

Swiss Made News premia al "Best of Show"



Guillermo Lira entrega un Oris Aquis al Best of Show 2015.

Por Guillermo Lira
Culminó la XXIX edición del Gran Concurso Internacional de Elegancia, y con ello la participación de **Watches World/Swiss Made News** en un evento que reúne a más de 25,000 entusiastas de la industria del automóvil; los verdaderos amantes y coleccionistas de autos clásicos en México.

Es compromiso de esta redacción amplificar los contenidos que reúnen a los motores y rotores, y es que ciertamente existe una conexión extraordinaria entre ambos mundos.

Así pues, la horología y la mecánica automotriz celebran la reunión de más de 500 vehículos de colección que participaron por el título de "Best of Show", galardón al que se sumó un reloj mecánico automático modelo Aquis de Oris, cortesía de la representación de la marca y de **Watches World/Swiss Made News**.



Cifras del XXIX Gran Concurso Internacional de Elegancia

- Asistencia de más de 25,000 personas.

- Un Packard Super 8 de 1937 fue premiado como Best of Show 2015.

- Mientras que un Jaguar MK2 del '61, fue el mejor europeo,

- Un Triumph TR3 de 1962 fue galardonado como Presidents Choice.



Montblanc Black & White Week México 2015

Por Guillermo Lira y Marco Alegría
Un nombre tan importante como el de la marca de origen alemán no se construye de la noche a la mañana, y es que para desarrollar el nivel de confiabilidad que la gente percibe cuando lee o mira el emblema de la estrella de los seis picos se necesita, en principio, centrarse en el producto, para luego arropar la calidad de éste con una buena labor de *marketing*, comunicación, distribución, etc, todo bajo la filosofía de un equipo de profesio-

nistas consolidados y apasionados por continuar desarrollando el *branding* Montblanc.

Corría el año de 1906 cuando la marca surgió a partir del ingenio del banquero Alfred Nehemias, originario de Hamburgo, y del ingeniero August Eberstein, quienes decidieron dedicar su vida a la construcción de instrumentos de escritura de la mejor calidad alcanzable. Así nace un concepto que gira alrededor de la construcción de productos que revolucionarían a la industria

en más de una ocasión con sus patentes y buenos acabados. Sin embargo, hacia finales de siglo, en 1993, la compra por parte del Grupo Richemont revolucionaría el producto Montblanc brindándole nuevas posibilidades: en 1995 se presentó la primera colección de artículos de piel llamada Meisterstück en homenaje a la emblemática pluma que celebró su 90 aniversario hace apenas un año, posteriormente vendría la inclusión de joyería en 1996, y un año más tarde la relo-

jería con sello de la *Maison*. Estas tres piedras angulares representan el futuro de la marca para los próximos años, según nos confirma un hombre de todas las confianzas de Jérôme Lambert, CEO, pues formó parte de su equipo en A. Lange & Söhne y se mudó con él de Glashütte a Le Sentier cuando Lambert accedió a dirigir Jaeger-LeCoultre, nos referimos a Olivier Laurian, Director Business Development Montblanc International.

► Pasa a la página 3.

Suiza: el país más feliz del mundo

Rita Segura

Desde su publicación por primera vez en 2012, el *World Happiness Report* ha demostrado que el bienestar y la felicidad son indicadores críticos del desarrollo económico y social de una nación, y por ello deben ser el objetivo fundamental en el diseño de las políticas. El Informe de este 2015 muestra los cambios en los niveles de felicidad en 158 países, y profundiza en las razones detrás de las estadísticas.

Este Reporte ofrece evidencia de que, contrario a lo que pudiera pensarse, el dinero por sí mismo no es el factor clave para la felicidad, sino la justicia, la honestidad, la confianza y la salud.

El informe, elaborado por la Red de Soluciones para el Desarrollo Sustentable de la ONU, identifica a los países con los niveles

más altos de felicidad en el mundo y coloca a Suiza en el primer sitio, seguido de Islandia, Dinamarca, Noruega y Canadá. México se ubica en la posición número 14.

