CreativaMagazine

Presenta...

ADNEWS

El newsletter de Creativa Magazine

Noticias, ideas y tendencias
del mundo de la comunicación.

NOTICIAS DEL MEDIO

Lo más relevante que está pasando en la comunicación.

IDEAS QUE INSPIRAN

Campañas, conceptos y creatividad que marcan la diferencia.

TENDENCIAS EN FOCO

Lo que viene y cómo impactará nuestras estrategias.



ACTUALIDAD • TENDENCIAS • ENTREVISTAS • ANÁLISIS

NÚMERO 01
MAYO 2024

Business • marketing • advertising
creativa Magazine
Presenta
adnews
LAS NOTICIAS MÁS RELEVANTES DEL MARKETING, PUBLICIDAD Y MEDIOS

C O N T E N I D O













































Nuestra nueva sección en la. Revista Creativa hoy damos la Bienvenida a: Alonso Montalvo de Lara.
Click Aquí



Comunicar en Tiempos de Fricción Generacional: Un Reto para el Marketing y la Alta Dirección

Por Alonso Montalvo



Business • marketing

creativa Magazine

Historia

- **Alcance digital: sitio** web, newsletter, redes sociales y eventos.
- **Contenido permanente:** **disponible para siempre en** en nuestra plataforma.



- Mayor vida útil: múltiples exposiciones sin límites

Tu reportaje o nota queda guardado para la historia.

www.revistacreativa.com



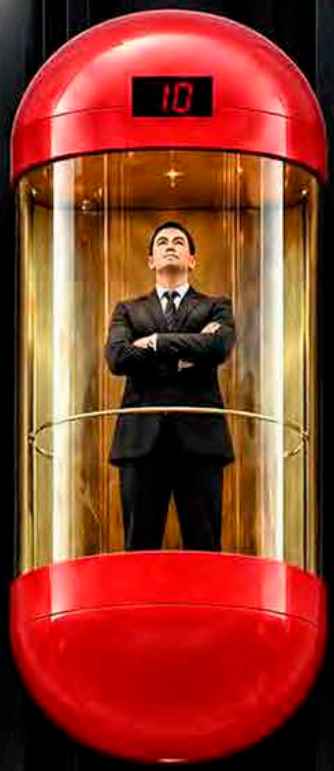
Esta es la nueva cara de Creativa con un contenido fresco y diferente que te hará tener un mayor conocimiento de tu profesión

Click Link copia pégalo en el Browser
https://revistacreativa.com/?page_id=2252↗

EL ELEVADOR DE LOS SOBERBIOS Y CÓMO LOS CAMBIA EL DINERO

Un viaje de transformación (o de caída) en 10 niveles.

EL DINERO PUEDE SUBIRTE... PERO TAMBIÉN PUEDE BAJARTE.



1 LA HUMILDAD

Todos empezamos aquí. Reconoces tu valor, pero sin creerte más que nadie.

2 EL PRIMER ÉXITO

El dinero comienza a llegar. Te esfuerzas, aprendes y te ganas un lugar.

3 LA CONFIANZA CRECE

Los logros te dan seguridad. Empiezas a destacar y a ser reconocido.

4 EL EGO ASOMA

Sientes que lo sabes todo. Menosprecias opiniones y necesitas tener la razón.

5 EL PODER TE SEDUCE

El dinero trae poder, influencia y privilegios. Te acostumbras a que otros te sigan.

6 LA SOBERBIA TE NUBLA

Te crees superior. Olvidas de dónde vienes y a quienes te ayudaron a llegar.

7 TE ALEJAS DE LOS DEMÁS

La soberbia crea distancia. Pierdes amigos, familia y el respeto de los demás.

8 LOS EXCESOS TE DOMINAN

Vives para aparentar. El dinero se convierte en tu dueño, no en tu herramienta.

9 LA CAÍDA COMIENZA

Cometes errores. Pierdes credibilidad, oportunidades y lo más valioso: la confianza.

10 EL DESPERTAR (O LA CAÍDA FINAL)

Puedes elegir cambiar y volver a empezar desde la humildad... o quedarte solo, con nada más que soberbia y vacío.

LA VERDADERA RIQUEZA ESTÁ EN SEGUIR SIENDO HUMILDE, ÍNTEGRO Y GENEROSO.

¿EN QUÉ PISO ESTÁS HOY?

EL DINERO PUEDE COMPRARTE UN PISO MÁS ALTO, PERO SOLO EL CARÁCTER TE MANTIENE EN LA CIMA.

