rehabilitación por la UANL, con Maestría en Educación por la UDEM.

La importancia del trabajo en equipo es evidente y obvia en deportes de conjunto como basquetbol, beisbol y futbol americano; en las disciplinas "individuales", en cambio, el nombre por sí mismo parece descartar la necesidad de un trabajo en equipo, pero éste sí es una pieza clave en el desempeño.

La carrera a pie es un deporte que puede practicarse de manera solitaria, pero al unirnos a más corredores, desarrollamos un sentido de pertenencia; esto quiere decir, la satisfacción de sentirnos parte de un grupo. Existen grandes ventajas cuando conocemos a otros con los mismos gustos: compartimos nuestras inquietudes, las dificultades que se nos presentan, nos identificamos con el esfuerzo de los demás compañeros y asimismo, es maravilloso hablar el mismo idioma: tiempos, kilometraje, etc.

Un club de corredores permite conocer a personas con nuestra misma capacidad y ritmo de entrenamiento, pero también a otros con diferentes, y esto nos guía en el camino al esforzarnos por alcanzar al que va un poco más rápido que nosotros y animamos al que va quedando un poco atrás con nuestra sola presencia. Al pertenecer a un grupo estás motivado a no faltar a los entrenamientos, pues tienes con quién platicar, compartir y luchar durante muchos kilómetros.

Existen momentos clave en que contar con un compañero de equipo marca la diferencia. Por ejemplo, cuando enfermamos o nos lesionamos, y debemos pasar un tiempo "fuera de acción", entonces los compañeros nos recordarán que "todo pasa", pues seguramente, la mayoría hemos experimentado algo similar. En el periodo cercano a nuestra primera competencia, estaremos rodeados de los compañeros que tienen más trayectoria y nos ayudarán a planear el recorrido, con consejos y apoyo para aligerar la tensión y permanecer enfocado en nuestras metas.

"CORRER ES LA FORTALEZA DE UN GRUPO QUE LUCHA CONTRA LAS ADVERSIDADES DE LA VIDA Y HACE DE ESTE MUNDO, UNO MEJOR"

La planeación de las jugadas parecería no ser razón para reunirnos en un grupo de corredores fuera del entrenamiento, pero muchos pueden apoyarnos marcando un ritmo de carrera. Además, estaremos en posibilidad de planificar nuestra siguiente competencia en grupo, festejar el éxito de la medalla o tal vez solo reunirnos para contar experiencias, aventuras y las cosas chuscas que ocurren alrededor de las prácticas y dinámicas del equipo. Siempre encontraremos felicidad al compartir, fortaleciendo el sentido de pertenencia, sabiéndonos acompañados.

Napoleon Hill decía que es literalmente cierto que puedes tener más éxito y lograrlo más rápidamente cuando ayudas a los demás a mejorar, y en un club o equipo de corredores surgen muchos líderes según las cualidades personales de cada integrante, que apoyan a otros compañeros en el cumplimiento de sus objetivos, los motivan en momentos complicados y la realidad es que cada corredor puede ser un líder para otro, dándole un sentido muy importante al equipo. El entrenador debe ser el líder principal, y el grupo debe encontrar en él no solo un modelo a seguir, sino un mentor y guía que lo apoye en la consecución de sus metas basada en estudios, experiencias y habilidades.

George Sheehan, corredor, filósofo y escritor afirmaba que "Correr te hace un atleta en todos los aspectos de tu vida. Te entrena con lo básico, te prepara para lo que pueda venir, te da con qué llenar cada hora de tu vida y te enseña a lidiar con los momentos decisivos". Esto siempre es más sencillo cuando vas acompañado, pues correr es mucho más que la individualidad de cruzar una línea de meta: es la fortaleza de un grupo que lucha contra las adversidades de la vida y hace de este mundo, uno mejor.

