

# PLAYERS®

OF LIFE  
GUADALAJARA

MARZO 2026  
\$40 MEX \$2.50 US \$3.50 CAN



## *Con alma de agave*

Descubre la historia de Carmen Villarreal, quien equilibra tradición e innovación mientras sueña con un legado familiar que trascienda generaciones y enamore paladares

# PLAYERS®

OF LIFE

**Cada edición es una oportunidad, ¡llega al público correcto!**  
Conoce nuestras temáticas mensuales y conecta con lectores interesados en tu sector.



PLAYERS  
RESTAURANTS  
AWARDS

## Próximas ediciones:

**Abril**

Tendencias inmobiliarias (Arquitectos, interioristas, desarrolladoras, constructoras, y realtors)

**Mayo**

Automotriz, transporte y agencias aduanales

**Junio**

Educación, emprendimiento y tecnología

**Julio**

Legal (Abogados y notarios)



# ¡Anúnciate con nosotros!



Torreón - Saltillo - Monterrey - Guadalajara



Escanea para más información



PLAYERS of Life: Revista - Guadalajara

## El cambio innegable

**E**l mundo de los negocios y la industria en nuestro país experimenta una transformación innegable: el liderazgo femenino está dejando una huella profunda y necesaria. Las mujeres han demostrado una y otra vez que su talento, visión estratégica y capacidad de decisión generan un impacto positivo en la economía y en la sociedad. Sin embargo, aún persisten barreras que limitan su crecimiento profesional y empresarial. Los techos de cristal, esas estructuras invisibles que obstaculizan su avance en posiciones de poder, deben ser derribados con determinación y acción.

Las estadísticas demuestran que la diversidad en los equipos de liderazgo no solo fomenta la innovación, sino que también mejora la rentabilidad y sostenibilidad de las empresas. No se trata solo de equidad; se trata de inteligencia empresarial. La inclusión de más mujeres en la toma de decisiones es una ventaja competitiva que ningún sector puede permitirse ignorar.

Hoy, celebramos a las mujeres que desafían lo establecido, que con su talento y resiliencia rompen barreras y construyen caminos para las nuevas generaciones. También hacemos un llamado a todos los actores de la industria para que juntos trabajemos en la creación de un entorno donde el crecimiento profesional y el reconocimiento no tengan género.

Las ideas brillantes no tienen límites y las decisiones acertadas no distinguen géneros. Es momento de mirar hacia un futuro donde el éxito sea el reflejo del talento, sin restricciones ni techos que lo contengan.

En esta edición encontrarás historias de gran impacto con mujeres que han dejado huella en sus áreas profesionales, además de contenidos de alto nivel para que puedas disfrutar una agradable lectura. ♥



Alejandro Martínez Filizola, Cofundador de Grupo PLAYERS

Foto: Laura Luna

**PLAYERS<sup>®</sup>**  
OF LIFE  
**GUADALAJARA**

**GERENTE COMERCIAL**  
Myriam Alfaro  
e: myriam.alfaro@playersoflife.com

**GERENTE DE CUENTAS CLAVES**  
Diego Llamas  
e: diego.llamas@playersoflife.com

**ASESORES COMERCIALES**  
Nelly Esquivias  
e: nelly.esquivias@playersoflife.com

Montserrat Bolaños  
e: monserrat.bolanos@playersoflife.com

Sarai Cisneros  
e: sarai.cisneros@playersoflife.com

**GERENTE EDITORIAL PRINT**  
Gerardo Esparza  
e: gerardo.esparza@playersoflife.com

**GERENTE DE DISEÑO EDITORIAL PRINT**  
Carlos Lemus  
e: carlos.lemus@playersoflife.com

Jazael Carrillo  
e: jazael.carrillo@playersoflife.com

**BRANDED CONTENT MANAGER**  
Erica Donají Martínez  
e: donaji.martinez@playersoflife.com

**ADMINISTRACIÓN**  
Brianda Guardado  
e: brianda.guardado@playersoflife.com

**COORDINADOR DE MARKETING Y RP**  
Saulo Hernández  
e: saulo.hernandez@playersoflife.com

**DISTRIBUCIÓN**  
José de Jesús Velázquez

**FOTOGRAFÍA DE PORTADA**  
Marifer Rached

CUERNO

@cuernoandares



Calzada

Masaryk

Andares

New York

## DIRECCIÓN GENERAL

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

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

## EDITORIAL

**HEAD BRANDED CONTENT**  
Yovanna García  
e: yovanna.garcia@playersoflife.com

**DIRECCIÓN EDITORIAL**  
César Tovar  
e: cesar.tovar@grupoplayes.com.mx

**HEAD DIGITAL**  
Santiago Vega  
e: santiago.vega@grupoplayes.com.mx

## DISEÑO

**PRINT**  
Dalia Soriano  
e: dalia.soriano@playersoflife.com

**DIGITAL**  
Mario Saucedo  
e: mario.saucedo@playersoflife.com

**MARKETING**  
Gerson Alonso  
e: gerson.alonso@grupoplayes.com.mx

## ADMINISTRACIÓN

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

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

**SUBGERENTE DE OPERACIONES ADMINISTRATIVAS**  
Gabriela Hamdan  
e: gabriela.hamdan@playersoflife.com

## MARKETING, RELACIONES PÚBLICAS Y EXPERIENCIAS

**GERENTE DE MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS**  
Zaira García  
e: zaira.garcia@grupoplayes.com.mx

**SUBGERENTE DE MARKETING**  
Jocelyn Albarrán  
e: jocelyn.albarran@grupoplayes.com.mx

**LÍDER CREATIVO CORPORATIVO**  
Roberto González  
Roberto.gonzalez@playersoflife.com

## SISTEMAS

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

**COORDINADOR DE SISTEMAS**  
Joaquín Batres  
e: joaquin.batres@grupoplayes.com.mx

## RECURSOS HUMANOS

**GERENTE CORPORATIVO DE RECURSOS HUMANOS**  
Mariana Ramírez  
e: mariana.ramirez@grupoplayes.com.mx

**AUXILIAR DE RECURSOS HUMANOS**  
Alessandra Tabares  
e: alessandra.tabares@grupoplayes.com.mx

## PLAYERS EN MÉXICO

**CORPORATIVO**  
(871) 904 4849 y (871) 904 4850  
Av. Ocampo 240 ote.  
Centro 27000  
Torreón, Coahuila

**MONTERREY**  
(81) 2188 0412  
Av. Lázaro Cárdenas 2225,  
Valle Oriente 66260  
San Pedro Garza García, Nuevo León

**GUADALAJARA**  
(33) 2101 0475  
Avenida De Las Américas 1254,  
Country Club 44610  
Guadalajara, Jalisco

**SALTILLO**  
(84) 41433503  
Distrito V Blvd. Venustiano Carranza 2775,  
República 5280  
Saltillo, Coahuila



PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 9 No. 105. Fecha de publicación: 1 de Marzo de 2025. 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](http://www.playersoflife.com)



**NO TODOS LOS RESTAURANTES  
ESTÁN EN EL  
TOP 100 DEL PAÍS**

- MARCO BETETA

**al-Andalus® EN LA PERLA**

**#MILSABORESUNACALZADA**

**CENTRO DE VIDA LA PERLA, AV. MARIANO OTERO 3000, JARDINES DEL SOL, ZAPOPAN, JAL.**



**SPOTLIGHT**

**28** Gabriela Aguilar

**30** Maribel Arteaga

**32** Michelle Greycha

**INSIDE**

**20** BOOKS  
Mario Vargas Llosa

**22** PLAYERS RESTAURANT  
Francisco Ruano

**OUTSIDE**

**84** ARTE  
Instituto Cultural  
Cabañas

Foto: Marifer Reached

**CLICK LIKE  
A PLAYER**

Descubre más  
de nuestro  
contenido digital



**SOCIALES**  
Hotel Hilton  
celebra a la  
gastronomía



**NEGOCIOS**  
Van por nueva  
planta eléctrica

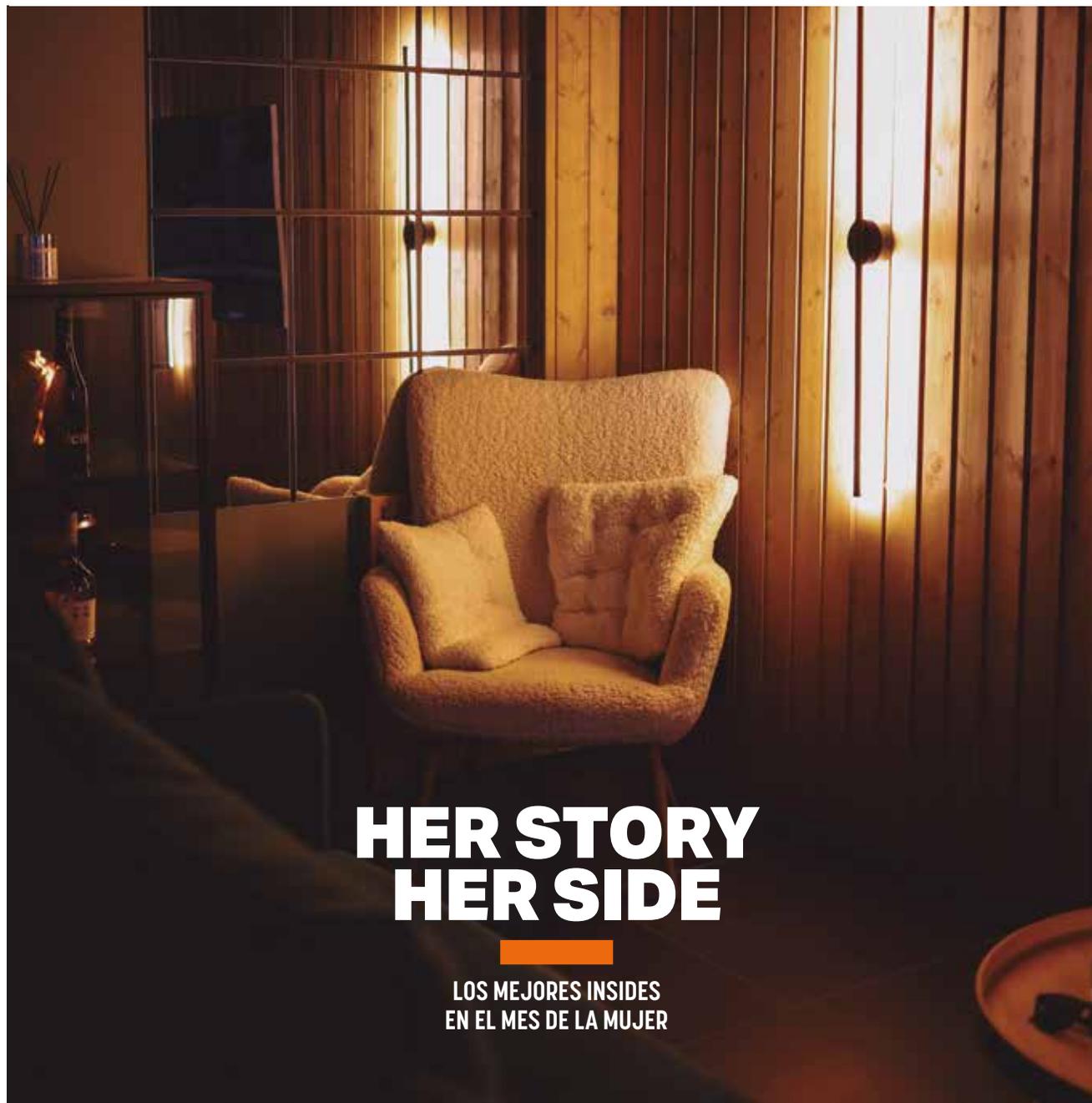


**NEGOCIOS**  
Anuncian nueva pista  
en el aeropuerto

Fotos: PLAYERS of Life y Pexels

# INSIDE

STYLE | BOOKS | MOVIES | GOURMET



## HER STORY HER SIDE

LOS MEJORES INSIDES  
EN EL MES DE LA MUJER

Foto: Pexels

# LA IT GIRL DE LA POLÍTICA

Indudablemente, Altagracia Gómez Sierra ha llamado la atención por su particular y valioso estilo



La heredera de Grupo Promotora Empresarial de Occidente, que incluye al segundo productor mundial de masa de maíz, también lidera otras empresas familiares y, a la par, es el puente entre la iniciativa privada y el Gobierno de México como Coordinadora del Consejo Asesor Empresarial para el Desarrollo Económico Regional y la Relocalización de Empresas (CADERR).

Sin embargo, el fino estilo de la tapatía ha dejado a todos con la expectativa de verla en su siguiente aparición. Aquí una curaduría de las piezas más icónicas de su guardarropa.



Fotos: cortesía

**1 MIU MIU DE TARTÁN**  
Abrigo azul de tartán con cuello Peter Pan  
👛 \$58,788 mxn

**2 ALEXANDER MCQUEEN BLACK DRESS**  
Sofisticación y brillo en un solo vestido  
👛 \$174,462.90 mxn

**3 SENCILLO ACCESORIO**  
El listón a forma de moño es característico de su estilo  
👛 \$58,000 mxn

**4 MARY JANE GREEN PUMPS**  
Zapatos de la marca italiana, Prada  
👛 \$17,244.56 mxn

**5 COMO REINA**  
Con el logo de Miu Miu como pieza principal  
👛 \$11,500 mxn



# *mochomos*





# EMPRESARIO CLAVE E INSPIRADOR

Don Arturo Gilio es, sin duda, un ejemplo de determinación, pasión y compromiso con La Laguna, región de la cual repasó sus memorias y ofreció sus perspectivas en la primera temporada de Black Room

**E**mpresario, visionario y mentor de nuevas generaciones, a lo largo de las últimas décadas, don Arturo Gilio Rodríguez se ha consolidado como una de las figuras empresariales más influyentes de la Comarca Lagunera.

Gracias a su agudeza en los negocios, su nombre es sinónimo de transformar desafíos en oportunidades, dejando una huella imborrable en el desarrollo económico y social de la región.

Su perspectiva, marcada por la pasión por La Laguna, lo han posicionado como un referente, no solo por el éxito acumulado en sus diversas líneas de negocio, sino también por su compromiso con el crecimiento y la prosperidad regional, tal cual lo detalló de viva voz en Black Room, podcast conducido por Maurice Collier, del cual don Arturo fue invitado en el primer episodio de la primera temporada.

## LOS CIMIENTOS DE SU FIGURA

Hombre de ideas y emociones claras, don Arturo no omite que los principales cimientos de su trayectoria se remontan a sus raíces familiares, marcadas por la valentía y la perseverancia.

Según relata él mismo, su abuelo llegó a los Estados Unidos como bracero, hasta que un matrimonio en la frontera le brindó cobijo y la oportunidad de establecerse.

“Mi abuelo llegó a los Estados Unidos y, sin trabajo, se vino como bracero. Allí, un matrimonio que tenía una tiendita le dio cabida”, recuerda.

Y este modesto comienzo en el mundo agropecuario sentó las bases para la mentalidad emprendedora que caracterizaría a toda la familia.

Crecido en Lerdo y formado en el Instituto Francés de la Laguna, don Arturo vivió desde muy joven la dualidad entre la tradición y la modernidad.

Su paso por la preparatoria fue solo el preludio de una decisión que cambiaría su destino. En una anécdota que aún le inspira, recuerda el momento en que, viajando en camión hacia Monterrey, su padre le preguntó: “¿qué vas a estudiar, mi hijo?”.

Con una respuesta que, en su sencillez, revelaba su instinto práctico, eligió la carrera de Contaduría Pública, calificándola como “la más fácil”, sin imaginar en ese instante el universo de oportunidades que se abriría ante él.



**MAURICE  
COLLIER**  
BLACK ROOM  
HOST



**DON  
ARTURO  
GILIO**  
PRIMER  
INVITADO

“

**AFORTUNADAMENTE,  
EN LA COMARCA  
LAGUNERA TODO  
EL MUNDO ESTAMOS  
ACOSTUMBRADOS  
A TRABAJAR. NADIE  
NOS PUEDE PARAR”**

▶ | 🔊 0:00 / 1:07:47

▶ | CC | ⚙️ | 📺 | 📱 | 🗑️

Este enfoque pragmático lo llevó a formar un despacho de contadores y a integrarse en reconocidas firmas, marcando el inicio de una larga carrera en la que la experiencia y el sentido común han sido sus mejores aliados.

### **NACIMIENTO EMPRESARIAL**

El salto de don Arturo Gilio al mundo empresarial se dio en un contexto en el que el ejemplo y el consejo eran tan determinantes como las cifras en un balance.

Tras terminar sus estudios, se integró a Gossler Navarro y Asociados, donde comenzó a forjar relaciones clave. Fue durante este periodo que un maestro, encargado de su examen profesional, le ofreció una lección de vida fundamental: “si usted se queda trabajando en La Laguna, La Laguna se lo va a retribuir”.

Y con esa convicción, decidió apostar por su tierra, cimentando su futuro en la región que lo vio crecer.

Su primera incursión en el negocio agropecuario se dio en el área de la avicultura. Inspirado por el ejemplo de clientes de Gossler, como don Jorge Franco y otros empresarios que ya habían encontrado éxito en la producción de pollo y huevo, emprendió con un “tejabancito” modesto.

Inició con 5 mil pollos, negocio que creció de forma exponencial hasta alcanzar la escala de un millón.

Sin embargo, el camino del emprendimiento no estuvo exento de desafíos, como cuando escenarios como el Newcastle en La Laguna amenazaron con desplazar el mercado

y, ante ello, tomó la difícil decisión de vender su negocio a Bachoco para concentrarse en nuevas oportunidades, sobre todo en el sector de los establos y la ganadería lechera.

Una de las anécdotas que más atesora de esta etapa fue el encuentro con don Manuel Villegas, a quien don Gilio admira profundamente.

En una jornada en la que se encontraba finalizando la construcción de un establo, Villegas le mostró una generosidad y visión de negocio inusuales:

“Venga, señor Gilio, -le dijo- y me lleva al banco. Aquí tiene mi firma en blanco; a partir de hoy, su establo se pagará sin que deba invertir ni un centavo extra”, recuerda.

Este gesto no solo consolidó una alianza estratégica, sino que derivó en el establecimiento de “La Torreña” como su activo emblemático, cimentando su reputación como un empresario que sabe diversificar y reinventarse.

Actualmente, aprovechando la solidez que le dio su experiencia en el agro, decidió dar un giro hacia el sector inmobiliario y, desde entonces, su apuesta ha sido por desarrollos de casas de interés medio a alto, siempre con el sello de calidad que lo distingue.

### **VISIÓN QUE TRASCIENDE GENERACIONES**

Pero más allá de las cifras y los balances, la verdadera fortaleza de don Arturo Gilio radica en su capacidad para inspirar y aconsejar a nuevas generaciones de empresarios.



Maurice Collier, presentador y Don Arturo Gilio, primer invitado del podcast Black Room

Prueba de ello es su experiencia en diversos consejos de administración, en los que ha presidido múltiples juntas, incluyendo el consejo regional de Banamex, permitiéndole comprender a profundidad la mecánica de las grandes corporaciones y la importancia del apalancamiento financiero.

Ante ello, don Arturo enfatiza una lección que repite con insistencia a los más jóvenes: “que no se diversifiquen antes de tener una base sólida. Una vez que la empresa esté solvente y sin problemas de cartera vencida, entonces sí, pueden diversificar”.

