

PLAYERS

OF LIFE

TORREÓN



THE TRENDING STARS

EL MARKETING DE HOY / Las agencias que te llevan hacia tus objetivos estratégicos.
TECNOLOGÍA QUE REVOLUCIONA / Las compañías 'top' para transformar tu empresa.
ARTÍCULO ESPECIAL / ¿Por qué "El medio somos nosotros" en el mundo digital?

Los Mariskoos

— DEL HUARI. —



Este mes de mayo nos toca consentir a la **Reina de la Casa**.

Siempre a la vanguardia culinaria, en nuestras dos sucursales (Periférico e Independencia) nos complace recibirte con la experiencia y el **Sabor con Estilo Original** que nos caracteriza.

Visítanos y comprueba que nuestros platillos son **Siempre Frescos**.



Horario: Lunes a Domingo de 9:00 AM a 8:30 PM



www.losmariskoos.com



los mariskoos del huari





**¡Siempre
frescos!**



Gracias
POR SER LA MEJOR DEL
mundo



alsuper
Plus

The logo for 'alsuper Plus' is located in the bottom right corner. It features a red shopping cart icon above the word 'alsuper' in a bold, red, sans-serif font. A green swoosh underline is positioned below 'alsuper', and the word 'Plus' is written in a smaller, red, cursive font to the right of the swoosh.

Make a
Difference.

PLAYERS
TALKS

PRESENTADO POR
RappiPay

Evento digital

Jueves 03 Junio
17:00 hrs.

IBERO
TORREÓN

GRAN
VINICOLA
RESIDENCIAL

M
CORPORATIVO
VALMAR

LA CAVA
RESIDENCIAL

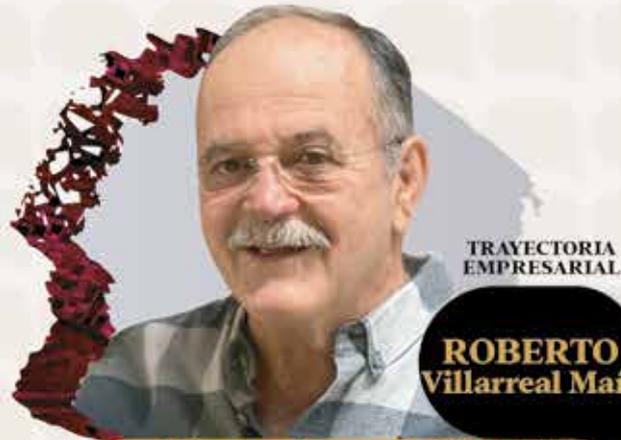
Nóvament
cultura estratégica para crecer

LALAY

SCH
ASESORES
PATRIMONIALES
GNP SEGUROS

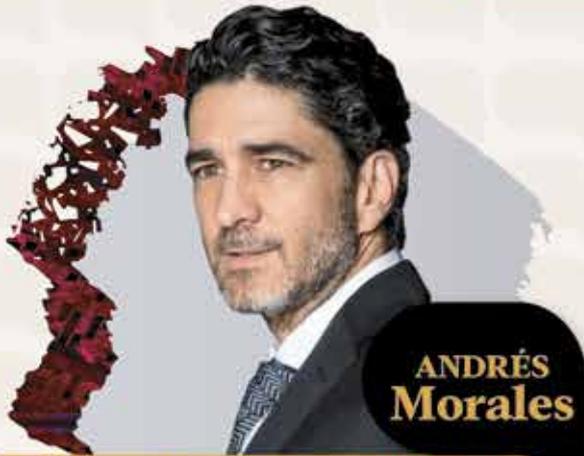
VINOTECA.

Speakers



**ROBERTO
Villarreal Maíz**

Director General de TORMEX
INDUSTRIAS Y FUNDILAG HIERRO



**ANDRÉS
Morales**

Chief Marketing Officer de BACHOCO



**JORGE
Pérez Garza**

Director de GRUPO JOPER



REGÍSTRATE AQUÍ

www.playerstalks.com



EMPRESARIAL

¡Llegamos a Torreón!

50% de descuento | en las primeras **3 rentas**

La mejor red
empresarial 100%
fibra óptica



Enfrenta los retos actuales en el mundo digital 4.0

A escala global, la adopción de tecnología digital ha mostrado ser la clave para adaptarse a una nueva realidad. Hablamos de la industria 4.0, que responde a los desafíos y necesidades de interconectividad y acceso a la información en tiempo real.

No sólo es una estrategia sólida para afrontar los retos actuales, sino también un nuevo estándar en tecnología que pone a las empresas a la vanguardia en términos de competencia e inteligencia de negocio.

Soluciones en tecnología digital

La industria 4.0 comprende una serie de herramientas tecnológicas para mejorar los procesos de producción y negocio, así como la experiencia de empleados y clientes.

Totalplay Empresarial pone a tu alcance este conjunto de soluciones, gracias a su red de fibra óptica de última generación que garantiza el funcionamiento ininterrumpido de conectividad. Por eso, es el aliado más confiable para que tu empresa siempre este vigente.



Internet Dedicado para estabilizar y agilizar la transferencia de datos.



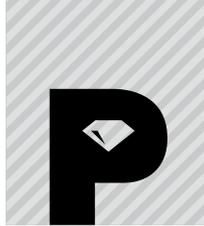
Ciberseguridad para controlar el envío y recepción de información de manera segura.



Videovigilancia para proteger incidentes de seguridad y minimizar pérdidas y robos.



Comunicaciones Unificadas para mejorar la colaboración y aumentar la productividad.



MAYO 2021

Carta editorial

Somos privilegiados por vivir en nuestra actualidad, gracias a la tecnología todo ha mejorado en cuanto al acceso a información, eficientizar tiempos y procesos, así como en las maneras de comunicarnos y de cómo conectar con los demás; por lo que creo fielmente en la gran responsabilidad que recae en el uso que damos a las valiosas herramientas con las que contamos hoy en día para realizar nuestras diferentes actividades, tal como lo dijo el economista y ganador del premio Nobel de la Paz, Muhammad Yunus, “La tecnología es importante, pero lo único que realmente importa es qué hacemos con ella”. Considero de gran valor destacarlo e invitarlos a cuestionarlo cada vez que le damos uso, y en las páginas de esta edición abordamos algunas de sus distintas vertientes.

En portada, conoce a Rorro Echávez, Andrea Lozoya, Pamela Murra, Siham Hamdan y a Ricky Arenal: The Trending Stars, ellos marcan la diferencia a través del contenido que generan para el mundo digital y con el que llegan a un sinnúmero de usuarios. En entrevista descubrirás cómo llegan a convertirse en las personalidades que son hoy en día en las diferentes plataformas en las que participan, cuándo se percatan del impacto que tiene cada una de sus publicaciones, a dónde quieren llegar, así como muchos detalles más.

Por otro lado, la mercadotecnia ha vivido una transformación importante y, sobre todo, acelerada en los últimos años, dado el profundo impacto que tienen dentro de los resultados de cada empresa, en nuestro especial Marketing de Hoy encontrarás a las agencias que, sin duda, serán las mejores aliadas para guiar a tu empresa a lograr los objetivos estratégicos trazados para este 2021.

Ni qué decir en cuanto a la evolución en temas tecnológicos, por lo que en el apartado dedicado a este sector presentamos a las empresas especializadas más influyentes que ayudarán a transformar tu compañía.



Foto: Laura Luna

Alejandro Martínez Filizola, cofundador de Grupo PLAYERS

Finalmente, el artículo especial El Medio Somos Nosotros explica la gran implicación que tiene el uso de redes sociales en los cambios a nuestro alrededor, al igual que el gran poder que tiene cada clic que hacemos en las diferentes plataformas digitales, así como nosotros mismos con todo lo que compartimos desde nuestras computadoras y dispositivos móviles.♥

PLAYERS
OF LIFE
TORREÓN

DIRECTOR EJECUTIVO

Octavio López
✉: octavio.lopez@playersoflife.com

DIRECTORA EJECUTIVA DE CHARM LIFE

Daniela Garza
✉: daniela.garza@charmlife.com.mx

ASESORES COMERCIALES

Tania Barrón
✉: tania.barron@playersoflife.com

Victoria Mata

✉: victoria.mata@playersoflife.com

Anali Miranda

✉: anali.miranda@playersoflife.com

Karina García

✉: karina.garcia@playersoflife.com

GERENTE EDITORIAL PRINT

Alberto Ruiz
✉: alberto.ruiz@playersoflife.com

DISEÑO EDITORIAL PRINT

Dalia Soriano
✉: dalia.soriano@playersoflife.com

BRANDED CONTENT EDITOR

Yovanna García
✉: yovanna.garcia@playersoflife.com

GERENTE EDITORIAL DIGITAL

Cristina Garza
✉: cristina.garza@playersoflife.com

DISEÑO DIGITAL

Ismael González
✉: ismael.gonzalez@playersoflife.com

COORDINADORA DE MARKETING

Adisdé Yuriria Salazar Sifuentes
✉: adisdé.salazar@playersoflife.com

ADMINISTRATIVA

Mariana Sánchez
✉: mariana.sanchez@playersoflife.com

FOTOGRAFÍA DE PORTADA

Laura Luna

FOTOGRAFÍA

Gabriel Escobar

LOGÍSTICA

Francisco Javier Leyva

PLANES TELCEL
Max Sin Límite

Mamá es experta

en **TODO**

dentro del

Corazón



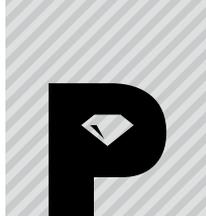
**Samsung
Galaxy S21**

**te amo
mamá**

Telcel la mejor Red con la mayor cobertura

 **telcel**

Consulta detalles con tu Asesor Telcel o en www.telcel.com



MAYO 2021

DIRECTORIO CORPORATIVO

DIRECCIÓN GENERAL

Maurice Collier de la Marliere
e: maurice.collier@grupoplayes.com.mx
@MauriceCollier

Alejandro Martínez Filizola
e: alejandro.martinez@grupoplayes.com.mx
@AlexMtzFili

EDITORIAL

HEAD BRANDED CONTENT
Victor Blankense
e: victor@grupoplayes.com.mx

HEAD EDITORIAL DIGITAL
Sergio Eduardo Rodríguez
e: sergio.rodriguez@grupoplayes.com.mx

HEAD EDITORIAL PRINT
Samantha Gallinar
e: samantha.gallinar@grupoplayes.com.mx

DISEÑO

GERENTE DE DISEÑO
Salma Salum
e: salma.salum@grupoplayes.com.mx

ADMINISTRACIÓN

DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA
Adriana Martínez
e: adriana.martinez@grupoplayes.com.mx

GERENTE ADMINISTRATIVA
Erika Vargas
e: erika.vargas@grupoplayes.com.mx

ASISTENTE DE DIRECCIÓN GENERAL
Olympia Hernández
e: olympia.hernandez@grupoplayes.com.mx

MARKETING, RELACIONES PÚBLICAS Y ESPECTÁCULO

GERENTE DE MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS
Pamela Tirado
e: pamela.tirado@grupoplayes.com.mx

DISEÑO DE MARKETING
Annette Hernández
e: annette.hernandez@playersoflife.com

SISTEMAS

GERENTE DE SISTEMAS
Iveth Ramos
e: iveth.ramos@grupoplayes.com.mx

RECURSOS HUMANOS

SUBGERENTE DE RECURSOS HUMANOS
Brisa Favila
e: brisa.favila@grupoplayes.com.mx

PLAYERS EN MÉXICO

CORPORATIVO
Tels: (871) 192 3434,
(871) 192 4767,
(871) 228 0030 y 31
Av. Ocampo 240 ote.
Col. Centro 27000
Torreón, Coahuila

MONTERREY
(81) 80 00 78 06
IOS Torre Campestre
Ricardo Margain Zozaya #575,
Torres D Santa Engracia 66267
San Pedro Garza García, Nuevo
León

GUADALAJARA
(33) 800 07 360
IOS Andares Patria
Av. Patria #2085, Col. Puerta
de Hierro 45116
Zapopan, Jalisco

LEÓN
Tels: (477) 788 2100
Blvd. Calzada de los Héroes 708
La Martinica, León, Guanajuato
www.am.com.mx

REPRESENTACIONES DE VENTAS

CIUDAD DE MÉXICO
Rafael del Castillo
e: rafael.delcastillo@grupoplayes.com.mx

MAZATLÁN
Alejandra Hernández
e: alejandra.hernandez@playersoflife.com

Impreso en:
Celsa Impresos
CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015

PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 5 No. 170. Fecha de publicación: 1 de Mayo de 2021. Revista mensual, editada, publicada y distribuida por Grupo PLAYERS. Av. Ocampo 240 ote. Col. Centro, 27000 Torreón, Coahuila, México. Editor responsable: Rocío Castillo Carpio. 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



Espejos con proyección del logo Maybach.



Estribos extensibles eléctricamente.



Interior Exclusive con piel Napa y luz ambiente.



Asientos traseros ejecutivos y consola first-class.

Lujo más allá del tiempo, el espacio y los caminos.

La nueva Mercedes-Maybach GLS satisface las más altas exigencias de la forma más sencilla. Visita Mercedes-Benz Laguna y conoce la perfección y exclusividad en su máximo nivel.

Mercedes-Maybach GLS. The wealth of independence.

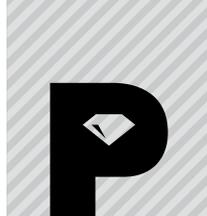
MAYBACH



Mercedes-Benz Laguna
Blvd. Independencia 1000 Ote.
Tel. y WhatsApp: (871) 747 5700
www.mercedes-benz-laguna.com.mx

f Mercedes-Benz Laguna
@mb_laguna
@MB_Laguna

800 0024 365 La fotografía que aquí aparece es usada como referencia y puede ser modificada sin previo aviso.
"Mercedes-Benz" y "Maybach" son marcas de Daimler.



MAYO 2021

Contenido



THE TRENDING STARS

32

34 Rorro Echávez
36 Andrea Lozoya
38 Ricky Arenal
40 Siham Hamdan
42 Pamela Murra

44

INVESTIGACIÓN PLAYERS OF LIFE

El medio somos nosotros

16

TODOPODEROSO

Sundar Pichai, Director Ejecutivo de Google

18

HECHO EN MÉXICO

Juan Lombada, el gurú del marketing

20

TRAVESÍA

Destinos de Latinoamérica

22

CULTURA, ARTE Y MÁS

El museo de la tecnología, Deutsches Musuem

24

BEST SELLER

Lectura inspiradora para mejores estrategias de marketing

26

DELICATESSEN

Mandolás: el vino seco que impulsa el presente de Tokaj

28

GOURMET

Algarabía

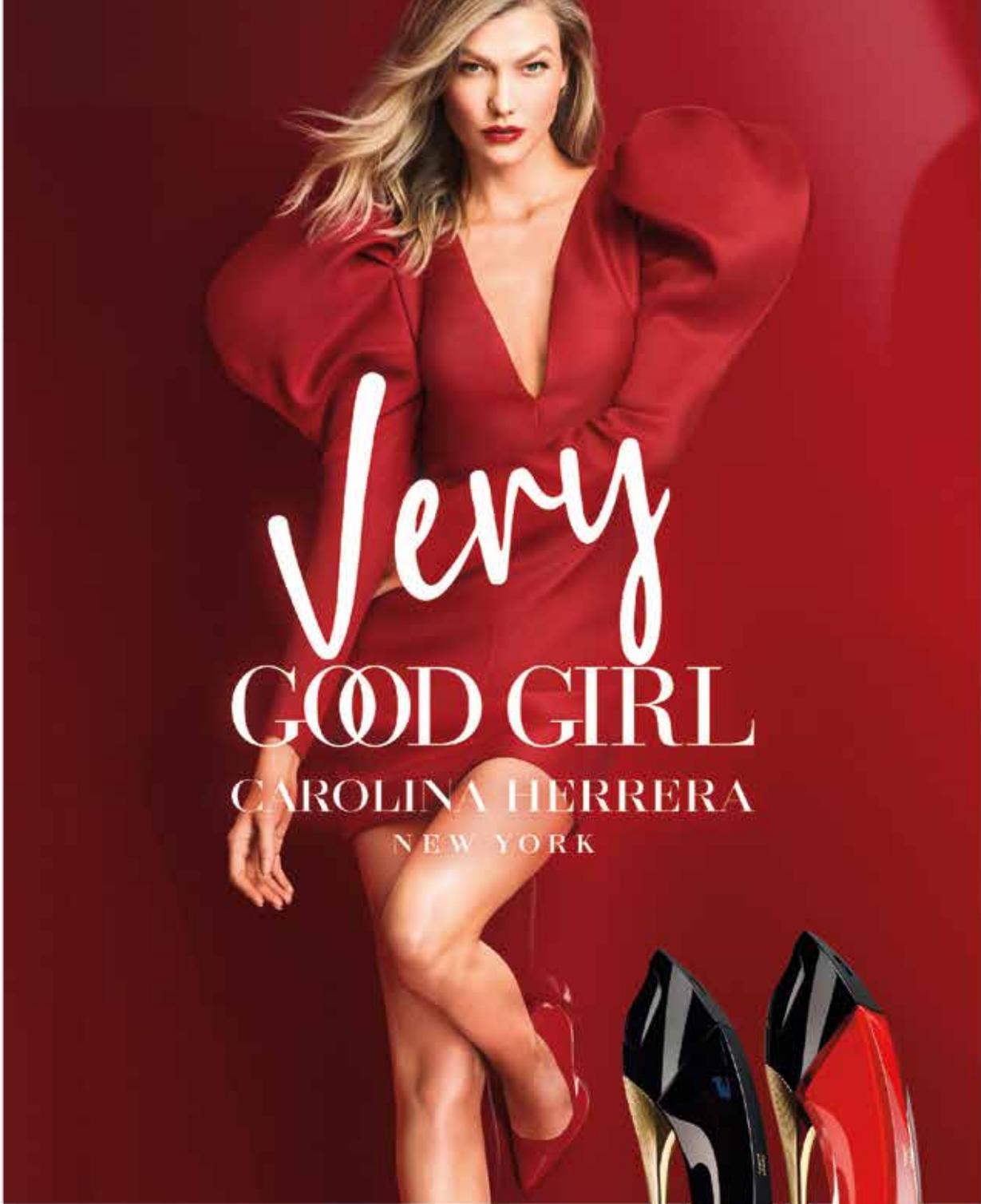


AGENCIAS DE MARKETING

50 4G Estudios
52 Grupo Punto
54 Whiteroom
56 Indalo
58 One Productora de Contenidos
60 Redzpot

TECNOLOGÍA

64 Global Networks Solutions
66 Metrocarrier
68 SITIC



THE NEW EAU DE PARFUM

IT'S SO GOOD TO BE BAD

PLAZA CUATRO CAMINOS | HIDALGO

www.cimaco.com



 **cimaco**[®]
Lo Mejor Para Vivir Bien

LÍDER EN GOOGLE Y ALPHABET

Sundar Pichai

Una de las historias más sorprendentes de la historia moderna es la de Sundar Pichai, actual director ejecutivo de Google, empresa a la que llegó en 2004 para llevarla a lo más alto del mundo tecnológico. Nacido en la ciudad de Madurai, India en 1972, se licenció en tecnología en el Indian Institute of Technology de Kharagpur, tiene además un M.S. de la Universidad de Stanford y un MBA de la Wharton School de la Universidad de Pensilvania.

Tras graduarse, Pichai obtuvo una beca para estudiar en la Universidad de Stanford, en Estados Unidos. Y, para viajar hasta allí, tuvo que comprar un billete de avión que costaba más que el salario anual de su padre.

Fue precisamente su padre, Regunatha Pichai, quien le inculcó el amor por la tecnología ya que trabajaba para el conglomerado británico, General Electric Company, lo que despertó el interés del joven Sundar y lo llevó a cuestionarlo para conocer todos los detalles sobre su desempeño laboral.

Desde su llegada a Google, la firma desarrolló su buscador estrella, Chrome, y también su sistema operativo, Android, el más popular del mundo entre los teléfonos inteligentes. Curiosamente, y, por su origen humilde, Sundar no tuvo acceso a aparatos electrónicos como teléfonos o televisores hasta ya entrada su adolescencia, pero nunca detuvo su ímpetu ni su atracción por este tipo de dispositivos.

Dentro de Google, Pichai también fue responsable del desarrollo de Google Drive, Gmail y Google Maps. Es una de las personas más queridas dentro de la empresa, en donde se le conoce como un hombre amable y atento. Es muy estimado entre los desarrolladores, a quienes apoya con una conferencia anual llamada Google I/O.♥

En resumen, su dirección se puede definir como la más exitosa en la historia de Google al sacar al mercado los productos principales en el área de investigación, publicidad y navegación. Actualmente encabeza Alphabet, la matriz del gigante tecnológico.



LA CAVA

R E S I D E N C I A L



4 Canchas de Padel



Sala de Juntas
y Espacio Coworking



Asadores



Áreas Verdes



W.C. con Regaderas



Juegos Infantiles



Gimnasio



Alberca

Preventa



Lotes desde
350 m²



Aparta con
\$100,000.00



Financiamiento
directo

www.lacavaresidencial.mx



871 189 2761

UN PROYECTO DE

LATITUD²⁵
DESARROLLOS

A black and white portrait of Juan Lombana, a man with short dark hair, a beard, and glasses, smiling. He is wearing a white t-shirt. The background is a dark blue with large, overlapping light blue circles. The portrait is framed with a white, torn-paper-like border.

El 'gurú' de Google Ads

Juan Lombana es un experto en marketing y se ubica entre los 22 mejores 'digital marketers' del mundo según el 'ranking' internacional de Google. Juan es ingeniero en Negocios y Tecnologías de Información del Tecnológico de Monterrey, cuando tenía 19 años, mientras cursaba el primer semestre de su carrera consiguió una certificación que en ese entonces solo tenían 50 personas en México y fue así como inició a trabajar en Google.

Comenzó dando conferencias sobre AdWords en toda la República Mexicana a miles de personas que formaban parte de las agencias de 'marketing' más grandes del país en un programa llamado en ese entonces Google Engage; el experto daba catedra de la forma co-

recta de utilizar las herramientas de Google creando artículos, realizando eventos masivos y cursos en vivo desde el canal de la firma en YouTube.

Tres años después de ingresar a la empresa líder en tecnología y desarrollos, Juan tuvo la inquietud de ofrecer educación acerca del 'marketing' digital a las diversas agencias y a quienes estuvieran interesados, fue entonces que fundó Mercantilán, una empresa dedicada a la educación en este tema y que ayuda a usar las herramientas digitales de manera sencilla y divertida.