Total Body
FITNESS CENTER
READY?
INSCRÍBETE EN PAREJA O GRUPO
(HASTA DE 5 PERSONAS)
Y OBTÉN PRECIOS PREFERENCIALES
EN INSCRIPCIÓN Y MENSUALIDAD
*APLICAN RESTRICCIONES
Valle T. 8363 8090 San Pedro T. 8004 9494
ballyfitness.mx 01 800 00 BALLY

Wellness

LA CULTURA DEL BIENESTAR

"RETOMEMOS LAS BUENAS PRÁCTICAS DE DEDICAR SUFICIENTE TIEMPO A NUESTRAS COMIDAS, A COMPARTIRLAS EN UN AMBIENTE DE FAMILIA, DE AMIGOS O DE COMPAÑEROS DE TRABAJO"

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

Vivimos en una sociedad y cultura basadas en el crecimiento económico y no en la mejora de la salud. Gastamos una inmensa cantidad de dinero en medicamentos y cirugías, mientras que las cifras de crecimiento en enfermedades cardiovasculares, cáncer y diabetes, entre otras, van en aumento. 347 millones de personas viven con diabetes a la par que 25 millones mueren anualmente a causa de enfermedades cardiovasculares.

De acuerdo a los datos aportados por la Health Research and Educacional Trust, los gastos en seguros médicos familiares han crecido 100% en la última década y los de las pólizas en seguros individuales 82%. Se calcula que al año 100 millones de personas son empujadas a la pobreza por el incremento en el gasto en medicamentos y hospitalización.

Los intereses económicos también han influido en la manera en que nos alimentamos, constantemente nos bombardean con anuncios de productos procesados que han ocasionado que 1.5 billones de adultos presenten sobrepeso, mientras que 800 millones no tienen lo suficiente para comer.

En Estados Unidos se eligió a la Secretaría de Agricultura para emitir las políticas de abastecimiento de alimentos a la población y para que fuera la responsable de dar la información dietética. Esto creó un grave conflicto de intereses, pues por apoyar a la industria de cereales, diseñó la pirámide nutricional como el modelo a seguir en dietética y nutrición, y a partir de su creación han aumentado los índices de obesidad, diabetes y enfermedades cardiovasculares.

Urge un cambio de pensamiento, donde la solidaridad y la justicia se encuentren por arriba de los intereses económicos. Unámonos en un movimiento por rescatar la salud, la paz y la felicidad de las familias y la sociedad. Regresemos a una alimentación natural donde comamos más verduras y eliminemos el consumo de grasas hidrogenadas como manteca y margarina, así como productos elaborados con ellas y cereales refinados como pan dulce, donas, bisquets, galletas y papas fritas, y reduzcamos el azúcar y las bebidas endulzadas.

Retomemos las buenas prácticas de dedicar suficiente tiempo a nuestras comidas, a compartirlas en un ambiente de familia, de amigos o de compañeros de trabajo; dar a las comidas un enfoque de tiempo sagrado donde se satisfacen no solamente necesidades fisiológicas, sino emocionales y espirituales; donde podamos sentirnos agradecidos de tener esos alimentos, de que alguien los haya sembrado, cosechado, preparado y servido.

También disfrutemos de caminar al aire libre, tomar un poco de sol que nos calcifica y reanima. Volvamos a meditar, a establecer contacto con Dios y recuperemos esa paz interior donde brota la verdadera salud y la felicidad.

9º TORNEO DE GOLF

Eternity Diamonds for PLAYERS OF LIFE

RETOS

Eternity Diamonds y PLAYERS of life Monterrey se unen para organizar el 9º Torneo de golf en el que se recaudarán fondos para Retos.

- Fecha: Viernes 23 de mayo
- Salida: Por escopetazo a las 7:30 AM
- Lugar: Valle Alto Club de Golf

Sistema de juego

Fivesome A Go Go. La suma de los cinco hándicaps debe ser igual o mayor a 60, y solo se permitirá un jugador de 9 o menos.*
Los golfistas saldrán de la marca indicada para su hándicap.

Premiación y regalos para los participantes

Cada jugador obtendrá un **Kit de bienvenida** Eternity-PLAYERS y durante el torneo recibirán **obsequios** de nuestros patrocinadores.