Entendiendo que esta recomendación parte de su impecable historial: “en 55 años de ser hombre de empresa, jamás he tenido un peso en cartera vencida”, declara con convicción, subrayando la importancia de mantener relaciones de crédito transparentes y confiables.

## PERSPECTIVAS E INSPIRACIONES

Tan respetuoso como habilidoso, don Arturo da el crédito merecido a las figuras de admiración que le precedieron en el camino, como Luis de la Rosa, el doctor Rendón y don Ramón Iriarte, nombres que dejaron un legado imborrable.

Sin embargo, también mira al futuro con el mismo optimismo y reconoce que la nueva generación, ejemplificada por grandes jóvenes talentos del sector, están llamados a forjar un futuro prometedor.

Todo, empujado por su amor incondicional a la región, afirmando con orgullo que: “mi corazón está en Gómez Palacio, mi crecimiento en Lerdo y mi vida en Torreón”, lo cual se ha traducido, a la vez, en su implicación en proyectos cul-

turales y deportivos, como el Coliseo Centenario, un centro de espectáculos que ha sabido reinventarse en tiempos en que las corridas de toros han perdido protagonismo.

Y aunque él prefiere apoyar desde la distancia, aplaude que esta iniciativa, impulsada por su hijo Arturo, represente la adaptabilidad y visión de futuro necesarias para seguir aportando a La Laguna.

Con sabiduría, respecto al futuro, don Arturo es cauto pero optimista, pues a pesar de reconocer que “ya no es lo mismo que en el 2000”, vislumbra un porvenir en el que el esfuerzo y la capacidad de adaptación seguirán siendo fundamentales.

Desde su experiencia, observa que, para las grandes empresas que han sido pilar del crecimiento, los tiempos han cambiado y el mercado se ha vuelto más competitivo, lo que abre la pauta a repensar estrategias para mantener la relevancia.

Finalmente, en cuanto a sus proyecciones para la Comarca Lagunera, don Arturo es enfático al señalar que se basan en un mensaje de continuidad y compromiso.

“La Laguna se ha forjado con el trabajo y la perseverancia de sus gentes; yo no pienso parar, si algo me quitan, que me lo quite Dios”, asegura. ♦



 @BlackRoomMauriceCollierPodcast

 Black Room Maurice Collier Podcast

# LEGEND

H O R I Z O N L E V I N G

Legend es el resultado de una colaboración excepcional entre **referentes globales** y **talentos locales**. Con la visión innovadora de *Estudio AMA*, la maestría arquitectónica de *Skidmore, Owings & Merrill (SOM)*, el liderazgo de *Trust Capital* y la experiencia de *Inverti*, este desarrollo transforma el horizonte de la ciudad, equilibrando modernidad y tradición en cada espacio, así como *Canopy by Hilton* y *Esrawe* aportan su sello distintivo, fusionando hospitalidad y diseño para crear una experiencia única en el área del hotel.

Cada trazo y cada detalle responden a un propósito, redefinir el horizonte con un diseño que **honra el pasado** mientras **proyecta el futuro**.

## RESIDENCIAS EN PREVENTA

[legendtower.com.mx](http://legendtower.com.mx)

### CONTACTO



33 2027 3710

## SHOWROOM

PLAZOLETA LEGACY TOWER  
Av. Empresarios 62, Distrito  
Andares, Zapopan, Jalisco.

# UNA CAVA *EN CASA*

Si eres amante del vino, seguro tienes algunas botellas en la alacena. Y para que estén en las condiciones correctas, te damos cinco tips de expertos para que tengas un espacio propio para degustar de un trago de tinto o blanco

**01 ELIGE EL MEJOR LUGAR.**  
Según Concha y Toro, primero debes elegir un lugar fresco, oscuro y libre de otros aromas invasivos. Por ejemplo, debajo de las escaleras o una habitación en desuso. Y que ese espacio no tenga vibración y ni luz para evitar que se envejeczan o se oxiden los vinos.

**02 COMPRA DE MANERA CORRECTA.**  
Los expertos del Marqués Casa de Concha aconsejan comprar más tintos que blancos. Esto porque tienen un potencial de guarda mayor que los blancos. Sus sabores evolucionarán de mejor manera con el paso del tiempo.

**03 DEBES CONTROLAR LA TEMPERATURA.**  
Los expertos marcan como ideal los 10 grados centígrados, pero entre 7 y 18 grados funcionará perfectamente. Recuerda que si hace más frío, el envejecimiento del vino se demorará y sus sabores serán más complejos.

**04 EMPIEZA CON POCAS BOTELLAS.**  
No se trata de llenar tu casa de botellas, sino comenzar con lo que te guste y de a poco ir creciendo en cantidad. Puedes iniciar con una decena y renovar marcas o tipos de uvas de acuerdo a tus caprichos.

**05 DEJA REPOSAR LA BOTELLA.**  
Una vez que vas a descorchar algún vino de tu cava debes dejarla de pie por lo menos 24 horas si estuvo guardada por meses. Con esto, los sedimentos se irán al fondo y liberará los aromas que guardó durante ese tiempo.



Foto: Freepik

# Ger PIONEROS ES NUESTRA HISTORIA;

SEGUIR LIDERANDO,  
NUESTRO COMPROMISO

A nuestros alumnos,  
a nuestros egresados,  
a nuestros profesores,  
a nuestros colaboradores,  
a los padres de familia,  
a nuestros consejeros, aliados y amigos,  
así como a todas las personas, empresas e instituciones públicas y privadas  
que durante 90 años han dado su apoyo y confianza a esta Casa de Estudios,  
y sobre todo a Dios

*¡gracias!*

Han sido un pilar fundamental en el cumplimiento de nuestra misión de educar integralmente a personas fomentando en ellas los valores trascendentes, así como de promover el bienestar y progreso de la sociedad.

**3 de marzo de 2025.**



**UAG**

Universidad  
Autónoma de  
Guadalajara

Powered by **Arizona State University**®

**INNOVADORES DESDE SIEMPRE**

# LA (IN)COMODIDAD DEL CLICHÉ

LOS ESTEREOTIPOS INVADEN LAS OBRAS CINEMATOGRÁFICAS Y, A MENUDO, HAY UN APROVECHAMIENTO POLÍTICO Y SOCIAL DE ELLOS

**D**ecía Roland Barthes en "Mitologías" (1957), que en la película "Julio César", de Joseph Mankiewicz, todos los personajes tienen un flequillo en la frente. Algunos lo llevan aceitado, otros bien peinado y uno que otro lo lleva rizado. ¿A qué obedece esta obsesión de peinado? A que así se había establecido la imagen de lo que era ser romano.

"Todo el mundo está instalado en la tranquila certidumbre de un universo sin duplicidad, donde los romanos son romanos por el más legible de los signos, el cabello sobre la frente", atiza Barthes.

La industria del cine, así como ocurre con algunos de los productos que ofrecen las empresas de streaming, logran colocar al espectador en esa butaca de certidumbre, de darle representaciones digeridas socialmente -por llamarlo de alguna forma- y se establece un vínculo de estereotipos difícil de romper. Sin embargo, estas representaciones no siempre son positivas. ◀



## EL ENEMIGO: EL SALVAJE

"The Great Train Robbery" (1903) es un cortometraje estadounidense de Edwin S. Porter y es considerado como el primer western en forma.

En el film los maleantes portan sombrero negro y los héroes llevan uno más claro. Es entendible el contraste de colores para la época, dado que, al ser una película en blanco y negro, se hacían más explícitas las representaciones del bien y el mal. Sin embargo, esa "tradición" continuó en uso en el resto de los westerns y, para cuando llegó el color a los cines, ya era complicado cambiar la tendencia. En el imaginario colectivo, los "malos" deben ser los que visten de colores oscuros. A partir de los años 30, el enemigo sería el indio que impide el progreso del buen americano, el "salvaje" que no sabe de leyes ni vivir en sociedad.

Si la Historia nos ha enseñado algo, es que el relato que se impone es el del vencedor. Y los westerns, en su mayoría, nos hicieron temer al "otro", al salvaje que trata de impedir el paso del héroe. Si nos detenemos a mirar el panorama actual en la política estadounidense, nos daremos cuenta que en poco (o nada) se ha modificado la retórica. Solo ha cambiado quién lleva puesto el sombrero negro.



## POBRE, PERO HONRADO

"Ustedes los pobres que tienen un corazón tan grande para todo. Denme un pedacito. Ustedes son buenos... ¿Me perdonas, Chachita?"

Como ya lo habrá adivinado el cinéfilo lector, estas líneas forman parte del final de "Ustedes los ricos" (1948), de Ismael Rodríguez. La Época de Oro del Cine Mexicano estuvo llena de melodramas en los que el personaje principal era pobre, pero honrado. Pedro Infante fue el protagonista de muchas de estas historias en las que importaba más subsistir a través del amor, que tener dinero, y se convirtió en una resignada forma de afrontar la existencia.

Es por esto que cuando irrumpió "Los Olvidados" (1950), de Luis Buñuel, la sociedad mexicana sufrió una tremenda sacudida. Los pobres no siempre son "buenos", reflejó la película.

Pese a la evolución del cine mexicano, el estereotipo del "buen pobre" parece haber quedado dentro del imaginario colectivo, tanto así que hoy en día aún es motivo central de discursos políticos y campañas.



## ¿ET L'ESSENCE MEXICAINE?

Otro caso peculiar es el de Speedy Gonzales. Si bien el ratón mexicano siempre fue más astuto que el atolondrado gato Silvestre, siempre aparecía con un sombrero gigante y su grito de "¡ándale, ándale!" se convirtió, para el imaginario estadounidense, en sinónimo de cómo nos comunicábamos en México. Cualquiera pensaría que esos estereotipos se tendrían que perder conforme avanzan los años, pero no siempre ocurre.

Ya pasado el vendaval, vale la pena recordar el caso de "Emilia Pérez" (2024), de Jacques Audiard. La polémica, y el rechazo de los latinoamericanos, radicaba precisamente en la estereotipificación de la sociedad mexicana, así como el abordar con superficialidad el tema de los desaparecidos, que es un gran problema actual. Como respuesta, ingeniosa y divertida, llegó el corto "Johanne Sacreblu" (2025), de Camila Aurora. En ella se hace uso de los peores estereotipos franceses a manera de cachetada con guante blanco.



## SUBVERTIR E INNOVAR

¿Entonces cuál es el camino que queda para hacerle frente a los estereotipos? Uno de ellos es retomarlos para darles otro significado.

Ejemplo de ello es la serie "The Boys", de Prime Video. En ella se muestra a un grupo de superhéroes y cómo, en un entorno más real, usan sus poderes para sus propios intereses y no necesariamente para el bien común. También se retrata, de forma satírica, toda la mercadotecnia que envuelve a ese tipo de personajes.

Barthes mencionaba que el estereotipo es "la palabra repetida fuera de toda magia". Algo similar podríamos exigir de las obras cinematográficas: que las películas no pierdan su magia al repetir, incansablemente, representaciones (in)cómodas y vacuas.



# *El arquitecto* **DE LA NARRATIVA**

**Desde Arequipa al Nobel, Vargas Llosa construyó una obra literaria universal que confronta la historia y las contradicciones humanas**

**H**ay escritores que capturan el momento, otros que narran lo extraordinario, y luego está Mario Vargas Llosa, quien disecciona el alma de las sociedades con una maestría quirúrgica. Nacido en Arequipa, Perú, en 1936, el escritor no solo ha conquistado los escenarios literarios más prestigiosos, sino que también ha dejado una huella indeleble en el pensamiento político y cultural de nuestro tiempo. Vargas Llosa es un narrador total, un arquitecto de historias que, al construirlas, revela las estructuras invisibles que sostienen a las sociedades y las fracturas que las amenazan.

La narrativa de Vargas Llosa es una coreografía entre el caos y el orden. Sus novelas no siguen caminos rectos, sino que se despliegan en una compleja red de voces, tiempos y perspectivas. Leerlo es adentrarse en un laberinto donde las historias colisionan, se bifurcan y, finalmente, convergen para ofrecer una verdad múltiple. “Escribir es ordenar el caos de la memoria y la imaginación”, ha dicho en varias ocasiones.

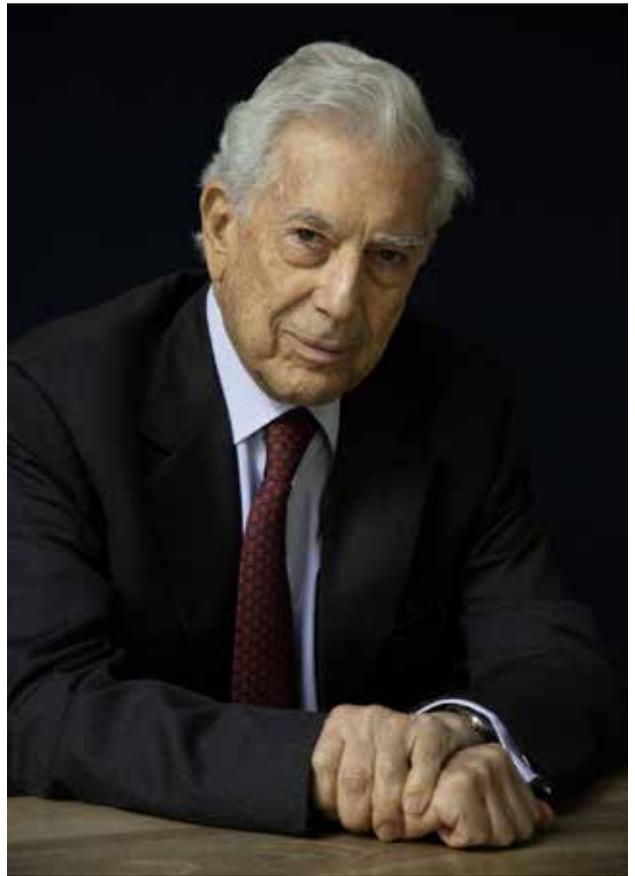
El premio Nobel de Literatura no es solo un creador de ficciones, es también un intelectual público. Su vida ha sido una extensión de sus ideas, un campo de batalla donde el arte, la política y la libertad se entrelazan. Desde su candidatura presidencial en Perú en 1990 hasta sus ensayos sobre cultura y democracia, Vargas Llosa ha demostrado que escribir es, también, un acto político.

A pesar de la complejidad de sus historias y su posición como uno de los máximos exponentes de la literatura hispanoamericana, el intelectual mantiene una visión casi obsesiva del oficio del escritor. “La literatura es fuego”, declaró en su discurso de aceptación del Premio Rómulo Gallegos en 1967, una frase que encapsula su compromiso visceral con las letras.

## **LA CRÓNICA DE LAS SOCIEDADES ROTAS**

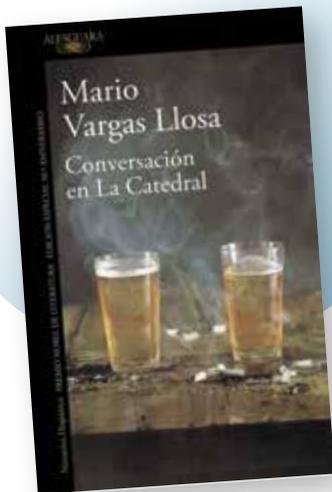
Leer a Vargas Llosa es recorrer un mosaico de mundos: la dictadura en “La Fiesta del Chivo”, las jerarquías sociales en “La ciudad y los perros”, las tensiones entre la modernidad y la tradición en “El hablador”. Cada novela es un retrato detallado de los sistemas de poder, los conflictos de clase y las fragilidades humanas. Pero su grandeza no reside solo en los temas que aborda, sino en cómo los presenta.

Vargas Llosa construye personajes que son, al mismo tiempo, arquetipos y seres profundamente humanos. Sus his-



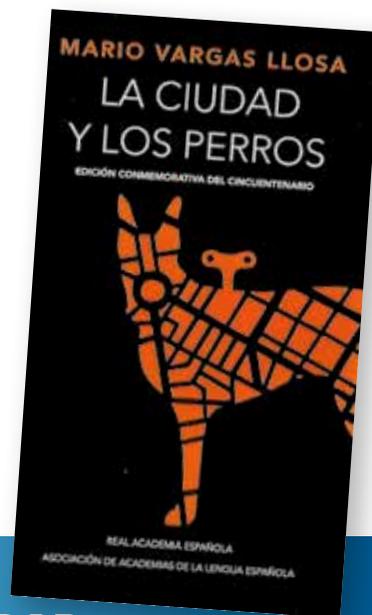
torias son espejos donde las sociedades se ven reflejadas, a menudo con más preguntas que respuestas. Sus novelas no son solo ficción, son manuales de supervivencia para navegar en un mundo lleno de complejidades. Su estilo, marcado por una prosa limpia y una estructura narrativa elaborada, transforma lo ordinario en extraordinario.

Si hay algo que caracteriza a Vargas Llosa, es su habilidad para transformar un escenario local en una historia universal. Ya sea en las calles de Lima, en los salones del poder en Santo Domingo o en las comunidades amazónicas, sus relatos resuenan porque exploran lo que nos hace profundamente humanos. ♦



## CONVERSACIÓN EN LA CATEDRAL

Con una estructura narrativa innovadora, esta novela examina los efectos de la dictadura de Manuel A. Odría en Perú. A través de los diálogos de sus personajes principales, Vargas Llosa construye un mosaico de corrupción, desilusión y resistencia que resuena en cualquier contexto político.

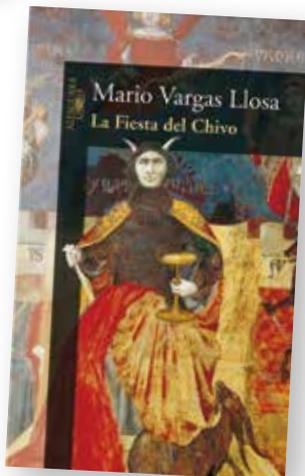


## LA CIUDAD Y LOS PERROS

Este retrato del Colegio Militar Leoncio Prado es también una radiografía de la sociedad peruana. A través de los ojos de sus cadetes, Vargas Llosa explora la violencia, el machismo y las jerarquías que moldean a los individuos. Una obra que marca el inicio de su trayectoria literaria con un impacto poderoso.

## LA FIESTA DEL CHIVO

La dictadura de Rafael Trujillo en la República Dominicana es el telón de fondo de esta novela. A través de varias perspectivas, Vargas Llosa reconstruye un régimen de terror y explora las cicatrices que deja el poder absoluto en una nación.



## LA GUERRA DEL FIN DEL MUNDO

Inspirada en la revuelta de Canudos en Brasil, esta novela histórica es un ejemplo de la capacidad de Vargas Llosa para convertir hechos reales en relatos fascinantes. Con una narrativa coral, explora el fanatismo, la desigualdad y el enfrentamiento entre el progreso y la tradición.



## EL SUEÑO DEL CELTA

Basada en la vida de Roger Casement, esta novela explora temas como el colonialismo, los derechos humanos y la contradicción entre ideales y acciones. Es un ejemplo de cómo Vargas Llosa utiliza la historia para iluminar los dilemas morales de la humanidad.

## EL HABLADOR

Ambientada en la selva peruana, esta novela reflexiona sobre la identidad, la tradición y el impacto de la modernidad en las comunidades indígenas. Es una obra que cuestiona la relación entre el narrador y lo narrado, y el papel del escritor frente a su sociedad.