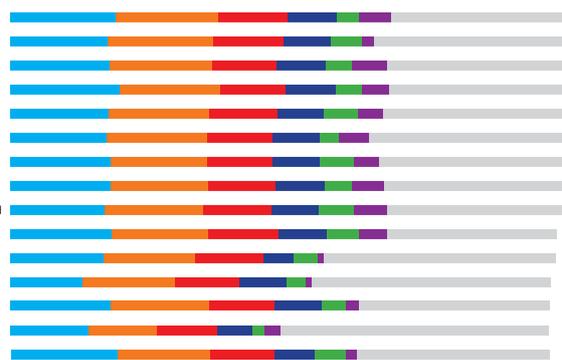
Se evaluaron seis variables clave en las encuestas realizadas por Gallup: PIB real per cápita, servicios sociales, expectativas de salud, libertad para tomar decisiones propias

en la vida, generosidad y percepciones sobre la corrupción.

Según el Informe, se debe prestar mayor atención a los niveles y fuentes de bienestar subjetivo y mantener la felicidad como un foco central para el desarrollo de las políticas públicas. ⚙️

¿Por qué son felices?

- 1 Suiza
- 2 Islandia
- 3 Dinamarca
- 4 Noruega
- 5 Canadá
- 6 Finlandia
- 7 Holanda
- 8 Suecia
- 9 Nueva Zelanda
- 10 Australia
- 11 Israel
- 12 Costa Rica
- 13 Austria
- 14 México
- 15 Estados Unidos



■ Ingreso per cápita
■ Servicios sociales
■ Expectativa de vida
■ Libertad de decisión
■ Generosidad
■ Percepción de la corrupción
■ Otros factores

EDITORIAL



El éxito de Grupo Swatch

Esta semana, pude entrar en el laboratorio de servicio de Grupo Swatch en México, uno de los mejores de este lado del océano y fuera de Suiza. Ya lo reseñamos en estas páginas, pero ahora lo disfrutamos en acción. En él habita la riqueza de un Grupo que no solo ha sabido crear marcas exitosas —posicionándolas, dándoles valor, personalidad y atributos únicos—, sino una vasta cultura relojera industrial que permite llevar a cabo investigación, desarrollo y creatividad. Tener enfrente un calibre para armar y desarmar, no se reduce a aprender a poner las piezas de manera ordenada y volver a ensamblar un calibre, sino a darse cuenta de la gran especialización que requiere la micromecánica: maestría en el manejo de materiales, diseño, potencia en softwares, etcétera, todo lo que implica crear un guardatiempo mecánico lo más exacto posible.

El Grupo Swatch ha logrado —como con la gran relojería de Breguet— ascender un escalón más, pues cada vez es capaz de sorprendernos, como lo hizo en Baselworld este año con dos complicaciones que honrran al inventor que da nombre a la marca. Asimismo, cierra la cadena de valor al cliente con el servicio que ofrece, y hoy le puedo decir que la representación del Grupo en México impresiona por su nivel de diagnóstico, capacidad tecnológica y certeza en la reparación, así como por el nivel de certificaciones relojeras en cuanto a talento humano se refiere. Sigo ensamblando cada pieza y me doy cuenta de que el Grupo, además de un corporativo industrial importante, es una vasta fuente de riqueza relojera suiza para todo el mundo. Gracias a él es que muchos podemos llevar un mecanismo suizo en la muñeca... el último tornillo y hasta el próximo servicio.

Guillermo Lira
Director General



Headquarters de Nestlé en Ginebra, Suiza.

Empresas suizas dan empleo a 50,000 personas en México

Por Rita Segura

Este 2015, al cumplirse 70 años del establecimiento de las relaciones diplomáticas entre México y Suiza, resulta interesante analizar cómo se han fortalecido y evolucionado, principalmente en el aspecto económico. El impulso más fuerte se dio desde la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio entre México y los países de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC). El intercambio de mercancías entre México y Suiza se ha incrementado de manera muy significativa, alcanzando máximos históricos cercanos a los tres billones de dólares en los últimos años.

Comercio

Como lo hemos comentado en ocasiones anteriores, dentro de los países de la AELC Suiza es el principal socio comercial de México, tanto en exportación como en importación. A nivel mundial, la Confederación ocupa el lugar 17 en el comercio total de

México, siendo el comprador número 20 y el abastecedor 15. La inversión acumulada de Suiza en México entre 1999 y agosto de 2014, alcanza un monto de poco más de 8.3 mil millones de dólares, lo que representa el 91% de la inversión acumulada de los Estados de la AELC. Los sectores con mayor concentración de inversión son el manufacturero, el de comunicaciones y transportes, así como el comercio, con alrededor de 750 empresas con inversión suiza en nuestro país que dan empleo a más de 50,000 personas.