ÚSALO PARA CONSTRUIR, NO PARA PRESUMIR.

Business · marketing · advertising
creativa Magazine
Cuanto Quieres Saber



José Alberto Terán: "Prefiero ser pirata a repetir eslóganes; la verdadera cultura da miedo antes de funcionar"

El Chief Executive Officer de Omnicom Advertising Group **desentraña el desafío de custodiar tres titanes de la industria —TBWA, BBDO y McCann— y el valor de honrar la autenticidad creativa sin concesiones.**

> *"No alcanza con decir 'somos piratas' y quedarse con el eslogan. Si el trabajo no es disruptivo, le estás faltando a la promesa."*
> — JOSÉ ALBERTO TERÁN

Llevo casi 50 años en esta industria, y hoy me toca cuidar tres culturas muy distintas: TBWA, BBDO y McCann. Cada una tiene su propia forma de entender la creatividad, y mi trabajo es que cada una la viva de verdad, no solo la repita en una presentación.

Con TBWA tengo una historia particular: me asocié con ellos hace 30 años, y por la relación tan larga que tenemos con Apple, en TBWA decimos que somos piratas. Como decia Steve Jobs: "Prefiero ser un pirata que estar en la armada." Esa frase resume bien lo que exige esa cultura: contracorriente, disruptiva, incómoda cuando hace falta.

Y ahí está el punto que me interesa más allá de TBWA: no alcanza con decir 'somos piratas' y quedarse con el eslogan. Si el trabajo que sale de una agencia disruptiva no es disruptivo, le está faltandg a su propia promesa. Lo mismo le exijo a BBDO con 'hacer grandes cosas', o a McCann con partir siempre de la verdad.

Ser fiel a la cultura de cada una no es cómodo. Es tomar decisiones que dan un poco de miedo antes de saber si van a funcionar. Pero es lo que hace que cada marca siga siendo lo que promete ser.

OMNICOM ADVERTISING

Chief Executive Officer
OMNICOM ADVERTISING GROUP
México & Latam • Custodio de TBWA, BBDO y McCann

¡Suscríbete hoy y transforma tus ideas en resultados!

REVISTA
CREATIVA
MARKETING • PUBLICIDAD • MEDIOS • CREATIVIDAD

IDEAS
QUE CONECTAN,
ESTRATEGIAS
QUE TRANSFORMAN

2026
2027
2028

EL FUTURO ESTÁ POR ALCANZARNOS PARA HACER UN MUNDO MEJOR

CON LAS NUEVAS FORMULAS DIGITALES



PERSONAS
TECNOLOGÍA
INCLUSIÓN
SOSTENIBILIDAD
UN MUNDO MEJOR

UN FUTURO
MÁS HUMANO,
MÁS INTUITIVO,
MÁS INCLUSIVO

El rumbo de la tecnología para la segunda mitad de la década (2026, 2027 y 2028) está marcado por una premisa clara: hacer que el avance digital sea más humano, intuitivo y con un impacto directo en la calidad de vida.

LA CLAVE ESTÁ EN LA CONVERGENCIA DE TRES PILARES

1 INTELIGENCIA ARTIFICIAL CENTRADA EN LAS PERSONAS

La IA deja de ser solo una herramienta de automatización o un chat para convertirse en asistentes proactivos, capaces de anticipar necesidades, personalizar la educación y democratizar el acceso a la salud con diagnósticos preventivos más accesibles.



- SALUD PREVENTIVA PARA TODOS
- EDUCACIÓN PERSONALIZADA
- ASISTENTES PROACTIVOS
- ACCESO DEMOCRÁTICO

2 CONEXIÓN FÍSICA Y DIGITAL TRANSPARENTE

Con el avance de interfaces naturales (voz, gestos, lentes inteligentes y la evolución del hardware), interactuar con el entorno digital requiere cada vez menos pantallas, haciendo la tecnología más invisible e integrada al día a día.



- VOZ Y GESTOS NATURALES
- LENTES INTELIGENTES
- TECNOLOGÍA INVISIBLE
- INTEGRACIÓN AL ENTORNO

3 SOSTENIBILIDAD E INCLUSIÓN

Para ser verdaderamente **extraordinario**, el ecosistema digital está priorizando la eficiencia energética, la reducción de la huella de carbono y el cierre de brechas de acceso, garantizando que el desarrollo alcance a más comunidades.