Foto: PLAYERS of Life

El restaurante *Alcalde* ha transformado la gastronomía jalisciense con su visión única. Reconocido entre los *50 Best de América Latina*, reinventa los ingredientes locales con técnicas modernas, creando una experiencia que va más allá del paladar

# LA REVOLUCIÓN DE LOS SABORES DE JALISCO



**E**n Guadalajara, donde el sol pinta el día con tonos cálidos y el aroma de tierra mojada se mezcla con las especias del mercado, hay un lugar que alimenta y narra historias. Alcalde no es un restaurante cualquiera; es un universo donde cada plato es un capítulo que invita al comensal a leerlo con el paladar. En su corazón está Francisco Ruano, un chef que ha hecho de la cocina su lienzo y de la Perla Tapatía su galería.

Al entrar a Alcalde, se percibe algo más allá del bullicio urbano. Las mesas, cuidadosamente dispuestas, parecen páginas en blanco esperando ser escritas con texturas y sabores. Los platos son poemas culinarios que combi-



nan tradición y modernidad. Aquí, un mole puede recordar a la abuela, pero también sorprender con técnicas que lo transforman en algo completamente nuevo. El clote, ese emblema del campo mexicano, se reinventa, mezclando texturas, temperaturas y memorias. Es como si cada bocado dijera: “Mira lo que podemos ser cuando honramos lo que hemos sido”.

Ubicado en una ciudad profundamente arraigada en la tradición, Alcalde ha logrado convertirse en un puente entre lo que México fue y lo que aspira a ser. No es casualidad que ocupe el puesto 12 en la prestigiosa lista de los 50 Best Restaurants de América Latina. Pero este logro no es un trofeo para presumir; es el resultado de una visión que entiende que la gastronomía no se trata solo de alimentar, sino de conectar.

En Alcalde, la cocina al vacío dialoga con el fogón de leña, y lo que resulta es una conversación entre épocas. Los ingredientes locales son tratados con una delicadeza que los enaltece. No hay pretensión, solo respeto. Y este respeto se extiende a cada detalle, desde la presentación hasta el servicio. Cada plato llega a la mesa como un actor en un escenario, y su actuación siempre es memorable.

#### DATOS DEL CHEF

- Fue reconocido por Senado gracias a su impulso a la gastronomía sustentable
- Estelarizó la versión mexicana de Iron Chef
- Su platillo de la infancia es el espinazo con verdolagas
- De su menú disfruta el coco tierno con leche de tigre, ikura y caviar de algas
- Disfruta de la carne y los mariscos, aunque siempre vuelve a las tortas ahogadas

#### EL CHEF QUE VOLVIÓ A CASA

En el centro de esta experiencia está Francisco Ruano, un chef que ha logrado lo que pocos: construir una narrativa culinaria que une raíces y alas. Aunque su formación comenzó en las cocinas locales, su carrera lo llevó a recorrer el mundo. Comenzó en Puerto Vallarta, donde hizo una estancia con Thierry Blouet, propietario del Café de los Artistas. También estudió en la escuela de cocina Luis Irizar, una de las más prestigiosas de España; y trabajó en los restaurantes Mugaritz (País Vasco), Celler de Can Roca (Girona) y

Noma (Dinamarca), considerados todos entre los mejores del mundo.

Sin embargo, Ruano siempre supo que su verdadera inspiración estaba en México. Regresó con la firme intención de reinterpretar los sabores que lo habían formado, y el resultado es una cocina que cuenta historias. Cada plato de su gastronomía es una oda a los ingredientes locales, una declaración de amor a los productos de su tierra.

Ruano no solo cocina; enseña, inspira y abre caminos. Ha sido un catalizador para la cocina jalisciense, demostrando que los productos locales tienen un valor inigualable. Gracias a su ejemplo, otros chefs han comenzado a mirar hacia adentro, redescubriendo el potencial de lo auténtico.

Una de las cualidades más admirables de Ruano es su capacidad para simplificar sin perder la profundidad. En un mundo donde la gastronomía a menudo se envuelve en un halo de pretensión, él nos recuerda que la excelencia está en lo bien hecho, no en lo complicado. Para Ruano, la cocina es un diálogo, y cada plato es una respuesta. “Innovar sin olvidar, crear sin perder la esencia”, parece ser su mantra. Su impacto no se limita a los fogones; también está en las mentes y corazones de quienes han trabajado con él.

#### UN LEGADO PARA LA CIUDAD

Alcalde no es solo un restaurante; es un testimonio de lo que ocurre cuando el talento, la pasión y el respeto por las raíces se unen. Es un recordatorio de que la gastronomía no es solo un arte, sino un acto de amor hacia la tierra, la cultura y las personas. Ruano y su equipo han creado un espacio donde cada plato es una carta de amor a México.

Así que deja que Alcalde te guíe a través de un viaje que va más allá del sabor. Porque aquí la comida es una historia, una memoria, un abrazo. Y en un mundo que a veces parece moverse demasiado rápido, este lugar nos recuerda la importancia de detenernos, saborear y celebrar lo que realmente importa.♥

## LA ZONA DEL SILENCIO

# LATIDOS DEL DESIERTO

Conocida como el Triángulo de las Bermudas mexicano, la Zona del Silencio promete una de las experiencias de viaje outdoor más deslumbrantes. Entre sus actividades destaca la observación de estrellas, cabalgatas, exploración de flora y fauna, caminatas nocturnas y el tan ansiado sueño ciudadano: la desconexión total

Texto y fotos: Adán Tamez

**H**ay algo en esta tierra que continúa llamándome y me ha traído de vuelta 10 años después de mi primera visita, específicamente al ejido La Flor y su complejo ecoturístico dentro en la Reserva de la Biosfera de Mapimí, donde convergen los estados de Chihuahua, Coahuila y Durango.

En esta área protegida no existe tal cosa como el tiempo, pues no hay señal telefónica ni red WiFi. Durante el día, a donde voltees encontrarás kilómetros de paisajes desérticos que podrían encarnar fácilmente al salvaje oeste en una película *western*. Y por la noche, los secretos del universo se revelan, con un manto estelar como nunca lo has visto.

El desierto mexicano esconde una belleza sin igual que respira y murmura. La Zona del Silencio es un lugar para escuchar, observar y reflexionar sobre esas preguntas que evadimos en la cotidianeidad, donde lejos de historias de extraterrestres y vórtices de espacio-tiempo, el único encuentro cercano es con uno mismo. ♦

**EL NOMBRE DE ESTA REGIÓN ALUDE AL EFECTO DEL ELECTROMAGNETISMO DE SU TIERRA, QUE HACÍA IMPOSIBLE LA COMUNICACIÓN TERRESTRE EN EL SIGLO PASADO**





## ¿CÓMO LLEGAR?

El punto más fácil de acceso en auto es llegar a Torreón, Coahuila, para de ahí tomar la carretera 49D hacia Jiménez, Chihuahua, rumbo al norte. En la salida del kilómetro 120, un señalamiento marca la entrada a la enigmática zona.

A unos ocho kilómetros de terracería, nos recibe Sergio Herrera, habitante del ejido La Flor y socio de la empresa turística que opera las visitas a la Zona del Silencio. Por un precio de 250 pesos mexicanos por persona nos renta un área de campamento, pues nuestro cometido es observar y dormir bajo un millón de estrellas.



## VENTANAS HACIA EL UNIVERSO

Aquí hay diversos sitios de camping con mesas, fogatero, techo y asador, donde podrás alzar tu tienda de campaña y cocinar tus alimentos. También cuentan con baños ecológicos privados. De igual manera, existe la posibilidad de alojarte en sus habitaciones rústicas con capacidad para tres personas cada una, con baños y regaderas externas.

Al caer la noche, el cielo se ilumina de horizonte a horizonte con millones de puntos incandescentes. Este lugar posee uno de los índices más bajos de la escala de Bortle en México, que mide la oscuridad del cielo nocturno. En una noche de Luna Nueva sin nubes es posible ubicar la gran mayoría de constelaciones descubiertas. La experiencia es absorbente y alucinante: estrellas fugaces, galaxias, planetas y uno que otro objeto volador no identificado.



## UNA HISTORIA INSÓLITA

La Zona del Silencio cuenta con su propio museo de historia local, donde Sergio comparte los relatos, mitos y leyendas que pusieron a este lugar en los ojos del mundo, así como la flora, fauna y geología que da forma al Bolsón de Mapimí, cubierto por agua hace millones de años. Nos cuenta que aquí han llegado astrónomos, ufólogos y viajeros de todas partes del globo para descubrir sus misterios.

El 11 de julio de 1970, la NASA lanzó el cohete Athena, cuya cápsula espacial supuestamente se "desvió" y cayó a 45 kilómetros dentro del desierto. En colaboración con el gobierno mexicano, el Ejército estadounidense y un grupo de científicos de Cabo Cañaveral entraron para recuperarla, aunque su estadía duró más de lo esperado, pues encontraron algo más que, al parecer, ya estaban buscando.

Sin afán de hacer spoiler, los elementos de esta trama son la Guerra Fría, la NASA, el gobierno mexicano, elementos químicos y supuestos seres de otros planetas. El resto de la historia te está esperando en el museo local.



## DESIERTO PARA TODOS

En la Zona del Silencio hay muchas actividades para toda la familia. Desde cabalgatas, tours de plantas medicinales en verano, talleres de pintura y manualidades, un sendero fotográfico, caminatas nocturnas, recorrido por la zona de dunas donde cayó la cápsula Athena, actividades de educación ambiental, talleres de elaboración de pan y queso, entre otras.

También puedes optar por el servicio de comedor que prepara un menú de desayuno, comida y cena para los visitantes, previo a reservación.

Todo el año es ideal para una visita, pero las temperaturas varían dependiendo la temporada. El invierno y el otoño son mis fechas preferidas, pues también se alinean con las lluvias de estrellas como las Leónidas en noviembre.

Para una mejor experiencia es recomendable agendar tu visita e itinerario de viaje individual o en grupo con Sergio en la página [www.zonadelsilencio.com.mx](http://www.zonadelsilencio.com.mx). Recuerda que esta es un área natural protegida y patrimonio de nuestro país, está en nosotros mantenerla y cuidarla para que las generaciones futuras puedan seguir disfrutando, conociendo y reconectando con un desierto que vive, respira, siente, y es el eterno testigo de nuestra historia como civilización.

### EN DATOS:

- La Zona del Silencio se encuentra alineada por la misma latitud que el Triángulo de las Bermudas e incluso las Pirámides de Egipto.
- Este sitio ya ha sido llevado a la pantalla grande en el filme Silencio (2018) de la directora regiomontana Lorena Villarreal.
- Aquí se encuentra el Laboratorio del Desierto, un centro de investigación operado por el Instituto de Ecología, A.C.
- En algunas zonas altas es posible tomar algo de señal telefónica. Y para emergencias, los habitantes del ejido cuentan con WiFi satelital.

### INDISPENSABLES DEL VIAJE:

- Tienda de campaña
- Ropa abrigadora en capas
- *Sleeping bag*
- Agua potable
- Bolsas para basura
- Botas de montaña o calzado deportivo con suela antiderrapante
- Lámpara de mano o cabeza LED
- Kit de primeros auxilios
- Carbón o estufa de gas portable





# ¡Vamos!

## De resistir una crisis a conquistar el mercado

En Grant Thornton, escuchamos y aprendemos para encontrar soluciones que inspiran. Así puedes aprovechar al máximo este momento y mantenerte preparado para lo que venga.



[Grantthornton.mx](http://Grantthornton.mx)

El Salles Sainz Grant Thornton SCS, es una firma miembro de Grant Thornton International Ltd (GTIL), GTIL y sus firmas miembros y/o filiales, una entidad internacional, sus servicios son prestados por las firmas miembros. GTIL y sus firmas miembros no se responsabilizan ni obligan a otros y no son responsables del contenido y consecuencias de los datos.



Foto: Carlos Zepeda

GABRIELA AGUILAR

# UNA HISTORIA BIEN CONTADA

LA PRIMERA MUJER AL FRENTE DEL SISTEMA JALISCIENSE DE RADIO Y TELEVISIÓN BUSCA TRANSFORMAR LOS MEDIOS PÚBLICOS CON UNA PROGRAMACIÓN INCLUSIVA Y CULTURAL

**E**n una esquina de la historia, Gabriela Aguilar, la nueva directora del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV), camina entre los ecos de su pasado y las frecuencias del futuro. Periodista, productora, madre, líder. Su voz, que alguna vez pidió canciones en la radio, ahora resuena en la coordinación de una institución que busca reorientar los medios públicos hacia la ciudadanía.

Nació con el sueño de ser maestra, pero su destino cambió frente a una televisión donde presentadoras como Gloria Calzada y Marta Aguayo guiaban programas llenos de música. Fue entonces cuando la magia del micrófono y la fascinación por las historias al aire despertaron en ella una vocación diferente. Gabriela, la niña que grababa canciones en cassette, creció para ser la mujer que decide cómo se cuenta la nueva historia del SJRTV.

En sus primeros pasos por el mundo de la comunicación, redactó notas para programas de radio en una época donde las revistas como “Notitas Musicales” y “Fama” eran las redes sociales de ese tiempo.

## EL ASCENSO EN EL AIRE

El primer sueldo llegó con una cabina de teléfonos. Desde allí, Gabriela absorbió el ritmo frenético de la radio. “Estar en la radio es un acto de malabarismo: confirmar invitados, planear temas, coordinar en vivo... y siempre con la adrenalina al límite”, comparte. Fue en ese caos controlado donde aprendió a gestionar personas y contenidos, habilidades que luego la llevaron a dirigir estaciones y programas en diferentes medios de comunicación.

El cambio de la radio tradicional a las plataformas digitales marcó un antes y un después en su perspectiva. “Antes la audiencia llamaba a pedir canciones, ahora el público toma su teléfono, graba su vida y la comparte al mundo. Nosotros, como periodistas, debemos aportar algo que trascienda lo inmediato: credibilidad, investigación y contexto”.

Su nombramiento como directora del Sistema Jalisciense de Radio y Televisión no fue casualidad, sino resultado de una trayectoria construida con pasión y vocación. “La invitación del Gobernador Pablo Lemus me llevó a reflexionar sobre la responsabilidad de liderar una institución que es de todos los ciudadanos”, comenta.

Bajo su dirección, Gabriela planea consolidar la programación de los canales 17.1 y 17.2, fortalecer la producción de contenidos culturales y educativos, e integrar

## REGRESO AL ORIGEN

El Sistema Jalisciense de Radio y Televisión inició operaciones el 16 de enero de 1991. Desde entonces hasta ahora, ha tenido una decena de directores al mando y Gabriela es la primera mujer en tomar las riendas. Para ella es simbólico porque ahí, entre cámaras y micrófonos, empezó su vida frente a la audiencia.

“Cuando comencé en radio, tuve la oportunidad de entrar al aire con notas de vialidad en distintos lugares; esos fueron mis pininos como reportera. En ese inter, mi primer trabajo en televisión fue en lo que entonces era C7, en un programa que se llamó ‘Tiempo libre’, donde hablaba de cine y de recomendaciones. Por eso me parece muy simbólico el regresar”.

Y el que sea la primera mujer es doblemente importante porque ahora ella es el reflejo para las niñas que quieren llegar a espacio de dirección. Por eso es que no sorprende que salga a la charla su hija, que aún no dimensiona los hitos que va logrando su mamá. Para ella, la vida en los medios es una extensión de su personalidad: curiosa, organizada y siempre en busca de historias. “Me motiva la idea de que cualquier persona tiene una historia interesante que contar. Nuestra labor es darles voz a esas historias y asegurarnos de que lleguen a los demás”.



**EL PERIODISMO  
ME ENSEÑÓ A ESCUCHAR  
CON ATENCIÓN, PORQUE  
DETRÁS DE CADA HISTORIA  
HAY UNA VERDAD QUE  
MERECE SER CONTADA”**



**NO SE TRATA DE LLENAR  
ESPACIOS EN LA  
PROGRAMACIÓN,  
SINO DE CONSTRUIR  
CONTENIDOS QUE DEJEN  
HUELLA EN QUIENES  
LOS ESCUCHAN”**

voces de todo Jalisco. “Estamos creando mesas de análisis, programas para niños y niñas, y explorando formas de curar contenidos que destaquen lo que hace único a Jalisco”, explica con entusiasmo.

Sin embargo, su misión no está exenta de desafíos. La nueva jefa del sistema público debe equilibrar las expectativas. “Todo debe alcanzarse, pero lo más importante es no perder de vista el objetivo: crear una programación que sea relevante, inclusiva y emocionante.”

En seis años, imagina un Sistema Jalisciense de Radio y Televisión consolidado, con programaciones estructuradas y marcas reconocidas. Su visión incluye no solo expandir los contenidos, sino también posicionar al sistema como un referente nacional de medios públicos.

“Esto no es un trabajo individual. Somos un equipo que trabaja cada día para demostrar que lo público no es sinónimo de mediocre, sino de inclusivo, accesible y valioso”.

MARIBEL  
ARTEAGA

# PASIÓN POR EL ARTE

LA DIRECTORA DEL MUSA HA TRANSFORMADO EL MUSEO EN UN REFERENTE CULTURAL DE GUADALAJARA Y MÁS ALLÁ GRACIAS SU COMPROMISO Y CERCANÍA EMOCIONAL

Entre las paredes que resguardan el Museo de las Artes (MUSA) de la Universidad de Guadalajara, late una historia de compromiso, creatividad y liderazgo. Esa historia tiene nombre: Maribel Arteaga.

Con una sonrisa cuenta que el MUSA es su “oficina favorita”, un lugar que se ha convertido en más que solo un centro de trabajo para ella. Vive muy cerca del museo, lo que le permite disfrutar aún más de su entorno y de la constante interacción con el arte y las exposiciones. Esta cercanía, tanto geográfica como emocional, refleja su profundo compromiso y amor por el espacio que ha ayudado a transformar y posicionar como un referente cultural en Guadalajara.

Maribel llegó en un momento de renovación estructural y conceptual. Su primer reto fue dirigir una reapertura que no solo implicaba rehabilitar el edificio, sino también redefinir su propósito. “El edificio estaba en remodelación y prácticamente bombardeado. Mi equipo y yo trabajamos desde cero para adaptarlo a los estándares internacionales”, recuerda.



EL ARTE NO SOLO DEBE QUEDARSE EN EL MUSEO. DEBE SALIR, DEBE SER ACCESIBLE EN CUALQUIER FORMATO Y EN CUALQUIER ESPACIO”



Uno de los hitos tempranos de su gestión fue la exposición dedicada al arquitecto Fernando González, que marcó su entrada al mundo de las grandes colaboraciones. A través de la exposición en el MUSA, Maribel consiguió darle un toque distintivo al museo, un lugar dedicado tanto a la tradición local como al arte universal. El desafío fue aún mayor por las condiciones del edificio. “El MUSA fue remodelado, el espacio se amplió de menos de 300 metros cuadrados a casi mil 800. Y todo ese proceso fue arduo y lleno de retos”, comenta con nostalgia.