En marzo de 2014 el Gobierno mexicano decidió abrir la Oficina Regional de Promoción en Suiza, en reciprocidad a la decisión del Gobierno suizo de elevar el estatus de la oficina comercial de Suiza en México al de Centro de Negocios (Business Hub).

En qué se ha invertido

Suiza es la 12ª fuente de Inversión Extranjera Directa (IED) para México a nivel mundial. En el periodo de enero a agosto de

2014, la inversión suiza alcanzó los 160.7 mdd. La IED acumulada entre 1999 y septiembre de 2014, ascendió a 8,366.3 mdd, donde poco más del 70% se ha destinado a la industria manufacturera, el 9% a información de medios masivos y poco más del 6% a servicios profesionales y científicos. En lo que va de la presente administración, la IED proveniente de la Confederación Helvética ha sobrepasado los 500 mdd. Suiza ha contribuido en este periodo con el 2.2% de la inversión total recibida en nuestro país.

La inversión suiza en nuestro país llega tanto de las grandes firmas transnacionales como de las pequeñas y medianas empresas, entre las que se encuentran: Nestlé, Novartis, Roche, Holcim Apasco, Schindler, ABB, Sulzer, Panalpina, Clariant, Productos Químicos Ciba Specialty, Swatch, Rolex, UBS, CS, Zurich Seguros, Swiss Re, SGS, Victorinox, Bobst, Buhler, Kühne + Nagel, Lindt & Sprüngli, Givaudan, Firmenich y Leica Geosystems.



Corporativo de Novartis en Basilea.



El emblemático edificio de Rolex en Suiza.



www.watchesworld.com.mx

DIRECTORIO

- President & CEO: Blanca Plaza • Vicepresidente: Dolores Márquez • Dir. General: Guillermo Lira: guillermolira@watchesworld.com.mx • Editor: Marco Alegría • Coord. Editorial: Rita Segura • Coeditora: Priscila Alariste • Ventas y Coord. Comercial: Ana Alegría: ana@watchesworld.com.mx, Tel. 5362-7012
- Dirección Creativa: Design City: www.designcity.com.mx

Watches World Swiss Made News, periódico mensual edición No. 16 mayo 2015. Editor Responsable: Guillermo Lira Plaza. Número de Certificado de Reserva otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor: 04-2014-060914222300-101. Número de Certificado de Licitud de Título: 16258. Número de Certificado de Licitud de Contenido: 16258. Domicilio de la Publicación: Amp. Emiliano Zapata No. 13-C Piso 5, Col. San Lucas Tepetlaco, C.P. 54055 Tlalhepan, Estado de México. Imprenta: División Comercial Reforma. Av. México Cooyacán #40, Col. Santa Cruz Atoyac, Delegación Benito Juárez, 03310 México, D.F., Distribuidor: Publicaciones Información y Medios Especializados, S.A. de C.V. Amp. Emiliano Zapata No. 13-C Piso 5, Col. San Lucas Tepetlaco, C.P. 54055 Tlalhepan, Estado de México. Porte pagado. Publicación Periódica. Registro Postal: IM09-00894. Autorizado por Sepomex.

► Viene de la página 1.



Montblanc Heritage
Chronométrie Dual Time.



Montblanc Heritage
Chronométrie ExoTourbillon.



Montblanc TimeWalker
UTC Automatic.

Swiss Made News: ¿Cuál es su estrategia en términos de producto, comunicación y marketing, a corto, mediano y largo plazo?

Olivier Laurian: A corto plazo debemos simplificar el mensaje, ya que en los últimos años se entregó una enorme cantidad de información difícil de asimilar. La gente debe saber que giramos en torno al producto, sea relojería, joyería, productos de piel o instrumentos de escritura, y nos apegamos a desarrollar modelos atemporales con altísima calidad. A mediano y largo plazo queremos enfocarnos en lo que es nuestra clientela principal, que es el público masculino, sin dejar de producir artículos para las mujeres bajo la línea Bohème. Asimismo, debemos revisar nuestra distribución y hemos reducido algunos puntos de venta, especialmente en el mercado de relojes. En los últimos años hemos firmado a grandes joyeros como Bucherer, a fin de trabajar en conjunto, lo cual demuestra la credibilidad de los expertos en nuestro producto y brinda legitimidad a la marca.