Este emprendimiento lo llevó a la distinción como "El Gurú de Google Ads" por parte de la revista Entrepreneur; Mercantilán es la comunidad más grande de Latinoamérica del 'marketing' digi-

tal, donde miles de personas aprenden día con día a través de artículos, videos, infografías, cursos en línea, cursos online y conferencias.

El experto asegura que la creación de contenido es clave en el 'marketing' y la relación que se tienen con los clientes, Juan recomienda diversificar la audiencia para poder llegar a diferentes públicos utilizando todas las herramientas que se tienen como las redes sociales, podcast, videos, artículos, entre muchas otras más dinámicas.

A sus 28 años ha trabajado con una enorme lista de marcas reconocidas como Coca Cola, Citibanamex, Bancomer, Best-Buy, Kelloggs, Interjet, Telcel, American Express, Walmart, Unilever, Scotiabank, Comex, Holcim, SAP, y muchas más. ♦

4G[®]



Desbloquea tus ideas



4GESTUDIOS

+52 (811) 625 9415

WWW.4GESTUDIOS.COM

WWW

a-v-e

AVES

No hay
límites
para la
creatividad
de tu
marca.

4Greattitude



4GESTUDIOS

 +52 (811) 625 9415

WWW.4GESTUDIOS.COM



AVÉ
ES UNA PEP
EL VALOR TECNOLÓGICO
DE LAS EMPRESAS

SANTIAGO, MACHU PICHU Y PUNTA CANA

TRES DE LOS MEJORES DESTINOS DE LATINOAMÉRICA

El turismo enfrenta una situación totalmente diferente a como se desarrollaba hace apenas unos cuantos años, hoy tiene que encarar nuevos retos como garantizar la seguridad higiénica y sanitaria de los viajantes. Mientras tanto, los viajeros también cambiaron su perspectiva y buscan destinos seguros en el contexto de la nueva realidad.

Ante ello, la industria turística latinoamericana muestra los encantos de algunos de sus lugares más emblemáticos.



SANTIAGO, CHILE

La capital chilena es sin duda una ciudad maravillosa que inspira a los viajes de aventura, ya que, con un pequeño traslado por carretera, se pueden visitar sus bellos valles vinícolas, además, se puede acceder a Viña del Mar y sus playas, en época de invierno, Santiago cuenta con pistas para esquiar aptas para todos, desde los pequeños de la familia hasta expertos en esta disciplina deportiva. Fundada en 1541, Santiago es la principal ciudad chilena y relata una gran historia en cada uno de sus edificios antiguos y museos con que cuenta. Se posiciona, además, como la segunda ciudad más competitiva de América Latina y la más segura de este lado del hemisferio.



MACHU PICHU, PERÚ

En Perú se localiza el más importante y emblemático símbolo de la cultura inca, Machu Pichu. Considerada una obra maestra de la arquitectura, a su alrededor se teje un velo místico que la posiciona como uno de los destinos más visitados del planeta. Declarado patrimonio de la humanidad por la UNESCO, Machu Pichu está por recibir la certificación Green Initiative, con lo que se convertirá en el primer destino turístico libre de emisiones de carbono a nivel mundial.



PUNTA CANA, REPÚBLICA DOMINICANA

Este paradisíaco rincón dominicano brinda las más extensas playas de arena blanca del Caribe, y, en conjunto con sus magníficos desarrollos de hoteles, se conjuga de la manera ideal para todo aquel que busca un espacio para disfrutar de la tranquilidad y el descanso que allí se ofrece alejado del constante ajetreo de la vida urbana. Sus paisajes naturales y sus aguas iridiscentes son únicos y fascinantes, allí se puede observar el bello espectáculo que la madre naturaleza nos regala, todo cobijado por el cálido sol caribeño. Una gran ventaja de Punta Cana es que es sede del principal aeropuerto de la República Dominicana, mismo que recibe a más del 60 por ciento del turismo, lo que lo hace de fácil acceso para sus visitantes, brindándoles la comodidad de un viaje relativamente corto.



Seguridad 24 hrs.



Áreas verdes en cada Viña.



Amplias vialidades y estacionamiento.

TU VIDA ES MEJOR EN VIÑEDOS



Lotes desde 280 m².



Ciclovía y andador peatonal.



La mejor ubicación de la ciudad.



BLVD. CARLOS LÓPEZ SOSA NO. 122, FRACCIONAMIENTO LOS VIÑEDOS



RESIDENCIALLOSVINEDOS@GMAIL.COM

¡ADQUIERE TU LOTE YA!

PLANES DE FINANCIAMIENTO A TU MEDIDA



 871 733 0100

 losvinedos.com.mx

 [losvinedostrc](https://www.facebook.com/losvinedostrc)

 [lasvinasresidencial_](https://www.instagram.com/lasvinasresidencial_)

EL MUSEO DE LA TECNOLOGÍA

Deutsches Museum



Situado en una isla formada en el río Isar, de Munich, Alemania, el Deutsches Museum, fundado en 1903, es considerado el más grande e importante museo de ciencia y tecnología. Además, es uno de los centros líderes en investigación en lo que a cultura moderna se refiere.

Su fundador, el ingeniero Oskar Von Miller, tuvo la intención de brindar a los visitantes una experiencia didáctica relacionada con la ciencia, la tecnología y la ingeniería, por lo que cuenta con objetos interactivos, simuladores, pantallas táctiles y un sinnúmero de aparatos electrónicos con los que se puede aprender de una manera totalmente divertida.

El Museo Alemán posee más de 100,000 objetos, de los cuales se exhiben 28,000 de los campos de la ciencia y la tecnología. Las exposiciones abarcan diferentes ramos y especialidades que van desde la minería hasta la física atómica, desde muestras de las primitivas cuevas de Altamira, España hasta modelos magnificados de la célula humana. Se extienden desde la edad de piedra hasta la actual era digital.

Unas de sus piezas más destacadas es el primer avión motorizado construido por los hermanos Wright, el submarino U1 y el primer automóvil construido por Karl Benz. También muestran algunos de los objetos más importantes en los ramos del transporte, maquinaria y herramientas de poder.



En su extensión de terreno de 4.7 hectáreas se dividen 50 secciones en las que se relata, mediante valiosos objetos o aparatos, la historia de la evolución de la humanidad, principalmente la tecnológica. Se dice que para recorrerlo todo se necesitan invertir ocho días aproximadamente.

Un recorrido por sus instalaciones es sin duda una gran experiencia, y, aunque se aconseja tener tiempo disponible, al interior de sus paredes y salas se relata toda una vida de conocimiento en el que se funden la prehistoria con las historias antigua y moderna de la humanidad.▼



SÓLO HAY UNO

LA AVENTURA ESTÁ POR EMPEZAR



GLADIATOR



GRAND CHEROKEE



WRANGLER

80° ANIVERSARIO



BLVD. INDEPENDENCIA 1000 OTE., TEL.: 871 747 2600
autolasatorreon / www.autolasa.com.mx



Lectura inspiradora para mejores estrategias de marketing

Los métodos para hacer un buen marketing se transforman casi de manera diaria, impulsando a las empresas y `marketeros´ a estar en constante conocimiento y lograr una evolución a la par con las innovaciones. El poder del marketing es aprovechar las oportunidades y los medios que existen en la actualidad para explotar lo mejor de las marcas.

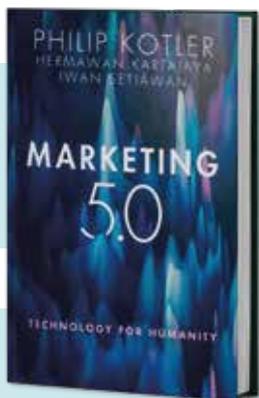
En el mundo del marketing estar informado de las últimas tendencias es esencial para proponer la estrategia más exacta con la que las empresas trabajarán para lograr sus metas, así como tener una comunicación e interacción óptima con los consumidores, a continuación, dejamos una recomendación de algunos de los libros más influyentes y populares en esta disciplina:

1· Marketing 5.0, de Philip Kotler, es un texto que busca entender la relación actual entre la marca y el consumidor teniendo a la tecnología y la digitalización de por medio. El también llamado padre de la mercadotecnia moderna, asegura que es importante que las marcas tengan mayor entendimiento del medio digital, por ello deben de conocer las etapas del consumidor; el interés en resolver una necesidad, encontrarse con ella, pensar en comprar un producto, adquirirlo y tener una experiencia diferente.

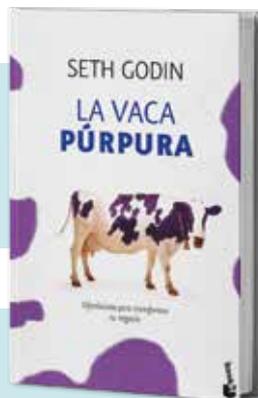
2· La Vaca Púrpura, de Seth Godin, escritor reconocido mundialmente, autor de más de 15 bestsellers, explica la importancia de la creación de productos, que él llama “extraordinarios”, que se mantengan en las conversaciones cotidianas de las personas, hasta llegar a promocionarse por sí solos. Y realiza una analogía al señalar a una vaca púrpura como algo “increíble” y fuera de serie. Detalla que el producto debe ser así para que el no se vuelva invisible en la gama enorme de opciones que tiene el mercado.

3· Youtility, de Jay Baer consultor de marketing digital, `blogger´, `speaker´; en su best seller de New York Times, reposiciona la relación entre las empresas y consumidores, es así como cuestiona la idea de vender un producto solo por ganar un cliente al día, o si al momento de ofrecer tu producto ayudas a la persona brindando un valor agregado. El libro busca enseñar a las empresas a que ser útiles es más importante que la idea de vender desesperadamente.

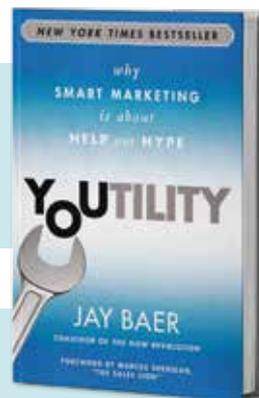
4· Todos escriben, de Ann Handley, pionera en el marketing digital y además escritora de un best seller del Wall Street Journal, el libro contiene 74 artículos de ideas básicas y sobre todo prácticas para realizar textos para las marcas y crear contenidos con ingenio. La autora explica a sus lectores cómo escribir contenido valioso y que sea creíble para la audiencia. Además, incluye recomendaciones para que los mensajes publicitarios lleguen a una mayor cantidad de personas.



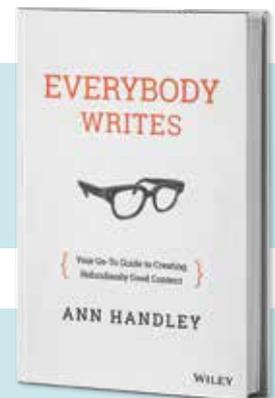
1· Marketing 5.0



2· La Vaca Púrpura



3· Youtility



4· Todos escriben

¡Feliz día Mamá!



combugas[®]

SÍGUENOS   

PIDE POR LA APP

DISPONIBLE EN
 Google Play

DISPONIBLE EN
 App Store

PEDIDOS AL 871 732 1111

Mandolás: El vino seco que impulsa el presente de Tokaj

Conseguir elaborar un vino nuevo es todo un acontecimiento y para la bodega Oremus ha sido un gran descubrimiento. El vino seco Mandolás fue creado en la región de Tokaj en Hungría respaldado por el grupo Tempos Vega Sicilia.

Desde 1602 la tradición vinícola de esta región húngara había sido la elaboración de vinos dulces, hasta que en el año 2000 la bodega lanzó por primera vez este vino seco, siendo Oremus la pionera después de 400 años en crear un vino a partir de la uva Furmint.

La uva Furmint es un fruto autóctono de Tokaj; la región es conocida por sus vinos dulces que se elaboran a partir de esta uva que se pasifica por las características propias de la región. “La uva se reseca por la humedad, la altura, las lluvias y los vientos; es hasta mediados de septiembre que aparece un hongo de forma natural que se llama podredumbre noble el cual ataca a la uva provocando su pasificación; sin embargo, concentra la azúcar, pero también la acidez; más tarde el hongo muere y el fruto está preparado para ser recogido y comenzar la elaboración; todo este proceso es único y característico de Tokaj”, detalló

en entrevista Antonio Menéndez, Director General de Tempos Vega Sicilia.

Para la bodega Oremus, Mandolás es un vino diferente que buscó romper con el pasado y dio impulso a un nuevo presente de la región húngara.

La elaboración de este vino se realiza justo antes de que la uva sea atacada por el hongo. La uva Furmit se recoge a finales de agosto y principios de septiembre; pasa por un proceso tradicional donde hay una fermentación alcohólica, una láctica y se concentra en la barrica por aproximadamente seis meses. La barrica es de madera húngara, su contenido es de 136 litros, mucho más pequeña en comparación con una barrica normal de 225 litros; para finalizar el vino se deja reposar entre seis y nueve meses en la botella, dando lugar a este vino seco Mandolás.

“El vino es fresco con acidez muy alta, muy diferente a otro vino blanco, con una personalidad muy definida, con mucha fruta cítrica y en boca tiene un paso muy suave, mucho más fructuoso, más mineral. En calidad es excelente, por primera vez en la historia un vino húngaro fue incluido en el Top 100 de Wine Spectator este año”, afirmó Antonio.



Tempos Vega Sicilia

Es un grupo que está compuesto por cinco bodegas, cuatro de ellas son españolas y su especialidad es el vino tinto; el corporativo tiene una bodega más en Hungría, especialista en vinos blancos en su mayoría dulces, a excepción de Mandolás que ha revolucionado el mundo vinícola.

Maridaje

- Mariscos
- Ensalada de verduras
- Sopa
- Cremas
- Foie gras



De venta en:
www.vinoteca.com
vinoteca_mexico

Antonio Méndez,
Director General de Tempos Vega Sicilia

GRACIELA RIQUELME, ORGULLO LAGUNERO

Llega para revolucionar la gastronomía lagunera

Graciela se ha forjado un camino en el mundo de la gastronomía gracias a dos años de arduo trabajo, entrega y pasión junto a su equipo en Postrería Colón. Hoy, Graciela festeja su segundo gran éxito. Nos invita a deleitarnos con Algarabía, Cocina Mexicana, ubicado en Boulevard Las Quintas 50, local 16, Plaza Paseo Independencia, Quintas San Isidro.

Algarabía trae a la Comarca Lagunera un nuevo y fascinante concepto en la comida tradicional mexicana que ya conocemos. En este nuevo proyecto se busca resaltar e innovar ante la competencia, al mismo tiempo que se crean cosas nuevas sin perder la esencia de lo mexicano, algo que apasiona a su fundadora.

Algarabía es el lugar donde podrás comer con un sabor inigualable y con mucho estilo. Los platillos preparados por el chef, Jaime Verdeja, llegarán a tu mesa con la calidad que ya distingue a los proyectos que Graciela lidera. Para ella y su equipo es todo un reto, ya que, en la búsqueda del platillo perfecto, no solamente se encuentra el buen sazón, sino que, la presentación, innovación y el tradicional sabor de casa les distingue.

No cabe duda de que Graciela es una mujer determinada y visionaria que cada día impulsa a su gran equipo a superar los retos que se presentan, además, su gran amor por La Laguna, le motiva a seguir creando proyectos que alimentan la economía local, buscando siempre ofrecer innovación en cada uno de ellos.▼



¡No dejes de probar los inigualables platillos que Algarabía tiene para ti!

Instagram icon @algarabiamx

VINOTECA.

CHEERS FOR MAM

CELEBRA A MAMÁ CON
TODOS SUS FAVORITOS



Encuentra
tus productos
favoritos aquí.

VINOTECA EL FRESNO
BOULEVARD INDEPENDENCIA #3817 COL. RESIDENCIAL EL FRESNO LOCAL 5

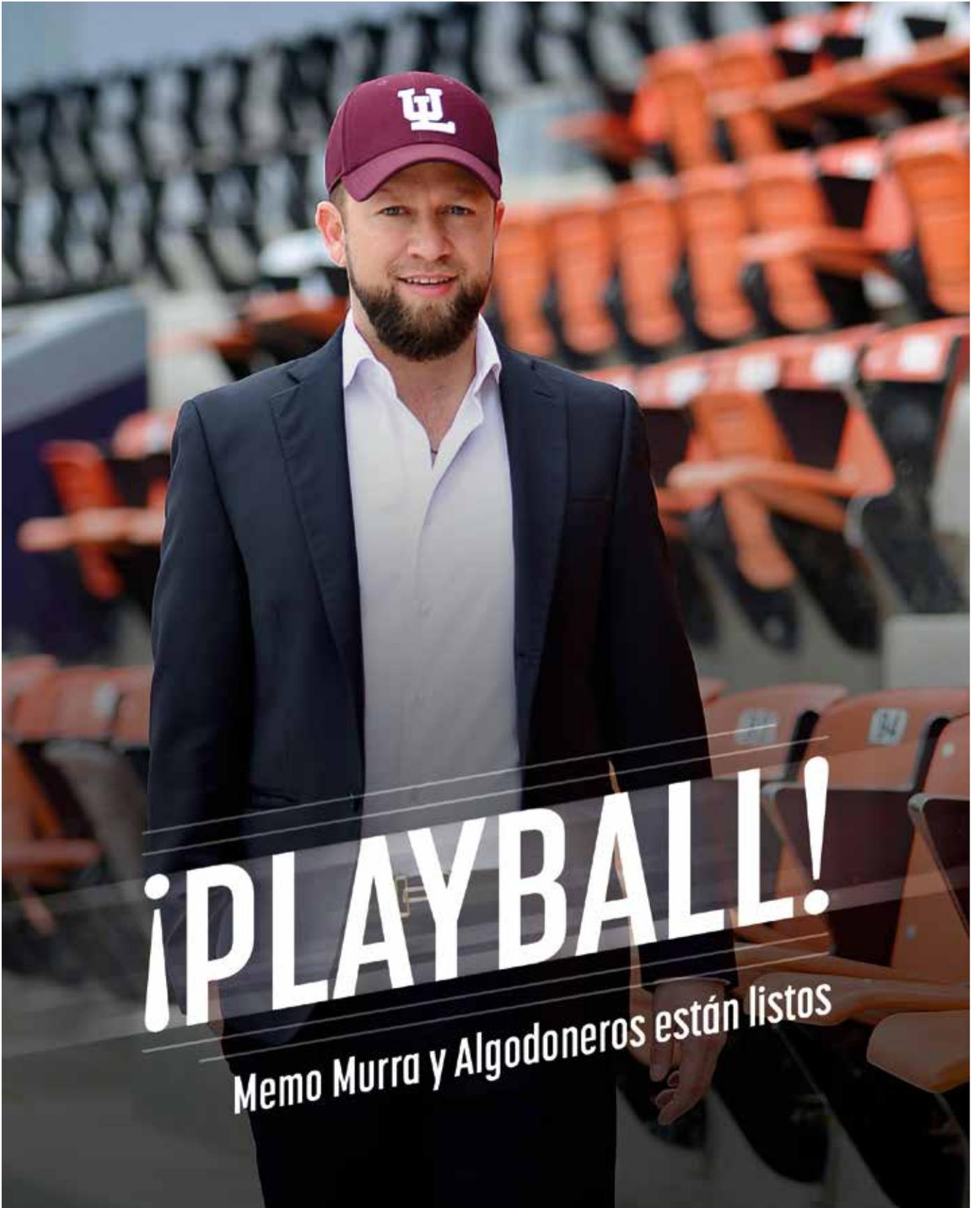
VINOTECA TRC | T. 871 7172338

[/vinoteca.mexico](#)

[@vinoteca_mexico](#)

[vinoteca.com](#)

Marca Registrada. Creada y distribuida a favor de Vinoteca México SA de CV. Imágenes meramente ilustrativas. *EL CONSUMO ABUSIVO DEL ALCOHOL PUEDE PRODUCIR ADICCIONES Y GRAVES PROBLEMAS DE SALUD. EVITA EL EXCESO.





Hay grandes noticias para los aficionados al beisbol en la Comarca Lagunera. Vuelven los Algodoneros del Unión Lagunera y abrirán las puertas del estadio Revolución para el inicio de la temporada que arranca en este mes de mayo. Esto tiene contenta no nada más a la afición sino al mismo presidente del equipo, Guillermo Murra, quien es un aficionado al rey de los deportes desde la infancia.

“Yo jugué beisbol de chico, no a nivel de alto rendimiento, pero me encantaba jugarlo, y, además, acudía al estadio regularmente con mi abuelo, es algo que recuerdo que me encantaba hacer. Lo llevamos en la familia y, ahora llega esta gran oportunidad y me enamoré de inmediato del beisbol”.

Si bien aún faltan aspectos por definir en términos del protocolo de higiene y salubridad, la directiva ya contempla la reapertura de las puertas del emblemático Parque de la Revolución para, junto con la gente en las tribunas, regresar al protagonismo en la Liga Mexicana de Beisbol.

“Estamos viendo los protocolos porque aún hay ciertas restricciones, pero, en base a eso, estamos planeando con los comités regionales de salud para detallar lo que se puede hacer para darles un gran espectáculo a los aficionados. Son grandes noticias, vamos a ir viendo estos protocolos para ir aumentando el aforo en el estadio”.

Memo enfrentó el reto de estar al frente del equipo deportivo

más tradicional de la región en tiempos difíciles, la pausa a la actividad, sin duda fue un golpe duro, pero, se tomó fuerza para volver con más ánimos en busca de poner a la escuadra guinda en los primeros planos.

“Fue bien complicado, yo agarro al equipo en 2019 faltando un mes para el inicio de la temporada, no pudimos planearlo, para el 2020, que era el 80 aniversario teníamos contemplado mucho espectáculo, queríamos generar una gran cantidad de contenido, y, a la hora que se suspende, bajo la premisa, “nada antes que la salud” fue un golpe anímico, pero sirvió para fortalecernos y estar listo para regresar más fuertes que nunca”.

“Ha sido algo muy padre, es un reto que me encanta y así lo he tomado, con mucha responsabilidad y profesionalismo. Queremos mínimo playoff, obviamente yo amanezco siempre pensando en el campeonato, pero es un proyecto a mediano y largo plazo. Un playoff sería algo grandioso porque hace mucho no lo tenemos”.

No solamente se conforma con estar al frente de la famosa UL, sino que busca darle un nuevo giro ala forma en que se percibe y consume en beisbol en la república mexicana.

“Hay unos tres o cuatro equipos nuevos que, al igual que yo, entramos en 2019. Venimos trabajando con la Liga Mexicana y es gente de mucha experiencia y vienen cosas muy padres, plataformas digitales, transmisiones de cadenas nacionales e internacionales así que estamos enfocados fuertemente en poner al juego dónde se merece”.