## EL CORAZÓN DEL MUSEO

La primera gran exposición que Maribel lideró fue una colaboración con el Museo Nacional de Arte (MUNAL) de la Ciudad de México y el Museo de Bellas Artes de Lyon, Francia, titulada “Los Modernos”. Esta muestra, que incluía a figuras como Pablo Picasso, Francis Bacon, Diego Rivera y José Clemente Orozco, supuso un cambio radical para el recinto, transformándolo de un museo con vocación local a un espacio que dialogaba con el arte global. Para Maribel, esta exposición fue clave porque marcó un antes y un después



Foto: Carlos Zepeda

## EL FAVORITO DE LA CIUDAD

- El Museo de las Artes de la Universidad de Guadalajara volvió a romper su registro de asistencia anual en 2024 con 154 mil 872 personas. Esa cifra supera a la de 2023, año en que recibió a 141 mil 594 visitantes.
- “Los secretos del color” fue la exposición que mayor número de visitantes atrajo en 2024 con 42 mil 592. La muestra se realizó en colaboración con el Museo Franz Mayer y bajo la curaduría de Abraham Villavicencio.
- Desde su apertura en 2013, más de un millón 200 mil personas han pisado el museo.

en la visión pública del museo. “Fue un parteaguas. Tener a estos artistas en nuestra ciudad fue un gran logro, y eso ayudó a que el público ubicara al museo como un referente”.

Uno de los pilares del MUSA ha sido su política de gratuidad. Maribel enfatiza que el acceso libre a las exposiciones es fundamental para democratizar el arte. Sin embargo, man-

tener un museo así presenta desafíos. “Sostener el museo con fondos públicos es complicado, pero creo que es una apuesta importante. El arte debe ser accesible a todos, sin distinción”.

El MUSA, además, forma parte de una red de museos universitarios, lo que le da un toque único de integración académica y cultural. La Universidad de Guadalajara, con una de las más grandes infraestructuras universitarias del país, ofrece un espacio idóneo para que el museo sea parte activa de la vida académica, cultural y social de la ciudad.

## VISIÓN DE FUTURO: DE LO LOCAL A LO INTERNACIONAL

Maribel, quien también ha sido profesora de Historia del Arte y Apreciación Artística, señala que la clave del éxito del MUSA es la visión a largo plazo. En cada proyecto se nota que no solo busca enriquecer el panorama artístico de Guadalajara, sino proyectar al museo a nivel internacional. “Mi objetivo es que el MUSA sea conocido no solo en Guadalajara, sino en todo México y más allá de nuestras fronteras”.

Cierra explicando que uno de los pendientes que tiene el museo es seguir creciendo el acervo propio y apostar por otro tipo de obras, más allá de la pintura. “Nos gustaría contar con más piezas de artistas jaliscienses y, si me pidieran algo ambicioso, compraría más esculturas para enriquecer la colección”.♦



Foto: Carlos Zepeda

MICHELLE GREICHA

# EDUCAR, SERVIR Y TRANSFORMAR DESDE EL CORAZÓN

# CON UNA FE INQUEBRANTABLE Y UN ESPÍRITU EMPRENDEDOR, TRANSFORMÓ UNA COCHERA EN UN JARDÍN DE NIÑOS QUE SIRVE A MÁS DE 100 FAMILIAS. HOY, COMO PRESIDENTA DEL DIF EN ZAPOPAN, IMPACTA VIDAS Y PROMUEVE POLÍTICAS PÚBLICAS QUE CAMBIAN REALIDADES

**M**ichelle Greicha habla con una voz suave pero firme, como quien sabe que cada palabra lleva el peso de una vida dedicada a los demás. Psicóloga de formación, maestra de vocación y empresaria por convicción, su historia es un tejido de decisiones audaces, fe inquebrantable y un compromiso profundo con la infancia y la educación. Hoy, como presidenta del DIF en Zapopan, su labor trasciende las aulas para impactar en las vidas de quienes más lo necesitan.

Nacida en el seno de una familia libanesa tradicional, Michelle creció entre aromas de comida casera y lecciones de esfuerzo. “Mis papás migraron desde Líbano y siempre nos dieron el ejemplo del trabajo duro”, recuerda. Sin embargo, fue su madre quien, con su cautela, le enseñó a medir los riesgos. “Cuando quise comprar el kínder, mi mamá me decía: ‘¿para qué? No tienes necesidad’”. Pero Michelle, inquieta y visionaria, supo escuchar otra voz: la de su marido, Álvaro, quien la impulsó a pensar en grande. “Él siempre me echó para adelante”, confiesa con una sonrisa que delata gratitud.

Fue en 2010 cuando dio el salto al mundo empresarial. Con apenas 26 años y sin experiencia previa en el negocio educativo, un amigo le ofreció un pequeño jardín de niños en la colonia Ladrón de Guevara, en Guadalajara. “Nadie va por la calle diciendo: ‘voy a comprar un kínder’”, bromea. Pero lo hizo. Con tres niños y una cochera como patio de recreo, comenzó lo que hoy es una institución educativa con más de 100 alumnos. “Fue mi reto más grande”, admite. “Estuve muy sola en el proceso, pero aprendí que el éxito no llega de la noche a la mañana”.

El kínder no solo fue un proyecto educativo, sino también una escuela de vida para Michelle. “Lo tomé tan en serio como si fuera una transnacional”, dice. Si era necesario ella abría, regaba las plantas al amanecer y daba personalmente los informes a los padres. “Era mi vida”, confiesa. Con el tiempo, el esfuerzo rindió frutos: el jardín de niños creció, se mudó a mejores instalaciones y se consolidó como un referente en la zona. Hoy, 15 años después, sigue siendo suyo, aunque ya no lo dirige. “Ese kínder está hecho gracias a las misses que han crecido conmigo”, reconoce con humildad.



**EL ÉXITO NO ES SOLO UN DESTINO, ES EL CAMINO QUE RECORRES CON ESFUERZO Y DEDICACIÓN”**



**EN EL DIF APRENDÍ QUE LA VERDADERA RIQUEZA ESTÁ EN SERVIR A QUIENES MÁS LO NECESITAN”**

## UN PROYECTO SOCIAL

Pero Michelle no se detuvo ahí. En 2021, su tío, Juan José Frangie, entonces candidato a la presidencia municipal de Zapopan, le propuso un nuevo desafío: presidir el DIF. “Me dijo: ‘si gano, ¿te quieres venir conmigo?’”. La respuesta fue inmediata: “por supuesto que sí”. Aunque confiesa que no dimensionaba del todo el reto, supo que era una oportunidad para servir desde otro frente. “El DIF ha sido mi despertar. Aquí entendí la dualidad de Zapopan: una ciudad próspera, pero con necesidades profundas”.

Desde entonces, su labor ha sido incansable. Bajo su dirección, el DIF de Zapopan ha impulsado iniciativas como la regularización de actas de nacimiento para niños y adultos mayores, y la promoción de políticas públicas que faciliten la adopción. “Cuando retiras a un niño de su casa, lo haces bajo la promesa de que estará mejor. Esa es una responsabilidad enorme”. Además, ha trabajado para llevar alegría a los más vulnerables, organizando fiestas infantiles y actividades que, aunque parecen simples, marcan la diferencia.

Michelle habla de su trabajo con una pasión que contagia. “Siento que tengo una deuda con mi privilegio. Por eso me esfuerzo cada día por responder a quienes más me necesitan”. Su compromiso es tal que, incluso en días de lluvia, revisa los reportes de Protección Civil para asegurarse de que no haya familias en riesgo. “Nunca vuelves a dormir tranquila”, confiesa.

## EL FUTURO

A pesar de las exigencias de su cargo, Michelle ha sabido equilibrar su vida personal y profesional. Madre de dos hijos, asegura que siempre los ha puesto como prioridad. “Soy increíblemente organizada. Ellos me ven llegar a comer y estar presente en sus vidas”. Sin embargo, reconoce que su trabajo ha influido en su forma de ser. “Mis hijos han cargado más con una mamá súper consciente de las necesidades de los demás”, admite.

¿Y el futuro? Michelle no lo tiene del todo claro, pero sabe que quiere seguir sirviendo. “Me encanta la política, pero mis hijos son mi freno de mano”. Sea desde el ámbito público, educativo o social, su misión seguirá siendo la misma: construir un México mejor, especialmente para los más pequeños.♥





# Carmen Villarreal

## La mujer que transformó una industria

Pionera en la industria tequilera, ha demostrado que el éxito se construye con valores firmes, respeto por la tradición y una mentalidad innovador. Su historia refleja el crecimiento del tequila como símbolo de México en el mundo

**C**armen Villarreal tiene un carácter suave y templado, irradia serenidad y liderazgo en cada gesto. Su enfoque en los negocios es claro: equilibrio entre la tradición y la innovación. Su visión está firmemente arraigada en la continuidad. Sueña con legar esta tradición a futuras generaciones de su familia, asegurando que su historia persista en el tiempo.

Lleva el tequila en las venas. No por el alcohol, sino por la pasión que ha dedicado a una de las industrias más emblemáticas de México. Su historia es algo más que solo la de una empresaria exitosa, es la de una mujer que ha sabido equilibrar el carácter humano con el empresarial, convirtiendo a San Matías en una de las tequileras más respetadas del mundo.

Ella nació en Nuevo Laredo, pero su vida dio un giro cuando sus padres decidieron mudarse a Guadalajara. “Mis papás quedaron enamorados de la Ciudad”, recuerda con una sonrisa. Aunque el cambio no fue fácil, especialmente para una adolescente que dejaba atrás a amigas y conocidos, supo adaptarse. “Estábamos entrenados para adaptarnos”, dice, refiriéndose a su familia, que ya había vivido en varias ciudades debido al trabajo de su padre. Guadalajara se convirtió en su hogar y, con el tiempo, se asumió como “100% tapatía”.

Entrevista:  
**Gerardo Esparza**

Fotografía:  
**Marifer Rached**

Diseño:  
**Carlos Lemus**

Multimedia:  
**Hugo Martínez**



***Mi tema favorito en las empresas siempre son las personas. Empezamos a hacer muchas cosas por las personas y siendo natural, porque yo creo en el talento de la mujer, brindamos las mismas oportunidades para hombres y mujeres”***

El amor por la Perla Tapatía no fue instantáneo, pero sí profundo. “Llegamos en verano, en julio, y siempre recuerdo el olor a tierra mojada”, cuenta en su oficina. Fue en 1976, un año que marcó el inicio de una nueva vida para ella y su familia. La Ciudad le ofreció no solo un hogar, sino una gastronomía que la enamoró. “Encontré muchos sabores que no tenían presentes en mi paladar”. Guadalajara le abrió las puertas a una nueva cultura, a nuevos amigos y, eventualmente, a una carrera que definiría su vida.

Carmen llegó a San Matías en la década de los años 80, inicialmente en el área de mercadotecnia. Fue ella quien, junto con su equipo, estructuró el área y preparó el lanzamiento de Pueblo Viejo, una de las marcas más emblemáticas de la empresa.

“La hicimos en colaboración con la agencia de publicidad de ese tiempo, donde yo trabajé inicialmente. Ahí estuve un corto tiempo, era una agencia de un profesor mío de ITESO. Me invitó a colaborar con él y después de dos meses me di cuenta que no era en lo que yo quería desarrollarme. Ahí fue cuando don Jesús López Román me invitó a trabajar con él en San Matías. Obviamente cuando empecé no había departamento de mercadotecnia. Empezamos a estructurar un poco el área y coincidió que en ese momento empezamos a preparar el lanzamiento de Pueblo Viejo”.

Con cierta nostalgia, recuerda que en ese entonces el mercado era otro, la competencia no era tan feroz como lo es ahora. Además, el tequila no tenía el estatus que hoy ostenta. “La magia sucedió en los 90”, dice. Fue entonces cuando el destilado dejó de ser la bebida de los abuelos y se convirtió en un emblema de México. “El consumidor cambió: los jóvenes y las mujeres comenzaron a preferir el tequila y eso lo llevó a lo que es hoy”.

### **EL RETO DE ASUMIR EL LIDERAZGO**

En 1997, Carmen tomó las riendas de la compañía. No fue algo planeado, sino un proceso orgánico. “Nunca hice conciencia en eso”, confiesa. Aunque en ese entonces la industria estaba dominada por hombres, nunca se sintió fuera de lugar.



“Yo tomé la decisión de asumir la dirección basada en mi familia, en la compañía y en el equipo de San Matías. Fui fluyendo conforme fueron pasando los años. No era la intención que yo permaneciera en esta posición tantos años, pero fui fluyendo. Por supuesto que yo me daba cuenta que era la única mujer en el consejo de la Cámara Tequilera. En ese tiempo fui la única mujer en muchos foros... pero tampoco sentí como una corriente en contra. No me enfocaba en eso”.

Su liderazgo no fue una batalla contra el género, sino una evolución natural basada en el talento y la dedicación. “Siempre me he sentido respetada y apoyada. No fue nada hostil mi llegada a la dirección de San Matías. Ahora que volteo hacia atrás, veo qué diferente es. Ya hay muchas mujeres en toda la cadena del tequila”.



Carmen ha sido un ejemplo para muchas mujeres en la industria. “Hay muchísimo talento femenino”, afirma. Bajo su liderazgo, San Matías ha implementado políticas de equidad de género, no por obligación, sino por convicción. “Brindamos las mismas oportunidades para hombres y mujeres”. Aquí, la inclusión no es una moda, sino una forma de vida.

### **UNA INDUSTRIA QUE CAMBIÓ PARA SIEMPRE**

Carmen ha sido testigo del crecimiento exponencial de la industria tequilera en los últimos años. El tequila no solo creció en México, sino que se globalizó. Estados Unidos se convirtió en el mercado más grande, pero el tequila también llegó a Europa y al continente asiático. “Estamos aprendiendo en Asia. Se sorprenden gratamente cuando prueban un tequila extra añejo”, cuenta. Señala que ese segmento es una entrada suave al mercado ya que están habituados al whisky y a los sabores amaderados. “Todas las compañías estamos haciendo esfuerzos para posicionarnos en Asia. Es un gran mercado”.

Pese a ese panorama positivo, no evade la mirada ante el reto que representa el mercado de Estados Unidos y el proteccionismo que quiere imponer la nueva administración. Su respuesta a la pregunta de los retos al norte del País refleja la serenidad y la firmeza que la han caracterizado a lo largo de

su carrera: “nos estamos acompañando de expertos, estamos construyendo escenarios. Las amenazas están fuertes, los retos son muy altos, pero también hay confianza en que prevalecerá el buen juicio de nuestros gobernantes aquí y allá”.

Para Carmen, el tequila no es solo un producto de exportación, es una expresión cultural que trasciende fronteras. “Sentimos que la categoría es tan fuerte, es una categoría tan bonita, representa tanto que creo que el deseo colectivo es cuidarla”.

### **“SE TRATA DE HACER EL BIEN”**

Carmen no solo ha transformado la industria tequilera, también ha dejado una huella profunda en su comunidad. “Sabemos que tenemos una responsabilidad con la sociedad”, dice. Bajo su liderazgo, San Matías ha implementado numerosos programas sociales, desde becas para estudiantes hasta iniciativas de desarrollo comunitario. “Queremos devolver un poco de lo que hemos recibido”, explica.

Para ella, la filantropía no es un acto aislado, sino una parte integral de la filosofía de la empresa. “No se trata solo de hacer dinero, se trata de hacer el bien”, dice. Esta visión ha llevado a San Matías a ser reconocida no solo por la calidad de sus productos, sino por su compromiso con el bienestar de la comunidad.



Además, la comunidad empresarial sabe de su tesón y su legado. Por ello es que el año pasado fue reconocida con el Galardón al Mérito Industrial que entrega el Consejo de Cámaras Industriales de Jalisco (CCIJ). El reconocimiento se dio gracias a su trabajo industrial y a su compromiso social, por crear comunidad en Jalisco y el País.

Villarreal fue la tercera mujer industrial en recibir esta medalla. Antes fueron galardonadas Sandra López Benavides y María Rosario Mendoza. Con la sencillez que la caracteriza, se dijo sorprendida por ser reconocida y dedicó palabras a quien fue su marido, Jesús López Román.

“Jamás pensé que podía haber estado aquí con ustedes en el CCIJ, es una distinción enorme, yo no soy nativa de Jalisco, pero llegué hace muchísimos años a este Estado y es un Estado que quiero, en el que me gusta trabajar y en el que me gusta colaborar, me inspira mucho Jalisco. Recibiré esta medalla con muchísimo orgullo y también es dedicada a don Jesús López Román, quien fue mi esposo y quien nos legó Casa San Matías a mí y a nuestra familia”.

### UN REGALO PARA MÉXICO Y EL MUNDO

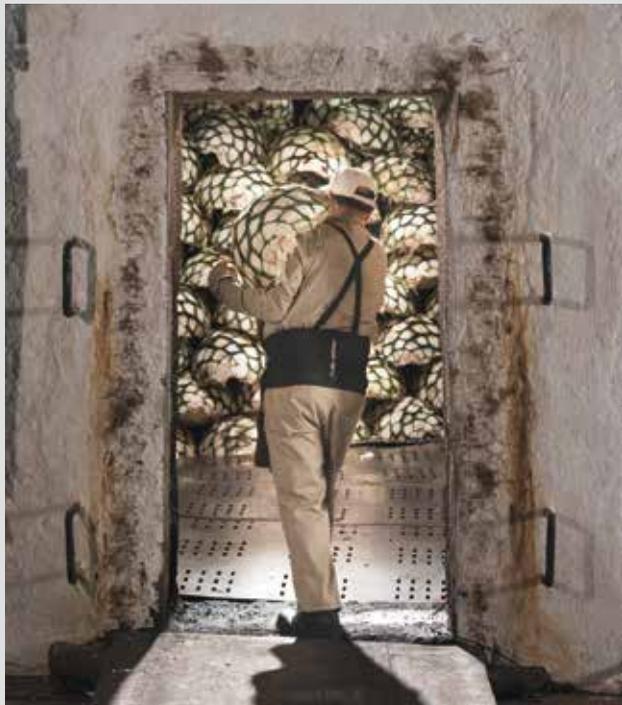
En el mundo del tequila, hay marcas que trascienden el tiempo y el espacio, convirtiéndose en íconos de una tradición que se remonta a decenios. Para Carmen Villarreal, directora de San Matías, el San Matías Gran Reserva Extra Añejo no es solo un tequila, es una expresión de lo que significa ser mexicano, una bebida que encapsula elegancia, tradición y pasión. “La que gana el primer lugar es San Matías Gran Reserva Extra Añejo”, dice con una sonrisa que delata el orgullo que siente por este producto. “¿Por qué? Es una marca que me gusta mucho, una marca que lanzó don Jesús López Román en los años 90, el primer extra añejo del mercado”.



***El consejo que yo les daría a los jóvenes empresarios es que ustedes creen su propio concepto con toda la confianza, que se alimenten de modelos inspiradores y que nutran su mente con cosas positivas”***

El San Matías Gran Reserva Extra Añejo es un tequila que “a todo mundo le gusta”. No es una exageración. Desde su lanzamiento, ha conquistado paladares en México y en el mundo, convirtiéndose en un referente de calidad y sofisticación. “Es un tequila elegante, fino, accesible”, describe Carmen. Es precisamente esa combinación de elegancia y accesibilidad lo que lo hace tan especial. No es un tequila reservado para ocasiones especiales, es una bebida que puede disfrutarse en cualquier momento, ya sea en una reunión familiar, una cena con amigos o simplemente en un momento de reflexión personal.

Pero lo que realmente distingue al San Matías Gran Reserva Extra Añejo es su capacidad para unir a las personas.



## La familia y el legado

San Matías es una empresa familiar, y Carmen ha sabido mantener ese espíritu a lo largo de los años. “Nuestro objetivo es que la empresa siga siendo una compañía mexicana 100% familiar”. Sus hijos y nietos ya forman parte de la empresa, y ella está comprometida a continuar la tradición a las siguientes generaciones. “Queremos trascender”. Para ella, la familia no es solo un grupo de personas, sino un legado que debe ser cuidado y preservado.