SMN: En cuanto a la desaceleración en algunas regiones ¿qué mercados desarrollará para contrarrestar el efecto?

O.L: Lo importante de la nueva colección es que se ofrece a un precio que no afecta demasiado a los mercados. No solo tenemos piezas de alta relojería que únicamente países como Rusia o China podrían comprar, sino que contamos con una marca que posee diferentes colecciones en rangos de precio que ayudan al volumen. Hablamos en promedio de 2,000 a 2,500 euros por un artículo que además es novedad, por lo que no se puede comparar con un valor monetario anterior, solo hay que ofertarlo a un nivel justo y atractivo para el consumidor.

SMN: ¿Desarrollará nuevas regiones de mercado hacia el futuro?

O.L: Creamos plataformas para ayudar a equilibrar las ventas de la marca, y una de ellas es Sudamérica, en donde incluyo a Centroamérica y el Caribe. Nuestras oficinas centrales para la región están en Miami, pero manejan los mercados de México hasta Chile y Argentina, incluyendo Colombia, Brasil, etc. México es el país más potente para la marca en la región en cuanto a producto en general. Asimismo Medio Oriente crece de manera acelerada, siendo dos motores importantes para el crecimiento de la marca.

SMN: ¿Qué país considera que ha entendido mejor el mensaje de Montblanc con respecto a la relojería?

O.L: México, Colombia, y algunos otros gracias a los productos más deportivos: Time Walker, etc.

SMN: Montblanc comenzó a desarrollar instrumentos de escritura, luego realizó joyería, artículos de piel, relojes y ahora gadgets en colaboración con Samsung, ¿van a detenerse en esta mezcla de producto o la seguirán enriqueciendo?

O.L: Creemos que habrá que detenernos en las divisiones que tenemos, e incluso



Olivier Laurian, Director Business Development
Montblanc International.

simplificarlas. Haremos más relojería, instrumentos de escritura y artículos de piel, pero bajaremos un poco el ritmo a la joyería y desarrollaremos, en colaboración con Samsung, tecnologías adaptables a productos que se atesoren día con día. No le llamaría gadget a un e-Strap Time Walker Urban, sino una correa que puede solicitarse o no, montarse o desprenderse sin afectar el valor de la relojería suiza o la buena hechura en resina de un instrumento de escritura que permanecerá por generaciones, incluso si la tecnología evoluciona a otra solución.

SMN: ¿Cómo será el lanzamiento del e-Strap para que la gente entienda a fondo sus funcionalidades?

O.L: Hemos seleccionado mercados para su lanzamiento, ya que no todos tendrán la posibilidad de contar con él, México sí, y por ello hemos capacitado a los vendedores y a nuestros equipos y staff locales.

SMN: ¿En dónde estará Montblanc en los siguientes diez años y cuál es su meta profesional?

O.L: Seremos fuertes, mucho más, en los tres pilares principales: instrumentos de escritura, relojería y artículos de piel. Debemos reinventarnos, por supuesto, para las siguientes generaciones, pero creceremos en esta dirección. En términos personales tenemos un gran equipo, capaz de mantenerse motivado y motivar al entorno, éste es nuestro principal valor.



Montblanc Heritage Orbis Terrarum.



Montblanc TimeWalker Urban Speed e-Strap.



Nueva línea de escritura TimeWalker Urban
Speed Collection.



Nueva línea de piel Sfumato Collection.

TODOS UN MUNDO POR DESCUBRIR.

NUEVA DISCOVERY SPORT.



www.discoverysport.com

[YouTube](#) [LinkedIn](#) [Facebook](#) [Twitter](#)

La programación de este canal de televisión por satélite puede variar sin previo aviso. Reservados todos los derechos.



» ABOVE & BEYOND



Desde la embajada



Mexicanos reunidos en Suiza

Por Rita Segura

La representación diplomática de México en Berna, fue sede de la tercera reunión anual de coordinación entre la Embajada y las Asociaciones de Mexicanos en Suiza, encabezada por el Embajador Jorge Castro-Valle Kuehne. A la reunión asistieron representantes de las asociaciones mexicanas en Basilea, Berna, Ginebra, Vaud-Neuchatel y Zurich, quienes expusieron los planes de trabajo y actividades de cada asociación.