Sin duda que el beisbol es el deporte de mayor arraigo en la La Laguna ya que se practica de manera profesional desde hace 8 décadas, sembrando valores importantes en nuestra sociedad.♦



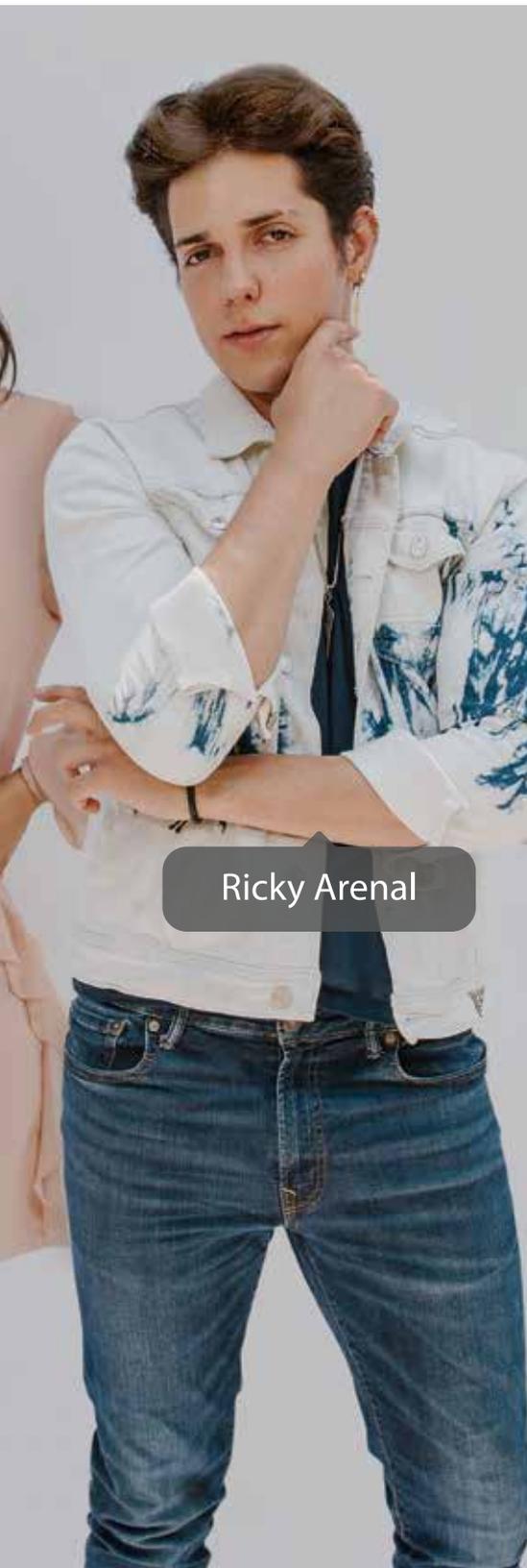


Pamela Murra

Siham Hamdan

Rorro Echávez

Andrea Lozoya



Ricky Arenal

The Trending Stars

Ellos destacan como creadores de contenido en las diferentes plataformas digitales en las que, sin duda, marcan tendencia, a través de ellas llegan a un sinfín de usuarios a los que cautivan con sus personalidades únicas, y, sobre todo con el mensaje que difunden, ya sea para aprender sobre algún tema en específico o para entretenernos con su creatividad y simpatía.

A continuación, presentamos las historias de Rorro Echávez, Andrea Lozoya, Pamela Murra, Siham Hamdan y Ricky Arenal. En entrevista conversaron sobre sus inicios en el mundo digital, por qué se dedican a esto, cómo desarrollan sus publicaciones, su interacción con la audiencia y la gran responsabilidad de llegar a miles de personas.

Entrevista: **Alberto Ruiz**

Arte: **Dalia Soriano**

Fotografía: **Laura Luna y Nancy López**

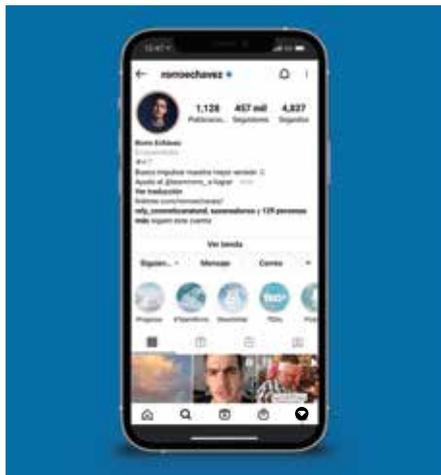
Producción digital: **Cristina Garza**

Backstage: **Gabriel Escobar**

A portrait of Rorro Echávez, a man with short dark hair and a light beard, wearing a blue and white checkered button-down shirt and blue jeans. He is sitting and looking directly at the camera with a neutral expression. The background is a plain, light-colored wall.

Rorro Echávez

Tu mejor versión



Cuenta: **@rorroechavez**
Red: **Instagram**
Seguidores: **457K**

Egresado de ingeniería industrial por el Tecnológico de Monterrey, Rorro Echávez encontró la vocación de ayudar a otros mediante las redes sociales en donde es todo un pionero, principalmente Instagram y Facebook mediante videos y publicaciones con los que ayuda a su au-



diencia a encontrar su mejor versión, a crecer como personas y a dejar una huella positiva en el mundo. Actualmente cuenta con más de 450,000 seguidores en Instagram.

En 2016, Rorro transformó una experiencia negativa en toda una lección de vida y, por consecuencia, en algo positivo, lo que lo impulsó a seguir por ese camino para alcanzar una audiencia importante a la cual impactar para transformar sus vidas.

“Me robaron una bicicleta en Monterrey, era prestada y estaba muy cara. Me dio mucho coraje, pero, reflexioné y, en vez de maldecir al ladrón, lo bendecí. Hice un video que se llama “Querido ladrón”, donde lo perdóné y le di las gracias. Esto tiene el background de que soy misionero católico desde los 15 años, ese video se volvió viral, a mucha gente le gustó y se identificó, incluso, una tienda de bicicletas se involucró pidiendo 50 mil likes para regalar una bici y llegó a 150 mil. Ahí me di cuenta de que compartir cosas buenas funciona, a partir de ahí seguí por ese camino para atraer a buenas personas y que pasen cosas buenas también”.

Sin dejar a un lado el aspecto personal, Rorro está por lanzar una compañía consultora de redes sociales y crecimiento digital para asesorar a otras marcas y organizaciones a que busquen evolucionar con valores humanos.

“Estamos a punto de lanzar una consultora de redes sociales y de crecimiento digital. Somos cuatro personas en el proyecto, en la marca de Rorro y, vamos a consultar a otras marcas personales y organizaciones que quieran tener crecimiento, pero con valor humano”.

“Me he dado cuenta de que, más que crecer en seguidores, me gustaría tener más alumnos en los distintos cursos que tengo, me gustaría hacer un evento virtual para compartir información increíble a la gente. El objetivo es lanzar un evento digital para llegar a los dos mil inscritos y, si esos cursos les ayudan a ser mejores personas, tenemos la misión cumplida”.

Ha trabajado con empresas del tamaño de Givenchy, Renault, Shark Tank, Autolasa, Go Daddy por mencionar algunas y, para cerrar el 2021 busca abrir una serie de conferencias en las que pueda transmitir sus conocimientos a todas aquellas personas que deseen transformar sus vidas.♥



'Imperfect is the new perfect'

Andrea Lozoya irradia luz y alegría por donde va pasando y eso se transmite en cada una de sus publicaciones en Instagram, red en la que tiene una gran presencia con 80,000 fieles seguidores con los que ha creado una comunidad en la que la interacción no para. En sus posts se refleja su vida diaria, su labor como mamá, de esposa, además de recomendaciones en cuanto a moda y belleza se refiere.

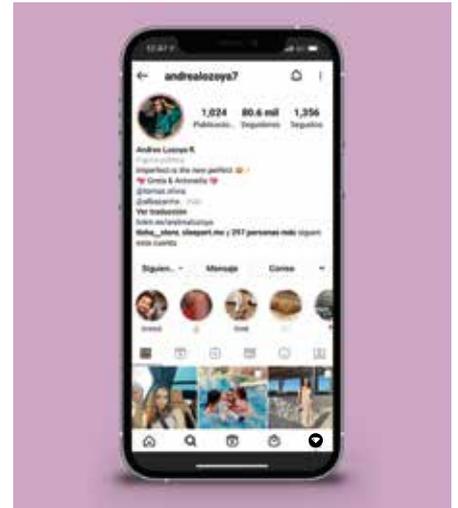
“Lo que se ha ido construyendo ha sido de acuerdo a los gustos de mis seguidores y, por supuesto, los míos. Es recomendar lo que me funciona en moda, en recomendaciones para los hijos, productos de belleza, para bebés, de casa o comida”.

Andrea estudió actuación en Nueva York y eso le ha servido para desenvolverse con gran naturalidad entre las redes sociales, causando un alto impacto entre sus seguidores.

Con el paso de tiempo ha ido evolucionando, adquiriendo un amplio expertise al compartir no solamente consejos que le han dado una gran credibilidad, sino que ha podido colaborar con las más importantes marcas en distintos ramos como La Roche Posay, Dolce Gusto, Diddy Food, Gerber o Knorr.

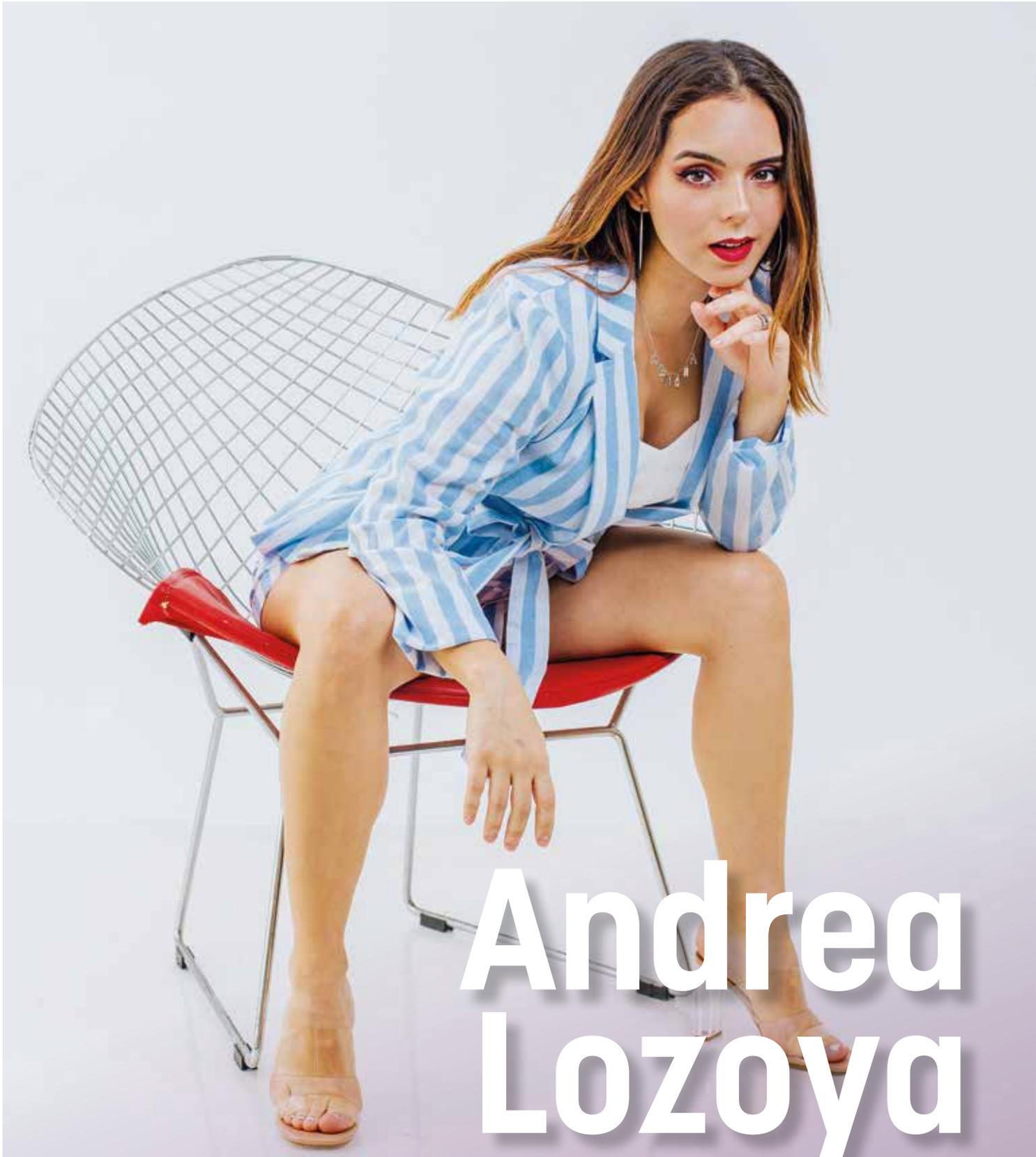
“Primero recomendaba productos de cuidado personal y de ahí se amplió con moda, cuando nacieron mis hijas tuve más cosas que compartir para mamás como yo. Al mismo tiempo, me gusta esa comunidad con mis seguidoras, ellas me pasan tips y yo puedo compartirlo, es un gran lugar de comunicación”.

La naturalidad y frescura de su personalidad se proyectan en cada una de sus publicaciones y le han servido para que la comunidad creada a su alrededor permanezca en constante crecimiento.♥

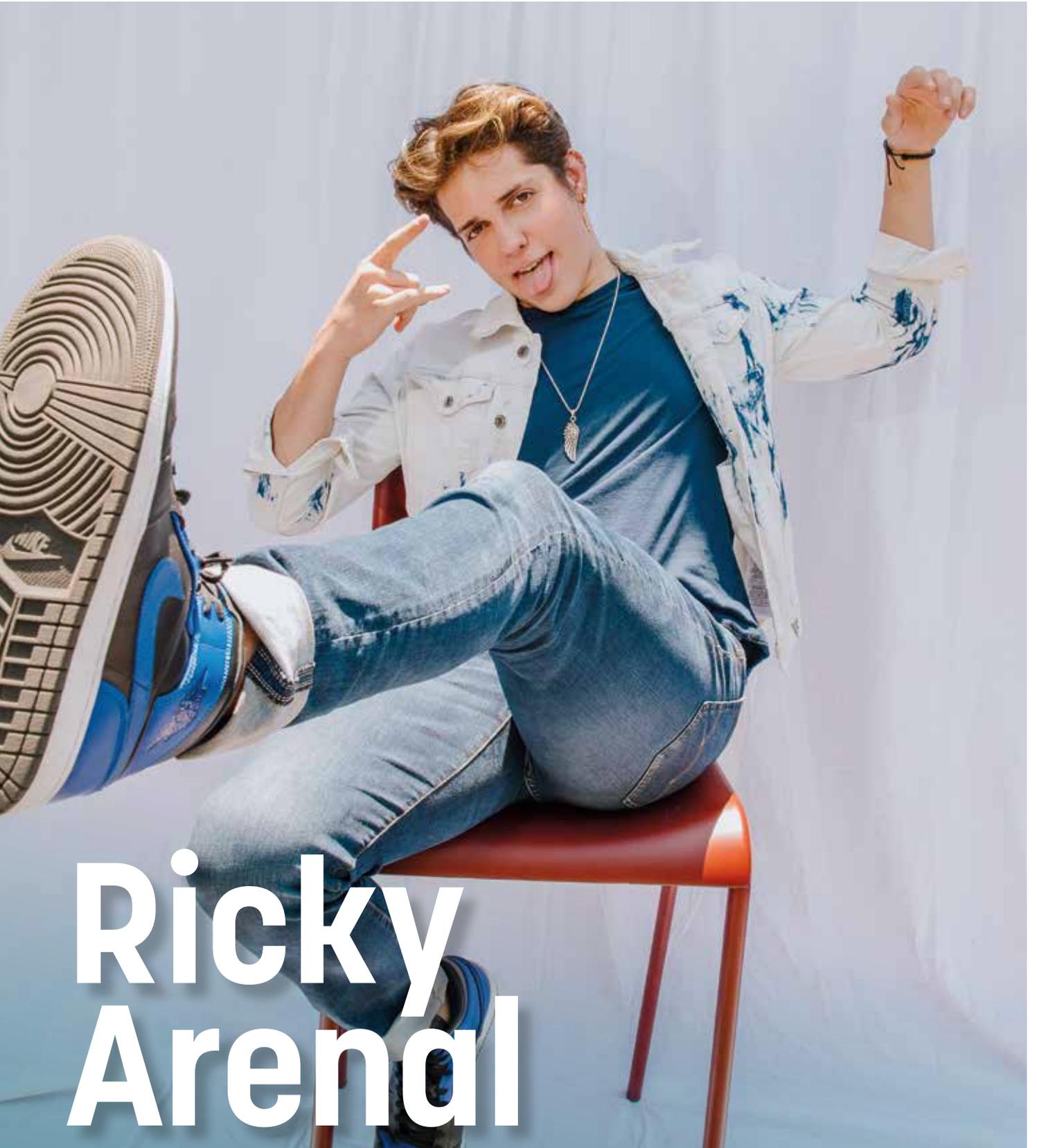


Cuenta: **@andrealozoya7**
Red: **Instagram**
Seguidores: **80,6K**



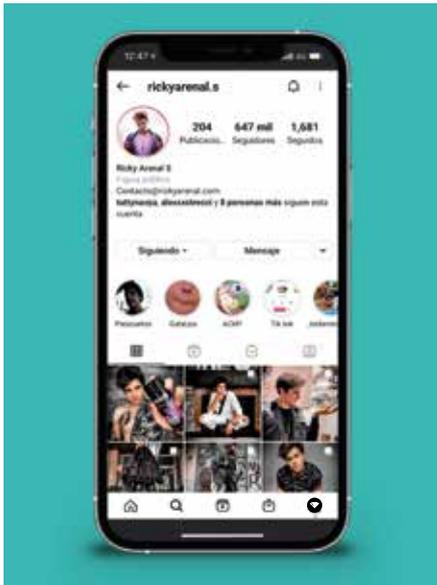


Andrea Lozoya



Ricky Arenal

'TikTok Star'



Cuenta: **@rickyarenal**
Red: **TikTok**
Seguidores: **5,6M**



Ricky Arenal es el creador de contenidos de comedia, bailes en tendencia y sincronizaciones labiales más importante de la actualidad. Saltó a la fama en TikTok, en dónde tiene 5.6 millones de seguidores orgánicos. Con apenas 19 años de edad, Ricky arrancó una aventura en 2017 que lo ha llevado a lugares antes inimaginables, todo comenzó como un juego que rápidamente se transformó en todo un fenómeno social.

“Una amiga me mostró la plataforma de TikTok antes de que la gente la usara mucho y me gustó bastante. Al siguiente día empecé a grabar contenido y poco a poco empecé a crecer en la aplicación. Cuando fui a mis primeras convivencias antes de la pandemia pude ver qué tantos chicos y chicas estaban dispuestos a pagar un boleto para conocernos, me impacto muchísimo”.

El éxito obtenido hasta el momento vino a cambiar positivamente su carrera y su vida diaria, ha superado ampliamente las metas trazadas y espera un gran cierre de año.

“No solo en mi carrera, me cambió la vida completamente, me dio perspectiva, me abrió puertas, me dio la oportunidad de vivir solo en Ciudad de México, de tener libertad económica, literalmente me abrió las puertas a una vida adulta y me dio alas para volar a mi vida”.

Como todo buen lagunero, no se conforma con lo logrado y busca darle un giro a su carrera, ahora en su faceta de actor.

“Realmente siento que mis metas digitales fueron el año pasado, honestamente este año me gustaría más que nada intentar cosas fuera de redes, como actuación. Obviamente sin descuidar mis redes”.

Ricky es hoy toda una celebridad del internet en donde está dando pasos agigantados en muy poco tiempo. El futuro le sonríe y seguramente lo veremos evolucionar todavía más.♥

'Noirette Diary'

Si lo que buscas son los mejores consejos de belleza, Siham Hamdan es tu mejor opción en redes sociales; con más de 15,000 seguidores en la cuenta de Instagram, Noirettediary, Siham comparte su gran experiencia e interactúa constantemente con su comunidad de seguidores.

“Mi contenido es cien por ciento dedicado a belleza, va desde maquillaje hasta cuidado de piel, pero de momento me enfoco más a maquillaje. Empecé hace mucho tiempo, era fan de ver videos en YouTube sobre belleza y toda mi atención se fue para allá, empecé a experimentar con lo mismo. Decidí hacerlo yo para una nueva audiencia y así me adentré en el mundo de belleza”.

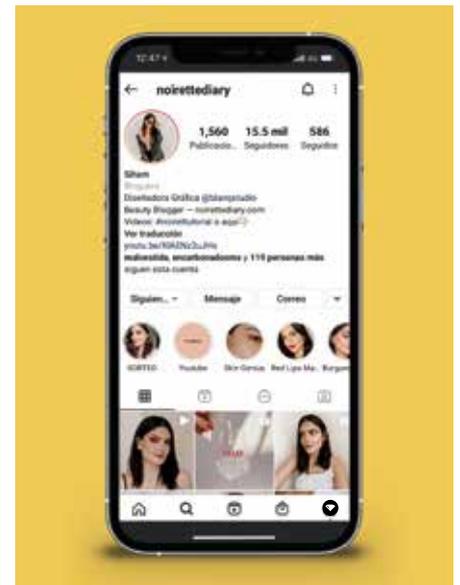
Siham encuentra en las cosas más naturales la inspiración para publicar sus contenidos y el éxito ha sido tal que algunas marcas de gran prestigio han volteado a verla.

“Empecé a notar que algunas marcas reconocidas internacionalmente estaban interesadas en mis contenidos y eso me motivó mucho para seguir adelante. He trabajado con Lancome, Loreal, Garnier, Maybellin entre otras grandes marcas”.

Al ser diseñadora gráfica, Siham tiene la dicha de trabajar con lo mejor de dos mundos al combinar su profesión con sus publicaciones, lo que le añade un gran valor a sus redes sociales.

“La mitad del tiempo la dedico al diseño gráfico y la otra mitad a la belleza, pero, cuando llega un punto en el que estos dos mundos se juntan es maravilloso porque hago lo que me gusta de carrera y hobby al mismo tiempo. Eso se convierte en mi trabajo y es como un sueño”.