Carmen y su familia han sabido evolucionar con el tiempo. “No es lo mismo cuando estaban muy pequeños en el 97, que hoy”, dice, refiriéndose a sus hijos. Ahora, están trabajando para asegurar que la transición a la siguiente generación sea exitosa.

“Gusta en México y en el mundo, gusta en poblaciones urbanas y rurales”. Es un tequila que trasciende fronteras, que llega tanto al corazón de las grandes ciudades como a los rincones más remotos del campo. “Les gusta a hombres y mujeres, a jóvenes y adultos”, añade. No hay distinciones de género, edad o clase social; este tequila es para todos.

“Es una marca que también ha sido marca insignia para la casa. Siento que refleja muy bien quiénes somos”. Y es que, en cada botella de este tequila, se encuentra el espíritu de San Matías: una compañía que no busca la ostentación, sino la excelencia. “Somos una compañía que hace tequila fino, una compañía donde lo que queremos enaltecer es al producto, al líquido que está dentro de esa botella”. ▼

# 2016

Celebran 130 años en la industria.



# 2015

Lanzan el Tequila Añejo Cristalino: San Matías Cristal.

# 2006

Presentan Tequila Orgullo Pueblo Viejo para conmemorar 120 años de historia.

# 1998

En el marco del lanzamiento de la Primera Estación Espacial Internacional, presentan tequila Rey Sol.

# 1993

Desarrollan el primer tequila extra añejo del mercado mexicano: San Matías Gran Reserva.

# 1989

Introdujeron la marca Pueblo Viejo, una de las más queridas por el mercado nacional.

# 1940

Reubican su destilería en Ojo de Agua en Los Altos de Jalisco.

# 1886

Don Delfino González ve la oportunidad perfecta para ejercer su pasión por el tequila e inició un gran cambio a la industria tequilera, sin abandonar los valores y la autenticidad del verdadero tequila.

# EMPLEABILIDAD PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL Y SOCIAL



**Por Raúl Flores López**

Presidente de Coparmex Jalisco

📌 Raúl Flores López

✉️ @Raul\_F\_Flores

📷 @raulflores\_cpx

**E**l acceso a un empleo digno y bien remunerado es una de las principales preocupaciones tanto para las personas como para las empresas. La empleabilidad, entendida como la capacidad de las personas para acceder, mantenerse y crecer en el mercado laboral, no solo es un tema de interés empresarial, sino un factor determinante para el desarrollo económico y social de cualquier región.

En Coparmex Jalisco reconocemos que la vinculación entre la educación, el sector productivo y el talento disponible es clave para impulsar el crecimiento de nuestro Estado. Por ello, a finales de enero se llevó a cabo la primera sesión de empleabilidad, en la que participaron universidades, organizaciones de la sociedad civil y el gabinete económico del Gobierno de Jalisco. Durante esta sesión se presentó un análisis sobre la educación media superior y superior en el Estado, destacando tendencias de carreras, sectores con mayor demanda, niveles salariales y desafíos como la deserción escolar.

Uno de los esfuerzos más importantes en este tema es el Sistema Estatal de Empleabilidad de Jalisco, en el cual participamos activamente. Este sistema tiene como objetivo generar empleos y atender la demanda de talento especializado a través de la colaboración entre el gobierno, la academia, la iniciativa privada y la sociedad civil. Entre sus principales acciones destacan la capacitación y certificación de talento, la gestión de fondos para programas de ciencia y tecnología, el apoyo a trabajadores que han perdido su empleo y programas de empleabilidad.

Desde Coparmex Jalisco también hemos trabajado en distintas iniciativas para analizar el panorama laboral y proponer soluciones. Un ejemplo de ello es Conexión de Talento, un evento que reunió a especialistas, empresas e instituciones educativas para discutir las nuevas tendencias laborales y la importancia de la capacitación en sectores estratégicos. También hemos colaborado en estudios como el “Análisis del mercado laboral después de la pandemia”, junto con la Universidad de Guadalajara, y el “Estudio de oferta y demanda laboral”, en alianza con Jalisco Cómo Vamos y la Unión Europea.

Sin embargo, aún hay retos por resolver. Es necesario fortalecer estrategias que promuevan la formalidad, impulsen la



Foto: Gobierno de Jalisco

capacitación y brinden más oportunidades a sectores vulnerables. Constantemente participamos en ferias de empleo, estos espacios permiten que empresas y jóvenes se conecten de manera directa, facilitando la vinculación y el desarrollo de talento.

Adicionalmente, desde Coparmex Jalisco impulsamos el Proyecto CREEA, cofinanciado por la Unión Europea, que busca mejorar la empleabilidad a través de capacitación y programas de vinculación con sectores estratégicos.

El crecimiento económico de Jalisco depende en gran medida de su capacidad para generar empleos de calidad y formar talento especializado. Desde el sector empresarial, seguiremos promoviendo iniciativas que fortalezcan la empleabilidad y contribuyan a mejorar la calidad de vida de las personas. Construir un futuro con más y mejores oportunidades laborales es un reto que requiere del esfuerzo conjunto de todos los sectores.♥

# DOSSIER

HOTELES | INMOBILIARIAS | M

## HOSPITALIDAD QUE INSPIRA

HISTORIAS DE TURISMO Y NEGOCIOS QUE MARCAN  
TENDENCIA



Foto: Pexels

**CON SU CONEXIÓN ÚNICA CON LA MÚSICA, SU IMPRESIONANTE COLECCIÓN DE MEMORABILIA Y SU OFERTA DE EXPERIENCIAS PERSONALIZADAS, EL HARD ROCK HOTEL GUADALAJARA OFRECE UNA ESTANCIA QUE COMBINA LUJO, DIVERSIÓN Y CULTURA**



# UN SANTUARIO MUSICAL EN LA PERLA TAPATÍA

**G**uadalajara es una Ciudad que respira cultura, tradición y modernidad. Con su rica historia, su gastronomía reconocida a nivel mundial y su vibrante escena artística, no es de extrañar que sea uno de los destinos turísticos más importantes de México. En este contexto, el Hard Rock Hotel Guadalajara se ha consolidado como un ícono que fusiona la esencia musical de la marca con el espíritu tapatío, ofreciendo una experiencia única para viajeros y amantes de la música.

Para Hard Rock, la Perla Tapatía no es solo una Ciudad más en su portafolio global, es un lugar con un significado especial. Hace décadas, la marca formó parte del entretenimiento de los tapatíos a través de eventos musicales que vieron crecer a grandes artistas. Hoy, con casi siete años de operación, el Hard Rock Hotel Guadalajara ha logrado revivir esa nostalgia y traer de



Fotos: Cortesía

vuelta la vibra musical que tanto caracteriza a la Ciudad.

“Quisimos poner en pausa la nostalgia y regresar esa energía de la música a Guadalajara. Sin embargo, nos hacía falta algo más. Por eso, decidimos integrar un Hard Rock Café dentro del mis-

mo recinto, combinando la experiencia de hospedaje con el entretenimiento que nuestros fanáticos adoran”, explican representantes de la marca.

Ubicado estratégicamente, el hotel se ha convertido en un punto de encuentro para los amantes de la música y un re-



ferente en la oferta turística de Guadalajara. Su localización no solo facilita el acceso a los principales atractivos de la Ciudad, sino que también lo posiciona como un espacio icónico para eventos y experiencias memorables.

### UNA EXPERIENCIA ÚNICA EN LA OFERTA HOTELERA

Guadalajara cuenta con una amplia y variada oferta hotelera, pero el Hard Rock Hotel se distingue por su conexión intrínseca con la música. Desde el momento en que los huéspedes cruzan las puertas del hotel, son recibidos por cientos de piezas de memorabilia que decoran los muros, pasillos y habitaciones. Estas reliquias, que incluyen guitarras, trajes y otros objetos pertenecientes a leyendas del rock, son un testimonio del legado musical que Hard Rock celebra en cada rincón del mundo.

“Nuestro amor por la música es lo que nos hace diferentes. Los artistas mismos nos eligen porque somos un hotel relajado, pero con una vibra musical por todo lo alto. Además, nuestros restaurantes de cocina internacional, abiertos al público, han logrado que seamos el epicentro de la música y la excelencia culinaria”, explica el equipo del hotel.

La experiencia en el Hard Rock

### 2025 Y EL MUNDIAL EN 2026

El Hard Rock Hotel Guadalajara tiene grandes expectativas para los próximos años. El gran desafío y la gran oportunidad llegarán en 2026, cuando Guadalajara sea una de las sedes del Mundial de Fútbol. El hotel ya se está preparando para este evento global, no solo como alojamiento, sino como un centro de actividades y celebraciones. “Seremos hotel sede para este gran evento. Tenemos planeado un sinfín de actividades, desde *fan zones* y transmisiones hasta fiestas y activaciones. Queremos que nuestras instalaciones sean el lugar elegido por los fanáticos para vivir la pasión del fútbol”.

Hotel Guadalajara va más allá de un simple hospedaje. Aquí, los huéspedes se sienten como auténticas estrellas de rock. Desde la decoración hasta el servicio personalizado, cada detalle está diseñado para ofrecer una estancia inolvidable.

### AMENIDADES INCOMPARABLES

Uno de los mayores atractivos del hotel es su piscina con vista 360 grados, la más alta de toda Guadalajara. Este espacio no solo es ideal para relajarse, sino también para disfrutar de eventos especiales y conciertos al aire libre. La música en vivo es una constante en el hotel, con bandas y artistas que animan prácticamente todas las noches.

Pero lo que realmente distingue al Hard Rock Hotel es su programa “The Sound of Your Stay”, una experiencia personalizada que permite a los huéspedes sumergirse en el mundo de la música. Este programa incluye:

- **Picks:** Préstamo de una guitarra eléctrica con amplificador para tocar en la habitación.
- **Wax:** Un tocadiscos de acetato para ponerle soundtrack a la estancia.
- **Tracks:** Creación de playlists personalizadas que se reproducen durante la visita.

Además, el hotel es *pet friendly*, con el programa “Unleashed”, que asegura que los miembros peludos de la familia también disfruten de su estancia. ♥

# INVERSIÓN PARA EL FUTURO EN UN PARAÍSO COSTERO

**INVERTIR EN MAZATLÁN ES APOSTAR A UN DESTINO CON CRECIMIENTO CONSTANTE, CALIDAD DE VIDA Y OPORTUNIDADES SÓLIDAS RESPALDADAS POR CIFRAS REALES.**

**M**azatlán se consolida como un destino que atrae a inversionistas de todo el país gracias a su estilo de vida único y a un mercado inmobiliario en plena expansión. Con un clima cálido durante todo el año, playas que cautivan por su belleza natural y una rica herencia cultural, esta ciudad costera ofrece un ambiente ideal para quienes buscan una segunda residencia o establecerse en un entorno relajado y próspero. Los precios de las viviendas en desarrollos frente al mar en Mazatlán son, en promedio, un 30% inferiores a los de destinos comparables como Puerto Vallarta o Cancún, lo que representa una oportunidad excepcional para adquirir propiedad sin sacrificar ubi-

cación ni calidad. Sumado a esto, la ciudad ha sido reconocida por Forbes como uno de los cinco mejores destinos para disfrutar de una jubilación soleada y sin estrés, lo que refuerza su atractivo no solo para inversionistas, sino para aquellos que buscan calidad de vida.



## CALIDAD Y SEGURIDAD

Empresas con trayectoria consolidada, como Vicasa Desarrollos, llevan más de 50 años operando en Mazatlán, cimentando su reputación en valores de compromiso, dedicación e integridad. Estos valores han sido el motor de su crecimiento y el motivo por el cual han logrado construir desarrollos con una visión estratégica que aporta valor a la ciudad. Cada uno de sus proyectos es supervisado bajo los más altos estándares de calidad, cumpliendo estrictamente con la normatividad vigente, amenidades que responden a las exigencias del estilo de vida contemporáneo, tales como zonas wellness, espacios co-working y ambientes pet-friendly.

Los proyectos inmobiliarios en Mazatlán, como Aguamarina Talismán y Punta Sábalo, se distinguen por su enfoque en la excelencia constructiva y la atención al detalle. Cada elemento, desde la cimentación hasta los acabados, es supervisado rigurosamente para garantizar durabilidad y confort. Además, el compromiso social y ético de estas empresas se refleja en certificaciones como el Distintivo ESR (Empresa Socialmente Res-



Proyecto  
Aguamarina  
Talismán

**Vicasa Desarrollos se distingue por su compromiso social y ético, respaldado por el Distintivo ESR (Empresa Socialmente Responsable).**

ponsable), lo que refuerza la confianza de los inversionistas y asegura que cada desarrollo tiene un impacto positivo en la comunidad.

## DESARROLLOS DISEÑADOS PARA EL FUTURO

Vicasa Desarrollos proyecta su crecimiento a largo plazo con el lanzamiento de **cuatro nuevos proyectos en 2025**, apostando por el desarrollo de vivienda vertical y horizontal en ciudades estratégicas como Mazatlán. La evolución del mercado inmobiliario en la ciudad está orientada a generar espacios multifuncionales que respondan a las demandas de una población en crecimiento, creando entornos ideales para familias, profesionales y emprendedores por igual.

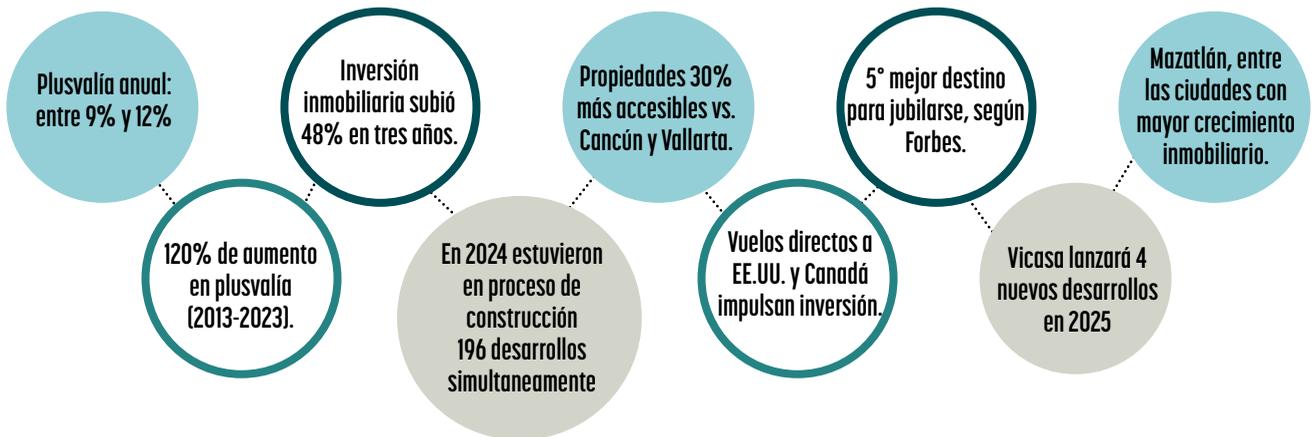
Con desarrollos que garantizan seguridad, calidad y rentabilidad, Vicasa Desarrollos es la opción ideal para invertir en Mazatlán, un destino que combina belleza natural, cultura y un mercado inmobiliario que asegura un patrimonio sólido a mediano y largo plazo.



Proyecto Punta Sábalo



## ¿POR QUÉ INVERTIR EN MAZATLÁN?



[vicasa.com.mx](https://vicasa.com.mx)  
[aguamarinatalisman.com](https://aguamarinatalisman.com)  
[puntasabalo.mx](https://puntasabalo.mx)  
[aguamarinatalisman](https://aguamarinatalisman.com)  
[puntasabalo](https://puntasabalo.com)  
 Sharo Barreras /Gerente de Ventas: 669 454 0065

Dirección oficinas:  
**AGUAMARINA:**  
 Av Camarón Sábalo 500-Local 3 PLAZA CAMINO AL MAR, Zona Dorada, 82110 Mazatlán, Sin.  
**PUNTA SÁBALO:**  
 Av Camarón Sábalo 1706-Local 14 Sábalo Plaza, Sábalo Country, 82110 Mazatlán, Sin.



# INVIERTE DE MANERA INTELIGENTE

**SI BUSCAS OBTENER EL MAYOR FLUJO DE EFECTIVO, INVERTIR EN EL SECTOR HOTELERO ES TU OPCIÓN. HAZLO CON EL RESPALDO DE KIVA, TU ALIADO ESTRATÉGICO**

**E**n la actualidad, Guadalajara es la tercera ciudad que más turistas recibe en todo México, tan solo en el 2024 se hospedaron aquí 16 millones de ellos. Gracias a su gran ubicación, a que cuenta con uno de los aeropuertos más grandes y de mayor importancia, además de su cercanía con el Puerto de Manzanillo, se ha detonado el desarrollo industrial que atrae el turismo de negocio y, por ende, la demanda de hoteles. Es por esto que KIVA, comprometido con crear proyectos que estén enfocados a otorgar la mejor rentabilidad a sus inversionistas, decide entrar al ramo hotelero.

En entrevista, Yamil Pérez, socio y asesor de inversiones en KIVA, explica: “La gran ventaja en el tema hotelero, en comparación con una inversión comercial es el crecimiento en el flujo de efectivo; esta tarifa se va a incrementar entre el 9% al 11% dependiendo la demanda. Gracias a nuestras excelentes ubicaciones muy estratégicas tu ocupación será constante y, por ejemplo, in-

## SUS HOTELES TERMINADOS:

- Staybridge Suites Guadalajara Novena by IHG en Av. México
  - Hotel Avid by IHG en Zona Aeropuerto
- ## EN EJECUCIÓN DE OBRA:
- Hotel Hampton Inn by Hilton en zona ITESO

virtiendo un ticket promedio de 1 MDP en alguno de nuestros proyectos, cada año vas a incrementar tu flujo de efectivo exponencialmente. El modelo hotelero es un modelo más agresivo en el tema de flujo de efectivo, sin embargo, y como todo negocio, entre más riesgo más rendimiento”.

“Tenemos dos proyectos ya terminados, uno más en ejecución de obra y dos más por hacer muy interesantes, por ahora no puedo compartir más, solo puedo agregar que uno de ellos estará en el mejor terreno de todo Guadalajara”, finaliza.