Para finalizar, tendremos una convivencia de clausura en la que se premiará a los tres primeros lugares, a los ganadores de los Hole in One y O'Yes! y habrá una rifa para todos los participantes. **Serviremos deliciosa comida, cerveza, refrescos, vino, whisky y tequila** para disfrutar en un agradable ambiente.

Inscripciones

Algunos de los premios serán **automóviles, estancias en los mejores hoteles, relojes, joyería, arcones, pantallas** y muchos otros regalos.

- Cooperación: $3,000 por persona
- Cupo limitado

RETOS
8343-9229 / gina@retos.org.mx

PLAYERS of life Monterrey
1522-0536 y 37 / contacto@playersoflife.com

FUNDACIÓN PLAYERS

*Los jugadores deberán acreditar su hándicap con Tarjeta de la Federación, SPEIHCP y/o carta firmada de su club. Sujeto a verificación por parte del comité organizador. Se jugará de acuerdo a las reglas de la Federación Mexicana de Golf y reglas locales del club.

VINOTECA · JAGUAR · LAND ROVER · Autokam · Life Fitness WHAT WE LIVE FOR · Audi Center San Pedro

Sinaloa & Company

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 y en 2012 el Premio Chevening por parte del Gobierno Británico. Actualmente cursa un segundo posgrado en Inglaterra.
editorial@playersoflife.com

Dejando de lado las evidentes diferencias éticas y morales, las empresas criminales transnacionales tienen muchas similitudes con las legales: invierten, cuentan con recursos físicos y humanos, establecen metas y sobre todo, coinciden en buscar ganancias económicas. Pero, ¿qué tanto puede explicarse que una de esas empresas, el Cártel de Sinaloa y su CEO, hayan generado mil millones de dólares de ganancias? ¿Qué lecciones podría haber tomado de los empresarios legales?:

1. Location, location... Location. Una máxima de los negocios es tener operaciones en un lugar que cuente con beneficios logísticos que permitan fácil acceso a proveedores, mano de obra y clientes. La empresa Sinaloa tuvo los tres: cuando su prioridad era la marihuana, conjuntó el buen clima de la región, la posición discreta pero cercana que ofrecía la Sierra Madre y el buen *timing* de contar con mano de obra campesina que había quedado desempleada debido al abandono del campo (en especial después del TLCAN). Al mismo tiempo, la posición le permitía estar muy cerca del mercado californiano, uno de los más grandes del mundo. El modelo logístico fue tan exitoso, que contando con salida al mar y regiones muy alejadas de las ciudades, pronto Sinaloa & Co. empezó a participar no solo por tierra, sino usando túneles, aviones, barcos y hasta submarinos. Una empresa globalizada gestionando el *just in time* en todo el sentido de la expresión.

2. Branding y posicionamiento. Producir y acceder a mercados era importante, pero cualquier libro de marketing nos enseñaría que eso no sirve de mucho si no hay una marca que se le asocie para hacer el negocio

más rentable y duradero. Sinaloa lo comprendió bien y desarrolló tres métodos: *a. Posicionamiento diferenciador,* muy distinto al de sus competidores (en lugar asociarse con "violencia", prefirió acercarse a los conceptos de "lealtad", "valor de la palabra" y "empresarial"; en lugar de irse por el secuestro y la extorsión, prefirió el lavado de dinero); esto no quiere decir que algunos de sus miembros no hayan sido violentos (sobre todo cuando competían por nuevas plazas), significa que cuando eran violentos usaban otras marcas, igual que las empresas cuando ingresan en otros *targets* y consideran conveniente dos posicionamientos distintos. *b. Innovar en momentos de crisis,* cuyo ejemplo más claro fue cuando en EU varios Estados regularon la marihuana y como respuesta, el cártel pasó a la cocaína y metanfetaminas (éstas últimas, 18 veces más rentables). *c. Uso eficiente de estrategias de comunicación corporativa,* en lugar de manuales de identidad, optó por el *soft power* que acompaña a las "narcomantas" (como símil de los comunicados de prensa), y los "narcocorridos" (símil de los *jingles*). Moraleja: no hay mejor campaña que aquella que la gente quiere consumir.