- EFICIENCIA ENERGÉTICA
- MENOR HUELLA DE CARBONO
- CIERRE DE BRECHAS DE ACCESO
- TECNOLOGÍA PARA MÁS COMUNIDADES

¿EN QUÉ SECTOR TE INTERESA PROFUNDIZAR?

- Salud
- Trabajo
- Educación
- Robótica
- Impacto social de estas tendencias

REVISTA
CREATIVA
MARKETING • PUBLICIDAD • MEDIOS • CREATIVIDAD

IDEAS
QUE CONECTAN,
ESTRATEGIAS
QUE TRANSFORMAN

Bye... Bye... Cokies

Ante la desaparición definitiva de los rastreadores de terceros (cookies) y un entorno saturado de automatización, la ventaja competitiva radica en la autenticidad y el control de los datos propios.



PILARES DEL NUEVO PARADIGMA PUBLICITARIO

1 FIRST-PARTY DATA COMO MONEDA PRINCIPAL

Creación de ecosistemas propios donde el consumidor cede voluntariamente sus datos a cambio de valor real y experiencias exclusivas.



DATOS PROPIOS | RELACIÓN DIRECTA | MAYOR VALOR | AUDIENCIAS MÁS LEALES

2 HUMAN-LED & AUTHENTIC CONTENT

En un mercado lleno de contenido sintético, las marcas que prioricen la empatía, el propósito real y la conexión cultural mantendrán la lealtad de sus audiencias.



- EMPATÍA Y PROPÓSITO REAL
- CONEXIÓN CULTURAL
- CREADORES AUTÉNTICOS
- CONTENIDO CON VALOR HUMANO

3 MODELOS DE MEDICIÓN CAUSALES (MMM)

Evolución hacia la analítica predictiva para tomar decisiones sobre la inversión basándose en el impacto real del negocio en lugar de métricas de vanidad.



ANALÍTICA PREDICTIVA | DECISIONES MÁS PRECISAS | INVERSIÓN EFICIENTE | RESULTADOS REALES

DE UN MARKETING BASADO EN SEGUIMIENTO A UN MARKETING BASADO EN CONFIANZA

> *El fin de las cookies no es el fin de la publicidad, sino el inicio de una relación más honesta, relevante y humana entre marcas y personas.*

MÁS CONFIANZA
MÁS RELEVANCIA
MÁS PERSONAS
MEJORES MARCAS

MARKETING • PUBLICIDAD • MEDIOS • CREATIVIDAD
REVISTA CREATIVA
IDEAS QUE CONECTAN, ESTRATEGIAS QUE TRANSFORMAN

Top 10 de marcas de cerveza más populares en México



Popularidad y reconocimiento

Victoria encabeza popularidad · Tecate registra el mayor reconocimiento

#	Marca	Popularidad*	Reconocimiento
01	Victoria	40.5%	85.6%
02	Modelo Especial	36.2%	80.4%
03	Corona Extra	34.8%	79.0%
04	Tecate	33.8%	87.2%
05	Negra Modelo	33.3%	77.7%
06	Heineken	33.2%	77.4%
07	Indio	30.9%	80.5%
08	XX Dos Equis	28.7%	77.3%
09	Pacífico	23.2%	61.9%
10	Noche Buena	22.3%	58.7%

Victoria lidera en popularidad con 40.5% de preferencia entre los mexicanos.

Tecate registra el mayor reconocimiento de marca con 87.2%.

Las cervezas mexicanas mantienen una fuerte presencia en la preferencia y reconocimiento del consumidor.

* **Popularidad:** impresión positiva sobre la población total de 18 años o más, incluidas personas que no conocen la marca. No representa ventas, consumo ni participación de mercado.

Fuente: YouGov BrandIndex México. Promedio diario con media móvil de 7 días, del 1 de julio al 30 de septiembre de 2026; la ventana puede incluir días previos al trimestre.
Se analizaron 30 marcas disponibles en el archivo; el ranking no abarca todas las cervezas comercializadas en México.
Población nacionalmente representativa.

YouGov BrandIndex México



OPINIÓN

La curiosidad como forma de liderar

ANA ORVAÑANOS SENTÍES
DIRECTORA GENERAL DE AGÜITA DE LIMÓN

Siempre he querido saber qué hay detrás. Por qué pensamos como pensamos, por qué algo nos emociona, por qué una idea funciona, qué está pasando allá afuera y qué podría pasar después. Creo que por eso terminé estudiando publicidad: encontré una profesión en la que ser curiosa no solo estaba permitido, era parte del trabajo.