Para cerrar el año, Siham busca dar un giro e intentar cosas nuevas en sus contenidos para seguir manteniéndose a la vanguardia tanto en redes como en los tips de belleza que Noirettediary ofrece. ▼

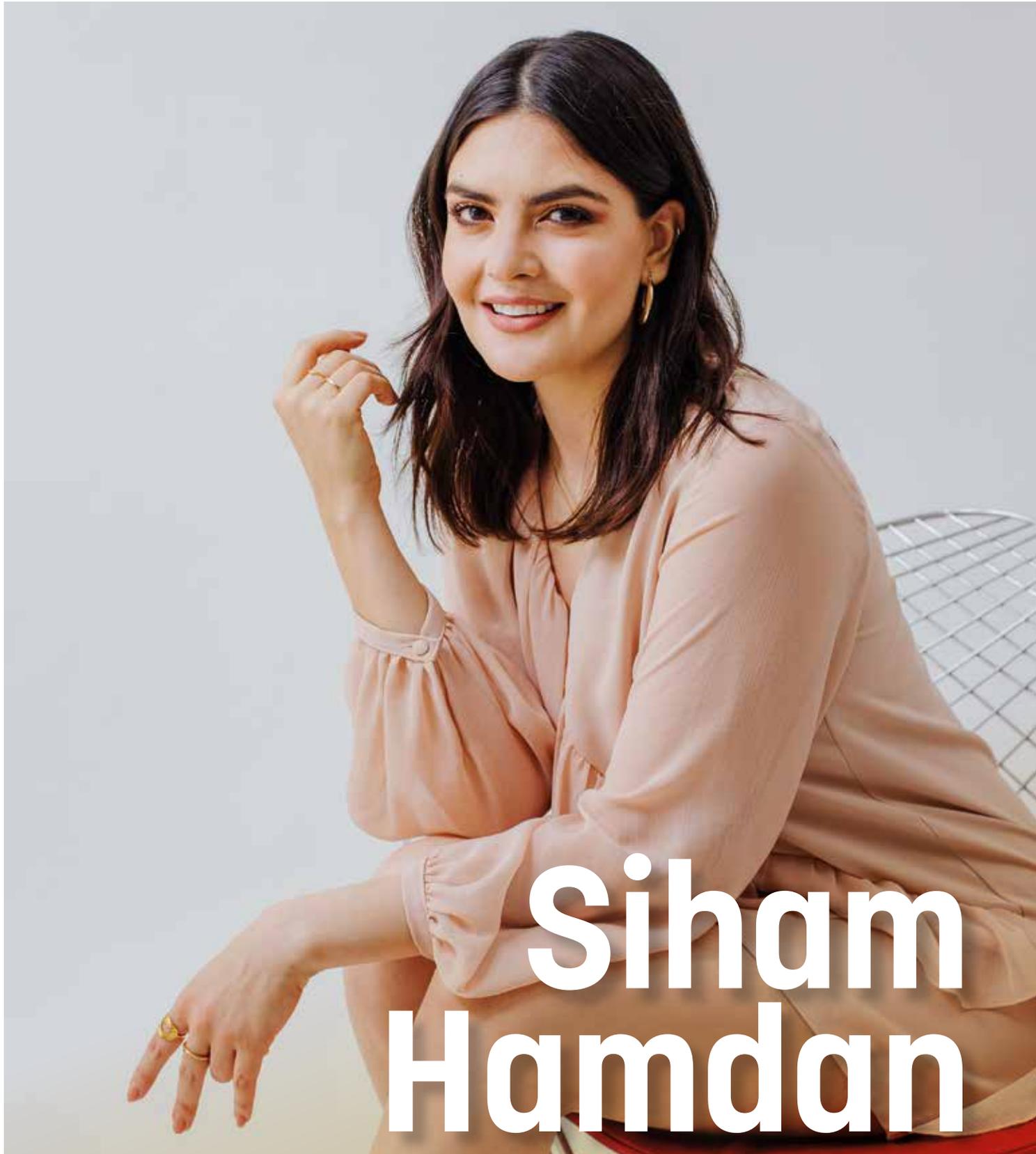


Cuenta: **@noirettdiary**

Red: **Instagram**

Seguidores: **15,5K**



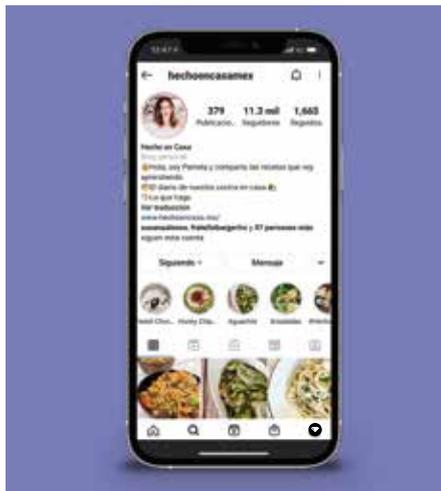


Siham Hamdan



Pamela Murra

Hecho en casa



Cuenta: **@hechoencasamex**
Red: **Instagram**
Seguidores: **11,3K**



Madre de dos niñas, ama de casa y experta en cocina, Pamela Murra desarrolló Hecho en Casa, comunidad en Instagram en la que comparte las mejores recetas de cocina con sus más de 11,000 seguidores, de quienes también se retroalimenta para evolucionar los contenidos que comparte.

Con apenas cuatro años publicando, Pamela ha crecido a niveles que pocos pudieron imaginar en gran parte gracias al valor agregado en sus contenidos de recetas para cocinar en casa, además de su gran simpatía, herramienta que le sirve al momento de publicar.

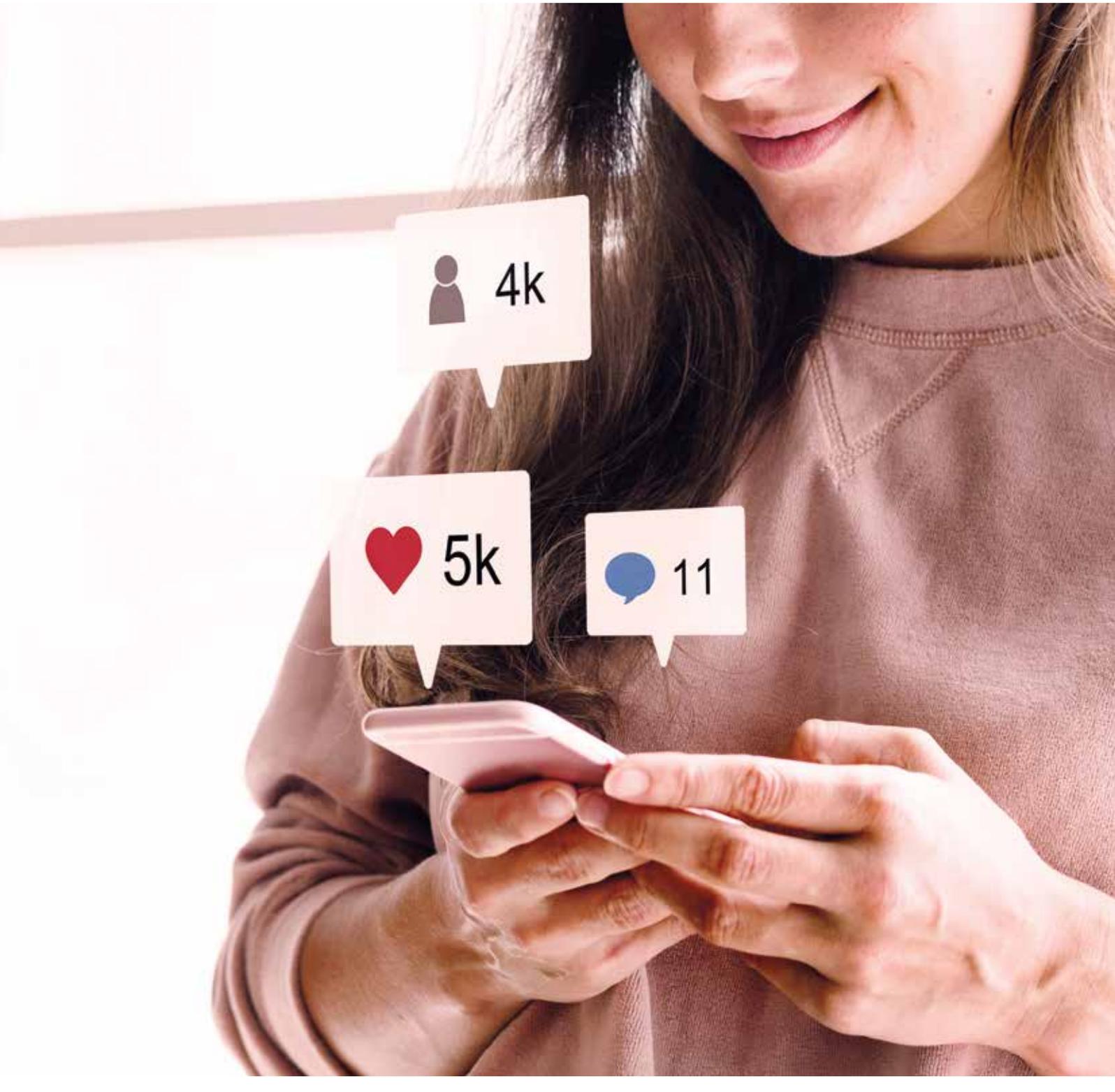
“Hecho en casa es una comunidad bien positiva en la que espero aportar cosas nuevas, hay mucho amor, mucha positividad, me pasan tips también a mí y se crea una gran comunidad en torno a personas que queremos compartir lo que hacemos en casa y con un poquito de todo”.

“Fue hace unos cuatro años, y lo hice porque, eran recetas que ya estaba haciendo en la casa y me pareció buena idea compartirlas porque yo también buscaba recetas. Fue algo muy padre, poco a poco se creó una comunidad muy bonita de personas que buscamos recetas para hacer en casa”.

Pamela dio un importante paso al frente al pasar de tener una agencia a dar asesoría y a escribir, haciendo de un trabajo algo divertido para ella y, por consecuencia, para sus followers, quienes, al igual que ella, disfrutan de lo que se comparte en su comunidad virtual.

“Amo la comida y es algo que quiero compartir. A nuestras hijas les gusta mucho la comida y es de todo un poco, desde la vegetariana hasta la mexicana, italiana, con carne o sin carne. Es compartir ese amor por la comida sin dividirla en secciones, simplemente llevar un estilo de vida saludable y sin culpas porque se lleva una dieta sana durante la semana”.

En otra de sus facetas, tiene un libro publicado que está disponible en Amazon (The Dragon Mermaid), lo que le da un toque más a su encantadora personalidad que se puede llegar a conocer mediante sus posts, recetas y consejos culinarios.♥





El medio somos nosotros

Sin duda, 2016 es un año que marca para siempre a las redes sociales. Donald Trump gana las elecciones gracias a una campaña basada básicamente en condicionar la opinión de sus posibles votantes vía noticias falsas, principalmente publicadas en Facebook. Un monstruoso equipo (Cambridge Analytica) recolectó datos de los posibles votantes norteamericanos, hizo una big data (declaró tener por lo menos 5 mil datos de cada posible votante norteamericano) en la cual vía algoritmos, presentaba a usuarios de Facebook norteamericanos 'fake news' de acuerdo a sus preferencias de lectura en dicha red social; es decir, que un usuario que buscaba muy seguido noticias deportivas de repente se topaba "casualmente" con una nota en Facebook que hablaba sobre apoyos de Trump para un nuevo estadio para su equipo favorito y otra donde decía que Hillary Clinton (adversaria de Trump en esas elecciones) pensaría en cobrar impuestos muy altos a los deportistas más exitosos y mejor pagados lo que pudiera provocar que dichos héroes deportivos pudieran buscar jugar en otros países. Ambas noticias falsas, pero en 2016 solamente 2 de cada 10 personas verificaban las notas que leían en Facebook. Recomendamos los documentales The Big Hack y The Brexit que hablan de lo anterior.

Hoy, en 2021, cinco años después de esos acontecimientos políticos, se da un 'boom' en todas las redes sociales. La lección fue: ya no se necesita ser un medio de comunicación prestigiado para informar, así como tampoco se requiere ser una tienda física para vender un producto. La vorágine del marketing digital explotó y hoy lo que vemos es que todos podemos ser un producto. El enfoque cambió, ya en YouTube no queremos tener el alcance o los 'views' de Yuya o Wervertumorro, nos alcanza con tener la audiencia necesaria en el sector donde queremos informar, vender y entregar nuestro mensaje. Se terminó la obsesión por los miles de 'likes' y comentarios de donde fuera.

Las agencias de publicidad que manejan grandes marcas también han cambiado mucho su forma de publicitar vía redes sociales. Se han humanizado, la marca que logre vender al consumidor final una experiencia y no un producto son las que están triunfando. Antes todas las marcas competían por ser anunciadas por los artistas de moda, hoy quienes insisten con esa fórmula no están teniendo los resultados que, por ejemplo, arroja McDonald's con su "Es hora de volver a encontrarnos" o la de Starbucks "Every name's a story", que muestran a gente común y corriente extrañando a los suyos, gente con sentimientos más allá de querer un café o una hamburguesa; incluso la marca se muestra poco apareciendo únicamente en momentos claves del anuncio, lo cual lo redondea de manera genial.

El motivo por el que las grandes marcas y sus agencias se han "humanizado" en sus campañas en redes sociales es muy sencillo: saben que hoy cualquier usuario de las plataformas es un probable anunciante de su marca, si la publicidad le gusta la compartirá, si el anuncio y el producto lo convence pues con más ganas tendrá la marca alcances y vistas sin costo. Es mucho más posible que uno comparta un anuncio en el cual se puede ver participando o que le llegue al corazón, que en alguno que simplemente muestra a una modelo bellísima o a una majestuosa celebridad.

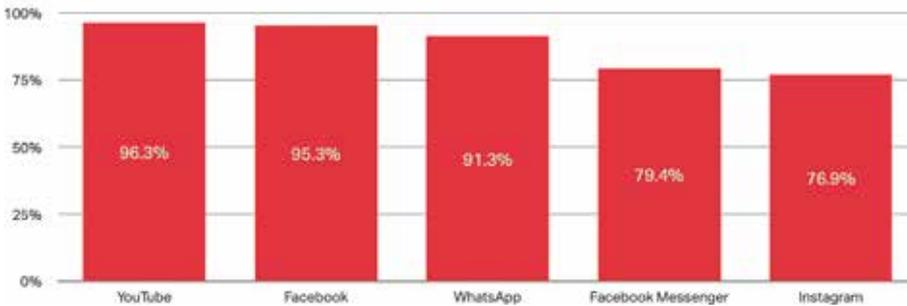
Pues sí, todo el 'boom' en las redes provocado por las campañas políticas de Trump y del Brexit en 2016 desembocan en lo que estamos viviendo actualmente en estos días, el empoderamiento de todos nosotros como canales de comunicación en las redes sociales. Esto nos abre áreas de oportunidad para potenciar nuestros negocios, así tengamos una empresa con gran infraestructura u operemos desde casa ya sea a través de una computadora o creando productos de manera artesanal, si sabemos comprender lo que hoy en día sucede desde nuestros celulares, nos daremos cuenta de que el medio ahora somos nosotros. Hay que aprovecharlo.



Principales plataformas digitales utilizadas por los mexicanos

El acceso a internet en nuestro país avanza a paso veloz y con la pandemia su evolución fue mayor. Hoy en día somos 71% de la población mexicana los que navegamos en la Word Wide Web, predominantemente a través de dispositivos móviles, lo que a su vez ha generado más visitas a sitios web y un mayor uso de las redes sociales en México, traduciéndose en 100 millones de usuarios activos de las diferentes plataformas que existen para conectarnos con otras personas. Actualmente, un 77.2% de la población nacional accede a las redes sociales, lo que representa a 100 millones de personas en México que hace uso de las diversas plataformas de 'social media'.

Queda posicionado en el primer lugar de preferencia YouTube con 96.3% de personas que navegaron en la red de videos de Google. Le sigue Facebook con el 95.3% de las visitas, luego WhatsApp se lleva un gran pedazo con el 91.3%, mientras que Messenger de Facebook fue usado por el 79.4% de los mexicanos y en quinto lugar aparece Instagram con el 76.9% de personas afirman haber hecho uso de esta plataforma en diciembre de 2020.



Inversión en publicidad en redes sociales

A nivel mundial la publicidad en redes sociales ha recibido una inversión por parte de las marcas que equivale a 84 mil millones de dólares, mientras que en el caso de la publicidad para medios impresos la cantidad se ha situado en 69 mil millones de dólares.

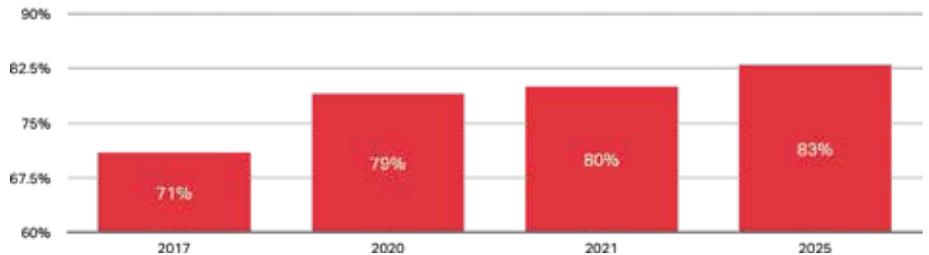




Inversión en pauta publicitaria digital en México

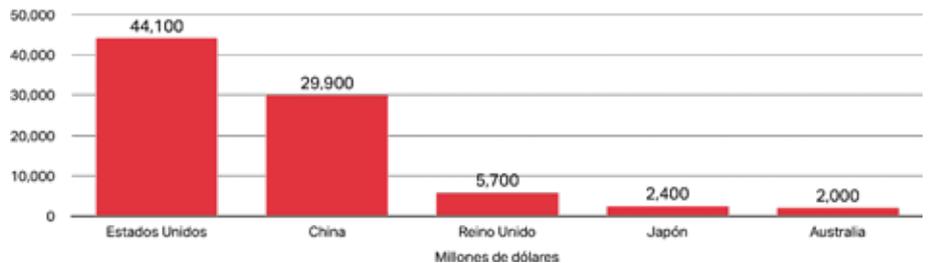
La inversión en pauta publicitaria digital creció 28% de 2015 a 2016, cuando alcanzó \$19,055 millones de pesos en el mercado mexicano. De acuerdo con el Estudio de Inversión en Comunicación en Internet, desarrollado por IAB México y PwC México, este tipo de publicidad logró una participación de 24% en la inversión total de medios.

En 2017 el 71% de la inversión destinada a la publicidad en redes sociales fue en dispositivos móviles, alcanzando el 79% en 2020. Se espera que la publicidad móvil llegue al 80% en 2021 y al 83% en 2025.



Previsión de inversión en redes sociales en el mundo

Por mercados, Estados Unidos es líder en inversión en redes sociales, con una previsión de 37.800 millones de dólares en 2020, un crecimiento del 4,5% respecto al pasado año. En 2021, las previsiones indican que llegará a los 44.100 millones. Tras EE.UU. se encuentra China con un gasto de 24.900 millones en 2020, un crecimiento del 11,3%. Reino Unido (5.700 millones), Japón (2.400 millones) y Australia (2.000 millones), completan el top 5.



Desde la perspectiva de las marcas, el gasto publicitario fue 27.6 mayor en el tercer trimestre, en comparación con el mismo periodo del año pasado. En general, el gasto publicitario de 2020 se situó por debajo de los niveles de 2019 durante los primeros meses de la pandemia, marzo y abril; sin embargo, dicho gasto aumentó en el mes de mayo a niveles superiores a los del año anterior, y permaneció en el mismo nivel a lo largo del tercer trimestre.

Fuentes: Star Breakers, Forbes México, Merca 2.0 y Milenio

Negocios surgidos o fortalecidos con el 'boom' de las redes sociales

- Plataformas de envío
- Plataformas de 'streaming'
- Educación en línea
- Tiendas tecnológicas

En los últimos 5 años el eCommerce es el único modelo de negocio que no ha sufrido retroceso alguno.

Fuente: Forbes México ♥



EL MARKETING DE HOY



EN ESTE ESPECIAL COMPARTIMOS EL
SERVICIO QUE LAS AGENCIAS DE
MARKETING ESTÁN BRINDADO,
DESARROLLANDO CAMPAÑAS DIGITALES
QUE OFREZCAN OPORTUNIDADES
COMERCIALES A SUS CLIENTES;
MENCIONANDO LAS MARCAS CON LOS QUE
HAN LOGRADO EXCELENTES RESULTADOS;
ASÍ COMO LOS LOGROS Y
RECONOCIMIENTOS QUE HAN TENIDO A
TRAVÉS DE SUS AÑOS EN EL MERCADO.

4G Estudios

4Greattitude

Fundada en 2002, 4G Estudios se ha posicionado como una de las grandes agencias de marketing del norte de la república mexicana. El objetivo lo tienen claro; utilizar las nuevas plataformas en favor de sus marcas, observan, investigan y se sumergen en el ADN de cada uno de sus clientes totalmente enfocados en obtener los mejores resultados posibles, todo gracias a la mejora continua, la creación de mensajes efectivos, impactantes, innovadores y disruptivos.

Como muestra de su éxito están las campañas realizadas recientemente para PLAYDOIT, en la que se utilizan distintas plataformas como YouTube, Programmatic, Google Ads, Facebook, Instagram y Televisión. Fueron protagonizadas por Roberto Palazuelos y Poncho de Nigris y llevaron por nombre, “Apúestale mi rey” y “Aquí apuesto cuando quiero, donde quiero” respectivamente.



CLIENTES

- Santos Laguna
- Hospital Angeles
- Playdoit
- Televisa
- Cimaco
- Grupo Simsa
- Grupo Ganadería
- Grupo TM
- Revuelta
- Y muchos más
- Promanuez



Ana Portales
Director Comercial y de Operaciones

“Involucrarnos a fondo, comprometernos y ponerle el corazón a las marcas con las que trabajamos bajo una visión estratégica de mercadotecnia y comunicación, innovadora y enfocada en el cumplimiento de objetivos, la mejora constante y la medición del éxito, estar siempre a la vanguardia en uso de plataformas digitales para el cumplimiento de KPIs, la optimización del presupuesto y del e-commerce”.

El trabajo de 4G ESTUDIOS

Uno de sus mayores retos y logros fue la campaña de “6Sepuede”, elaborada para la participación en la Liguilla del torneo de Clausura 2018 de Santos Laguna, logrando un gran impacto positivo en la Comarca Lagunera y llevando la frase a las latas de Coca-Cola que culminó gloriosamente con 30,000 aficionados reunidos en el estadio Corona gritando la frase para alentar al equipo en la obtención de su sexto campeonato.