3. Best place to work. Cualquier CEO sabría que pocas cosas son más reconfortantes que confirmar que sus empleados llevan bien puesta la camiseta de la compañía. Combinando una estructura familiar y no-familiar (muchas veces basada en el mérito) Sinaloa & Co. pareciera haber dedicado tiempo y recursos para que todo su personal estuvieran agradecido y orgulloso. Así, pagó servicios médicos, becas, escuelas, cuentas hospitalarias, vacaciones, créditos para emprender o salvar otros negocios, resolvió conflictos y muchas otras cosas que nadie más hubiera hecho. La idea fue tan clara que quizá el mayor logro de los que manejan esta empresa es que el concepto permeara por décadas no solo en los empleados, sino también en sus amigos, vecinos y familiares. Pareciera que las marchas en Culiacán (con centenares de beneficiados por el cártel exigiendo la liberación de El Chapo), son la mejor clase de Responsabilidad Social Corporativa que alguien puede dar: la lealtad, para ser duradera, debe ser real, y no solo discursiva. En cualquier caso, la organización Sinaloa deja en claro lo complejo que pueden ser estas empresas y el tipo de retos que enfrentan.

NUEVAS REGLAS DE OPERACIÓN
AHORA ES MÁS FÁCIL, RÁPIDO Y CON MENOS TRÁMITES

Para atender a más productores se abrieron nuevos programas con más apoyos para la agricultura, ganadería, pesca y la acuacultura.

Con las nuevas reglas de operación, ¡Vamos a ser más productivos!

¡Acércate a tu delegación SAGARPA e infórmate ya!
Visita www.sagarpa.gob.mx

Juntos alimentamos el futuro de México.

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA

SAGARPA
SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN

Este programa es público ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa.

Arte a Tiempo
EMWA

Mauricio Wapinski

Luly Siller de Ibarra y Jorge Ibarra

María Rosa Cantú de Ruiz y Manuel Ruiz Rodríguez

Bettyna Romo y Sergio Dávila

Una velada que reunió el arte y los trazos, por primera ocasión EMWA en conjunto con Montblanc, Porsche y UBS, se unieron en un proyecto de recaudación de fondos a favor del Club de Niños y Niñas de Nuevo León. La Gala tuvo lugar en el Club Campestre, donde los presentes disfrutaron de un cóctel seguido por una subasta a cargo de la reconocida casa Christie's.

María Eugenia García de Fernández y Dámaso Fernández

Escanea el código con tu celular

o busca el ID: 5265 en playersoflife.com

Carlos Sandoval y Martha de Sandoval

Nazario Assad y Lorena Kalifa de Assad

Gala Anual
CLUB HARVARD

Jesús Coronado Hinojosa, Margarita Quintanilla de Coronado y Miguel Coronado

Para conmemorar la Gala Anual del Club Harvard, se llevó a cabo un cóctel en el Planetario Alfa, Pabellón El Universo. En esta ocasión contaron con la presencia del Dr. Thomas Kelly, Director del Departamento de Música de Harvard, donde además se entregó el premio al Mérito Cívico en su cuarta edición, siendo galardonado Don Jesús Coronado Hinojosa, Presidente de la Asociación Down de Monterrey, AC.

Thomas Kelly y Dionisio Garza Sada

Jesús Viejo y Cristina Barragán de Viejo

Ricardo Coronado y Patricia Rodríguez de Coronado

Gregorio Canales y Claudia de Canales

Sofía de Garza y Marcelo Garza

Luis Garza Sada y Paulina Jasso de Garza

Javier Prieto y Lydia Santos

PLAY
Escanea el código con tu celular
o busca el ID: 5585 en playersoflife.com

Ironman 70.3
EN MONTERREY

Alejandra Fernández, Mónica Escamilla, Valeria Milmo y Cynthia Gutiérrez

Por primera vez en Monterrey se llevó a cabo el Ironman 70.3. Más de dos mil competidores de diversas partes del país y el extranjero pusieron a prueba sus capacidades físicas, resultando triunfador el inglés Tim Don, con un tiempo total de 3:46:59; el segundo lugar fue para el regio Francisco Serrano con 3:50:17 y el tercero para el estadounidense Ben Hoffman con 3:52:22.