Y qué suerte que haya sido así, porque después de tantos años, sigo sintiendo que tengo el mejor trabajo del mundo: uno que me obliga a nunca dejar de observar, preguntar, aprender y crear.

Empecé mi carrera del lado de las marcas, en compañías como Novartis y Pernod Ricard. Ahí tuve a una de mis primeras grandes maestras profesionales: mi jefa en Pernod, quien me enseñó muchísimo sobre la forma de trabajar, de exigir y de confiar en mí. Después llegué a Agüita de Limón sin imaginar que, más de una década después, estaría dirigiendo la agencia.

En Agüita pasé prácticamente por todos lados. Cuentas, nuevos negocios, influencer marketing, operaciones, equipos, clientes, pitches, crisis, ideas que parecían imposibles y otras que terminaron convirtiéndose en campañas reconocidas en festivales como Effie, IAB MIXX y FePI. Fui creciendo con la agencia mientras la agencia crecía conmigo.

Hoy, como Directora General, entiendo la creatividad desde un lugar mucho más amplio. Para mí no pertenece solamente al departamento creativo. Está en encontrar una solución donde parecía no haberla, en entender a una persona, en transformar un negocio, en construir un equipo y, muchas veces, en atreverse a preguntar: ¿y si lo hacemos diferente?

Esa manera de pensar viene de casa. Mi mamá fue, y sigue siendo, mi inspiración más grande. De ella aprendí muchísimo de la mujer que quiero ser. Y mi papá siempre me impulsó a crear, a imaginar y a no tener miedo de hacer las cosas a mi manera.

También he tenido la suerte de rodearme de mujeres increíbles. Amigas, colegas y mujeres que admiro profundamente, que me han acompañado, impulsado, retado y recordado muchas veces de lo que soy capaz. Creo muchísimo en eso: en mujeres que hacen espacio para otras mujeres, que celebran sus logros y que se empujan unas a otras a crecer. Mucho de quien soy también está construido por ellas.

En mi vida profesional también he tenido la fortuna de rodearme de personas que me han retado constantemente. Hoy, Omar, uno de mis socios, es una de ellas: alguien que siempre está pensando un paso adelante y que me recuerda la importancia de no conformarnos con lo que ya funciona, sino preguntarnos qué sigue.

Escuchanos ahora mismo 👉 https://universal881.com/

UNIVERSAL
88.1FM

ESCUCHA



PAOLA GONZÁLEZ

"CLÁSICOS DE UNIVERSAL"

LUNES A VIERNES
11:00 A 14:00 HRS
19:00 A 20:00 HRS

VIERNES
21:00 A 22:00 HRS

Business • marketing • advertising
creativa Magazine

Azucena Uresti

PERIODISMO QUE INFORMA Y GENERA CONVERSACIÓN



Azucena Uresti Mireles nació el **15 de marzo de 1978** en Monterrey, Nuevo León. Es una de las periodistas y conductoras de noticias más reconocidas de México, por su estilo directo, su enfoque en temas de interés social y su mirada crítica sobre la política.

En **2005** concluyó sus estudios en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL e inició ese misma año su carrera en Multimedios Radio, donde realizó labores de redacción y producción. En **2006** dio el salto a la televisión como conductora de *Telediario Nocturno Fin de Semana* en Monterrey.

En **2008** se integró al equipo fundador de Milenio Televisión. Durante casi 16 años condujo diversos espacios de análisis, como *En Voz Alta* (2012), y se consolidó como la conductora del noticiero estelar **Azucena a las *10***, uno de los principales referentes del periodismo en México.

En **2018** fue seleccionada por el INE como moderadora del primer debate presidencial, donde participaron Andrés Manuel López Obrador, Ricardo Anaya y José Antonio Meade.

A comienzos de **2024** anunció su salida de Milenio Televisión y se integró a Grupo Fórmula, asumiendo la conducción de un noticiero matutino. Además, escribe su columna en El Universal y colabora en plataformas digitales como POSTA.

En los últimos años, su trabajo se ha distinguido por el análisis riguroso de la información gubernamental. Esta postura le ha generado el respaldo de quienes valoran la libertad de expresión y también críticas de sectores afines al oficialismo. Hoy, Azucena Uresti es sinónimo de periodismo comprometido y con una presencia constante en la conversación pública del país.

business • marketing • advertising
creativa Magazine
¿Cuánto Quiere Saber?