ESTRATEGIA

- Social Media Marketing: Gestión de redes sociales, estrategia de publicidad digital, estrategia de marketing digital, campañas publicitarias y paid management.
- Content Marketing: Desarrollo de contenidos adaptados a cada red social.
- Data Science: Social listening, análisis de estadísticas, Google Analytics, Data Mining y Data Análisis.
- SEO / SEM: Optimización de sitios web para mejorar resultados en motores de búsqueda.
- Programmatic advertising: Estrategia, gestión y optimización de compra programática de anuncios display y de video.



4gestudios.com/
 @ 4GESTUDIOS
 +52 (81) 625 9415
 info@4gestudios.com

PLAYDOIT®

Casino en Línea



ATRÉVESE.

ENTRA A GANAR



MAQUINITAS VIRTUALES



CASINO EN VIVO



DEPORTES



SEGOB



JUEGA EN LÍNEA LAS 24 HORAS PERMISO SEGOB DGAJS/SCEVF/P-02/2005

Grupo Punto sabe de comunicación

Conectando marcas con sus públicos en el mundo digital

En tan solo siete años, Grupo Punto ha alcanzado lo más alto entre las agencias de marketing de la Comarca Lagunera. Diseñada para ser esa compañera ideal en el crecimiento y digitalización de las marcas, empresas o instituciones comunicando lo geniales que son a través de plataformas virtuales.

Nacida en el 2014 dentro del mundo digital, Grupo Punto se mantiene en constante evolución rediseñando modelos de venta, comunicación y generación de prospectos a través de campañas y productos digitales. Todo mediante una clara y sólida estrategia de comunicación que identifique el valor de cada marca para sus clientes y lo convierta en mensajes oportunos y persuasivos.

CLIENTES

- Campaña social Va x el Cañón en defensa del Cañón de Fernández.
- Grupo Inmobiliario Las Villas.
- Metrópoli Laguna.
- Consejo Cívico de las Instituciones de la Laguna.
- ITESM Campus Laguna.



Diana Torres
Fundadora y CEO

VA X EL CAÑÓN

Diseñamos y ejecutamos la estrategia para comunicar la defensa del Cañón de Fernández consiguiendo, hasta hoy, más de 30 mil firmas digitales para la causa.

UTT
Universidad Tecnológica de Torreón

El 80% de nuestros **egresados** incursionan en el **campo laboral** los primeros 6 meses de su egreso.

#sUpéRaTTe

Diseñamos la creatividad y ejecución digital de la campaña de inscripciones superando la meta de registros.

CASS
COMPUTACION

Generamos la estrategia Inbound de **CASS Computación** generando cientos de registros para descargar sus nuevos recursos educativos.

TENDENCIAS PARA OFICINA REMOTA Y MOVILIDAD EN 2021

Hacemos estrategia de comunicación para el nuevo lenguaje: digital. Somos afortunados al hacer de nuestra pasión el mayor compromiso con nuestros clientes: aprender y evolucionar juntos haciendo siempre las cosas correctas, de la forma correcta y por las razones correctas.

ESTRATEGIA

- Estrategia de comunicación.
- Diseño y ejecución de campañas digitales.
- Diseño e integración de plataformas digitales: web, blog, email, mensajería y anuncios inteligentes.
- Contenido digital comercial y editorial.
- Consultoría estratégica en marketing digital.

El trabajo de Grupo Punto

Hoy Grupo Punto genera estrategias de comunicación para sus clientes y campañas con base en tres pilares: transformación de negocios al mundo digital, generación de contenido digital y herramientas inteligentes y de automatización de marketing digital.



- www.grupopunto.net
- GrupoPuntoTorreón
- dtorres@grupopunto.net



Click like a player

Noticias 24 MARZO 2021

Carlos Bremer, el tiburón que México necesita

Una conversación con el empresario que ve oportunidades en medio de una crisis y ve México que saldrá más unido después del COVID-19



Entrevista Privada Plus
21 MARZO 2021

Lagasea, una combinación de arquitectura clásica, arte y estilo de vida moderno en San Pedro Garza García

Administración de Proyectos y Decanados de la constructora y inmobiliaria que avanza marcando un precedente en el sector inmobiliario en el municipio de San Pedro.



Entrevista Privada
22 MARZO 2021

¿Eres emprendedor? ¡Puedes ganar un año de renta gratis en el centro de Monterrey!

Después de cumplir tu objetivo de moverte al local, este concepto está dirigido a los puntos A y B.

15 AÑOS
PLAYERS
OF LIFE



www.playersoflife.com

Whiteroom

Pasión absoluta

Desde 2009, Whiteroom ofrece servicios de alto nivel en imagen, publicidad y comunicación visual. Son expertos en diseñar la estrategia adhoc para entregar las mejores soluciones y los mejores resultados posibles para sus clientes.

Una de sus más recientes historias de éxito se dio durante 2020, el año marcado por la pandemia. La marca Willy tenía la gran responsabilidad de transmitir alegría al mismo tiempo que colaborar con la difusión del #QuédateEnCasa, todo desde un punto de vista optimista en el que se pudiera ver helado bueno de la vida. Convirtiendo la sala de la casa en una playa, el jardín en un día de picnic y un automóvil en un cine; con esto lograron recrear, en tres diferentes spots, los lugares especiales y las actividades de convivencia disfrutando de un delicioso helado Willy.

La campaña llevó por nombre “Vive Helado Bueno del Verano” y se obtuvo un gran posicionamiento de la marca en Facebook e Instagram”.

CLIENTES

- Causa
- Deliflor
- Grupo Tepsa
- Intergan Foods
- Terssura
- Willy



América Perales García
CEO Fundadora



“Crear, crear, apasionarnos, esmerarnos, verter nuestro talento y experiencia es nuestra forma de hacer que la magia suceda. Nuestro compromiso es siempre con nuestro cliente y sus clientes, su éxito es nuestro éxito, y nosotros estamos para hacerlos ganar”.

El trabajo de WHITEROOM

Ganadora ya de un Premio a! Diseño, Whiteroom forma actualmente parte de la terna finalista por la identidad de marca desarrollada precisamente para Helados Willy, Murel y Patronato Murel del Bosque compitiendo con varias de las grandes marcas y agencias de la república mexicana.

ESTRATEGIA

- Desarrollo de marca
- Campañas publicitarias
- Marketing digital
- Fotografía y video publicitario
- Diseño de local comercial



WHITEROOM®

- www.whiteroom.mx
- whiteroomstudios
- WA 871 231 1971
- hello@whiteroom.mx



IBERO
TORREÓN

UNA NUEVA GENERACIÓN.
UN NUEVO COMIENZO.

Exámenes de admisión:
Psicométrico 2021 **Conocimientos 2021**
11 de junio 12 de junio

T. 871 7051072
Whatsapp: 8711367214 y 8711384861
admission@iberotorreon.edu.mx



CIUDAD DE MÉXICO • LEÓN • PUEBLA • TIJUANA • TORREÓN

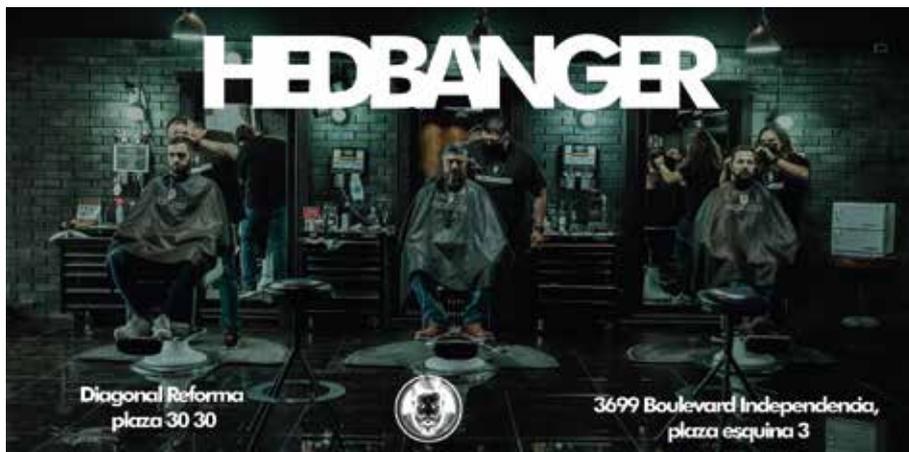
INDALO MX

Elevan tu marca a la cima

El objetivo de INDALO MX es ser la mejor agencia de publicidad en el norte de México, ¿y sabes qué? Van por buen camino. En tres años de vida han logrado un crecimiento sólido y constante, es, hoy en día, considerada una de las agencias ideales para obtener resultados rápidamente. Fundada en el 2018, es una de las más buscadas por las marcas que necesitan crecer y obtener un mayor posicionamiento.

En este relativamente poco tiempo, ya cuentan con grandes historias de éxito; como la de Darkoburi el coleccionista, personaje al que han hecho crecer dentro de la comunidad geek latinoamericana mediante videos en YouTube sobre los unboxing que realiza semanalmente. También manejan sus redes sociales como son Instagram, Facebook y Tik Tok, creando contenido original y de acuerdo con el perfil del personaje.

La base de seguidores de Darkoburi sigue creciendo y cuenta ya con fans en toda la república mexicana y Latinoamérica.



CLIENTES

- Darkoburi
- Hedbanger
- RockSport
- Ernesto Valenciana
- Nutrilife Nutrición (Mariana Olivares)
- Karen Escamilla
- Madero
- Invoice Laguna
- Glaren
- Corporativo Valmar

TOP CAMPAÑAS

1. Darkoburi
2. Hedbanger
3. RockSport
4. Ernesto Valenciana – UDC

El trabajo de INDALO MX

- Recibieron orgullosamente los reconocimientos del Latin America Quality Institute en el área de marketing en noviembre de 2019 y 2020 en Brasil y Perú respectivamente. La clave es realizar campañas que satisfagan a los clientes en tiempo y forma, logrando que se distingan del resto.



SERVICIOS ESTRATÉGICOS

- Página web
- Redes sociales
- Google Ads
- Diseño Gráfico
- Community Management
- Consultoría digital
- Marketing de contenidos
- Email marketing
- SEO
- SEM

“Conocer de fondo las necesidades de nuestros clientes y ofrecerles la mejor opción para que cumplan sus objetivos de marca”.

ERNESTO VALENCIANA MARTÍNEZ
DIRECTOR



INDALO
AGENCIA DE PUBLICIDAD

f IndaloMX/
@indalomx
www.indalomx.com/
Indalo MX
871 747 9748 Ext. 201
contacto@indalomx.com

One Productora de Contenidos

La agencia ideal para el posicionamiento de tu marca

Fundada en 2019, One Productora es ya considerada una de las mejores opciones para brindar innovación y soluciones de marketing a marcas, empresas y nuevos negocios, combinando mágicamente la irreverencia creativa con la disciplina empresarial, algo que pocos logran hacer con los resultados que ellos obtienen.

Como ejemplo de esto, está la campaña realizada para Kenshowork Coworking Space. El objetivo fue dar a conocer y posicionar la empresa, con una reciente apertura, el desafío fue que se le reconociera como una empresa líder en la renta de espacios de oficina de coworking para emprendedores, creativos, empresarios, ejecutivos y profesionales con grandes resultados en redes sociales como Facebook e Instagram.



CLIENTES

- Sushiitto
- San Miguel Steak House
- Notaría Pública 88
- Admovil
- Mongolian
- Caramelo
- Ceremonias



Lic. Daniela Ibarrola Eufrazio
Directora Creativa

“En One Productora trabajamos para que nuestros clientes formen un vínculo tan estrecho con sus clientes finales que no necesiten realizar una venta sino formar una necesidad de consumo”.

El trabajo de ONE PRODUCTORA

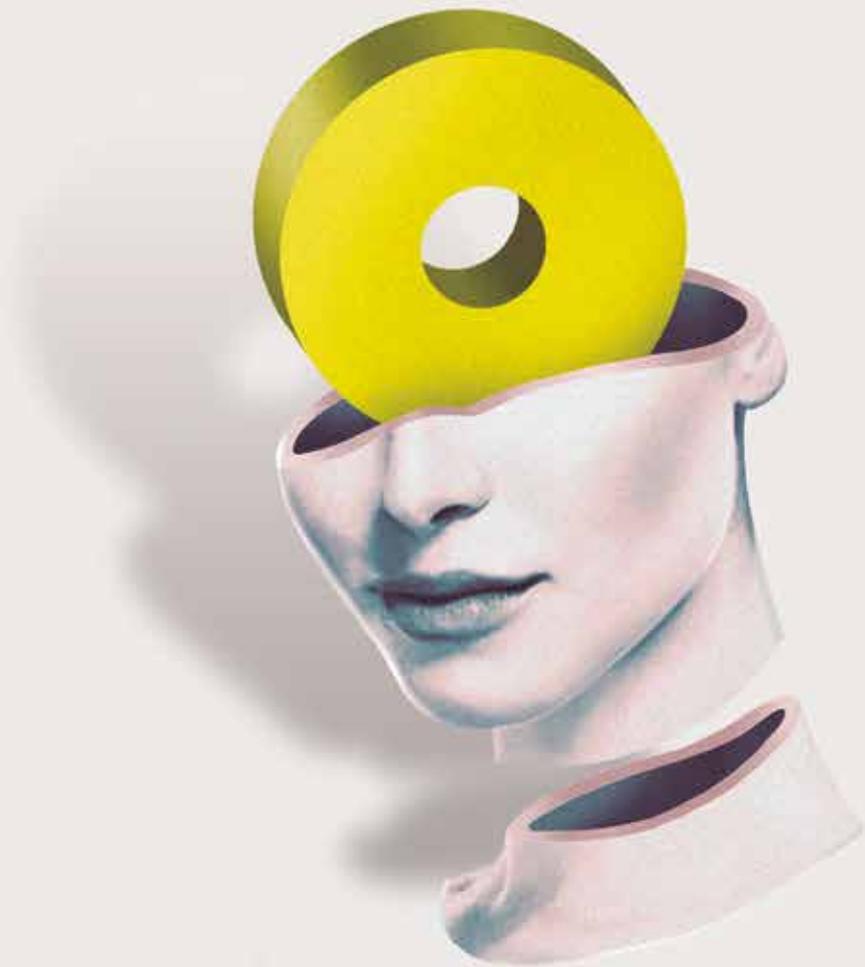
Con el tema de la pandemia, el mayor desafío es lograr crear un vínculo entre los clientes y los clientes finales. Su clientela se ha incrementado gracias al buen uso de las plataformas digitales. El éxito de ellos ha sido poder mantenerse ante una situación tan complicada y conservando sus buenas ventas. La misión es la de crear campañas de posicionamiento y estrategia que logren cautivar a sus clientes. Actualmente tienen presencia en cuatro ciudades del país con excelentes resultados en cada una de ellas.

ESTRATEGIA

- Marketing
- Fotografía, video y spots publicitarios
- Páginas web
- Business plan
- Branding
- Social media



One Productora de Contenidos
 Avenida Bravo #678 oriente, Colonia Centro, Torreón, Coahuila.
 871 234 55 00
 productoradecontenidos.one@gmail.com



LA MENTE QUE SE ABRE A UNA IDEA, JAMÁS VOLVERÁ A SU TAMAÑO ORIGINAL.

ALBERT EINSTEIN



BRANDING
ADVERTISING
SOCIAL MEDIA
WEB SITE
MARKETING



AV. BRAVO #678 COL. CENTRO 27200,
TEL. 8712345500

TORREÓN | MONTERREY | QUERETARO | HERMOSILLO

Impulso en imagen

Redzpot

El pasado mes de abril, Redzpot cumplió 16 años de ser una de las agencias más confiables de la Comarca Lagunera. Tan es así que, los clientes que iniciaron la aventura de su mano, siguen publicando su marca a través de ellos. En 2005, Redzpot inició con el servicio de pantallas publicitarias de red local en el interior de los restaurantes, gimnasios y plazas comerciales más reconocidas de la región. Hoy, pueden decir orgullosamente, que ofrecen más de ocho servicios diferentes de alto impacto, siendo la mayoría de ellos, exclusivos.

CLIENTES

- Sanatorio Español
- Chilchota
- Grupo Simsa
- Pastelerías Lety
- Pollo Feliz
- Las Alitas
- Gala
- Hospital Ángeles
- Algodoneros Unión Laguna
- Sadasi



Lic. Alejandra Peña Michel
Gerente Comercial



Nuestro principal objetivo es ofrecer un servicio de calidad e innovación en todos los aspectos involucrados en el proceso, hasta llegar al mercado meta de nuestros clientes por medio de nuestros servicios publicitarios de alto impacto.

El trabajo de Redzpot

Para el equipo de Redzpot es un orgullo y un enorme compromiso trabajar de la mano de los dos equipos profesionales de La Laguna, Algodoneros Unión Laguna y Santos Laguna mediante diversos servicios publicitarios exclusivos en ambos estadios, el Revolución y el Territorio Santos Modelo.

SERVICIOS PUBLICITARIOS

- Pantallas digitales de Red local. - spots publicitarios en pantallas interiores de restaurantes, gimnasios, universidades, centros comerciales, casino, etc. ¡Más de 140,000 impactos mensuales!
- Espectaculares. - en la mejor ubicación de la Comarca Lagunera.
- Banderas. - ubicadas en la explanada de la Feria de Gómez Palacio con doble vista en Periférico. Más de 30,000 impactos diarios.
- Estadio TSM. - spots con audio y sin audio en 2 mega pantallas y en más de 50 pantallas ubicadas en pasillos de palcos, plateas, club y baños, activaciones, exhibiciones, volanteo, menciones, etc.
- Estadio Revolución. - Patrocinios, valla electrónica televisable, activaciones, paquetes publicitarios, radio y tv, centro de espectáculos, sociales y deportivos.
- Pantallas en Club Campestre. - spots sin audio en pantallas ubicadas en el interior del club.

NUEVOS SERVICIOS PUBLICITARIOS

- Pantalla vial Revolución de 12 x 2 metros en HD. Ubicada en la entrada principal del Estadio Revolución con más de 10,000 spots mensuales.
- Tótem HD portátil con más de 10,000 spots mensuales.



www.redzpot.com
 Redzpot/ redzpot redzpot/
 (871)7-4707-50
 contacto@redzpot.com

¿UNAS BIBIS?



PRÓXIMAMENTE NUEVA UBICACIÓN

☎ 871.410.50.43  @Quesabibis  @Quesabibis

TECNOLOGÍA QUE REVOLUCIONA





EL USO DE LA TECNOLOGÍA SE HA CONVERTIDO EN UN ELEMENTO FUNDAMENTAL EN EL MUNDO DE LOS NEGOCIOS. CONOCE A LAS EMPRESAS DESARROLLADORAS DE SISTEMAS, PRODUCTOS Y OFERTA DE SERVICIOS DE TECNOLOGÍA, QUE FACILITAN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN, ADMINISTRATIVOS O COMERCIALES DE LAS COMPAÑÍAS.

Global Networks Solutions

Conectando ideas, empresas y personas

José Omar Martínez Verástegui
Director General GNS

Global Networks Solutions es una empresa Operadora de Telecomunicaciones, Conectividad y Tecnologías de Información con más de 14 años de experiencia y que cuenta con la más robusta y segura infraestructura, ofreciendo soluciones innovadoras para los retos más complejos que encaran las empresas y los clientes Residenciales Premium.

Cuentan con alianzas globales dentro del mismo sector, que, sumada a su amplia experiencia, les permite aportar mayor valor a sus clientes, así como una cobertura más amplia a nivel nacional e internacional. Su portafolio de soluciones está diseñado para clientes exigentes tanto en el mercado Empresarial como en el Residencial Premium, área en la que incursionaron para resolver la problemática generada a causa de la pandemia, en la que muchas empresas trasladaron sus oficinas a la casa.

El objetivo es claro, en GNS buscan desarrollar productos y servicios que generen una experiencia inigualable a sus clientes.

SERVICIOS ESPECIALES

Si bien originalmente su mercado fue el empresarial, al que se sigue atendiendo con la calidad de siempre, con la pandemia evolucionaron para que sus clientes pudieran contar con un servicio confiable en sus casas y que cubriera todas las actividades de la familia sin afectar el rendimiento. Fue así que incursionaron con Residencial Premium, dirigido a un sector C+ y A/B, es decir focalizado en un sector en particular. En tan solo tres meses lograron implementar una infraestructura de primer nivel para satisfacer esta necesidad con la satisfacción total de sus clientes Residenciales Premium.



CARACTERÍSTICAS DE RED METROPOLITANA

- Alta Disponibilidad
- Acceso Dedicado
- Baja Latencia
- 2 Peering Tier 1 diferentes (conexiones a internet)
- Control integral de enrutamiento y decisiones de conmutación inteligente
- Brindan a los clientes herramientas que les facilita revisar de forma directa gráficas de consumo, así como el conocer las aplicaciones específicas que están consumiendo su ancho de banda contratado.



HIGHLIGHTS

- La innovación constante de sus productos y servicios les permite ofrecer excelentes precios.
- Su competencia suele vender la idea de que, a través de la fibra óptica se ofrece un mejor servicio, y es correcto porque es la inercia propia de la tecnología, pero, no se dice que es la que cuenta con menor disponibilidad de operación mensual, debido a que el 90 por ciento de la red de planta externa se encuentra construida de forma aérea y esto genera muchas fallas. Esto se traduce en una menor disponibilidad comparado con un servicio entregado por enlaces de Microondas Carrier Class. Global Networks Solutions entrega por ambas tecnologías.

¿Por qué GNS?

- Ágiles
- Flexibles
- Infraestructura Carrier Class
- Alianzas Globales
- Focalizado al Servicio
- Personal Calificado y altamente Especializado

SOPORTE

Cuentan con un centro de operación de Red (NOC) el cual es el responsable del monitoreo del estado de la red y de la atención, resolución y análisis de incidentes que afectan a la disponibilidad ofertada a sus clientes, operando 24x7x365.

SOLUCIONES QUE OFERTAN

•Conectividad

Enlaces Dedicados Privados que permiten tener una conectividad permanente usando tecnologías de Acceso de vanguardia como LAN to LAN, MPLS, SD-WAN.

•Internet

Empresarial: Servicio de internet de alta capacidad a través fibra Óptica y Sistemas de Microondas con frecuencias concesionadas que garantizan las aplicaciones más críticas de las empresas.

Residencial Premium: Ofertan dos planes que, en base a un análisis exhaustivo, cubre las necesidades que se requieren hoy en día en el sector Residencial Premium.

Telco Rooms

Espacio Físico dedicado en site, así como el espacio físico en torre para el alojamiento de operadores de telecomunicaciones.