Lilia Figueroa

Hannia Lozano de González, Juan González y Lisbeth Pineda

Mateo Mazal

Marco Mascareñas

Carlos Ballí, Ricardo Leal, Máximo Vedoya, Luis Hernández, Charly Álvarez, Victoria Martínez y Gil Fuentes

Perla Jiménez, Olga de la Garza, Mayra Fernández y Brenda Martínez

Benjamín de la Garza y Neto Fernández

RECUENTO DEL EVENTO

Fotografías por Rogelio Alarcón / Club Lili Figueroa (www.lilifigueroa.com)

PLAY

Escanea el código con tu celular

o busca el ID: 5670 en playersoflife.com

Conferencia-cóctel
ESPACIA OFICINAS

Espacia Oficinas invitó a un exclusivo grupo de personas a su conferencia-cóctel. El punto de reunión fue en BC VAO2 oficinas, donde Jorge Saunders impartió el tema "El reto del cierre en estos tiempos", basado en el sistema Sandler. Posteriormente los asistentes disfrutaron del cóctel y participaron en un sorteo.

José Antonio Cavazos, Irma Martínez y Carlos Fernández

Jorge Saunders

Fernando Treviño y Jesús Garza Cortés

Luis Manuel Galindo y Sergio Reséndez

PLAY

Escanea el código con tu celular

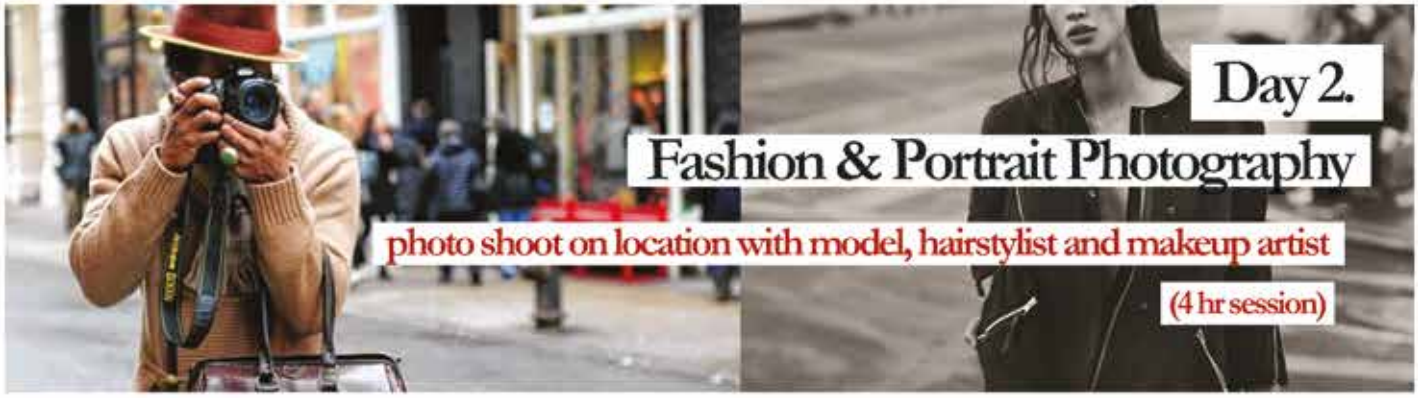
o busca el ID: 5584 en playersoflife.com