MARCO COLÍN LLEGA A ROCK: EL REGRESO DEL LEÓN DE ORO A LA ADRENALINA PUBLICITARIA

*La llegada del creativo Marco Colín como socio de la agencia de **Miguel Mendoza** y **Jesús Balseca***



Marco Colín, nuevo socio y director creativo de ROCK.

Marco Colín, creativo de amplia trayectoria, se incorpora como socio a ROCK, la agencia de Miguel Mendoza y Jesús Balseca. Su llegada suma experiencia, visión estratégica y energía creativa a una firma que busca impulsar nuevas ideas y fortalecer su propuesta en el mercado publicitario.

CITAS PROTAGONISTAS

La incorporación de Marco Colín refuerza el equipo creativo de ROCK y su apuesta por desarrollar campañas con personalidad, pensamiento estratégico y una ejecución capaz de conectar con las audiencias. La sociedad reúne experiencia y talento con una visión compartida sobre el futuro de la publicidad.

Marco Colín llega a ROCK para sumar su experiencia al trabajo de Miguel Mendoza y Jesús Balseca. La colaboración busca abrir nuevas posibilidades creativas y fortalecer la respuesta de la agencia ante los retos de las marcas.

La llegada de Colín representa una nueva etapa para el equipo: una oportunidad para combinar experiencia, colaboración y adrenalina creativa en proyectos de alto impacto.

Marco Colín se incorpora como socio creativo de **ROCK** para **sumar experiencia, visión y adrenalina publicitaria.**



La tercia de ases de ROCK: Miguel Mendoza, Marco Colín y Jesús Balseca.

La llegada de Marco Colín reúne a tres profesionales con experiencia y perspectivas complementarias. Miguel Mendoza, Marco Colín y Jesús Balseca comparten el objetivo de impulsar el pensamiento creativo y desarrollar soluciones relevantes para las marcas.

La sociedad representa una apuesta por la colaboración y por una publicidad capaz de combinar estrategia, originalidad y resultados. Con esta incorporación, ROCK fortalece su equipo y se prepara para afrontar nuevos desafíos en una industria en constante transformación.

MARKETING • PUBLICIDAD • MEDIOS • CREATIVIDAD

creativa Magazine

La gota que perfora La Roca

Anunciate Frecuentemente Lógralo!



Business · marketing · advertising

creativa Magazine

Cuanto Quieres Saber



¡Invierte $1250.00 y obtén mucho más que una suscripción!

Adquiere una **biblioteca profesional** para crecer, vender y tomar mejores decisiones.

- Recibe **4 suplementos digitales exclusivos + 1 bono especial**, con contenidos prácticos de Marketing, Publicidad, Medios, Relaciones Públicas y Diseño.
- **¡NUEVO!** Un año de noticias vía mail de Ad News

Es conocimiento que puedes consultar cuándo lo necesites y que puede ayudarte a generar mejores ideas, estrategias y resultados.

Una inversión mínima para tener información que normalmente cuesta mucho más.

¡Suscríbete hoy y transforma tus ideas en resultados!

CENTRAL DE MEDIOS EFECTIVA

Estrategias y Herramientas

LA GUÍA **ESENCIAL** PARA TOMAR DECISIONES INTELIGENTES

TODO LO QUE NECESITAS PARA CREAR

PLANES DE MEDIOS GANADORES

alcance · contenidos · ideas · Work · afinidad · compra programática · innovaciones · optimización · rich media ads · engagement · mix de medios · frecuencia · click · media · masivo · retargeting · research · compra de audiencias · Planners · negociación · costos GRP · presupuestos · objetivos · geolocalización · segmentación · involucramiento · plataformas de comunicación · consumidor · partners

ESTRATEGIAS EFECTIVAS | HERRAMIENTAS PRÁCTICAS | AUDIENCIAS Y TARGETS | ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN | OPTIMIZACIÓN DE PRESUPUESTOS



Autor: **Alejandro Márquez Moro**

una carrera de 32 años en la comunidad Publicitaria Mundial

Emprendedor Por Naturaleza

Visítanos en:

www.creativalive.com/adcollage

INFORMACIÓN QUE INSPIRA. ESTRATEGIAS QUE CONECTAN. RESULTADOS QUE TRANSFORMAN.