También se realizó una presentación especial del programa de actividades conmemorativas del 70 aniversario del establecimiento de relaciones diplomáticas entre México y Suiza, mismas que se llevarán a cabo en el periodo 2015-2016, y se evaluó la participación de las asociaciones en esta celebración.

Visita de trabajo a Liechtenstein

El Embajador Castro-Valle Kuehne participó en la visita de trabajo a Vaduz que realizaron los embajadores de América Latina y el Caribe acreditados ante el Principado de Liechtenstein.

Los diplomáticos fueron recibidos en audiencia por el Príncipe Heredero Alois de Liechtenstein, y posteriormente acudieron al Centro de Innovación de la empresa Hilti, fabricante de productos de alta tecnología para la industria de la construcción. Christopher Loos, Director General de la compañía, destacó el hecho de que México sea el único país de América Latina que cuenta con una planta de Hilti, en Matamoros, Tamaulipas. ☀

Cambios corporativos

Ulysse Nardin

A partir del 4 de mayo Mr. Wolfgang Sickenberg asume el cargo de Director de Ventas en UN, mismo que responde a la renovada visión que el Grupo Kering desea desarrollar con miras a incrementar su comunicación, incrementar su número de mercados, puntos de venta y subsidiarias. Con dichos movimientos estamos seguros que Patrik Hoffmann, CEO, podrá comandar a su equipo hacia un futuro brillante.

Rolex SA

Tenemos el placer de comunicar que Jean-Frédérique Dufour ejercerá –su anunciado cargo– como Director General a partir del próximo 17 de junio, dando como resultado que Gian Riccardo Marini tome un sitio administrativo en la compañía. Jean Frédéric Dufour es un gran profesional, cuenta con una excelente visión de producto y lo ha demostrado en marcas como: Grupo Swatch, Ulysse Nardin, Chopard y Zenith, un currículum verdaderamente potente, y que le acredita para encabezar la asamblea general ordinaria del Grupo en la fecha mencionada. Jean-Frédérique Dufour fue anunciado como Director General en abril de 2014, sin embargo no había confirmación de la fecha exacta para el inicio de su gestión. ☀

Talento de exportación

Rolex Mentors & Protégés llega a México



González Iñárritu y su discípulo Tom Shoval.

Por Marco Alegría

La culminación de la sexta edición de Mentors & Protégés de Rolex, 2014-2015, se celebrará en la Ciudad de México los próximos 5 y 6 de diciembre. La presentación pública e internacional de la filantrópica iniciativa bienal lanzada en 2012, cuyo principal propósito es el desarrollo del talento y la cultura a través de las artes: danza, cine, teatro, arquitectura, literatura, música y artes visuales se hará en el Teatro Julio Castillo, del Centro Cultural del Bosque. **Swiss Made News** acudió a la presentación oficial de la Iniciativa Artística Rolex, que llegará por vez primera a nuestro país con sus siete tandems de “Mentor y

Discípulo”, incluyendo a los cineastas Alejandro González Iñárritu, tres veces ganador del Oscar, y a su aprendiz Tom Shoval, nacido en Israel.

Por su parte, el discípulo Sebastián Solórzano Rodríguez habló de su percepción sobre Rolex luego de ser seleccionado para el programa Mentors & Protégés: “Rolex para mí era una marca de relojes caros, y ahora me parece una corporación filantrópica que tiene un programa que es absolutamente increíble”.

“En sintonía con la creciente escena artística de la Ciudad de México, estamos muy emocionados por traer la Iniciativa Artística Rolex a la capital de la República.

Este año marca el séptimo ciclo de este programa bienal y, en una alegre coincidencia, contamos tanto con un mentor como con un discípulo mexicanos quienes se suman a una docena de personajes latinoamericanos, de entre los que destacan personajes como Mario Vargas Llosa, Gilberto Gil y González Iñárritu, que han formado parte de los 43 mentores y discípulos”: Rebecca Irvin, Directora de la Filantropía de Rolex. ☀

Destino Suiza



Davos ofrece alrededor de 100 días de invierno para disfrutar aventuras exclusivas relacionadas con el esquí.