Servicios Administrados

Son servicios de integración implementados y administrados por especialistas, que pueden ser muy sencillos como de gran complejidad, de acuerdo a las necesidades muy específicas de los clientes empresariales.



www.gns.com.mx



☎ 871 312 5049

☎ 871 138 9815

✉ ventas@gns.com.mx

ho1a Innovación

SOMOS TU MEJOR ALIADO en Infraestructura de TI

Con tecnología de:

CISCO AWS FORTINET AVAYA Microsoft 365 HUAWEI DELL Technologies

ho1a.com

Dile ho1a a la Innovación de tu empresa

La empresa ho1a Innovación forma parte de Grupo Megacable desde el 2013 y es la división empresarial especializada en Tecnologías de la Información, con más de 30 años de experiencia integrando soluciones de alta tecnología e infraestructura de red en México (Cobertura Nacional). Se especializan en servicios administrados, comunicaciones unificadas, Redes Empresariales (Switching, Routing, wifi, y cableado estructurado) Cloud & Data Center, Seguridad Física y Lógica, Video Vigilancia inteligente, Internet de las cosas y Soluciones de TI.

En ho1a Innovación cuentan con un equipo de ingenieros altamente certificados y contamos con los mejores socios tecnológicos como Cisco, Avaya, AWS, Huawei, Fortinet, Microsoft, Dell Technologies, entre otros, que nos colocan como el mejor aliado en infraestructura TI.

Soluciones de colaboración y comunicaciones unificadas (SaaS)

Con estas soluciones, tus colaboradores trabajan en tiempo real y con la mayor seguridad sin importar el sitio donde se encuentren. Ho1a Innovación cuenta con soluciones de colaboración a la medida de tu empresa para mantener la operación de forma local y remota. Conectando todos los dispositivos a través de aplicaciones y tecnología en la nube, enlazando voz, datos y video en una sola plataforma. Con la capacidad de organizar reuniones, salas virtuales y compartir documentos. Haz tu oficina virtual con ho1a Innovación.

SOLUCIONES

- Colaboración y Comunicaciones Unificadas
- Redes Empresariales
- Seguridad Lógica (Ciberseguridad)
- Seguridad Física (Video Vigilancia Inteligente)
- Cloud y Data Center
- Servicios TI
- Megacable Data Center
- Ciudades Seguras
- Hotel Inteligente

ho1a
Innovación

- ☎ 339690 6000
- 📞 339690 6001
- 🌐 www.ho1a.com
- 📍 ho1ainnovacion
- 📱 ho1a Innovación
- 📺 ho1ainnovacion



**De Venta en Estaciones
de Servicio las 24 Horas
y en tiendas participantes.**





SITIC

Control total con sistemas de software especializado para tu tipo de negocio

Con sede en Torreón, Coahuila, SITIC es una empresa en sistemas de administración. Tiene 25 años de experiencia en diseño, desarrollo y soporte de software y han destacado tanto, que empresas de distribución y servicio de clase mundial operan con los sistemas de SITIC en México y en el extranjero. Su apoyo es clave para que las empresas de distribución, comercialización, servicios y de transporte alcancen sus objetivos de negocio y crecimiento apoyados en un mejor soporte y un mejor sistema.

SITIC SPECIAL PRODUCT

Con SITIC ERP, DBS y TL, en conjunto con herramientas de Business Intelligence, notificaciones automáticas y aplicaciones web se busca que las empresas potencien al máximo sus procesos, optimizando sus recursos y, por supuesto, obtengan mejores resultados.

Cuentan con un robusto catálogo de reportes operativos y administrativos que permite realizar un profundo, oportuno y certero análisis de información, lo que da la gran oportunidad de tener un seguimiento puntual y en tiempo real de las áreas críticas de la empresa.



PRODUCTOS

- SITIC Enterprise Resource Planning (ERP)
- SITIC Dealer Business System (DBS)
- SITIC TL – Transporte & logística
- SITIC Remote App – Business Intelligence (BI)

SOPORTE

SITIC ofrece un soporte sustentado por un experimentado y talentoso grupo humano que tiene un amplio conocimiento en procesos y funcionalidades del sistema, reduciendo así el tiempo de resolución de solicitudes y aprovechando al máximo los beneficios del sistema. SITIC brinda además soporte y atención continua a clientes en todos los estados de la República Mexicana, Estados Unidos y Centroamérica.



www.siticsoftware.com

[showcase/sistema-sitic/](https://www.linkedin.com/showcase/sistema-sitic/)

[SiticERP](https://www.facebook.com/SiticERP)

[siticsoftware/](https://www.instagram.com/siticsoftware/)

871-227-20-00/ 871-277-72-71

contacto@siticsoftware.com

PLAYERA MOD. PH1

PLAYERA MOD. TC3

SHORTS MOD. SH2

LEGGING MOD. LL11

marfili**M**
active**wear**

PUNTO DE VENTA

 **cimaco**
Lo Mejor Para Vivir Bien

CONTÁCTANOS

 **MARFILIOFFICIAL**  **MARFILICO**  **(871) 189-36-54**

¡PIDE TU PORTAFOLIO DIGITAL!  **INFO@MARFILI.COM**

La digitalización está cambiando el mundo laboral



ManpowerGroup®

manpowergroup.com.mx

La transformación digital continúa creciendo a gran velocidad y, a medida que las tendencias actuales de la fuerza de trabajo cambian, las organizaciones están enfrentando una rápida transformación para adaptarse a una nueva normalidad y ser un negocio digital enfocado en la experiencia del consumidor, de la mano de la combinación de talento y tecnología.

Según un estudio realizado por ManpowerGroup “Reinicio de la Revolución de Habilidades: las 3rs – Renovar, Reaprender y Reorientar”, el 38% de las empresas se encuentran acelerando su digitalización, como resultado de la pandemia, mientras que el 17% ha decidido suspender sus planes. Contrario a lo esperado, se están creando más puestos de trabajo de los que se eliminan: 86% de las empresas que está automatizando planea aumentar o mantener su plantilla, en comparación con el 11% de empleadores que planea mantener o reducir sus intenciones de automatizar.





Conforme las empresas se transforman y digitalizan sus procesos a mayor velocidad y escala, aparece una nueva revolución de habilidades. Se estima que para el año 2025, las personas y las máquinas compartirán las actividades laborales al 50%; al mismo tiempo que surgirán 97 millones de nuevos empleos relacionados a la inteligencia artificial, la economía verde y la economía del cuidado.

La demanda de competencias técnicas y profesionales se está acelerando debido a la crisis y a la revolución de habilidades que se manifiestan en la actualidad, a causa del surgimiento de nuevas tecnologías. Las habilidades profesionales, como comunicación, priorización del tiempo, adaptabilidad, pensamiento analítico, toma de iniciativa y empatía son las más demandadas en el mercado laboral y también, son los pilares para el éxito.

Contar con colaboradores, preparados y resilientes para tiempos de cambio y disrupción representa una ventaja competitiva para las organizaciones. Por otro lado, el cambio repentino al trabajo remoto implica que el trabajo en equipo, entre otras competencias profesionales, tengan una alta valoración por parte de los empleadores, pero solamente el 30% de las empresas

están invirtiendo en estas habilidades y un tercio de las mismas se encuentra planificando un desarrollo de liderazgo para sus colaboradores en los próximos seis meses.

Poseer las habilidades técnicas y profesionales requeridas en el mercado laboral es indispensable para destacar entre los candidatos en un proceso de reclutamiento. Según el estudio, el 38% de las empresas comenta que es complejo capacitar en habilidades técnicas en demanda y el 43% dijo que es, incluso, más complicado enseñar las habilidades profesionales que requieren, como pensamiento analítico y comunicación.

Las empresas que están invirtiendo en innovación, tecnología y en mejorar las habilidades de su talento, están consiguiendo mayor diferenciación y participación en el mercado, además de satisfacer las necesidades de colaboradores y clientes a través del aprovechamiento de las herramientas digitales que nos permiten seguir trabajando a distancia. La tecnología ha revolucionado las formas de trabajo y su evolución no cesará; por ello, es importante que las organizaciones y empleados posean un alto nivel de learnability para que continúen siendo competitivos y empleables.♥

La importancia del marketing internacional en la época actual



Por Héctor Villarreal Muraira

Director General de COMCE Noreste

[comcenoreste.org.mx](https://www.comcenoreste.org.mx)

COMCE Noreste

El marketing internacional es la función empresarial que desarrolla el proceso de identificación, anticipación y satisfacción de las necesidades de un cliente que está en otro país. Es una función estratégica que consiste en entender cuál es la motivación o beneficio que le aporta un producto (bien o servicio) a un comprador que pertenece a un mercado distinto al nuestro para satisfacer sus necesidades teniendo en cuenta las particularidades del entorno. Cualquier empresa que desee exportar tiene el objetivo de superar a la competencia en cada mercado, sabiendo crear un valor que el consumidor puede percibir.

El punto de vista actual del marketing es Global, no quiere decir que se deban aplicar los mismos parámetros en cada país, pues siempre debemos tener presente que cada país es diferente y que no hay dos mercados iguales. Ello implica que un plan de marketing que ha triunfado en un país no necesariamente tendrá éxito en otro país.





Hay muchas diferencias entre el marketing que se hace en nuestro país y el marketing que se puede realizar en otros países debido a las diferencias culturales, políticas, religiosas, habituales e ideológicas. Cada cultura es única, posee su propio sistema de valores, costumbres y normas. Una estrategia efectiva debe adaptarse a las sensibilidades y necesidades de cada cultura específica. Un punto muy importante a considerar son los mensajes que pretendemos dar, debemos cuidar las diferencias en los lenguajes, expresiones, hábitos, ideologías, gestos y más.

El comercio internacional es el vínculo que permite a las empresas llevar sus productos al mundo, pero lo que permite que esos productos permanezcan en el mercado son las estrategias de marketing internacional, el cual comprende el análisis del mercado, es decir, de la oferta (competidores) y la demanda (consumidores). Abarca el diseño de los productos, las promociones, la publicidad, los gustos y preferencias del consumidor, y la forma o medios a través de los cuales se hace llegar al mercado. En resumen, el Marketing Internacional busca estudiar el comportamiento de los mercados y de los consumidores, para incentivar la demanda e incrementar el comercio y así permitir a la empresa competir.

La imagen de México y de los productos mexicanos es excelente en Centro y Sur América, lo cual significa una ventaja diferencial competitiva muy importante respecto a otros países

por esto es muy importante resaltar que los productos son hechos en México. La promoción de productos procedentes de países con una imagen favorable en los mercados facilita el éxito de la campaña. El origen se suele destacar de una forma directa o indirecta.

En los últimos tiempos, la tecnología y las innovaciones han tenido un impacto claro y directo sobre la industria del marketing, el uso que las empresas hacen de la misma y sobre los trabajadores de este mercado. Cada vez hay más herramientas y el marketing digital cada vez está más y más presente en el día a día de los publicistas o agencias. La tecnología promete grandes soluciones, cambiar las cosas y hacer que los retornos sean más elevados. Son gran promesa que llega casi del futuro para modificar el presente y hacer que todo funcione mucho mejor y que se logren muchas más cosas.

Pero también es cierto que el área del marketing digital se caracteriza por estar en un continuo proceso de transformación, evolución y cambio. Lo que era habitual hace 12 meses es posible que hoy en día esté obsoleto. Es por eso que es muy importante que las empresas se adapten a estos cambios de tendencia y los sepan integrar de forma fluida a su estrategia. Por norma general, las empresas que innovan se suelen colocar en una posición más privilegiada en el mercado con respecto a su competencia.

Es conveniente analizar bien los segmentos de mercado a los que se dirige la campaña, y en función de éstos, seleccionar los medios idóneos: aquellos que realmente lleguen e influyan en la opinión de dichos segmentos. Puede tratarse de medios digitales, impresos, tradicionales y directos.

En COMCE Noreste estamos a sus órdenes para colaborar con su empresa y brindarles información sobre las diferentes opciones de marketing internacional y de inteligencia de mercados con el fin de apoyar a las empresas exportadoras y potenciar sus oportunidades de éxito en los mercados internacionales.♥



Una batalla de porciones épicas se disputa en Carl's Jr.

La monstruosa Godzilla Big Angus Burger se enfrenta a la poderosa Kong Big Angus Burger por tu hambre.

¿#TeamGodzilla o #TeamKong? Con el estreno de la película Godzilla vs Kong a finales del mes pasado, Carl's Jr. trae esta épica pelea a tu mesa a través de dos deliciosas e impresionantes hamburguesas que debes de probar ¡ya!

Las nuevas Godzilla Big Angus Burger y Kong Big Angus Burger están disponibles, por tiempo limitado, en todos los restaurantes Carl's Jr. de México. A la par de estas increíbles hamburguesas también se lanzaron los vasos coleccionables de Godzilla vs Kong, los cuales puedes adquirir al agrandar tu combo. Son 4 diseños, visita tu Carl's Jr. preferido y arma tu colección.

Pero, ¿cuál de estas dos hamburguesas es la vencedora? ¡Tú lo decides! Aquí te contamos todos los detalles de su sabor y te lo advertimos, tienes que ir preparado para escoger tu equipo ya que su tamaño acabará con tu hambre. Recuerda probarlas cuanto antes.

Godzilla Big Angus Burger

Triple carne 100% Black Angus no es suficiente, así que también le pusieron 3 rebanadas de queso americano y mucho tocino. Seguramente recuerdes esta hamburguesa de su primer lanzamiento en 2019. Pues ahora tienes nuevamente la oportunidad de deleitarte con el monstruo de medio kilo.

Kong Big Angus Burger

Para los del equipo del gorila de la Isla Calavera, crearon esta poderosa hamburguesa también con triple carne 100% Black Angus, triple queso pepper jack, una picosita salsa mayo habanero y el plus... ¡Pan negro premium hecho a base de carbon activado! Un sabor i-ni-gua-la-ble que no querrás perderte.

¿Con cuál te enfrentarás primero?



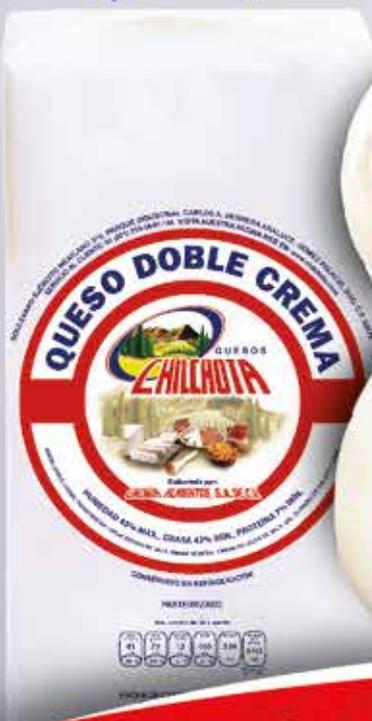
www.carlsjr.com.mx
@carlsjrmex

Carl's Jr. México
@CarlsJrMx



El Queso de México

Los Favoritos de Mamá



Servicio a Domicilio



Suc. Independencia
Tel. 871 204 02 28

Suc. Las Rosas
Tel. 871 723 11 19
y 723 26 36

Suc. Fresno
Tel. 871 182 05 71
y 724 18 38



Suc. Tecnológico
Tel. 871 219 69 99

Suc. Senderos
Tel. 871 780 19 40

también encuentra nuestros productos en:



o en tu tienda más cercana

Producto sujeto a disponibilidad en tiendas

Informes y Ventas: ☎ 871 719 16 81(84) 🌐 www.chilchota.com 📱 📷 ChilchotaMx



¡Se cumplió la meta!

Guerretón 2021

La misión y columna vertebral de Club Santos Laguna es Ganar Sirviendo, por lo cual diariamente trabajamos para generar valor en la sociedad, priorizando la inclusión de grupos y sectores vulnerables.

El pasado domingo 18 de abril culminó el Guerretón 2021, colecta de balones, pelotas y juguetes que entregaremos a niños y niñas en situación vulnerable, de diferentes asociaciones laguneras, con la intención de que tengan una alegría muy especial y, además, fomentar el juego en una edad temprana en cada uno de ellos.

Queremos agradecer de manera muy especial a Toluca FC, que amablemente y con un gran compromiso, se sumó a la donación y a la difusión de esta iniciativa. De corazón estamos muy felices

por contar con su apoyo. De la misma forma, nos llena de alegría el nuevamente haber tenido la participación del Centro de Formación y Academias Santos a lo largo del país.

Cabe mencionar que, en las 7 ediciones previas de una de nuestras líneas de acción más emblemáticas, Guerretón, logramos impactar a más de 100 asociaciones, escuelas y organismos de asistencia pública, recabando más de 56000 juguetes, balones y peluches que han beneficiado a la niñez lagunera en situación vulnerable.

Gracias a todos ustedes, afición, porque año con año nos acompañan y son cómplices de este gran sueño, cuyo fin es velar por la imaginación, los sueños, ilusiones y esperanza de la niñez lagunera.♥



Un total de 15523 juguetes se convertirán en una alegría inimaginable para la infancia lagunera. Este esfuerzo en conjunto con aficionados, empresas, escuelas, Academias Santos y Centros de Formación, clubes y la comunidad en general, es una prueba clara de que, a través del fútbol, se pueden construir metas extraordinarias, transmitiendo permanentemente los valores de Ganar Sirviendo.



Agradecemos de forma muy especial a nuestro aliado estratégico y socio comercial Soriana, que nuevamente fue clave en el desarrollo de esta iniciativa.

UN GUERRERO ERES TÚ

= EL ESFUERZO
ABRE PASO
A LA GLORIA =



#MODOGUERRERO



UN GUERRERO ERES TÚ

f i t @CLUBSANTOS | CLUBSANTOS.MX

Dúo Impresiones

Una década de éxitos

Dúo Impresiones nació en el 2011 con el firme objetivo de ser la mejor alternativa de servicios gráficos de la región, y, tan solo diez años después, lo están logrando. Su historia es como la de las grandes empresas o negocios que crecieron gracias al empuje y empeño de sus propietarios; se fundó hace una década en una pequeña oficina en la que se ofrecía servicio las 24 horas a arquitectos y diseñadores gráficos principalmente y en su mayoría estudiantes.

De ahí surgió una nueva oportunidad que supieron aprovechar, y, en 2014 abrieron su primera sucursal, ubicada en Boulevard Constitución con un área de servicios más grande. Su crecimiento ha sido tanto que, actualmente cuenta con cinco sucursales distribuidas por diferentes zonas de la región y están próximos a abrir la sexta, dando servicio a empresas de todos los tamaños.

SERVICIOS ESTRATÉGICOS

- Rotulación vehicular
- Elaboración de anuncios luminosos
- Carteles y vallas
- Papelería corporativa

CLIENTES

- Circulo K
- Grupo Comercial ALCO
- Santos Laguna
- Fastenal
- SIMSA



“El objetivo principal es proporcionar al cliente una variedad de servicios y productos con el fin de no recurrir a diferentes agencias. Somos de las pocas empresas que contamos con la mayoría de los servicios, desde una hoja hasta rotulación de camiones, anuncios luminosos, etc. Todo esto con un buen servicio calidad y precio”.

Arq. Jesús Vásquez Alva
Director General



La Tienduca



Cariño en cada platillo

FELIZ DÍA DE LA MADRE



Calz. Ávila Camacho, esq. con José Ma. Del Bosque No. 1850
Col. Santa María, Torreón, Coah.
Consulta horarios de atención en www.ganaderiarevuelta.com.mx
f /La Tienduca de Ganadería Revuelta i /La.tienduca

SERVICIO A DOMICILIO

Tel. 871 747 4707 -

871 178 9976

AREA RESTRINGIDA



Empieza la joroba inflacionaria en marzo

Por Janneth Quiroz,
Subdirectora de Análisis
Económico de Grupo
Financiero Monex

En México se registró una inflación mensual (m/m) de 0.83% en marzo, cifra que fue mayor al pronóstico del consenso de analistas de 0.80%. El resultado se explica por una contribución del rubro subyacente de 48.9% del total y una del no subyacente de 51.1% del total. Con ello, la inflación anual (a/a) se disparó de 3.76% en febrero a 4.67% en marzo, alcanzando su mayor nivel desde diciembre de 2018 (27 meses).

Por su parte, la inflación subyacente pasó de 0.39% a 0.54% m/m, superando también las expectativas del mercado de 0.51%. De forma anual, aumentó de 3.87% a 4.12%, siendo la más elevada desde febrero de 2018 (37 meses); mientras que la no subyacente pasó de 3.43% a 6.31%, la más alta de los últimos 26 meses.

En el mes reportado, tanto la inflación general como la subyacente salieron del rango objetivo de Banxico por primera vez desde octubre de 2020 y marzo de 2018 respectivamente, resintiendo las distorsiones en los precios por el inicio de la pandemia el año pasado.

Por su parte, en EE.UU. se registró una inflación mensual de 0.62% en marzo, la más alta desde agosto de 2012. Con ello, la anual brincó de 1.68% en febrero a 2.64% en marzo, alcanzando su mayor nivel desde agosto de 2018 (31 meses), por el alza en el precio de los energéticos y transporte.

Para el 2T-21, esperamos que se mantenga la tendencia creciente de la inflación por los efectos aritméticos de la reducción en los precios del petróleo de 2020. En abril, los mayores riesgos al alza para el indicador serán las presiones sobre la inflación subyacente por la recomposición del gasto, presiones en el precio de los energéticos y volatilidad en los mercados financieros internacionales que provoquen una depreciación cambiaria. Estos resultados confirman que el ciclo de relajamiento de Banxico terminó, con una baja acumulada de 450 pb desde que inició en agosto de 2019. ▼

MANEJA TU NEGOCIO COMO SI ESTUVIERAS AHÍ



Nuestra plataforma te permite acceder a todos los productos y servicios que ofrecemos, a cualquier hora y desde cualquier lugar, de una manera ágil, segura y con la asesoría especializada que nos caracteriza.

GRUPO FINANCIERO
monex

AGILIDAD PARA QUE EL DINERO TRABAJE
BANCA DE EMPRESAS

Contáctanos en: monex.com.mx o Torreón 871 747 4850, otras ciudades del país 800 746 6639

 @GrupoFinancieroMonex

 @monexanalysis

La innovación tecnológica, ¿El aliado estratégico para el crecimiento de tu empresa?



Por **Jesús Pérez**

Director General de NÓVAMENT

www.novament.com.mx

Mucha gente me pregunta si realmente la innovación tecnológica es un aliado para el crecimiento del negocio, o un simple capricho de las empresas, o si realmente es algo esencial para la subsistencia de nuestros negocios.