Yamil Pérez, socio y asesor de inversiones en KIVA

Foto: Cortesía y Servando Gómez

**KIVA** | Inversión Inmobiliaria Integral

### CONTACTO

www.kiva.mx

@kiva.inversion.inmobiliaria

kivainversion (33) 1580 06 00

Kiva Inversión Inmobiliaria Integral

• GRUP  PASTA •

30  
AÑOS

LA NOSTRA FAMIGLIA



**GUADALAJARA**

Av. Américas

**QUERÉTARO**

Bld. Bernardo Quintana



**QUERÉTARO**

Plaza Antea

**LEÓN**

Plaza Mayor

**GUADALAJARA**

Plaza Punto Sur

Plaza The Landmark



**GUADALAJARA**

Andares

López Cotilla

**QUERÉTARO**

Constituyentes

Universidad



**MONTERREY**

Plaza Arboleda



**GUADALAJARA**

Chapalita Terranova Andares

**QUERÉTARO**

Paseo de la República

**LEÓN**

Plaza Altacia

PRÓXIMAMENTE

**MONTERREY**

Plaza Cumbres

# EL CORAZÓN GASTRONÓMICO Y NOCTURNO DE GUADALAJARA

**PANNARAMA ES MÁS QUE UN CORREDOR GASTRONÓMICO: ES UNA EXPERIENCIA DONDE LA COMIDA, LA COCTELERÍA, LA MÚSICA Y EL DISEÑO CONVERGEN EN UN SOLO ESPACIO**

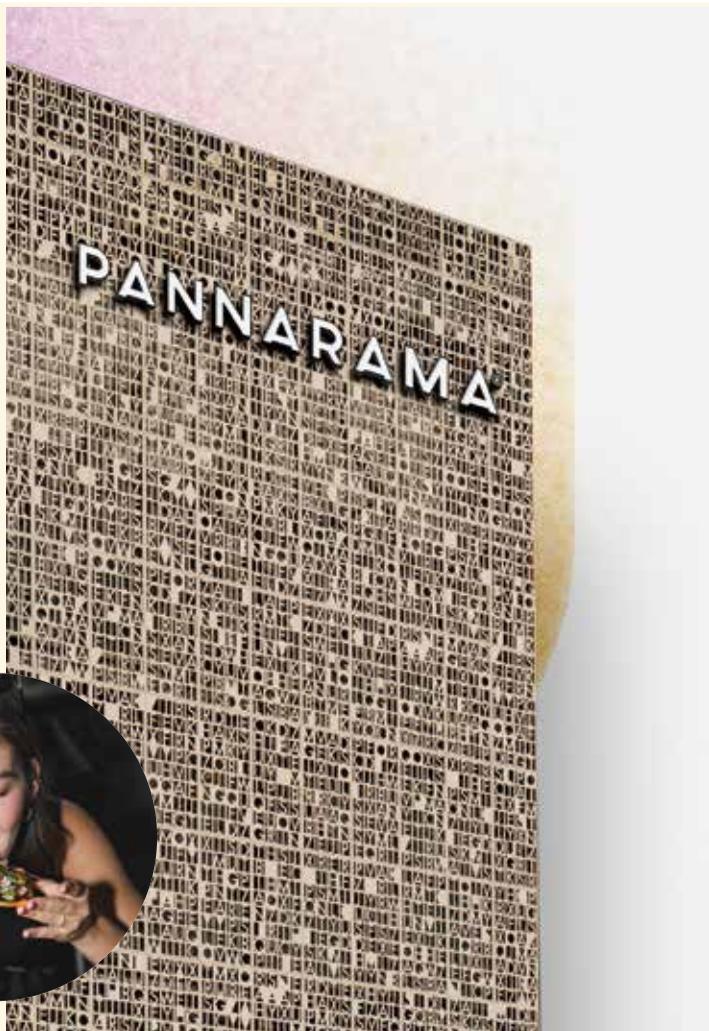
Ubicado en el corazón de la zona financiera de nuestra ciudad y con una oferta que abarca restaurantes de autor, bares con coctelería innovadora y exclusivos clubes nocturnos, Pannarama se posiciona como el destino ideal para cualquier plan, cualquier día de la semana, un espacio seguro que celebra el talento local.

## GASTRONOMÍA Y VIDA NOCTURNA PARA TODOS LOS GUSTOS

Desde cocina mexicana contemporánea hasta sabores asiáticos y mediterráneos, Pannarama alberga grandes opciones para elegir, como La Moresca, un clásico para los tapatíos; Tantan, que fusiona lo mejor de la gastronomía oriental; Veneno, con su cocina al fuego inspirada en las raíces mexicanas; Cleo & Teo, con su toque mediterráneo y pan artesanal; Pig's Pearls, pionero en hamburguesas gourmet en nuestra ciudad; Ssam, con sus platillos asiáticos únicos y Sekami, un Easy Isakaya sin pretensiones; además de Botánico, un espacio relajado con cocina mexicana y mixología fresca.

También destacan San Juan Records, con su vibrante concepto de bar tropical con vinilos; Supersonic Club, que ofrece noches de glamour y nostalgia en un ambiente sofisticado, y próximamente, Balloon Distrito Pop, un antro-bar diseñado para quienes aman la música pop en todas sus versiones.

Pannarama es ideal para disfrutar con amigos o en familia. Ya sea que vengas a comer, beber o bailar, este sitio es el plan perfecto para cualquier momento.



**PANNARAMA®**  
EL PLAN QUE LO TIENE TODO

Av. de las Américas 1254, Guadalajara  
Instagram: @pannaramagdl

BOTANICO.

SAN JUAN RECORDS

VENENO.

Fogón... Poncho Caliente

PIG'S PEARLS®

SEKAMI EASY ISAKAYA

CLEO & TEO®

la moresca

SSAM

TAN TAN.

# TORRE ALAC

EXCLUSIVIDAD CON PLUSVALÍA



UNA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN  
EN EL CORAZÓN DEL DISTRITO ANDARÉS



[torrealac.com](http://torrealac.com)

☎ 55 3991 0210

🕒 MAS INFORMACIÓN

# CREAR NEGOCIOS EN CONSCIENCIA

**SUSANA CRUZ ORTEGA, RECONOCIDA EMPRESARIA, COMPARTE SU EXPERIENCIA Y TE INVITA, DESDE LA CONTRIBUCIÓN EN COMUNIDAD, A MATERIALIZAR TODO LO QUE DESEES**

“**C**uando empiezas a descubrir que todo es posible y crees en tu capacidad de creación, todo llega”, comparte la empresaria Susana Cruz Ortega, quien a lo largo de su vida profesional se ha diferenciado por su creatividad al unir los negocios con diversas terapéuticas para convertirse en una mujer visionaria que ha explorado y se ha profesionalizado en diversas herramientas energéticas, con el fin de crear empresas que no solo reditúen de manera económica, sino que vayan más allá, que sean en beneficio de un mayor objetivo: expandir la consciencia.

Pionera en negocios innovadores como su “Clínica Cuántica”, fundada en 2019, donde, a través de la medicina alternativa y un enfoque holístico, utilizan terapias innovadoras como las tecnologías Pandora o Bio Well para sanar desde lo interno; y su Beauty Bar “Studio Quantum”, inaugurado en 2023, que brinda servicios para la belleza física y la plenitud interna, Susana ha materializado cada uno de sus sueños y comparte cuál sido la clave para lograrlo: “Antes de empezar con algún emprendimiento, negocio o idea, lo más importante es siempre preguntarte ¿cuál es el objetivo de esto que quiero crear?, saber muy bien cuál será tu contribución al mundo, identificar tu intención y accionar desde ahí. Cuando te sientas perdida, regresar y recordarlo, es lo que te dará el impulso para no rendirte”.

Susana invita a las mujeres a trabajar en su plenitud interna y a creer en su poder femenino. “Nosotras podemos materializar todo aquello que deseemos si retomamos las riendas de nuestra consciencia y en GRANDIOSIDAD”, finaliza.



Foto: Cortesía

**CADA MES, EN STUDIO QUANTUM REÚNE MENTES BRILLANTES EN ENCUENTROS EMPRESARIALES. ADEMÁS, CADA LUNES A LAS 11:11 AM, LLEVA SU CONOCIMIENTO AL MUNDO DIGITAL CON “LIVES” ¡SÚMATE!**



**CONTACTO**  
 @sussanaconciencia  
 @clinicacuantica  
 @studioquantumbb



OMNIVITALIA  
COUNTRY

DESARROLLADO POR  
**TRUMA.**  
GRUPO



# PREVENTA de **CONSULTORIOS**

desde **\$1,500,000**

LA REVOLUCIÓN MÉDICA **COMIENZA AQUÍ**

*CAP RATE ANUAL DEL 11%*

# EXPERTAS EN CREAR EVENTOS ESPECTACULARES

**D**os tapatías que se han mantenido fuera de los reflectores durante más de dos décadas, colocándose en backstage para dejar que sus clientes brillen y los eventos que crean hablen por sí solos. Ellas son Lizette y Fabiola Cobián y en entrevista para Players of Life Guadalajara nos dejan ver la magia que ocurre detrás de cada uno de los miles de eventos que han llevado a cabo de manera exitosa y espectacular; una de las claves, como ellas mismas comparten, ha sido la pasión por crear eventos memorables y la total entrega en cada uno de ellos.

Lograr una empresa familiar y mantenerla exitosa durante 25 años se dice fácil, pero sin embargo ha estado lleno de retos, es por eso que las hermanas Cobián saben muy bien cuáles son sus diferenciadores del resto de compañías del mismo giro: “Nosotras no somos una empresa más que hace eventos, en Be Cobian producimos en su totalidad cada evento con la personalización y hospitalidad necesaria para que sea un éxito total; siempre teniendo elementos que sorprenden a los clientes, cumpliendo sus expectativas y superándolas. Especialistas en marcas de lujo, eventos corporativos y sociales en todo México. Creamos una real sinergia y espíritu de servicio armando un gran equipo con nuestros clientes, logrando que sus marcas, momentos especiales o empresas



trasciendan y lo más importante, crezcan. Lograr un doble objetivo al invertir en sus eventos obteniendo mejoras y experiencias únicas es nuestra meta”, platica Fabiola.

## SU ACOMPAÑAMIENTO, LA CLAVE

No solo se trata de organizar un evento más, como ellas nos explican, su servicio ha forjado un prestigio en torno al acompañamiento a su cliente, desde el minuto cero hasta el final de todo,

“eso es parte de poder crear realmente lo que cada cliente espera y necesita, de escucharlos a detalle, siempre flexibles y brindándoles toda la confianza de que

haremos con eso que ellos han ideado o pensado un evento único; además, considero que un factor clave y que ya forma parte de nuestra marca personal es que de verdad somos una solución, cualquier necesidad que nuestro cliente tenga, estará siempre en nuestras manos”, comparte Lizette.

## DIVERSIFICAR SUS SERVICIOS PARA EXPANDIRSE

En Be Cobian crean eventos extraordinarios, sean estos para dos o miles de personas, la gran demanda de estos las llevó a crear otras sub marcas que les dieran soporte a la hora de cubrir las

## ALGUNOS DE SUS CLIENTES:

- Chanel
- Gran Vía
- Palacio De Hierro
- Secretaria de Cultura
- Instituto Electoral
- Mercedes Benz

necesidades de sus clientes, además de que ahora ellas son proveedoras de muchos de sus colegas, lo que ha sido muy importante en su proceso de crecimiento. “Tener nuestro propio mobiliario, decoración, catering, etc., siempre cuidando sean de la mejor calidad, nos ha facilitado llevar a cabo nuestros eventos de una manera extraordinaria y hacer más eficiente nuestro servicio”, menciona Lizette. “Esto ha sido a lo largo de los años y creo que una de las virtudes en Be Cobian ha sido saber crecer de manera orgánica y conservadora, eso nos ha dado la fortaleza y el control en cada proyecto para seguir 25 años después fortaleciendo cada área y armando nuestro nuevo gran proyecto”, finaliza Fabiola.

**SU PRÓXIMO PROYECTO:**  
Academia de Producción de Eventos

beCobian

### CONTACTO

@becobian [www.becobian.com](http://www.becobian.com)

Estilismo: @monicamorenomakeup

Locación: Casa Santa Fe

**FABIOLA Y LIZETTE  
COBIAN FUNDARON  
HACE 25 AÑOS  
LA CASA PRODUCTORA  
DE EVENTOS  
ACTUALMENTE LÍDER  
EN NUESTRA REGIÓN:  
BE COBIAN**



**SUS MARCAS**

- **@rentaloveseat** - Renta de mobiliario
- **@lafloristeriagd1** - Decoración
- **@becateringdl** - Colectivo gastronómico
- **@4kids\_gdl** - Especializados en eventos infantiles

Lizette Cobian y  
Fabiola Cobian,  
mujeres líderes  
y directoras  
de BE COBIAN



Foto: Carlos Zepeda

# ATENCIÓN ESPECIALIZADA E INTEGRAL PARA TU VISIÓN

**LAS DOCTORAS DIANA ARÉVALO Y GABRIELA BAUMGARTEN FUNDARON OCULARE, NÚCLEO MÉDICO OFTÁLMICO, DONDE ENCONTRARÁS LA TECNOLOGÍA MÁS AVANZADA**

Tras 15 años de experiencia, tanto en el área pública como privada, la doctora Diana Arévalo, oftalmóloga con especialidad en cirugía de retina, y la doctora Gabriela Baumgarten, oftalmóloga especialista en cirugía de catarata y cirugía refractiva, decidieron crear y emprender su propia clínica para la atención integral de todas las enfermedades de los ojos. “Lo que queríamos era tener un núcleo completo donde pudiéramos tener la capacidad y facilidad para poder atender a nuestros pacientes de manera integral, donde vinieran a consulta, pero también aquí se tomaran todos sus estudios necesarios, además contamos con área de quirófanos súper equipados, así como los medicamentos más nuevos en inyecciones intravitreas para enfermedades de la mácula”, comparte la especialista Diana Arévalo.

Son pocos lugares en Guadalajara que cuentan con todo el equipo médico y la vanguardia tecnológica como OCULARE, “aquí nos enfocamos en ofrecer los avances más innovadores para poder recuperar tu salud visual, por ejemplo, colocamos lentes intraoculares, lentes trifocales, tenemos una tecnología llamada OPD, que nos dice cuál es el lente ideal para que nuestro paciente vea mejor”, explica la doctora Baumgarten.

En OCULARE encontrarás todo un equipo de oftalmólogos subespecialistas, esto con el fin de ofrecer la atención más especializada en cada área o problema ocular.



Dra. Gabriela Baumgarten y Dra. Diana Arévalo, directoras y fundadoras de OCULARE

Foto: Servando Gómez

“**PODER DEVOLVERLES LA VISTA A MIS PACIENTES ES LO MÁS GRATIFICANTE**”  
DRA. GABRIELA BAUMGARTEN

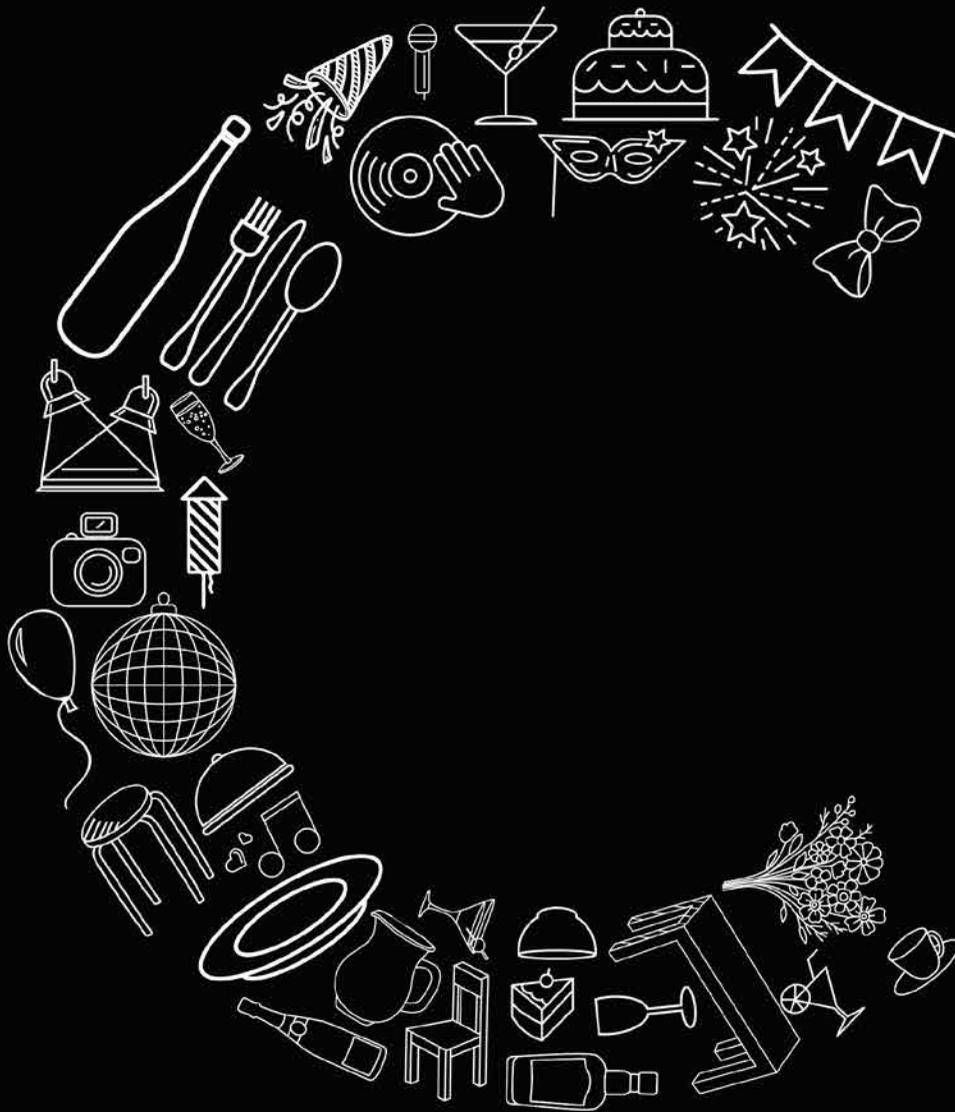
“**MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE MIS PACIENTES ES MI MÁS GRANDE REGALO**”  
DRA. DIANA ARÉVALO

Además de su experiencia, gran preparación y alta especialidad, en este núcleo siempre priorizarán el trato humano y el servicio cercano y empático hacia sus pacientes. Recordando que un diagnóstico a tiempo siempre será la mejor solución ante cualquier problema oftalmológico.



**CONTACTO**

📍 Euclides 3238 Col. Vallarta San Jorge  
Guadalajara, Jalisco.  
📞 33 3647 5799 📠 33 3473 8876



be *Cobian*  
PRODUCCIÓN DE EVENTOS

 becobian





# LIDERAZGO Y NEGOCIOS CON UN PROPÓSITO

En México, empresarias combinan innovación y voluntad para transformar comunidades, enfrentar desafíos sociales con modelos sostenibles y promover la equidad, la sostenibilidad y la esperanza

**E**n una sociedad cada vez más consciente de las desigualdades económicas y ambientales, las emprendedoras sociales están emergiendo como agentes de cambio. Su modelo de negocio va más allá de generar ganancias: priorizan el impacto positivo en sus comunidades y en el entorno. Estas mujeres no solo lideran proyectos rentables, sino que también redefinen el éxito empresarial al incorporar la justicia social, la inclusión y la sostenibilidad en el corazón de sus iniciativas.

Ellas son una fuerza en crecimiento que está transformando el panorama empresarial en México. Estos negocios combinan la creatividad emprendedora con un propósito social claro, utilizando herramientas del mercado para resolver problemas complejos. Con proyectos educativos hasta iniciativas ambientales y programas de apoyo a grupos vulnerables, estas mujeres están liderando un cambio significativo.

## APOSTAR POR LA COMUNIDAD

Un ejemplo destacado es la Fundación Marisa, liderada por Marisa Lazo, una emprendedora reconocida en el ámbito empresarial por su cadena de reposterías. Marisa decidió llevar su éxito un paso más allá al crear una fundación que promueve la educación y el empoderamiento femenino. Su modelo de trabajo incluye talleres para mujeres de comunidades rurales, ayudándolas a desarrollar habilidades técnicas y fortalecer su independencia económica. Hasta la fecha, ha impactado a miles de mujeres, ampliando sus horizontes y brindándoles herramientas para transformar sus realidades.