Lugano: la ciudad de los parques y las flores

Por Rita Segura

En esta ocasión, les hablaré sobre la ciudad más grande de la región del Ticino: Lugano. Además de ser considerada como el tercer centro financiero en importancia de Suiza, un centro de congresos, de la banca y comercial, también se le conoce como la ciudad de los parques y las flores, de villas y edificios religiosos. Goza de un encanto mediterráneo, que le permite ofrecer al visitante todas las ventajas de una metrópoli y a la vez, el ambiente de una pequeña ciudad.

En una bahía en la orilla norte del lago de Lugano, rodeado por varias montañas de vistas panorámicas, se encuentra este paraíso con sus numerosos edificios de estilo lombardo, museos exclusivos, montañas y una agenda repleta de espectáculos. Gracias a su clima templado y agradable, es posible la existencia de numerosos parques con plantas subtropicales. A lo largo del paseo ribereño se extiende el jardín Belvedere, en el que conviven camelias y magnolias con obras de arte modernas,

una experiencia única. En el Museo Cantonale d'Arte se exponen cuadros de Klee, Jawlensky, Renoir y Degas. El Ticino y especialmente Lugano, se han convertido en los últimos 50 años en una importante región arquitectónica que debe ser visitada.

Los eventos principales

- **Lugano Festival.** Un importante foco de atención cultural, dedicado sobre todo a la música clásica, pero también abierto a otras formas de arte. (Abril-junio).
- **Lugano Festival Jazz.** Considerado el espectáculo más importante de música del Ticino, ofrece conciertos de jazz al aire libre gratuitos. (Junio/julio).
- **“Blues to Bop”.** En los escenarios y las plataformas del centro de Lugano, se puede disfrutar un buen blues, pop, góspel y hasta soul. (Agosto/septiembre). ☀

SAVE THE DATE { Baselworld, Basilea, Suiza. Del 17 al 24 de marzo del 2016 }

Clé de Cartier

Llave de lujo para México

#SimpleIsAnArt

Ya lo revisábamos en Ginebra, pero aquí, como bien dicen los periodistas, “le pusimos las manos encima” a Clé de Cartier, que representa el nacimiento de un nuevo icono para la Maison, un pilar, como apunta su comunicación corporativa, pero hoy llegó la hora de disfrutarlo y calzarlo en la muñeca editorial de **Swiss Made News**.

Una caja que se inspira en la sencillez de las formas, en este caso la circular-oval, sin rasgos intrincados, lo que la hacen pura, elegante y cargada de innovación. Ha nacido —este 2015— un nuevo icono, luego de la presentación del exitosísimo Ballon Bleu de 2007.

Su construcción es tan sencilla como compleja de realizar, sus maravillosas esquinas redondeadas, la delicadeza de sus pulidos, luego se lleva a cabo la construcción de una caja de una sola pieza, restando el fondo atornillado de la misma. Dichas cualidades volumétricas confieren un confort excepcional a la muñeca, dando como resultado un perfil arqueado, fluido, elegante y ergonómico, tan deseado hoy día.

¿Por qué Clé?

El zafiro que le corona a las 3 horas con un corte patentado, posibilita la manipulación del tiempo de manera sencilla y lúdica. Su nombre significa “llave”, y en realidad lo es, pues es la clave para ingresar al reloj y fundirse en el tiempo de la creatividad de la Maison. Con ello, el ajuste de la hora se ejecuta tras empujar la corona y retornar a la posición vertical, lo cual viene acompañado de un “clic”, pues se tiene la intención de que la conexión con su Clé se replique en los sentidos.

Clé, un nombre tan sencillo como potente, de gran carácter y fácil pronunciación, ha llegado a la Manufactura gracias al nuevo movimiento 1847 MC, nombrado así por el año en el que nace la Casa y el primer atelier. Este motor será uno de los corazones más populares de Cartier, debido a su confiabilidad y estabilidad cronométrica. Desarrollado por el equipo que encabeza nuestra querida Carole Forestier, dará vida a la pieza durante no menos de 42 horas, mientras que su acción de carga se ejecuta mediante un rotor bidireccional. Su energía y marcha excepcionales posibilitarán el cambio de fecha semi-instantáneo.