Le platicaré mi experiencia como un simple comprador. Después de mi sesión de ejercicio matutino mis audífonos dejaron de funcionar, y como en Monterrey ya dejan entrar a los niños a los centros comerciales, se me hizo bueno llevar a mi hijo de seis años conmigo a uno, después de un año de no salir. Llegamos, y para mi sorpresa un guardia mal encarado, sumamente prepotente, decidió que mi hijo se veía muy chico por lo que no podía entrar a menos que le enseñara su pasaporte y acta de nacimiento, documentos que no traía conmigo. Mi hijo y yo regresamos a casa sumamente frustrados de una muy, pero muy, mala experiencia. Sin embargo, me urgían los audífonos, así que dije “Bueno, seguiré comprando por Amazon”. Para mi sorpresa, los pedí un lunes de asueto en la tarde, no habían pasado ni 24 horas cuando yo ya estaba usando mis nuevos audífonos. ¿Creen que me quedé con ganas de volver a ese lugar? Les comparto mi sentir: NUNCA MÁS. Como dato adicional, en ese centro comercial el 50% de los negocios ya cerraron, incluyendo a Sears.

Este es un pequeño caso de millones que han surgido de manera exponencial en medio de esta pandemia, que más que crisis yo la he denominado como un cambio de época. Un empresario me contaba que el uso del teléfono se hizo masivo, justo en la última crisis sanitaria de la fiebre española, donde surgió la necesidad de seguir en contacto con nuestros seres más queridos. ¿Coincidencia?, No creo. Realmente estos tiempos de cambios radicales nos llevan a que la innovación no es un aliado ni un capricho, si no que realmente es algo tan esencial y obligatorio para nuestra supervivencia al mismísimo estilo de la teoría de la evolución de Charles Darwin donde solo los más aptos sobreviven.

La pregunta del millón de dólares es, ¿cómo logramos incorporar dichas capacidades dentro de nuestra organización si nunca habíamos tenido la necesidad ni la urgencia de hacerlo? La verdad es algo muy pero muy sencillo, pero a veces lo queremos hacer tan complejo o complicado para sentir que estamos innovando algo muy disruptivo y único.



Te comparto los 5 pasos para arrancar la innovación tecnológica dentro de tu organización:

- 1 · **Cliente centrisimo:** conoce a mucha profundidad a cada uno de tus clientes, asegurando que conoces sus motivaciones, preocupaciones y comportamientos a detalle, haciendo que esta información sea tu activo más importante. 
- 2 · **Agilidad:** debes aprender a revisar y analizar tu modelo de negocios de una forma muy pero muy ágil, que te permita determinar las áreas de mejora e innovación más importante y así enfocarte a generar valor al cliente, esto lo lograrás a través de desarrollar el expertise en el modelo Canvas. 
- 3 · **Mejora continua interna:** a través de todos los recursos, habilidades y competencias que tiene tu equipo de trabajo puedes lanzar iniciativas de innovación tecnológica que te permitan mejorar tu modelo de negocios y te lleven a entregar mayor valor al cliente. 
- 4 · **Mejora continua externa:** es muy similar a la anterior, pero es a través de traer talento y habilidades externas a través de consultores o consejeros que te ayuden a plantear iniciativas de innovación. 
- 5 · **Ecosistemas de innovación:** al igual que los dos puntos anteriores, pero aquí lo que se busca es generar relaciones con ecosistemas de innovación en tu ciudad, país u otros países que te aporten iniciativas de disrupción tecnológica que puedas llegar a implementar en tu organización y te den una ventaja competitiva que genere mayor valor a tu cliente y por ende a tu negocio. 

Como podrán ver en estos pasos solo requieres 3 grandes habilidades a desarrollar en tu organización: Inteligencia de mercados, Modelaje de negocios Canvas y Relaciones Públicas.

En NÓVAMENT estamos convencido que para lograr crecer tu negocio a través de la innovación tecnológica no requieres de grandes presupuestos ni de grandes habilidades todo es un tema de aprendizaje y conocimiento continuo. Con mucho gusto te podemos hacer un ‘assessment’ en estas capacidades y ayudarte a generar un plan de acción al respecto, pide tu sesión de cortesía escaneando el código QR que acompaña este artículo.

Espero que esta información haya sido de utilidad deseando ver a tu empresa salir fortalecida y creciendo en esta nueva época.♥





Querido CLIENTE

Hoy no queremos hablar de logros ni de casos de éxito.
HOY QUEREMOS RECONOCERTE EN ESTE ESPACIO.

Porque a pesar de las circunstancias, has confiado en que nuestro desempeño como asesores, agrega valor a tu visión y puede ser un aporte importante para **SALIR ADELANTE.**

Te agradecemos por mantenerte firme pese al escenario adverso, permitiéndonos seguir colaborando contigo para crear nuevas y mejores formas de conectar con tus clientes, mediante un enfoque empático, auténtico y positivo. Nos comprometemos a seguir mejorando nuestra capacidad de servicio día a día y continuar en la búsqueda de emplear la creatividad de forma estratégica, para poder agregar valor a tu marca. **Tu confianza es lo que nos impulsa a continuar creciendo.**

En nombre de todo Nuestro Equipo

Gracias.



VALETODO.



Despacho de **Estrategia de Marca**

dissolver.mx

DISSOLVER

Branding · Diseño gráfico / digital · Diseño Web · Diseño Industrial y espacios · Comunicación · Marketing · Producción Audiovisual

¿Cómo exprimir mi CRM?

Por Iván Gutiérrez

CEO de Caltic Consultores

calticconsultores.com

Dar con el momento correcto, por el medio correcto, con la persona correcta es el ideal de cualquier persona del área de ventas o comercial. Sin embargo, la probabilidad de que esto suceda normalmente es baja, por lo que dedicar tiempo a realizar acciones que nos ayuden a aumentar la probabilidad de venta debe de tomar prioridad en las actividades del día a día de los vendedores.

¿Qué podemos hacer para aumentar la probabilidad de venta?

Si “googleamos” ¿cómo aumentar mi probabilidad de ventas? Encontraremos un sinnúmero de artículos, blogs, libros etc., que nos dan recomendaciones como: retomar clientes inactivos, vender más a mis clientes actuales, mejorar mi seguimiento a mis prospectos entre otros. Lo que todas estas recomendaciones tienen en común, es que una manera de facilitarlos es implementando un buen sistema de seguimiento tanto a prospectos, como a clientes y exclientes, mejor conocido como un CRM (Customer Relationship Management por sus siglas en inglés).

Suena relativamente sencillo, seleccionamos uno de los tantos software que hay hoy en día disponibles, montamos nuestra base de datos y listo, que inicie el seguimiento.

Pero no es así. Implementar un buen sistema de seguimiento, va más allá de seleccionar el mejor software del mercado (siendo también un punto crítico y hoy en día necesario), de nada servirá invertir cientos, a veces miles de dólares, si no se ha tomado el tiempo suficiente para cubrir los primeros pasos que son previos a pensar en la selección de un software.

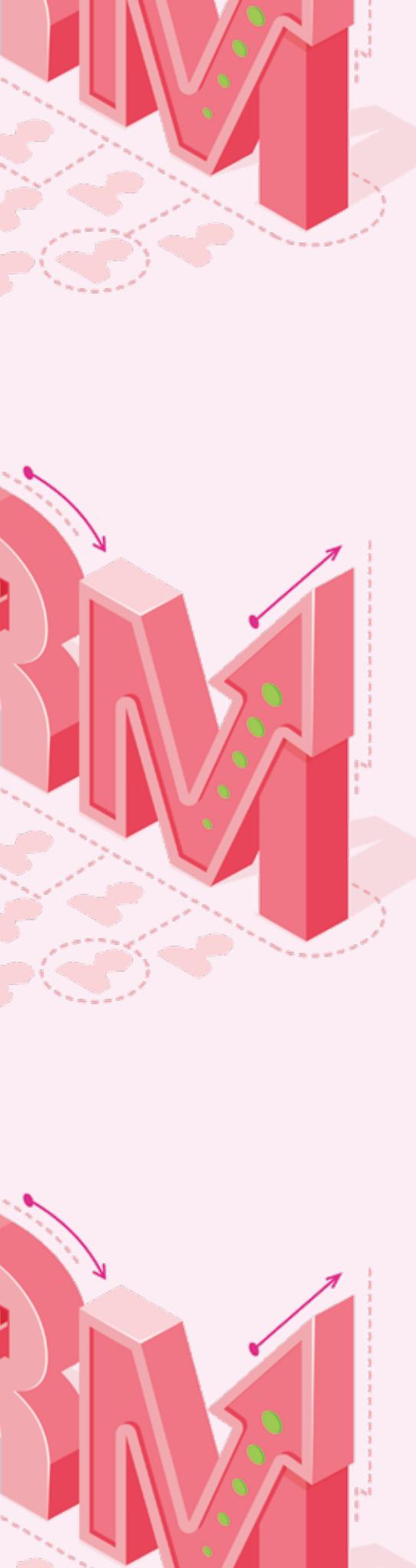
Irónicamente el poder exprimir el CRM en gran parte tiene más que ver con la optimización de nuestro proceso de ventas que con la plataforma en sí.

Se nos olvida que, el software es un facilitador tecnológico para hacer la tarea más eficiente, organizada y rápida, pero un sistema que maneje la relación con mi cliente, no se puede basar solamente en que plataforma (dónde) daré el seguimiento, sino también en el cómo daré ese seguimiento, y el saber adaptar el dónde al cómo.

¿Por dónde empezar?

Hay que empezar por el final. Hay que tener claridad de nuestro objetivo final de ventas, a dónde quiero llegar. Esa meta determinada, se convierte en la parte más angosta de nuestro embudo, a donde solo llegarán algunos de nuestros afortunados prospectos que se han decidido por comprar nuestro producto o servicio y de ahí hay que partir hacia atrás.





¿Qué pasos y puntos de contacto tengo con mi prospecto desde incluso antes de que tenga conciencia de su necesidad hasta que llega a ese punto angosto donde se transforma en mi cliente?

Tener definido nuestro proceso de ventas nos ayuda a poder determinar esas etapas en el embudo que tenemos que ir controlando para saber en qué punto del camino se encuentra mi prospecto, qué detonante necesito en ese punto para llevarlo al siguiente y cuál es la probabilidad de que lo pueda llevar hasta el final. Si, esas etapas hay que configurarlas en el software, sin embargo, tienen una naturaleza mucho más estratégica que un mero catálogo de etapas.

Basándonos en nuestros históricos, hay que determinar los porcentajes de conversión que se obtienen de un punto a otro. (Incluso estos porcentajes de conversión se pueden volver uno de los métricos principales para saber si estamos haciendo bien o no las cosas, así como evaluar el desempeño de nuestra área de ventas, pero este es otro universo del cual hablaremos en otro momento).

Estos pasos y etapas, a final de cuentas, conforman nuestro proceso de ventas, y si queremos incrementar más la probabilidad de cerrar ventas, es importante diseñarlo pensando en la experiencia del cliente, mejor conocido como un Journey Map.

Otro punto importante a considerar cuando se diseña este proceso, es pensar en la información necesaria que tenemos que recopilar de nuestro futuro cliente en cada uno de estos puntos de contacto para poder llevarlo al siguiente paso. Hay que asegurarnos que sea lo más óptimo; ni de más para evitar llenarnos de información que no necesitamos y solo nos tomará más tiempo para administrar, ni de menos que nos obstaculice el poder avanzar en el proceso con el cliente.

Ahora, en este punto se va teniendo claridad de:

- A dónde quiero llegar: Meta (importante desglosarla al detalle; poder llegar a saber cuánto debe vender cada quien por qué medio).
- Por donde voy a pasar: Etapas (por donde necesitamos que pase nuestro cliente y por donde lo queremos hacer pasar para lograr que se convierta en cliente).
- Cuántos prospectos deben de pasar por cada etapa del embudo: Porcentaje de conversión (debemos de saber con cuántos debo de iniciar, para que los que voy dejando en el camino no impidan que logremos nuestra meta, y claramente buscar aumentar ese % en cada paso).

Todos estos puntos son necesarios para configurar de manera correcta el software a nuestras necesidades. Otro punto importante a considerar son los estatus, es muy común toparse con la confusión entre etapas y estatus, y hay que saber diferenciarlos. El estatus es el estado (por ejemplo: activo, descartado, stand by) en el que se encuentra nuestro prospecto o cliente; y la etapa como mencionamos anteriormente es en qué parte del proceso se encuentra.

Derivado de estos dos conceptos, el CRM nos puede ayudar a identificar en qué paso del proceso es el más propenso a que el prospecto nos dé una respuesta negativa, o en cuál paso del proceso es el mayor detonante en el que se convierte en cliente, y utilizar esta información para tomar decisiones/acciones que nos permita mejorar y optimizar nuestro proceso de venta.

Otra sección importante a considerar es la clasificación que daremos a nuestros prospectos, es decir, si para nuestro proceso y cierre es importante conocer ciertos aspectos de su perfil y necesidades como lo básico: género y datos de contacto o más específico como servicio/producto que le interesa, ingresos, mejor hora para contactarlo, medio de preferencia para contactarlo, etc., ya que todos estos puntos serán campos y catálogos necesarios a configurar desde un inicio.

Estos puntos, son solo la punta del iceberg de los aspectos a configurar de manera correcta para realmente sacarle el jugo a la inversión de tiempo y monetaria de implementar un software CRM y como se puede observar tienen más que ver con nuestro proceso de venta que con nuestra plataforma de control.♥

NO NECESITAS UNA AGENCIA DE MARKETING

Por Diana Torres

✉ dyanatorres CEO de Grupo Punto

Los negocios son un constante emprendimiento, un comenzar de nuevo cada día, cada temporada, cada actualización. Ya sea que estés pensando en montar una empresa, crecer o evolucionar la que ya tienes a otro modelo de negocio; ya sea que tú mismo seas el producto como profesional o tengas un equipo de cualquier tamaño, sabes que el reto es siempre el mismo: ganar más.

Hace años que me dedico a ayudar a empresas a ganar más con los servicios de una agencia y hoy te aseguro que no necesitas una para que tu negocio crezca.

Necesitas ser capaz de que mi mamá entienda lo que vendes, a quién se lo vendes y por qué debería alguien comprarlo. La comunicación que clarifica y ayuda a entender de forma simple si algo es para mí vale más que cualquier anuncio millonario o una alta dosis de espectaculares. ¿Eres capaz de explicar qué haces y que a todos nos quede claro? ¿Tienes una “frase mágica” que resume lo más valioso que tienes y provoca ganas de conocer a tu marca? Para eso no necesitas una agencia, necesitas claridad.

Necesitas atender a tus clientes como lo más preciado antes de pensar en tener más. Los clientes más rentables son siempre los que ya están con nosotros, no los que aún no han llegado. Atiende el teléfono, cumple la promesa que hiciste y sorpréndelos entregando esa promesa siempre un día antes

Y para ganar más necesitas dos cosas: comunicar y vender, punto.

de lo pactado con un punto extra de lo esperado. Para eso no necesitas una agencia, necesitas pasión y gratitud.

Necesitas un producto o servicio que venda, no una campaña que enamore. Asegúrate de tener una oferta que le ayude a alguien a vivir mejor, a hacer su vida más simple o a tener lo que desea, si tú te concentras en ello, ese alguien te encontrará y pagará. Para eso no necesitas una agencia, necesitas hacer las cosas bien.

Necesitas relaciones valiosas y duraderas que permitan correr la voz de lo bueno que es tu trabajo a partir de la honestidad, solidaridad y gratitud de tus clientes. No conozco campaña que venda más que las recomendaciones, asegúrate de tener clientes satisfechos y de pedirles, sí, pedirles que te recomienden. Asegúrate de invertir una buena cantidad de tu mayor activo, el tiempo en tu agenda, a hacer y mantener relaciones con personas de las que aprendes y a las que tú les puedes enseñar, relaciones que generan gratitud. Para eso no necesitas una agencia, necesitas simpatía.



Pensar que necesitas un gran presupuesto o infraestructura mercadológica para lanzar o crecer tu idea de negocio no es más que una excusa que te estás poniendo para mantenerte en la parálisis por análisis. No hay más.

Comienza hoy a capitalizar la claridad, pasión, gratitud y la simpatía que tienes para decirle al mundo lo valioso que haces y conectar con personas que están dispuestas a pagar por ello.

Una vez que lo hagas, comenzarás a crecer y entonces es posible que necesites crear un frase tan memorable que merezca la pena tapizar la ciudad con ella y requerirás a un buen publicista; tal vez tu mensaje te permita expandirte sin fronteras y requieras de una estrategia digital que te ayude a llevar tu negocio al mundo y necesitarás una agencia digital o tal vez llegues a tener un producto de alcance tan masivo que requieras un buen spot para televisión y requieras de una agencia de medios para conseguir los mejores resultados.▼

Aún en ese momento - que deseo te llegue pronto-, recuerda que vender es el arte de conectar a la persona correcta con la oferta correcta y el presupuesto permite crecer el número de personas al que llegas pero la claridad, la pasión y el valor ya están en tu idea original.





Marketing ético

Alejandro Juan-Marcos Barocio
www.alejandrojuanmarcos.com

La ética empresarial es uno de los temas más complicados y polémicos de la historia empresarial. La relación entre hacer lo correcto y ganar dinero ha sido estudiada tanto por académicos como por líderes empresariales durante años con pocas concesiones alcanzadas.

Una pregunta primordial rodea a muchas prácticas comerciales: ¿cuál es la forma ética de vender cosas?

Las empresas se han dado cuenta de la importancia de actuar de manera más ética y de transmitir esta transformación a sus clien-



tes. Una de las formas más fáciles de lograrlo es a través de sus prácticas de marketing. Si un negocio se esfuerza por publicitar de manera ética, se refleja positivamente en todas las áreas de ese negocio.

El marketing ético es menos una estrategia de marketing y más una filosofía de trabajo. Busca promover la honestidad, la justicia y la responsabilidad en toda publicidad.

Cabe recalcar que la ética es un tema difícil porque todo el mundo tiene juicios subjetivos sobre lo que está “bien” y lo que está “mal” (es un área gris).

Por esta razón, el marketing ético no es una lista estricta de reglas, sino un conjunto general de pautas para ayudar a las empresas a evaluar nuevas estrategias de publicidad.

Gracias al marketing ético, he visto como muchas personas compran pastillas para adelgazar a pesar de que rara vez son efectivas. Esto se debe a que algunas compañías utilizan afirmaciones exageradas y manipuladoras para engañar a los clientes para que compren estos productos. Si esa misma empresa se comprometiera a utilizar publicidad ética, probablemente cerraría el negocio. Otro ejemplo pueden ser los testimonios falsos o las fotografías editadas de los alimentos en el menú de los restaurantes.

Para las empresas que buscan mejorar la imagen de su marca y desarrollar relaciones a largo plazo con los clientes, este tipo de comportamiento poco ético puede conducir rápidamente al fracaso, los clientes no quieren sentirse manipulados por las marcas que les gustan, aquí es donde las compañías pueden utilizar el marketing ético como una forma de desarrollar un sentido de confianza entre sus clientes.

Si un producto está a la altura de las afirmaciones hechas en su publicidad, se refleja positivamente en toda la empresa, haciendo que el consumidor sienta que la empresa está comprometida con la calidad de los productos y el valor que brindan.

Todo empresario tiene la oportunidad de participar en el marketing ético. Cuando se realiza de manera reflexiva, el marketing ético puede ser una forma de publicidad económica y eficaz. Del mismo modo, la publicidad poco ética no garantiza mayores ventas ni menores costos publicitarios.

La próxima vez que te sientas tentado a utilizar tácticas de marketing digital que vayan en contra de los principios del marketing ético, pregúntate: ¿estás dispuesto a arriesgar tu credibilidad, respeto y confiabilidad, solo por una ventaja temporal?

Y recuerda, la mayor recompensa del marketing ético, o como me gusta llamarlo, marketing basado en la confianza, es que las personas hacen negocios con aquellos a quienes conocen, les agradan y en quienes confían. ▼

Plataformas digitales de inversión

Por Edgar M. Tejada

La pandemia a producido la aceleración del uso de tecnologías en todos los ámbitos de la vida, entre ellos, la administración e inversión de nuestros recursos financieros. Esta última, de inversión, vía plataformas digitales es una de gran crecimiento hoy en día y está despertando el interés de muchos ante la necesidad de buscar obtener mejores rentabilidades y la facilidad actual de participar en el mercado bursátil con menores requisitos, sobre todo de montos de inversión de entrada.

Por lo anterior, me gustaría señalar algunos de los puntos importantes a considerar para seleccionar una plataforma de inversión:



1. ¿Qué tipo de inversionista eres?

Si eres inversionista pasivo o activo, así identificaras las funcionalidades necesarias en una plataforma que te permitirá realizar tu trabajo día a día. Entendiendo por inversionista activo aquel que, de manera diaria, realiza movimientos de compra venta y/o balancea de su portafolio de inversión. El inversionista pasivo es aquel que se apega a una postura planeada de inversión y la deja trabajar en mediano y largo plazo sin hacer modificaciones diarias.



2. Comparar funcionalidades

Un inversionista "on line" siempre debe tener:
Información de precios en tiempo real.
Capacidad de programar posiciones de compra o venta automáticas.
Herramientas para realizar análisis técnico.



3. Contrata un servicio con comisiones competitivas

Es importante saber que el uso de cada plataforma implica en un momento dado algún tipo de comisión y/o tarifas por depósito y/o por movimientos. Estas tarifas pueden ir desde el .05% hasta el .25% aproximadamente dependiendo del saldo promedio a mantener.



4. Selecciona plataformas reguladas.

Para evitar fraudes es y proteger tus recursos e información, es importante que tu plataforma se encuentre bajo supervisión de la CNVB quien tiene capacidad de vigilancia, previsión y sanción de las practicas bursátiles.



5. Que cuenten con un área de soporte.

Esto aplica tanto para las dudas que puedan surgir con la operación y uso de la plataforma como también en la asesoría para dudas sobre movimientos de inversión y ordenes creadas. Si cuenta con teléfonos de apoyo, chats, WhatsApp y correo electrónico de soporte, mucho mejor.

Si deseas conocer más sobre estas plataformas, opciones e instrumentos de inversión estaré a tus ordenes en mis redes sociales y correo electrónico edgartejada@etega.com.mx o consulta con tu asesor financiero de confianza quien si es un verdadero profesional te podrá orientar a tomar las mejores decisiones para la administración, protección e inversión de tus recursos.♥

TACO DE
RIB-EYE

TACO DE SIRLOIN
CON TUÉTANO



FELIZ
DÍA MAMÁ



EL CAMINITO
DEL BUEN TACO

PASTOR · SIRLOIN · ARRACHERA


SUC. SANTA
BÁRBARA

 8715106741


SUC. PLAZA
LA VIÑA

 8715268449


SUC. GÓMEZ
PALACIO

 8715063725


SUC. CLUB
ALTOZANO

 1 33 2112 7510



Coca-Cola



AMSTEL
ULTRA

Comercio Electrónico

Por Carlos G. Ramírez

Los son los aspectos más básicos que deben tomarse en cuenta en el uso de la tecnología con respecto de actos de comercio en el desarrollo del día a día de una relación comercial que, por mencionarlos como ejemplos, son: la obligatoriedad de los acuerdos alcanzados entre las partes a través de medios electrónicos y la eficacia como prueba del documento que los contiene en caso de controversia.