Entra al Flip aquí https://designrr.page/?id=409869&token=2381021188&h=7540

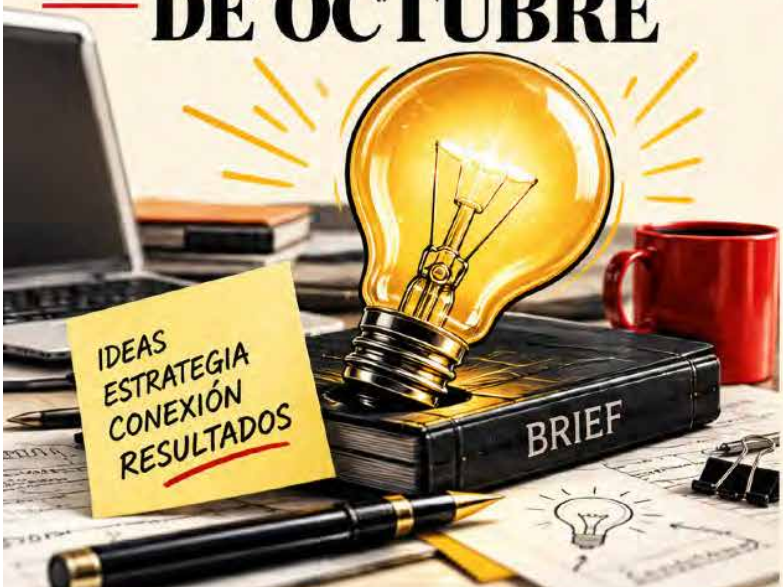
Suplemento para crear tu Central de Medios

Paga Aquí Suplemento digital de los Medios y de. cortesía la.tres Revistas Creativa mas Recientes
$ 190.00

Paquete Cuanto quieres Saber
$1250.00
Mándananos tu pago a nuestro mail y a vuelta email recíbelas daciones

Business • marketing • advertising
creativa Magazine

EL HORÓSCOPO PUBLICITARIO — DE OCTUBRE



Campaña del mes:
La que logre una idea sencilla con ejecución extraordinaria.

Palabra del mes:
CONEXIÓN.

Tendencia peligrosa:
hacer algo "porque está de moda".

Objeto imprescindible:
El brief.

Frase que ningún publicista quiere escuchar:
"Sólo es un pequeño cambio."

Frase que todos quieren escuchar:
"El cliente ya aprobó."

Astro aliado: la creatividad.

Enemigo cósmico:
el comité de aprobación.

Número de la suerte:
360° — porque una buena idea debe verse desde todos los ángulos.

REVISTA CREATIVA

Marketing • Publicidad • Medios • Comunicación



ZODIACO PARA PUBLICISTAS NOVIEMBRE 2026

Lo que los astros dicen de tu creatividad, tus clientes y tus planes.

♈ ARIES
(21 mar – 19 abr)

Noviembre te impulsa a lanzar ideas audaces y a liderar proyectos que estaban detenidos.

Tu reto: Controlar la prisa y cuidar los detalles.

Tu oportunidad: Presentar una propuesta creativa que impacte.

♉ TAURO
(20 abr – 20 may)

Es un mes ideal para consolidar cuentas, negociar mejores condiciones y fortalecer alianzas.

Tu reto: Evitar la terquedad ante nuevas ideas.

Tu oportunidad: Convertir una relación comercial en una alianza de largo plazo.

♊ GÉMINIS
(21 may – 20 jun)

Tu creatividad y capacidad de comunicación están en su mejor momento. Brillarás en presentaciones, pitch y redes sociales.

Tu reto: No dispersarte en demasiados proyectos.

Tu oportunidad: Lograr que una idea se vuelva viral.

♋ CÁNCER
(21 jun – 22 jul)

Es tiempo de reordenar prioridades y dar más equilibrio entre trabajo y vida personal. Tu intuición te ayudará a tomar buenas decisiones.

Tu reto: No dejarte llevar por la nostalgia.

Tu oportunidad: Reafirmar tu liderazgo emocional en el equipo.

♌ LEO
(23 jul – 22 ago)

Noviembre te da visibilidad y reconocimiento. Tus ideas pueden atraer nuevas cuentas y proyectos de gran alcance.

Tu reto: Escuchar más opiniones.

Tu oportunidad: Posicionar unacampaña que te ponga en el centro del mercado.

♍ VIRGO
(23 ago – 22 sep)

Tu enfoque analítico será clave para mejorar procesos, medir resultados y optimizar presupuestos.

Tu reto: No caer en el perfeccionismo.

Tu oportunidad: Presentar un plan con datos sólidos que convenza.