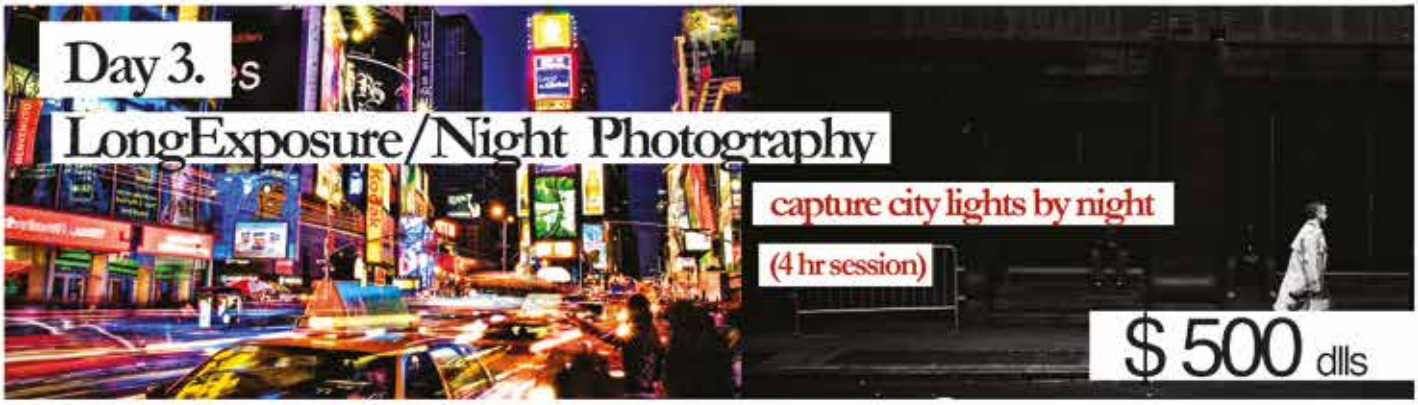
Alejandro Campbell

Román Velázquez y Armando de la Fuente

NEW YORK
PHOTOGRAPHY WORKSHOP

MAY 5, 6 &7





Optional during the day visits to: B&H (Photo and video store) Photo Galleries Events

BAXTERSTUDIO

www.baxterstudio.net info@studiobaxter.com.mx T. 19 68 77 85 C.8180150405

Niños Índigo

Y EL PODER DE LA SENSOPERCEPCIÓN

Por MC Judith Hernández Sada, Psicóloga Clínica

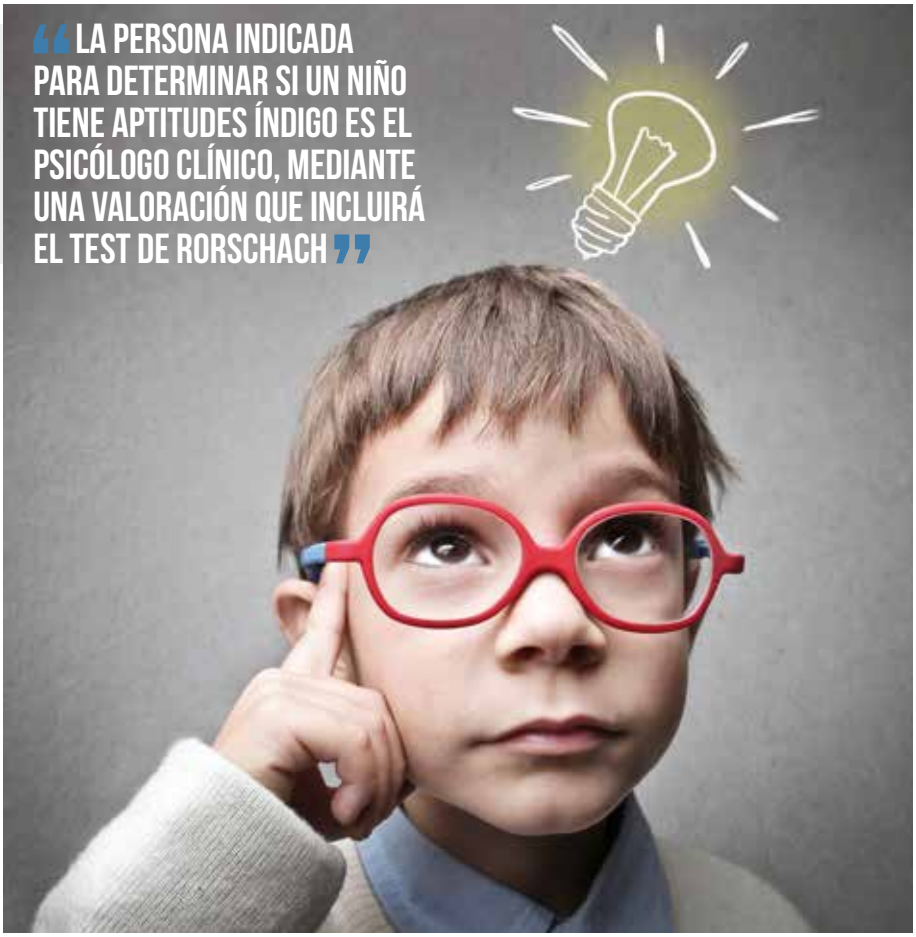
El tema de los niños índigo ha sido poco estudiado, y el término proviene de la creencia de que dichos infantes tienen un aura de ese color. Estamos hablando de una especie de niño genio que por ello es diferente a uno común.