En este contexto y ante el incremento que ha tenido el Comercio Electrónico o E-Commerce en la época del COVID-19, presento una serie de preguntas relacionadas con el uso de medios electrónicos en actos de comercio. ♦

2.- ¿Cuál es el Marco Jurídico para el Comercio Electrónico en el sistema mexicano?

Regido por el principio de autonomía de la voluntad, que no requiere formalidad alguna, excepto para los casos que la ley y otras disposiciones aplicables señalan, en la actualidad, a los actos de comercio realizados a través de medios electrónicos se aplica, con mucha anterioridad al surgimiento del comercio electrónico, como se le conoce hoy en día, el código de comercio.

Desde el año 2000 se adicionaron al código algunas disposiciones aplicables al comercio electrónico, entre las que se encuentra el reconocimiento de los contratos mercantiles celebrados mediante el uso de medios electrónicos, ópticos o de cualquier otra tecnología y la admisibilidad de mensajes de datos como prueba en juicio, así como su fuerza probatoria. Después, en el año 2003, se incluyeron disposiciones relativas a los efectos jurídicos, validez y fuerza obligatoria de la información generada, enviada, recibida o archivada por cualquiera de los medios antes mencionados; así como la firma electrónica y su valor en juicio; y a los prestadores de servicios de certificación, entre otras. Además, está la Ley Federal de Protección al Consumidor y la Norma Mexicana NMX COE-001-SCFI-2018 de cumplimiento voluntario, constituyendo el marco jurídico del Comercio Electrónico en México.

3.- Ahora bien ¿Qué actos se pueden realizar electrónicamente?

En principio, todo acto de comercio se puede celebrar mediante medios electrónicos, incluso los que por virtud de la ley requieran la forma escrita y/o exija la firma de las partes. Sus requisitos se tendrán por cumplidos respecto de la forma, siempre que la información transmitida por ese medio se conserve íntegramente y sea accesible para su ulterior consulta y, en relación a la firma, siempre que sea atribuible a las partes. Incluso, en aquellos actos en que la ley requiera ser otorgado en instrumento ante fedatario público, éste y las partes pueden expresar electrónicamente los términos en que han decidido obligarse, lo que se hará constar en el instrumento respectivo.

4.- Y, ¿Qué es una firma electrónica?

Es un elemento de identificación que es atribuible a una persona específica y hace las veces de la firma autógrafa como medio para expresar la voluntad, que es admisible como prueba en caso de juicio.

El código de comercio señala que las partes pueden acordar efectos jurídicos a cualquier método de creación de firma electrónica y establece los elementos mínimos para que pueda ser considerada como avanzada o fiable, así como las disposiciones aplicables a las personas autorizadas para ser Prestadores de Servicios de Certificación.

1.- ¿Qué es Comercio Electrónico o E-Commerce?

Para la Alliance for Global Business, es aquel que incorpora todas las transacciones que involucren la transferencia de información, productos, servicios o pagos vía redes electrónicas. Esto atañe al uso de comunicaciones electrónicas como el medio a través del cual los bienes y servicios con un valor económico se publicitan, catalogan, compran, entregan, etc.

5.- Respecto de conflictos entre las partes ¿Se pueden usar como pruebas en un litigio los mensajes de datos y documentos enviados de manera electrónica?

El código de comercio y el código federal de procedimientos civiles de aplicación supletoria reconocen como prueba toda información generada o comunicada que conste en medios electrónicos o en cualquier otra tecnología y su valor en juicio deberá ser analizado por la autoridad que conozca del asunto.





IMAGEN RADIO SE TRANSFORMA

La Radio, ahora es visual también con
IMAGEN MULTICAST

Imagen Radio, el concepto empresarial de Grupo Imagen Multimedia, se transforma para ofrecer a la audiencia un nuevo modo de estar bien informado. A casi dos años de su incursión en televisión, Imagen Multicast en el 3.4 de la Televisión Abierta, lleva la programación de la estación a todo México en un formato audiovisual, de Imagen Radio a la Televisión y al streaming.

Se puede ver a través del 3.4 de Televisión Abierta, en distintos servicios de paga como: Sky (canal 162) e Izzi (canal 127 y 28 en HD), y en streaming a través de YouTube.

Con una señal que cubre desde Baja California hasta Cancún.



Te invitamos a formar parte de la nueva oferta de Imagen Radio con Imagen Multicast, y a descubrir por que en 2021, sigue siendo la estación nacional **líder en audiencias que continúa**

“Poniendo a México en la misma sintonía”.



Romance moderno



Por Armando Castil

Redes sociales y deporte profesional. Ya no se puede imaginar una cosa sin la otra, ya se necesitan, ya son complementarios. Más allá de que lo importante, y quizá lo único, es ganar en la cancha. Campañas exitosas en redes sociales ponen a veces a equipos no muy populares en boca de todos.



Aquí en México, en nuestro fútbol, hay varios casos de equipos que ganan más en Twitter que en el terreno de juego. Definitivamente el mejor equipo en redes sociales es el Puebla, Rogelio Roa maneja, de manera magistral las opciones y las formas digitales de los Camotereros, es ocurrente, se suben a los temas de interés, y de manera genial, los ligan con su equipo o con algún miembro del mismo, sinceramente vale la pena que vayan a checar por lo menos los tuits de la cuenta del Puebla @ClubPueblaMX.

Otra cuenta de Twitter exitosa de equipos de nuestra Liga MX, pero con otro estilo es la del Mazatlán FC. Fue una dura labor para quienes la manejan, mudar la cuenta de su nombre y club original, que era Monarcas Morelia a este flamante Mazatlán FC. Quienes se encargan de ella no quisieron perder los seguidores que ya tenían y eso les costó de inicio muchas críticas, pero, también tener todos los reflectores por lo que hábilmente aprovecharon el momento de atención para armar una cuenta cuyo estilo puede gustar o no, pero, no pasa desapercibida. Se fueron por el estilo agresivo y de bullying sin piedad contra el rival, pueden checar el trabajo que hacen en @MazatlanFC y juzguen ustedes si a veces vale todo por tener audiencia y por el famoso engagement, aunque sea a base de mucho hate.

Por redes sociales, los equipos ya hacen sus anuncios importantes respecto a contrataciones o despedidas dolorosas, también por plataformas digitales en las que se quejan hasta de arbitrajes. Hay diferentes estilos, pero definitivamente, los equipos que se manejan de manera gris en las redes pagan el precio en sus tribunas y en el interés de la gente. Hoy es imperdonable no tener un equipo de redes sociales en tu departamento de comunicación. Un equipo con sus redes sociales bien manejadas vive en constante contacto con sus fans y les ayuda definitivamente a tener más adeptos al redor del mundo. Todo está en la imaginación y creatividad bien aplicadas.▼



LAURA LUNA
PHOTOGRAPHY

© LAURALUNAS ✉ LauraLuna.fvs@gmail.com 📞 871 453 1429

" NO ERES LO QUE LOGRAS , ERES LO QUE SUPERAS "



Probablemente usted conozca, o incluso sea, de las personas que “no saben estarse quietas”, están buscando qué hacer, de las personas que sienten que estar de oquis, es una pérdida de tiempo. Decían antes que parecen hormiguitas, siempre haciendo algo, es más, hasta cuando descansan, trabajan como aquella frase de “descansando haciendo adobes”. Mi abuela, Doña Aurora, tenía una frase muy de antes, respecto a la productividad de los varones, ella decía que “el hombre como la basura, tempranito a la calle” a chambear, camellar, jalar, sobarse el lomo, corretear la chuleta o sacar pa’ los frijoles. Total, que había que sudarle para sentir que no se despilfarra el espacio de vida que se tiene. En más de 20 años como consultor de actitudes, he escuchado muchas veces, frases llenas de orgullo como “no he tenido tiempo ni para ir al baño”, “ni chance me han dado de echarme un taco”, queriendo demostrar lo ocupadas u ocupados que han estado. Pero ojo, estar ocupados, no necesariamente significa ser productivos.

El ocio productivo

Por Humberto Guajardo Acuña
Consultor en Actitudes

Si usted busca la palabra productividad, se va a encontrar que está ligada directamente a la economía y tiene que ver, de manera muy general, en la cantidad que se invierte de recursos y el nivel de beneficios que se obtienen, sin embargo, actualizando el término, se sabe que una persona puede ser productiva, claro, en lo económico y material, pero también en lo emocional, intelectual, social y espiritual, diferentes fases del ser humano que anteriormente no se dimensionaban en su justo tamaño. Tan es así, que, en la moderna administración de capital humano, se entiende la trascendencia del “salario emocional”, que vendría siendo la retribución en que se incluyen cuestiones de carácter no económico cuyo fin es satisfacer las necesidades personales, familiares y profesionales del trabajador, mejorando la calidad de vida del mismo, fomentando la conciliación laboral.

El ocio, visto como ese espacio de tiempo libre, puede ser visto desde dos ángulos, el tradicional, que incluye términos e ideas como desperdicio, despilfarro, etc. o el punto de vista actualizado que permite bajar ritmos, cambiar de aires, desintoxicarse de las posibles cargas. Así es, echarse un rato en un sillón, pasar un buen tiempo sin una tarea específica, puede ser visto como gasto o inversión, y no depende del tiempo o la falta de actividad, depende de

la actitud con que se viva y la utilización que se le dé.

Hay una controversia enorme sobre la utilidad de pasarse unos días en algún lugar, así nada más, caminando, durmiendo, nadando, viendo el cielo, tomando fotos, disfrutando del aire libre, compartiendo con seres queridos o incluso un apersona sola, degustando alimentos y/o bebidas (nada con exceso, todo con moderación), dejando que el tiempo pase.

Síndrome del ejecutivo, burnout, estrés laboral, son algunos de los nombres con que se llega a mencionar el elevado nivel de carga al que se puede llegar si no se regula el esfuerzo al trabajar. De hecho, en un artículo de BBC News (bbc.com), se habla de “modo monje” como táctica para el manejo de las reacciones antes mencionadas. Los vehículos tienen dos tipos de mantenimiento: preventivo y correctivo. Le invito a que revise si usted está permitiéndose mantener su bienestar o se espera hasta que llega el agua al cuello y quiere aventar el arpa, la toalla o lo que se tenga que aventar. Descansar es tan importante como trabajar, sobre todo, igual que las máquinas, porque eso nos va a permitir rendir más y mejor, de ahí que el ocio sí es productivo y si me apura hasta conveniente. Yo se lo comparto, usted dele una revisada, a ver qué le parece, después de todo, es cuestión de actitud.♥

LA **H** QUE SÍ SE
PRONUNCIA,
LA **H** QUE SE LEE,
SE COMPARTE
Y SE ESCUCHA...



AHORA EN
LA LAGUNA



HERALDO
RADIO

104.3
FM



HERALDO
MEDIA GROUP



La tecnología de hoy

Por **Ángeles Vela**

Directora CSOFT Monterrey

En nuestros días cada persona dentro de los negocios debería de plantearse ¿cuál será su técnica de innovación tecnológica para esta nueva etapa en las que más de la mitad de las empresas de marketing advierten que la generación de leads es su reto principal? Existen más de 26 mil millones de dispositivos circulando a nivel mundial, el promedio es que una persona utilice más de tres. Estos retos llevan consigo planear y formar conexiones digitales con mercados meta y con diferentes actores del negocio. Esta era digital lleva una velocidad sin precedentes.

Debido a la falta de contacto físico en este momento, el público está recompensando a las empresas que puedan fortalecer el contacto humano, además de la participación del cliente, retener el talento y aumentar el impacto de la empresa en la sociedad. Hoy más que nunca deben de conocer por qué existen y para quiénes las organizaciones.

Las tecnologías más utilizadas para 2021 enfocadas a marketing serán Cloud Computing: éstos se han convertido en esenciales. Se han creado servicios descentraliza-

dos desplegados para que los empleados de home office puedan acceder a los servicios básicos y así teletrabajar correctamente.

La Inteligencia Artificial (IA) es a toda costa una de las que se están utilizando más, los bancos y los seguros esperan incrementar su uso en un buen porcentaje para el 2025. Por ello es indispensable que los empleados puedan tener accesos a herramientas que les ayuden a implementar los modelos de IA en sus áreas, generando toma de decisiones más sencillas y resultados más concretos.

En cuanto a la red 5G, ésta se considera como una de las tendencias en tecnología de marketing en este año. Ya lleva un buen tiempo su implementación; sin embargo, apenas hemos visto aplicaciones reales, por ejemplo, con el lanzamiento del iPhone 12, esto aumentará las tendencias como: Mobile Edge Computing, disminuyendo costos y aumentando eficiencia en los negocios. Es en el 'Gaming', donde operadores se asocian con proveedores de contenido para monetizar mejor las capacidades de la red. Los juegos en la nube para móviles son un ejemplo perfecto de ello.

El Internet de las cosas por medio de redes privadas, traerá múltiples beneficios en las empresas, sobre todo en el tema de la Industria 4.0.

La hiper-personalización no es solo una tendencia de marketing en 2021. En algunas industrias, como en la banca o seguros, el uso de datos para proporcionar productos, servicios y contenidos más personalizados es sumamente importante.

Por otro lado, la Realidad Aumentada y la Realidad Virtual están siendo utilizadas en plataformas para videoconferencias, así como en las de reuniones para eventos, a fin de simular sesiones de 'networking' para ventas.

El avance del desarrollo tecnológico y las nuevas aplicaciones de 'Big Data', 'Business Intelligence', 'Machine Learning', 'Inteligencia Artificial', etc. permiten el análisis casi inmediato de grandes cantidades de datos; personalizando la experiencia del cliente.

De estas herramientas, ¿cuál es la que has pensado utilizar, ¿cuál se adapta a tus necesidades como organización? No dejes fuera la Transformación Digital en el Marketing de tu empresa.▼

THE NIN9

BODY MIND SOUL



EL NUEVO GYM DE CLUB CAMPESTRE TORREÓN
EXCLUSIVO SOCIOS

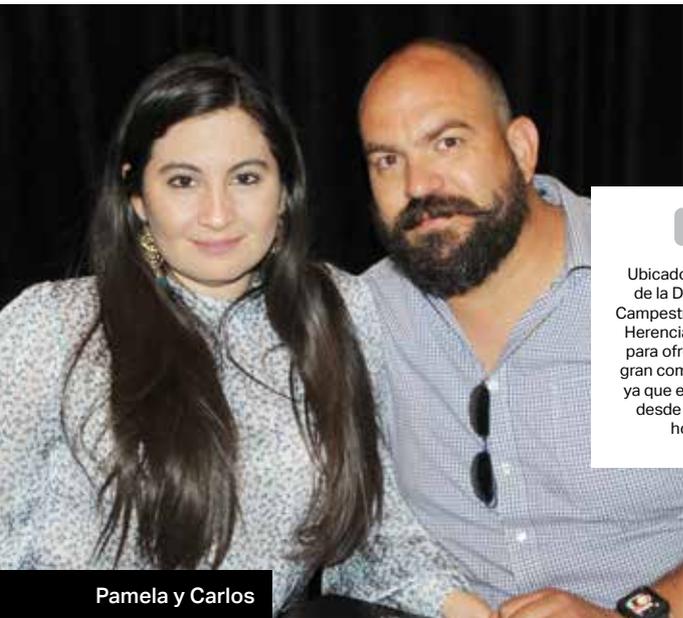


HERENCIA

Llegó a Torreón



Mariana García, Juan Ramos, Diego Ortiz, Pamela Villanueva



Pamela y Carlos



Pamela Villanueva, Valeria Salazar, Mariana García

! Ubicado en Paseo de la Danza 601, Campestre La Rosita, Herencia te espera para ofrecerte una gran comida o cena, ya que está abierto desde las 13:00 horas.



Javier Castro, Mariana Fagoaga



Ana Tere Herrera, Marifer Zugasti

El restaurante Herencia abrió sus puertas al público lagunero, al que le ofrece un menú variado y con los mejores platillos en cuanto cortes, pescados y mariscos se refiere, sin dejar a un lado los deliciosos tacos. Es sin duda una gran presentación de la comida del noreste mexicano. Compartimos algunas postales de la maravillosa noche que se vivió en su primer día de actividades.♥



4º Congreso de Talento Humano ARHLA 2021

Innovación, tendencias y estrategias en la gestión del talento pospandemia.

26 y 27 mayo

El evento de Recursos Humanos más relevante en La Laguna.



Iván Lavín
Liderazgo Todo Terreno 4x4.
26 de mayo.



Martha Hernández
Perspectivas Capital Humano 2021.
26 de mayo.



Salvador Pasquel
La transformación de recursos humanos en el Major Business Partner.
27 de mayo.



Angélica Zambrano
Estrategias de recursos humanos.
27 de mayo.



David Medina
Reclutamiento y atracción de talento en tiempos de pandemia.
27 de mayo.



Luis Olivares
Reclutamiento y atracción de talento en tiempos de pandemia.
27 de mayo.



Arturo Castañeda
Reclutamiento y atracción de talento en tiempos de pandemia.
27 de mayo.



Jesús Gallego
Ser ancla en la tormenta, liderazgo resiliente para crecer juntos.
27 de mayo.

Modalidad virtual

Informes e inscripciones en arhla.com.mx y en el 871 405 3264

Inscríbete en:



@arhlaoficial

@arhla_oficial

@arhla_oficial

ACADEMIA TIGERS CELEBRA TRIUNFOS

Campestre Torreón



Matteo y Luis Andrés



Ernesto Castro, Hernán Iriarte, Luis Olivares



Priscila Segovia, Susana Garza, Paty Rivera y Susy de Dingler



El Campestre Torreón sigue destacando a nivel zona norte en sus distintas disciplinas deportivas y en esta ocasión no fue la excepción.



Marisofi, Victoria y Lucía



Charly Madero, Luis Rodríguez y Diego Salazar

El Campestre de Torreón reconoció y celebró los triunfos de sus Tigers. Los jugadores de distintas categorías y que participaron en recientes fechas en la Gira Infantil y Juvenil de Golf de la Zona Norte en la temporada 2020-21, fueron convocados al festejo con entrenadores y directivos del Club. En la reunión también estuvieron presentes Tigers de tenis, pádel, fútbol y taekwondo. Texto de en medio.♥

7-10 HRS

SERGIO Y LUPITA

SERGIO SARMIENTO
Y GUADALUPE JUAREZ



10-12 HRS

ME LO DIJO ADELA

ADELA MICHA



12-13 HRS

LAS NOTICIAS

JAVIER ALATORRE



17-18 HRS

EL REFERENTE INFORMATIVO

JAVIER SOLÓRZANO



COBERTURA NACIONAL

15-16 HRS

HERALDO NOTICIAS LA LAGUNA

JOSE CARLOS NAVA



16-17 HRS

ARREBATO DEPORTIVO

JOSE EDUARDO IGA



3423

HORAS SEMANALES DE PROGRAMACIÓN
EN ESTACIONES PROPIAS Y AFILIADAS
(LUNES A DOMINGO)

21-22 HRS

DE FRENTE LAGUNA

HÉCTOR ESPARZA



PRESENCIA EN

32

ESTADOS

76

CIUDADES

98

FRECUENCIAS



SE REENCONTRÓ CON SU GENTE

Laguneros vuelven a disfrutar de concierto de la Camerata de Coahuila



Yadanira, Rosalí y Edith



Cristina y Luis



Natalia Salcido y Luis Castorena

! Fue una maravillosa tarde en la que los melómanos pudieron disfrutar de la música de la Camerata de Coahuila en un escenario único como es el teatro Isaura Martínez. Se espera que en los próximos días se vuelva a dar un reencuentro de la orquesta con su audiencia.



Leonardo, Viviana y Benjamín



Citlali y Roberto

Las puertas del majestuoso teatro Isaura Martínez se reabrieron para albergar a la Camerata de Coahuila, concierto que marcó el regreso a los escenarios y ante el público que presenció la velada musical de la tradicional orquesta. Después de un año sin actuar frente a su audiencia, la orquesta lagunera ofreció su quinto concierto de la temporada Primavera- Verano ante un 20 por ciento de la capacidad del tradicional recinto. El repertorio presentado fue con corte inglés e incluyó a la Suite Reina de las Hadas de Henry Purcell y la Suite Saint Paul, Op 29 No. 2 de Gustav Holt. ♥

Algodoneros

ESTAMOS EN,
REVOLUCION

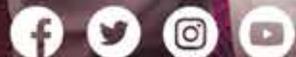
PLAYBALL
25 DE MAYO



UNIÓN LAGUNA



WWW.UNIONLAGUNA.MX



nox
móvil.MX

GRUPO
VALMUR

combugas

LA AFICIÓN ESTÁ DE REGRESO

Los Guerreros sienten el apoyo de su gente



Rosy y Rubén



María José y Belén



Apolo y Omar

! Poco a poco las tribunas del Estadio Corona se comienzan a poblar y el ambiente característico se siente, lo que contagia a los jugadores.



Mario Jaramillo y Javier Muñoz



Jaime y Mariana

La afición de Santos Laguna está de regreso en el Territorio Santos Modelo para disfrutar de los juegos de su equipo favorito y alentarlos desde las tribunas domingo a domingo. Respetando todas las medidas de higiene y seguridad, la gente está regresando al estadio en un 50 por ciento de su capacidad total. El torneo ha sido difícil, pero, sin duda alguna, con el apoyo de los seguidores albiverdes, el equipo se encamina a una gran liguilla en la que buscará ser campeón por séptima vez en su historia. ♡

TERRENOS DE ALTA PLUSVALIA

LOTES RESIDENCIALES *DESDE 300 M2*

La Rúa®

VIVE LO NATURAL

*Últimos Lotes
En Preventa*
desde 300m²
Segunda Etapa

laruavivelonatural.com

☎ 871 707 1510

📞 871 174 9352

📱 La Rúa Vive lo Natural



PENTA

Estamos a tus órdenes, escanea



ELEVAMOS TU MARCA A LA CIMA



INDALO
AGENCIA DE PUBLICIDAD

📍 Buenos Aires #200
Col. Nuevo San Isidro
Torreón, Coahuila

📧 📱 Indalo MX
www.indalomx.com

☎ (871)747 97 48, ext 201
NY +1(646)205-8032