REVISTA CREATIVA®

Marketing • Publicidad • Medios • Comunicación



LIBRA
(23 sep – 22 oct)

Las alianzas y el trabajo en equipo serán tu mejor estrategia este mes. Habrá oportunidades de colaboración muy valiosas.

Tu reto: Tomar decisiones con mayor firmeza.

Tu oportunidad: Equilibrar creatividad y rentabilidad en un nuevo proyecto.

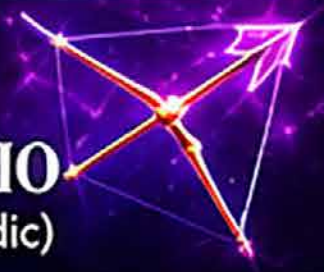


ESCORPIÓN
(23 oct – 21 nov)

Noviembre potencia tu intensidad creativa. Es un gran momento para innovar, explorar nuevos formatos y sorprender al mercado.

Tu reto: Evitar el exceso de control.

Tu oportunidad: Convertir una idea disruptiva en una campaña poderosa.



SAGITARIO
(22 nov – 21 dic)

Se abren horizontes para expandir tu influencia, explorar nuevos mercados y aprender algo que impulse tu carrera.

Tu reto: No prometer más de lo que puedes cumplir.

Tu oportunidad: Capacitarte en una tendencia que marcará el 2027.



CAPRICORNIO
(22 dic – 19 ene)

Tu disciplina y visión estratégica rinden frutos. Es un buen mes para cerrar negociaciones, asegurar presupuestos y planear el próximo año.

Tu reto: No cargar todo en tus hombros.

Tu oportunidad: Establecer un plan realista de crecimiento.



ACUARIO
(20 ene – 18 feb)

La innovación será tu gran aliada. Tus ideas fuera de lo común pueden abrir nuevas oportunidades en medios, tecnologia y experiencias de marca.

Tu reto: Evitar la dispersión.

Tu oportunidad: Proponer una campaña con uso creativo de IA.



PISCIS
(19 feb – 20 mar)

Tu sensibilidad y creatividad están en su punto más alto. Conectarás con audiencias de forma auténtica y emocional.

Tu reto: No idealizar proyectos poco viables.

Tu oportunidad: Desarrollar una idea con gran poder de storytelling.

EL SIGNO DEL MES:	LA IDEA GANADORA:	EL CONSEJO CREATIVO:	EL DÍA FAVORABLE:	CUIDADO CON:	TU FRASE DEL MES:
Escorpión, por su creatividad intensa.	Innovar con propósito.	Escucha al cliente, pero confia en tu instinto.	Miércoles 11 y viernes 27.	La sobrecarga de trabajo y la dispersión de recursos.	"Creatividad con orden, para llegar más lejos".

ZODIACO PARA PUBLICISTAS

NOVIEMBRE 2026

MARKETING | PUBLICIDAD | MEDIOS | CREATIVIDAD

creativa Magazine

Entendiendo la Industria

Una nueva etapa para interpretar su futuro.

Los años representan mucho más que una cifra conmemorativa. Constituyen una oportunidad para reunir la experiencia, la especialización, las relaciones profesionales y la capacidad de análisis en una propuesta editorial más sólida.

La meta debe ser convertirse en una publicación reconocida por la calidad de sus análisis, la credibilidad de sus fuentes, el conocimiento de sus protagonistas y su capacidad para explicar los cambios del negocio.

La trayectoria proporciona los cimientos; el rigor editorial construye la confianza, y la evolución digital puede ampliar su influencia.

El verdadero logro no es solamente haber permanecido, sino tener la oportunidad de convertir esa experiencia en una referencia para la próxima generación de la industria.

EXPERIENCIA
Memoria histórica de la industria.

ESPECIALIZACIÓN
Marketing, publicidad, medios y creatividad.

RELACIONES
Con los protagonistas y el reconocimiento del talento.

ANÁLISIS
Interpretación de tendencias y generación de conocimiento.

EVOLUCIÓN DIGITAL
Una nueva etapa para mayor alcance e influencia.



“Ser humilde no significa ser pobre, significa que en escasez y abundancia eres la misma persona: agradecida, feliz y generosa.

La humildad te permite valorar lo que tienes, disfrutar lo simple, no perder la esencia y reconocer que todo lo bueno que llega a tu vida también es un regalo.

No se trata de tener mucho o poco, sino de saber compartir, apoyar, escuchar y tender la mano sin esperar nada a cambio.