“Yo estoy convencida de que la generosidad genera abundancia y entre más ayudas mejor te va y soy ferviente creyente de la participación ciudadana y si queremos el México que todos soñamos tenemos que participar todos”, dijo la empresaria cuando comenzó con la fundación.



La Fundación de Lorena Ochoa apoya al Centro Educativo La Barranca

Fotos: Especial

Pero no todos estos proyectos comienzan con un plan claro. Para muchas empresarias con causas sociales, el camino hacia el impacto inicia con una necesidad percibida en su entorno.

Lorena Ochoa es el ejemplo de ello. Cuando comenzó su trayectoria profesional en la Ladies Professional Golf Association (LPGA), respaldó al Centro Educativo La Barranca y a otras causas sociales. “Jugué varios torneos para niños con cáncer, para el tema de donación de órganos y en algunos eventos diferentes para apoyar cerca de Guadalajara o en la sierra. También hacía un evento que apoyaba a la escuela La Barranca; cuando fui personalmente y conocí el proyecto y a los niños, me enamoré”.

El hecho de entrar en contacto con los niños le hizo apostar por la educación como causa social a apoyar. “Pensé que era muy importante enfocarte en una sola cosa para tener un mayor impacto. Por eso escogí la educación”.

Mientras que Lorena Vázquez-Ordaz, directora general del Parque Ecológico Chipinque, pasó de diseñar e implementar soluciones financieras a enfocarse en el activismo ambiental. Durante la premiación a su trayectoria en EXATEC 2024, la empresaria contó que su compromiso social comenzó gracias a su participación en The Hunger Project. Esta organización lucha contra el hambre y se centra “en generar autosuficiencia a nivel de base, trabajando con mujeres como agentes clave del cambio y formando alianzas eficaces con los gobiernos locales para crear un impacto duradero”.

## LOS RETOS DE SER EMPRENDEDORA SOCIAL



**Financiamiento limitado:** Los proyectos sociales suelen tener dificultades para atraer inversores interesados en el retorno financiero tradicional. Muchas veces, las emprendedoras deben recurrir a modelos híbridos de financiamiento que combinen ingresos propios con donaciones o fondos públicos.



**Escalabilidad:** Lograr que un modelo de negocio social crezca sin perder su esencia es un desafío constante. Por ejemplo, Lorena Vázquez menciona que expandir su cadena de cafés requirió alianzas estratégicas con otras empresas comprometidas socialmente.



**Conciencia y educación:** Muchas personas aún no comprenden el valor de los productos o servicios con causa social. Esto requiere invertir en campañas educativas que sensibilicen a los consumidores sobre la importancia de apoyar negocios con impacto.



La Fundación Marisa impulsa proyectos relacionados con las mujeres

## NUEVO ENFOQUE DEL ÉXITO EMPRESARIAL

Tradicionalmente, el éxito en los negocios se ha medido por las cifras: ingresos, utilidades y crecimiento en el mercado. Sin embargo, las emprendedoras sociales están desafiando esta perspectiva. Para ellas, el éxito también incluye indicadores de impacto social como:

- La cantidad de vidas transformadas.
- La generación de empleo en comunidades marginadas.
- La reducción de brechas de desigualdad.



Lorena Vázquez-Ordaz busca un cambio medioambiental

Por ello es que Lorena Vázquez-Ordaz decidió enfocarse en desarrollar el potencial y las capacidades de cada comunidad en el país. “Mi camino ahora se trata de guiar a la gente a ser más consciente de sus acciones en torno al medio ambiente, ya que la naturaleza empieza por uno”, dijo durante la premiación a su trayectoria.

## EL FUTURO DEL COMPROMISO SOCIAL

El panorama para las emprendedoras sociales es alentador. Cada vez más consumidores valoran productos y servicios que contribuyen al bien común. Además, instituciones y plataformas como el Fondo ELLAS, de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) en conjunto con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, están surgiendo para apoyar este tipo de iniciativas.

Las oportunidades de crecimiento también se expanden gracias a la tecnología. Plataformas digitales permiten a las emprendedoras llegar a mercados más amplios, mientras que herramientas como la inteligencia artificial ayudan a optimizar procesos y personalizar la experiencia del cliente.

Porque la intención de cada mujer empresaria que vela por su comunidad no es solo generar riqueza, sino transformar vidas. Sus negocios son una prueba viviente de que el éxito empresarial puede ir de la mano con el impacto social.

## MÁS EMPRESARIAS COMPROMETIDAS

### María Asunción

#### Aramburuzabala Larregui:

Ha participado como voluntaria en diversas OSC y aporta recursos a favor del desarrollo del tercer sector y las causas que atiende.



### Ana Victoria García:

Fundadora de Victoria147, una plataforma que impulsa a mujeres emprendedoras mediante formación empresarial y mentoría.



### Guadalupe Arizpe de la Vega:

Fundó el Hospital de la Familia en Ciudad Juárez, Chihuahua, Institución especializada en la atención de mujeres embarazadas y partos.



### Carolina Vázquez:

Creadora de la marca Ragazza, impulsa proyectos de capacitación y reinserción en el reclusorio estatal femenil, además de que cuenta con distintivos de equidad de género otorgados por el gobierno de Jalisco.



En un mundo que enfrenta desafíos complejos, estas mujeres nos enseñan que las soluciones no solo vienen de los gobiernos o las ONG, sino también de quienes se atreven a emprender con propósito.

Apoyar a estas emprendedoras no es solo una decisión de consumo consciente; es una inversión en el futuro. Porque cada producto consumido y cada iniciativa respaldada son pasos hacia un mundo más justo y equitativo. ♡

# VACUNARTE te da poder

## TEMPORADA DE VACUNACIÓN 2024-2025

Covid 19  
Difteria  
Fiebre Amarilla  
Fiebre Tifoidea  
Hepatitis A  
Hepatitis B

Herpes Zóster  
Influenza 4 Cepas  
Meningococo  
Neumococo (13 cepas)  
Neumococo (23 cepas)  
Papiloma (9 cepas)  
Parotiditis

Polivacc (IP)  
Rubéola  
Sarampión  
Tétanos  
Tosferina  
Varicela



Unidad de  
Patología  
Clínica

El laboratorio confiable

Consulta a tu médico

Responsable Sanitario: Dr. Luis Alberto Santoscoy Tovar. Universidad Nacional Autónoma de México. Cédula: 1672738

Cédula Especialidad: AECEM-24462 Permiso COPRISJAL: 241403201A0019



Av. México 2341 CP 44650 Guadalajara, Jal.  
[www.upc.com.mx](http://www.upc.com.mx)

CAT 33 3669 0310  
 33 1848 5816

# EL MUNDIAL ESTÁ CERCA, ¿TU MARKETING TURÍSTICO LO ESTÁ?



**Por Edgardo López Huerta**  
Socio MISHTECH Creative Business Agency  
✉ [edgardo@mishtech.com](mailto:edgardo@mishtech.com)  
📷 [edgardolh](https://www.instagram.com/edgardolh)

**H**ablando de turismo, sin duda la Copa del Mundo 2026 traerá lo suyo para México y, particularmente, para nuestra querida Guadalajara. Este será un Mundial que rompe esquemas al ser el primero en realizarse en tres países (México, Estados Unidos y Canadá), con la antesala perfecta de las declaraciones de Donald Trump tras su llegada a la presidencia, que han desatado polémica con sus políticas migratorias y arancelarias. Pero, no se preocupen “el futbol nos une”, como dice la campaña de cerveza Sol y con todo y todo se proyecta que 500 mil visitantes visiten la Perla Tapatía.

El presidente de la Federación Mexicana de Fútbol, Yon de Luisa, comentó que se espera que, entre las tres ciudades elegidas (Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey), la derrama económica sea de unos 500 millones de dólares y se generen alrededor de 12 mil empleos. Si a esto sumamos que en México el futbol es una religión, es cultura, identidad y pasión, pues la cosa se va a poner buena.

México no recibe un Mundial desde 1986 y vaya que fue un evento fuera de serie. La televisión de la época dejó ver una afición sin igual, que apoyaba con porras eufóricas y ánimo desmedido. Aquí nació la famosa ola, que Coca-Cola capitalizó como “La ola de Coca-Cola”, un movimiento sincronizado de 83 mil 264 personas que se levantaban como si la peste pasara por sus asientos. Qué decir del comercial de Cerveza Carta Blanca que inmortalizó la tonadita de “Chiquitibum a la bim bom bá” y que se quedó como el nombre de la modelo que, entre la tribuna, ostentaba una playera de la marca y para seguir con el surrealismo, por qué, no una mascota de un chile con bigote y sombrero. Un gran Mundial y cómo no, si aquí vimos al gran Maradona dar sus mejores jugadas, que lo convirtieron en el jugador del torneo, con la famosa “mano de Dios”, y, claro, el triunfo de Argentina.

Eventos como este resultan una excelente campaña de pu-

blicidad para poner en el reflector destinos que se vuelven suculentos para visitar y conocer. Guadalajara estará expuesta al mundo, no solo por la transmisión de los partidos, sino porque cada una de esas 500 mil personas que visitarán la Ciudad se convertirá en un reportero de calle. Y su celular de última generación se encargará de exponer lo que estén viviendo en TikTok, sí, para bien o para mal.

Recuerdos, nostalgia y emociones es lo que tendrá que crear Guadalajara. Nos debemos preparar para sorprender a los fans, a los *host city supporters*, a los socios comerciales de la FIFA... al mundo. La pregunta es: ¿qué puede dar Guadalajara y su gente para hacer memorable este suceso? ¿Cómo puede ponerse el sombrero de la Ciudad más mexicana, cuna del mariachi, del tequila y de una gastronomía que cautiva, mientras muestra su cara moderna, tecnológica y no agachada?

Como siempre, el ingenio mexicano buscará subirse al *trend*. Negocios y marcas no oficiales añadirán balones y playeras tricolor a sus campañas, creyendo que eso es hacer marketing. Pero la verdadera estrategia está en pensar más allá: en construir experiencias que generen recuerdos positivos y, a la larga, incentiven el regreso de más turistas.

El problema es cuando se atraen a los clientes, por ejemplo a Guadalajara, a tu negocio, a tu restaurante, pero en el momento de la verdad todo se echa a perder por una mala atención, una sonrisa robotizada o peor aún, indiferencia total.

Y es aquí donde quiero hablar de un concepto clave: hospitalidad, el arte de hacer que las personas se sientan bienvenidas, valoradas y atendidas en cada punto de contacto. Mi invitación, hablando de marketing turístico, es poner foco en estrategias que prioricen la empatía, la calidez y la personalización, para que no solo se logre una venta, sino que un cliente regrese por la sensación de haber sido realmente bien recibido. La hospitalidad es crear experiencias memorables que generen conexiones emocionales con los clientes.

Guadalajara estará en la vitrina del mundo. Así que a lo que te truje Chenchá, haz algo bueno por tu marca, tu negocio, busca diferenciarte y pon en marcha este concepto de hospitalidad, ahí también estás creando marca. ♦

---

# ADVANCE

NEGOCIOS | SALUD | GASTRONOMÍA



## ALIANZAS CORRECTAS

---

TODO LO QUE NECESITAS  
PARA AVANZAR CON ÉXITO

Foto: Pexels



Tú también puedes ser uno de los primeros clientes en experimentar el nuevo BMW Serie 1

Fotos: Christian Soto Padilla y Servando Gómez

# BMW SERIE 1: LA REVOLUCIÓN AUTOMOTRIZ

BMW Naosa Country celebró el lujo, rendimiento y la tecnología de última generación el pasado 12 de febrero, llevando a cabo en sus instalaciones, en Av. de las Américas 1500, el lanzamiento exclusivo de su nuevo BMW Serie 1 2025, donde acudieron invitados especiales y clientes de la agencia para presenciar la fusión perfecta entre elegancia y sostenibilidad; quienes descubrieron las innovadoras y emocionantes características de cada una de las tres unidades que se presentaron de este vehículo revolucionario. Los asistentes disfrutaron de barras premium de canapés y coctelería, sin duda, un momento de convivencia y celebración.



Nayeli Tamayo y Jorge Staines



Isaani Gutiérrez  
y Javier Valle



Evelia Vidrio



Interior BMW Serie 1

@bmwnaosagd | Av. Américas 930, GDL, Jal. 44620



QUE SEAN TAN  
**GRANDES**  
COMO LOS  
IMAGINAS

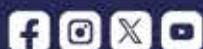
## PAGOS ANTICIPADOS DE COLEGIATURA

Certificados de colegiatura a precios actuales para su uso futuro en nivel preparatoria, profesional y educación continua.

### Contáctanos:

 (33) 1248 3970

 inversion.gdl@info.tec.mx



800 716 5598  
<https://inversioneducativa.tec.mx>

# FAVORABLE DESEMPEÑO EN EL COMERCIO MUNDIAL



Por **Janneth Quiroz Zamora**

Directora de Análisis Económico, Cambiario y Bursátil de Grupo Financiero Monex

✉ [jquirozz@monex.com.mx](mailto:jquirozz@monex.com.mx)

Las cifras de actividad económica global mostraron una importante resiliencia en 2024, principalmente en China y EE.UU., pues con cifras preliminares estos mostraron una expansión económica del 5% y 2.8%, respectivamente para todo el periodo (en línea con las estimaciones previas).

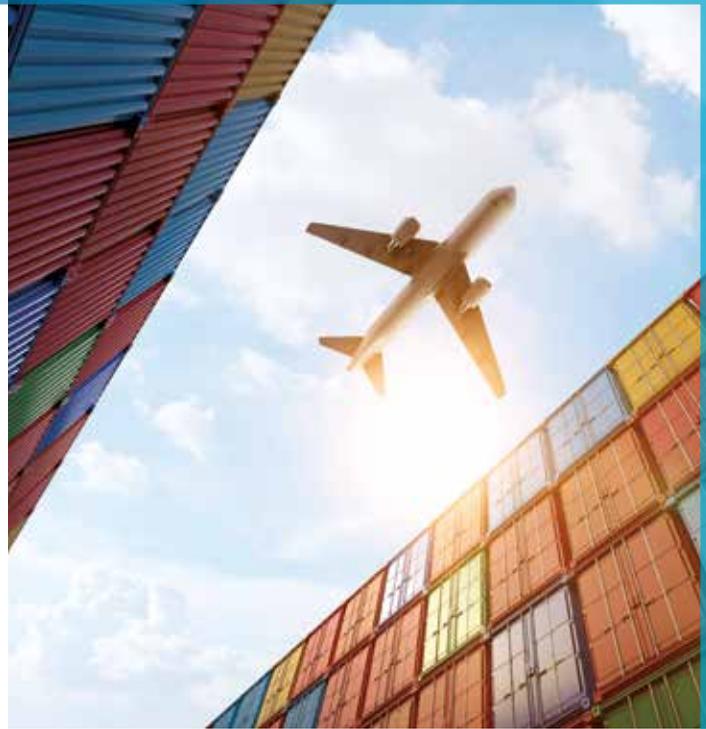
Ante este escenario macroeconómico y considerando la coyuntura global, las proyecciones económicas para 2025 del Fondo Monetario Internacional apuntan a una ligera desaceleración de China (+4.6%) y EE.UU. (+2.7%), pero mantienen un ligero optimismo para el bloque de la Eurozona (+1.0%). En contraste, en la economía mexicana las cifras preliminares del PIB al 4T-24 (+0.6%) enfrentan una clara ralentización económica, la cual podría extenderse en mayor medida durante el primer semestre del año. Por ello, la expectativa de crecimiento del PIB se sitúa en 1.4% para el cierre de 2025.

## EL IMPACTO DE ESTADOS UNIDOS

El 20 de enero se llevó a cabo la investidura de Donald Trump. Hasta el momento, el principal discurso antagónico sobre comercio internacional se mantiene con China, la Unión Europea, Canadá y México, países clave en el intercambio global de mercancías. Sin embargo, la guerra comercial entre EE.UU. y China se ha intensificado con la imposición del 10% de aranceles a todos los productos importados al país americano. Esto conllevó a una serie de represalias por parte del gobierno de Pekín, con aranceles adicionales al carbón, gas y equipos de uso agrícola. Por su parte, las medidas anunciadas del 25% a Canadá y México se encuentran en pausa, a fin de realizar negociaciones diplomáticas y comerciales que permitan continuar con un esquema de libre comercio.

En 2024, México logró mantener su liderazgo comercial con EE.UU., consolidando una participación del 15.5% con lo que se posiciona como el principal país proveedor de mercancías. Esta condición se mantiene por segundo año consecutivo, después de la implementación de políticas comerciales y arancelarias más severas de EE.UU. con China, así como por las tensiones geopolíticas y los cambios globales en la cadena de suministros.

En 2023 su comercio total de bienes se redujo 16.8%; mientras que en 2024 mostró un marginal crecimiento del 1.6% anual. Pese a esta ventaja competitiva para México, EE.UU.



ha fortalecido sus relaciones comerciales con otros países clave: Vietnam, Taiwán, India y Tailandia, los cuales se posicionan como competidores directos de México en la producción manufacturera principalmente de textiles y eléctricos.

En el comercio de México, la economía enfrenta una notable desaceleración; sin embargo, será clave las acciones del Gobierno actual que permitan incentivar la inversión, así como el diálogo diplomático en conjunto con EE.UU. para continuar con relaciones comerciales sanas. Por último, permanecen señales de incertidumbre para el comercio global con la imposición de aranceles del 25.0% a todas las importaciones de EE.UU. de acero y aluminio, los cuales entrarán en vigor el 4 de marzo del 2025.

### EN 2025 EL COMERCIO MUNDIAL Y LOCAL ENFRENTA LOS SIGUIENTES RIESGOS:

- Una menor actividad económica, incluyendo regiones y países con una mayor desaceleración (principalmente la Unión Europea)
- Incrementos en los costos por tensiones geopolíticas (como los precios de energía y en diversos insumos de alimentos)
- La imposición de aranceles de EE.UU. por parte de Trump a diversos países: China, Canadá, México y la Unión Europea, entre otros.

# MONEX

f Monex

www.monex.com.mx

@monexglobal

# MONEX

Transfiere a cualquier parte del mundo de forma segura con una **plataforma ágil.**

Monex, tu socio estratégico en Divisas y Pagos Internacionales.

Contacáanos en [monex.com.mx](https://monex.com.mx) o Guadalajara 333 818 0520, otras ciudades del país 800 746 6639



# POR EL CAMINO DE LA CERCANÍA

**BANCREA, LA BANCA CÁLIDA DE MÉXICO, CONTINÚA AVANZANDO EN SU MISIÓN DE IMPULSAR EL DESARROLLO DEL PAÍS, A TRAVÉS DEL FINANCIAMIENTO DEL EMPRENDIMIENTO MEXICANO Y UNA VISIÓN CENTRADA EN LAS RELACIONES CERCANAS CON SUS CLIENTES**

Conversamos con Ernesto López Clariond, presidente del Consejo de Administración de Bancrea sobre el año 2024, la fórmula ganadora que ha mantenido el crecimiento del banco como una constante y la estrategia de cara a un nuevo lustro de retos y oportunidades.

El empresario aseguró que uno de sus mayores orgullosos y el motor que empuja este navío es el granito de arena que aportan diariamente al crecimiento del país a través del financiamiento de los proyectos de los empresarios. Hazaña que ha sido posible gracias a su filosofía de ser “la banca cálida” y a un excelente capital humano que trabaja día a día con ese propósito en mente.

