



# Lucha mexicana en el iPod

Ximena Soto Meléndez

Entretenido y diferente. Así se puede describir el videojuego *Peleadores mexicanos*, que desde septiembre de 2009 está disponible para ser utilizado en dispositivos iPod Touch y iPhone. Se trata de un juego de peleas con 10 jugadores, que representan diferentes estados de la República. La aplicación fue desarrollada por **Ricardosoft** ([www.ricardosoft.com](http://www.ricardosoft.com)), una empresa de la Ciudad de México que dio sus primeros pasos con el desarrollo de software, video, bases de datos, soluciones Web y servicios de *hosting*. Como explica su creador, Ricardo Ceballos, la aplicación fue creada originalmente para teléfonos móviles y ya fue comprado por más de 2,000 personas a través de iTunes Store, la tienda de Apple en Internet (que tiene usuarios en todo el mundo y ya registró 3,000 millones de aplicaciones descargadas). Hoy, el videojuego puede descargarse desde 77 países, con un costo de US\$1.99.



## ○ ○ ○ Refrescante y sana

Actualmente, 285 millones de personas en el mundo sufren de diabetes. Con este mercado en la mira, un grupo de estudiantes de ingeniería bioquímica del Instituto Politécnico Nacional (IPN) creó una bebida refrescante con propiedades beneficiosas para personas con esta afección. De acuerdo con Liliana Dondiego, integrante del equipo de investigadores, la principal ventaja del producto es que contiene glicina, un aminoácido que hace que disminuyan los niveles de glucosa en la sangre. Además, está preparado con una base de extracto de flor de jamaica, una sustancia con propiedades antioxidantes que retarda el envejecimiento celular.



## Como en casa

Con un concepto innovador, **Tu casa es mi casa** ([www.micasaestucasadf.com](http://www.micasaestucasadf.com)) creó un lugar de recreación para toda la familia en el centro comercial Plaza Las Flores, en Coacalco, Estado de México. Se trata de un espacio común con salas, mesas y pantallas, donde se puede ver televisión, rentar videojuegos, juegos de mesa o simplemente sentarse a platicar. Además, cuenta con una alacena dotada de botana dulce y salada. La idea es que los clientes se sientan tan cómodos como si estuvieran en su casa, pero con acceso a tecnología y servicios que quizá no tengan disponibles en su hogar. La empresa también reservó un espacio para los más pequeños, que pueden estar en la ludoteca mientras sus padres se divierten o hacen sus compras. Todos los espacios se rentan por media hora y sus costos van desde \$15 hasta \$60.

**15** millones de mexicanos son jugadores regulares de videojuegos.