Una persona humilde no se cree más que los demás, porque sabe que la vida da y quita, y que lo más importante no está en lo que posees, sino en cómo tratas a los demás.

Ser humilde es una forma de vida que te hace una mejor persona todos los días.”



VENDO iMac 27" GRIS

$8,500 MXN

- Pantalla 27"
- RAM 24 GB
- Disco interno 1 TB
- 2 Discos externos Seagate 1 TB c/u



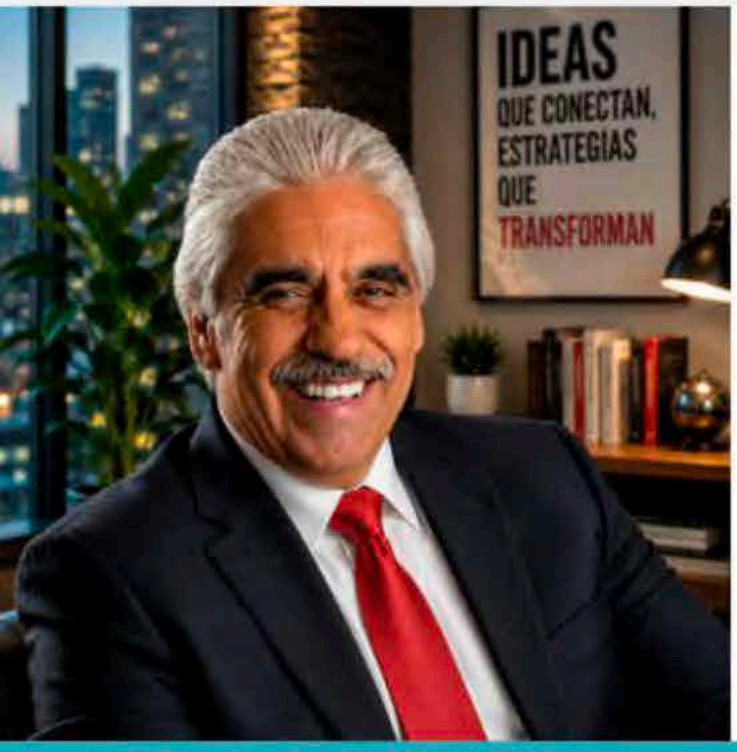
- Sistema macOS Catalina

Incluye teclado y mouse

Naucalpan • Entrega coordinada



Mil Gracias a nuestros Colaboradores José González Herrada, Azul Celeste Rodriguez González, Carlos González Garza por ayudarnos tanto a este cambio De la Nueva Estructura y Diseño de La Revista Creativa



Nuestros Mejores Deseos Para tí ,

Alejandro Márquez Moro
CEO: B.Alejandro Márquez Moro
suscripcion@revistacreativa.com
52 1 5548873733

CreativaMagazine
ADNEWS

Built with CreativeMail
Get creative with free email marketing designed for
Lula Rodríguez González
CreativeMail

REVISTA
CREATIVA
MARKETING • PUBLICIDAD • MEDIOS • CREATIVIDAD

IDEAS
QUE CONECTAN,
ESTRATEGIAS
QUE TRANSFORMAN

EL CAMBIO RELEVANTE EN LA

PRODUCCIÓN PUBLICITARIA



El modelo de producción publicitaria tradicional ha cambiado sustancialmente. La Inteligencia Artificial no solo optimiza procesos, sino que genera ecosistemas visuales y de redacción completos de forma autónoma.

PUNTOS CLAVE DE TRANSFORMACIÓN

1 GENERACIÓN SINTÉTICA DE CONTENIDO

Producción de anuncios de video, voz y gráficos hiperpersonalizados en cuestión de segundos, adaptados al perfil exacto del usuario que los consume.



VIDEO · VOZ · GRÁFICOS · GUIONES

CONTENIDO PERSONALIZADO EN SEGUNDOS

2 AGENTES DE IA Y GEO (GENERATIVE ENGINE OPTIMIZATION)

Las marcas ya no solo optimizan para buscadores (SEO), sino para responder a motores generativos y asistentes virtuales que recomiendan productos directamente.



ChatGPT · Gemini · Copilot · Perplexity

LAS MARCAS AHORA APARECEN EN LOS MOTORES GENERATIVOS

3 HYPER-PERSONALIZACIÓN DINÁMICA

El mismo producto se presenta con variaciones de color, narrativa y contexto según las preferencias emocionales o transaccionales del consumidor.