A las personas que poseen estas características se les complica adaptarse a los otros, así como a las actividades psicosociales propias y esperadas para su edad.

Una de las especificaciones principales que desarrollan con facilidad es la *sensopercepción*, que cabe señalar no es lo mismo que lo extrasensorial. Gracias a ella integran lo perceptivo con habilidad; por ejemplo, cualquier materia en el colegio la comprenden y aplican con poco esfuerzo, en cambio tienen limitaciones para relacionarse socialmente con niños de su edad que no tienen tan desarrollada esta cualidad.

La sensopercepción es un proceso a través del cual se adquiere información del ambiente que nos rodea, dando significado y contexto, éste es por lo tanto el primero de los procesos cognitivos implicados en la adquisición de conocimiento. Por ende, una sensopercepción muy desarrollada generalmente impide una adecuada adaptación, sobre todo lúdica. En lo que un niño normal empieza a captar las normas o indicaciones del juego, uno índigo ya percibió el final del mismo y así lo manifiesta, dificultando el juego compartido. El aislamiento, especialmente en actividades de diversión, es típico y significativo, y suele ser un rasgo de conducta que distingue a estos infantes de los demás.

Por la manera en que integran la información, y su percepción estimulada y heredada genéticamente, estos pequeños alcanzan y captan niveles de comprensión y entendimiento muy superiores a los de su edad, e incluso a los de algunos adultos que no saben cómo manejarlo y que erróneamente los etiquetan.



ALGUNAS CARACTERÍSTICAS DEL NIÑO ÍNDIGO:

- Aprende a un nivel exploratorio
- Tiene energía en exceso
- Se resiste a la autoridad si ésta no está democráticamente orientada
- Se distrae fácilmente, a menos que esté absorto en un tema de su interés
- Puede frustrarse fácilmente porque tiene grandes ideas, pero pocos recursos o personas dispuestas a ayudarle a realizarlas
- Necesita adultos emocionalmente estables y seguros a su alrededor

Fuente: www.holistica.com.mx/indigo.html

EL COSTEÑITO / @ELCOSTENITO • TU CIUDAD

grupocosteño

VIGILIANDO
Cuaresma 2014

Taco
NEMO

Tortilla de maiz + Filete de tilapia a la plancha + Ensalada de col + Pico citrus + Salsa de mango habanero

PESCADO ERES, Y EN TACO TE CONVERTIRÁS

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 • SAN LUIS • MÉXICO • GDL • LEÓN • CANCÚN • AGUASCALIENTES • DURANGO • TIJUANA • CUERNAVACA • ZACATECAS • CD. JUÁREZ • GOMEZ PALACIO • HERMOSILLO • REYNOSA