Ya está en México

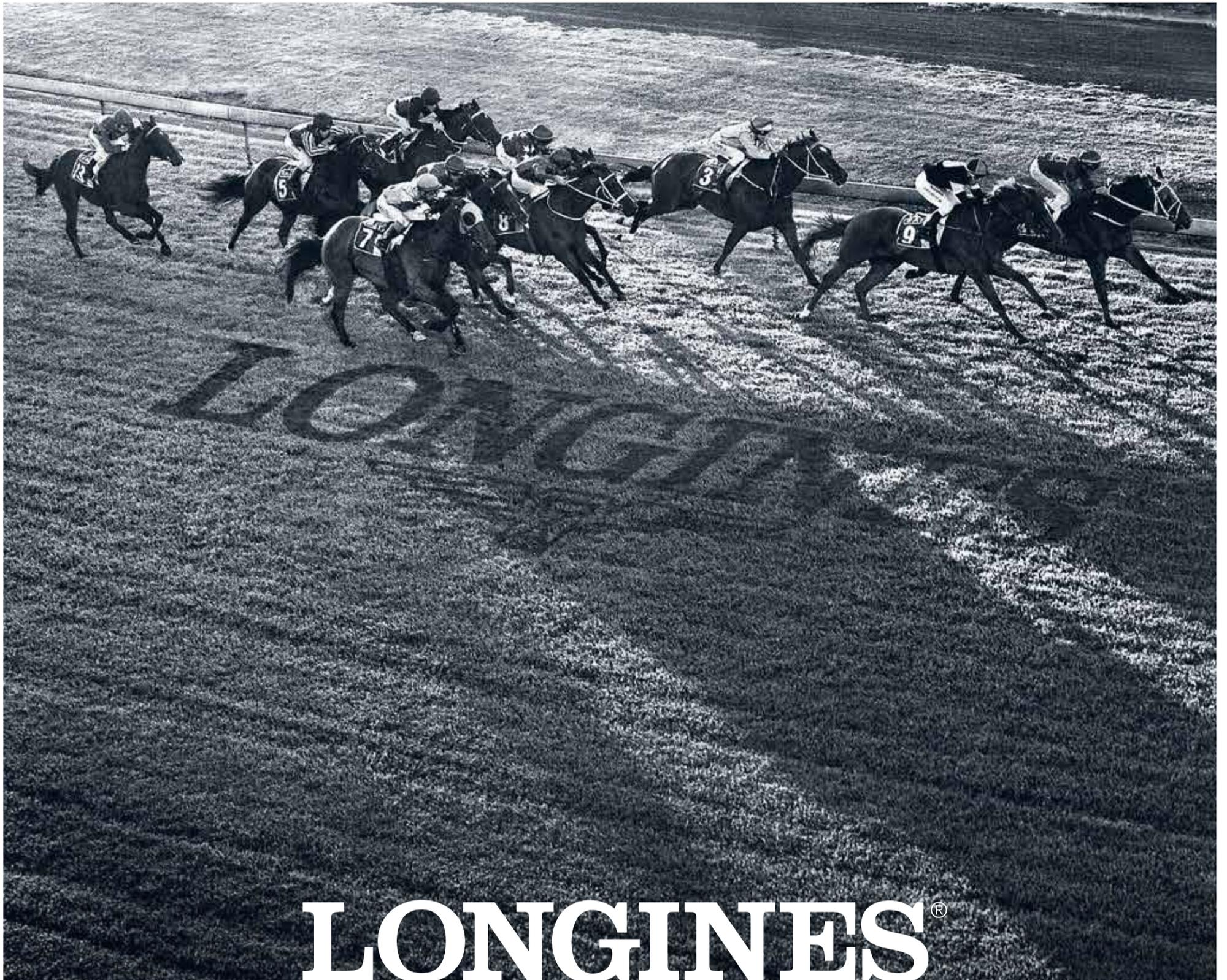
Han llegado tan solo 35 piezas a nuestro país, lo que demuestra la exclusividad inherente al lujo de la Casa fundada en París, y de éstas, podemos destacar que se encuentran disponibles en diferentes tamaños: 31 y 35 mm de diámetro para las referencias femeninas y 40 mm para caballero.



Clé de Cartier, en caja de oro rosa de 18 quilates y correa de piel de cocodrilo color marrón.



Familia Clé de Cartier, el surgimiento de un nuevo icono.



LONGINES®



CRONOMETRADOR OFICIAL



LONGINES
Handicap
de las
Américas

Hipódromo de las Américas – 30 de mayo 2015



Conquest Classic Moonphase