www.grupocosteno.com

RESUMEN DE MARZO

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

• 1. 72 personas murieron en China a causa del virus de la gripe aviar H7N9 en los primeros dos meses del 2014 • 2. La República de Crimea declaró formalmente su independencia de Ucrania y su petición de adhesión a Rusia fue aprobada por el Presidente Putin • 3. Michelle Bachelet tomó protesta como Presidente de Chile por segunda vez • 4. Manifestaciones en contra del Gobierno de Nicolás Maduro en Venezuela dejaron una gran cantidad de daños materiales, así como personas heridas y detenidas • 5. Se extravió una aeronave de la compañía Malasya Airlines, con 239 pasajeros • 6. Dos edificios situados en 116th Street con Park Avenue, al norte de Manhattan, en Nueva York, colapsaron debido a una explosión por fuga de gas • 7. Oceanografía, SA, contratista de Pemex intervenida por el Gobierno, realizó un sistemático engaño con facturas falsas que costó a Banamex 360 mdd • 8. Los mexicanos Alfonso Cuarón y Emmanuel Lubezki ganaron el Oscar por la película *Gravity* • 9. Se dio a conocer la suspensión en el amparo promovido por Joaquín *El Chapo* Guzmán para no ser extraditado • 10. El Pleno de la Cámara de Diputados aprobó sancionar a los alcaldes cuando incurran en mal manejo de recursos federales • 11. Infonavit alertó sobre la "saturación" de créditos en 18 Estados • 12. El Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas ajustó a la baja sus estimados de crecimiento para este año, dado el lento arranque económico de 2014 • 13. Se dio a conocer que durante este año Gruma construirá cuatro nuevas plantas, dos en México (Tijuana y Monterrey), Rusia y Malasia • 14. Alberto Santos Boesch, Director de Empresas Santos llevó a Monterrey al aparador mundial en Nueva York • 15. Katcon anunció que arrancará en abril una nueva planta en NL, enfocada al mercado de vehículos pesados

La elegancia es una actitud

NUEVOS SALONES DE EVENTOS

CLUB EJECUTIVO. RÍO DANUBIO # 395 OTE, COL. DEL VALLE, SPGG, NL, MX . 66220
T. 8761 4010 / WWW.CLUBE.COM.MX

RESUMEN DE MARZO

• 1. La Federación Inglesa de Futbol impuso una sanción de siete partidos al entrenador del Newcastle, Alan Pardew, por dar un golpe con la cabeza a un jugador • 2. Se dio a conocer que Oscar Pistorius pidió a un amigo asumir la culpa cuando una pistola se disparó por accidente en un restaurante semanas antes de que el corredor matara a tiros a su novia • 3. Los Vaqueros de Dallas cortaron a su líder de todos los tiempos en capturas, DeMarcus Ware, ahorrando 7.4 mdd en el tope salarial • 4. El ucraniano Alexander Dolgopolov eliminó al español Rafael Nadal en el Torneo de Indian Wells • 5. Dieron cárcel al Presidente del Bayern por evasión fiscal • 6. La FIFA anunció que México continúa en la lista de naciones que más localidades han comprado para Brasil 2014 • 7. Aída Román obtuvo el título del Campeonato Mundial de Tiro con Arco Bajo Techo, realizado en Nimes, Francia • 8. Se dio a conocer que Alfredo Angulo *Perro Malo* por primera ocasión se parará en el MGM para enfrentar a Saúl *Canelo* Álvarez • 9. La Selección Mexicana de Futbol enfrentó a Nigeria en partido amistoso, con un marcador de cero goles • 10. La administración y razón social del Club Gallos Blancos del Querétaro fue asegurada por la PGR • 11. Tijuana quedó como primer semifinalista en la Concachampions, al doblegar en el partido de vuelta al Galaxy • 12. Falleció víctima de un infarto Jerzy Hausleber, padre de la marcha mexicana • 13. Se llevó a cabo el Ironman 70.3, donde más de dos mil deportistas internacionales y nacionales compitieron en las tres disciplinas: carrera, natación y ciclismo • 14. Paola Longoria sumó su título número 30 consecutivo, al acumular 120 victorias • 15. Se dio a conocer que serán seis carreras y el recorrido parcial del Maratón Powerade Monterrey, las que se realicen en San Pedro en el segundo semestre del 2014

El compromiso, la pasión y entrega de nuestra gente...

QualityPost®
Smart Logistics
Nuestra entrega es total®

www.qualitypost.com.mx
+52 (81) 8288-9000

TU MEJOR OPCIÓN PARA COMPRAR TU

Valle

Tu Agencia, Tu Estilo

Autos Valle
Av. Vasconcelos Ote. No. 355, Col. Santa Engracia,
San Pedro Garza García, Nuevo León. Tel. (81) 80 40 63 50.