## GANAR LA CONFIANZA DE LA COMUNIDAD

Con esta cultura que permea en su toda su gente, Bancrea ha alcanzado hitos muy importantes, posicionándose dentro del selecto grupo de bancos con mayor rentabilidad en el país. Indicadores como la utilidad y el índice de colocación crecieron en porcentajes muy importantes en 2024. Otras unidades de negocio como Divisas y Fiduciario también han repuntado de forma muy favorable.

Sin embargo, es el incremento en la captación el indicador que más entusiasmo a su fundador, pues el año anterior se acercó a los 36 millones de pesos. “Eso significa que hay gente que confía en nosotros para poner los ahorros de toda su vida. Eso es lo que más me gusta a mí, porque ese indica que la comunidad ve que Banco Bancrea va bien”.

Las cercanas y sólidas relaciones que construyen con sus clientes, con base en apoyo y el acompañamiento en los buenos y malos momentos, les han valido una enorme lealtad. Esto se ve reflejado en uno de los índices de morosidad más bajos del sistema bancario mexicano (menos del 1%), el cual han mantenido por varios años consecutivos.

## TIEMPOS DE INVERSIÓN

Ante los recientes cambios políticos en México y Estados Unidos que han causado mucha incertidumbre en la población y el sector empresarial, López Clariond se mostró sereno y muy optimista.

La mira está en el progreso y en la inversión, planteándose objetivos muy ambiciosos para este 2025, como una colocación cerca de los \$50 mil millones de pesos, \$44 mil millones de captación y una utilidad neta \$1,100 millones, esta última representa un 36% más de lo generado en 2024.

A su vez, este año también lanzarán nuevos productos especializados para las pymes, que representan un gran por-

centaje de la industria en el país y generan cerca del 80% del empleo, siendo el motor económico de la nación. “Nosotros confiamos en México. Y en México hay pocos bancos. Todo este crecimiento se tiene que financiar. Entonces estamos en el área correcta y yo creo que le vamos a demostrar a nuestros vecinos que este es un lugar bueno e interesante para invertir. Va a haber una inversión tremenda. Esa es nuestra opinión”.

**BANCREA SIGUE APOSTANDO POR LA TECNOLOGÍA, IMPLEMENTANDO HERRAMIENTAS DE SEGURIDAD COMO EL RECONOCIMIENTO FACIAL Y TRASLADANDO GRAN PARTE DE SUS TRANSACCIONES A CANALES DIGITALES, SIN PERDER LA CERCANÍA QUE LOS HA DIFERENCIADO.**

Este año, Bancrea también empleará nuevos negocios y reforzará algunos ya existentes como Pyme Digital, Crédito Personal Digital, Seguros Digital, TPVs y Mesas de Dinero y Derivados. “La estrategia está fundamentada en atender a nuestros clientes, atenderlos bien, en que el empresario se sienta acompañado y seguir teniendo más servicios para que pueda hacer su proyecto”.

## VISIÓN 2030

López Clariond confiesa que el objetivo es convertirse en un banco nacional y llevar a “la banca cálida” a todas las entidades del país. En 2024 lograron ampliar su cobertura a Tijuana, Chihuahua, Torreón y Guadalajara. Para este año buscarán consolidarse en Mérida y establecerse en el centro del país en los próximos cinco años.

Al voltear a ver los 11 años de trayectoria de Bancrea, su fundador nos confiesa que, si bien él y los accionistas eran optimistas e imaginaban un negocio exitoso, no tenían en cuenta el sentimiento de satisfacción tan grande que recibirían al ser parte de la comunidad y conocer y apoyar tantas ideas e historias de éxito.

“Nos sentimos muy agradecidos de haber entrado en esta aventura donde vimos empresas empezando, chiquititas y que ahora volteas y dices: ‘Válgame Dios, qué listo señor, qué listo empresario, qué empresaria’”, concluye.



www.bancrea.com

Bancrea bancobancrea



## UN 2024 FUERTE PARA BANCREA:

- El ROE cerró arriba del 20%
- La utilidad neta alcanzó los \$811 millones de pesos, 31% más que en 2023
- La colocación llegó a \$40,300 millones, un 24% más que el año pasado
- En captación de público, el banco logró \$35,400 millones, 30% más el periodo anterior
- Los negocios de Divisas y Fiduciario crecieron fuertemente, con \$210 millones y \$5,400 millones de pesos respectivamente
- El índice de morosidad sigue bajo el 1%
- El ICAP está en el 14.2%
- Ya cuentan con 16 sucursales en el país

Lic. Ernesto López Clariond, presidente del Consejo de Administración de Bancrea



Rodrigo Uriarte y Gustavo Santoscoy



Isabela y Renata Fierro

# PONE EL TOQUE MEXICANO EN EL TORNEO UTS

Casa San Matías, el tequila oficial del Ultimate Tennis Show-down (UTS), deleitó a los asistentes durante todo el torneo internacional, poniéndole el toque mexicano, ofreciendo experiencias exclusivas con una selección de sus tequilas premium, incluyendo San Matías Cristal, San Matías Tahona y Rey Sol.

De esta manera, Casa San Matías reafirma su compromiso con la promoción del tequila como un símbolo de identidad cultural, compartiendo la riqueza de Jalisco con el mundo en este torneo que llegó por primera vez a Latinoamérica.

Desde el hospitality de Casa San Matías, los asistentes pudieron disfrutar del UTS en su edición 2025, brindando momentos únicos que distingue a esta casa, la más emblemática del tequila.



Miguel Medina, Oscar Martín del Campo, José Alberto Covarrubias y Rafael Salin



Fotos: Servando Gómez

El cóctel "It's a Match", diseñado para capturar la esencia del tenis y la vibrante energía del torneo



@casasanmatiasoficial  
www.sanmatias.com.mx



Cindy González, Cristina Satos y Viviana Gómez



# ZONA SAN MATÍAS PREMIER

TU BOLETO PREMIER INCLUYE:

Cena

Vaso oficial

Cerveza

Agua

Refresco

Botana

\*Hasta 5 cervezas dobles.



310 - LIGA MX CL 25

DOMINGO 2 DE MAR. / 6 PM  
ESTADIO JALISCO



312 - LIGA MX CL 25

SÁBADO 15 DE MAR. / 9 PM  
ESTADIO JALISCO

ADQUIÉRELO EN LÍNEA EN

[SOMOSROJINEGROS.COM](https://www.somosrojinegros.com)

CRÉDITOS EMPRESARIALES DISPONIBLES

MÁS INFORMACIÓN EN:  
[atencion@atlasfc.mx](mailto:atencion@atlasfc.mx)  
332 338 4240



Un elemento vital en la cocina del Chef Javier Plascencia es el fuego



Flauta de jaiba y atún



Arroz Bomba

Fotos: Servando Gómez

# MEXTRAORDINARIO, EL TALENTO DEL CHEF JAVIER PLASCENCIA

Chefs MEXTRAORDINARIOS celebra su segunda edición en Cuerno Andares, en esta ocasión con el Chef Estrella Michelin y toda la multiculturalidad de su propuesta gastronómica

En Cuerno Andares, el restaurante steakhouse mexicano donde la tradición se une a lo contemporáneo y da vida a la rica herencia culinaria de México, han creado la plataforma de colaboración Chefs MEXTRAORDINARIOS, que realizó su Segunda Edición el pasado 30 de enero, donde abrió su cocina como escenario al gran Chef Javier Plascencia, reconocido por su multiculturalidad, su toque, pasión y éxito como Chef Estrella Michelin, quien demostró y compartió su talento ofreciendo una increíble cena a los comensales que acudieron al restaurante insignia de Guadalajara. El menú a cargo del Chef Javier Plascencia fue: Almeja Reyna, Flautada de jaiba y atún, Brócoli asado en leña, Taco Tijuano, Arroz Bomba y de postre, Tamal Colado de Moras. ¡Mantente atento a sus próximas ediciones y sé parte de Chefs MEXTRAORDINARIOS!



Almeja Reyna



Brócoli asado

## CUERNO®

@cuernoandares

📍 Boulevard Puerta de Hierro 4965,  
Puerta de Hierro, Guadalajara, Jalisco

PLAYERS CHEFS

# SUNSET

FOOD & WINE EXPERIENCE



CHEF CARLOS  
GAYTAN



Chicago, IL, EE.UU.



CHEF DAVID  
CASTRO HUSSONG



Valle de Guadalupe, B.C., Méx.



CHEF RODRIGO  
RIVERA RIO



Monterrey, N.L., Méx.

Fácilizador Gastronómico CHEF HOMERO ARRAS

Experiencia Food & Wine Delicatessen	13:00 - 15:00 hrs.
Comida de 6 tiempos	15:00 - 18:00 hrs.
Sunset Moment & After Party	18:00 - 24:00 hrs.

Sábado 17 de Mayo • Hacienda Mi Ranchito, Comarca Lagunera, Méx.

\*Solo se aceptan reservaciones para grupos de 10 personas por mesa.



CUPO LIMITADO  
MÁS INFORMACIÓN

Un proyecto de  
**PLAYERS**  
OF LIFE

# AMOR AMASADO A LA PERFECCIÓN

Disfrutar de hacer lo que aman, es el sello de Paulina Fernández y Manuel López en Mánna Boulangerie. ¡Conoce más de esta panadería única!

Si lo que buscas es “pan de verdad”, del día, siempre fresco y sin conservadores ni colorantes artificiales, hecho con ingredientes 100% orgánicos, tienes que visitar Mánna Boulangerie, la panadería de Paulina Fernández y Manuel López, emprendedores tapatíos apasionados por el servicio al cliente y por crear delicias que solo encontrarás aquí.

“En 2018 nació Mánna Boulangerie y desde el 2023 tenemos nuestro local, crear nuestra panadería ha sido increíble y al mismo tiempo sorprendente, antes de esto, ambos nos dedicábamos a algo completamente diferente, pero nos lanzamos a la aventura, confiamos en nosotros y aquí estamos. Amo crear con mis manos, hasta el día de hoy, lo que más disfruto es estar en el centro de producción”, menciona Paulina con una sonrisa que nos deja ver el amor por lo que hace.

Manuel ha sido pieza clave para que Mánna Boulangerie sea lo que hoy es, y es que él renunció a lo que pareciera una vida laboral “común” para unirse a Paulina y decirle sí a este viaje del emprendimiento. “Cuando me lo propuso yo le dije a ella ¡va!, pero vamos a hacerlo muy bien, esto tiene que ir muy en serio”, comparte emocionado, “mi parte favorita de todo esto es ver a nuestros clientes deleitarse con nuestros panes”.

Actualmente, cuentan con un local y buscan abrir un segundo, pero como ellos mismos dicen “no tenemos prisa, queremos seguir disfrutando del proceso”.



Hogaza de masa madre



Paulina Fernández y Manuel López, creadores de Mánna Boulangerie



Croissants, los favoritos de sus clientes

Fotos: Servando Gómez

**MÁNNA**  
boulangerie

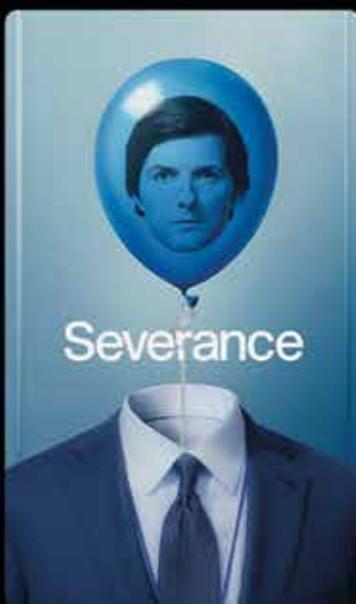
**ENCUÉNTRALOS EN:**

📍 Paseo Solares 605 Local 3

☎ 33 3301 8803

📱 @mannaboulangerie

Apple tv+ en Totalplay®



*Contrata y recibe*

**Apple TV+  
de cortesía**

**Por 1 año\***



**Muchos  
más megas**

**De por vida\***

**¡Cámbiate ya! • 800 330 1111**

Total Play Telecomunicaciones S.A.P.I De C.V. Todos los derechos reservados. Tarifas registradas ante IFT.  
Al contratar Totalplay Internet y Totalplay TV + Internet en planes de 200 megas en adelante recibirán Apple TV+ incluido por 12 meses.  
\*Consulta términos y condiciones en [totalplay.com.mx/promociones](https://totalplay.com.mx/promociones). Vigencia del 1 al 31 de Marzo de 2025.



Héctor Raygoza, director de DAT

Expertos en crear conceptos para sus clientes, DAT, es la empresa de audio e iluminación que hará de tu evento algo único, ¡iconócelos!

# QUE TU EVENTO MARQUE LA DIFERENCIA

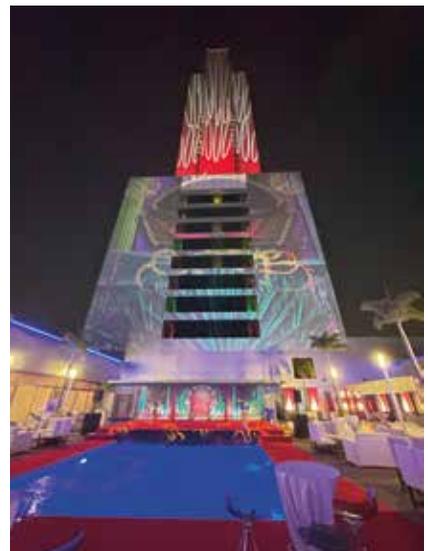
Héctor Raygoza, director de DAT, compañía con 35 años de historia creando experiencias de entretenimiento a través de su servicio de audio e iluminación, se enfoca en crear conceptos que tengan como objetivo dar vida a momentos increíbles, “vamos más allá”, comparte el experto en entrevista para Players of Life Guadalajara.

Especializados en eventos empresariales de gran magnitud como lo son lanzamientos de productos, convenciones, congresos, entregas de premios, kick offs, entre otros, DAT hará, desde la primera reunión creativa hasta el día en que se lleve a cabo tu evento, toda una experiencia que trascenderá en el tiempo y en la mente de tus colaboradores o público.

“Contamos con aliados estratégicos que nos ayudan a cubrir cualquier necesidad a la hora de producir los eventos

de nuestros clientes, primero creamos un concepto y le damos vida a cualquier idea que exista en la mente de nuestros clientes, esto con el uso de tecnología de punta, como mapping con láser o realidad virtual, para impactar a tus invitados”, explica Héctor Raygoza.

Sus altos estándares de calidad, vanguardia tecnológica, innovación y garantía en el servicio, así como la calidad humana de todo el equipo que conforma DAT, te brindará la confianza de poner en sus manos ese evento tan importante para ti. Ellos son los expertos, y aunque son una empresa con un gran renombre dentro del rubro, no descuidan la atención personalizada y altamente detallada que ofrecen a cada uno de sus clientes, y que ha sido un factor diferenciador a lo largo de sus más de tres décadas de ser líderes en el sector.



Fotos: Cortesía



**¡CONTÁCTALOS!**

[dat.com.mx](https://www.dat.com.mx) ☎ 33 3137 5638

📍 José María Heredia 2612, Guadalajara, Jal.

📱 @dataudioiluminacion

✉ hectorraygoza@me.com

# PLAYDOIT®

## Casino en Línea



LOS **PAGOS +**  
**RÁPIDOS**  
DEL **MUNDO**

**ENTRA A GANAR**



**DESCARGA  
LA APP**



PLAYDOIT ES UNA MARCA NACIONAL DE JUEGOS EN LÍNEA REGISTRADA EN MÉXICO. PERMISO SECOSII DGAJUS/ICEV/19-06/2009-1281. OPERADO DE MANERA CONJUNTA CON ATRACCIONES AMÉRICA SA DE CV CON EL NÚMERO DE OFICIO DGAJUS-1193/2014

# MÚSICA INCREÍBLE PARA UNA BODA INOLVIDABLE

DJ Fercho será el aliado perfecto para que una de las noches más importantes de tu vida sea recordada por siempre

DJ Fercho hace que la música del día de tu boda cuente tu historia

Especializado en bodas desde el 2008, DJ Fercho sabe muy bien cómo ser la pieza clave para dar vida, a través de su música, a eventos que perduren en el tiempo y en la mente de los recién casados y también de sus invitados. “En una boda, la música es el factor determinante para que los novios vivan una gran experiencia, como siempre les digo a mis clientes: aquí venimos a pasarla bien, y yo haré todo lo que esté, literalmente, en mis manos para lograrlo”, comparte en entrevista para Players of Life Guadalajara el productor.

A través de una cita previa con los novios, DJ Fercho se encarga de descubrir cuáles serán sus preferencias para su celebración, propone y crea la playlist perfecta para que tú y todos tus invitados vivan una fiesta increíble.



Beats, y pura energía con DJ Fercho

“Existen cuatro factores imprescindibles para que una boda sea inolvidable, estos son: en primer lugar la actitud de los novios; en segundo, la energía de su fiesta; el tercero, el “mood” de los invitados y en el cuarto factor entro yo, con mi experiencia para leer a las personas en la pista y llevar el ritmo de la música, creando diferentes atmósferas durante la noche”, explica el DJ, quien siempre busca que exista una diversidad a través de los diferentes géneros y corrientes musicales.

Si quieres convertir tu boda en un evento memorable que trascienda a través de los años, DJ Fercho en la tornamesa te ayuda a lograrlo.

**DJ** FERCHO

**CONTÁCTALO**

@yosoytudj

+52 33 3369 3669

Fotos: Cortesía



# MICHELLE FREYRIA

FOTÓGRAFA ESPECIALIZADA EN RETRATO, EDITORIAL, GASTRONOMÍA Y BOUDOIR

✉ MFREYRIA@GMAIL.COM    **f** MICHELLE FREYRIA    **@** MFREYRIAOFICIAL    **☎** 3331397188

MODELO @LELLABRAYL

AGENCIA @IAMINCOVER @PATTIFALCONERAGENCY

# ¡GUADALAJARA ESTÁ LISTA!



**Por Javier Arroyo**

Presidente del Consejo Directivo de la  
Cámara de Comercio de Guadalajara

**Q**ué gusto saludarles a través de estas páginas, amigas y amigos de Players of Life. Me presento: soy Javier Arroyo Navarro y tengo el gran honor de presidir el Consejo Directivo de la Cámara de Comercio de Guadalajara.

Estamos viviendo un primer trimestre del año muy activo y sin duda hay muchas cosas por contar y analizar.

Hoy quiero centrarme en un tema: estamos cada vez más cerca del Mundial de Fútbol 2026, del cual Guadalajara será una de sus sedes. Por tercera vez en su historia, nuestra ciudad recibirá partidos de la máxima competición internacional de este deporte.

No es un tema menor. Afortunadamente, Guadalajara se ha acostumbrado a atraer a los mejores eventos deportivos del mundo. Esto se debe, entre otros factores, al trabajo que muchas personas han hecho para la promoción de la ciudad a nivel internacional.

La última vez que Guadalajara recibió el Mundial de fútbol fue en 1986 y muchas cosas han cambiado desde entonces. Nuestra ciudad ya no es la que era. Ahora podemos ver a una Perla Tapatía en constante desarrollo, crecimiento e innovación, que sin embargo, conserva sus tradiciones.

En las últimas décadas, Guadalajara se ha posicionado como un polo de atracción empresarial y turística, y también se ha mostrado a nivel internacional a través de deportistas como Lorena Ochoa, Checo Pérez, Saúl “Canelo” Álvarez, Javier “Chicharito” Hernández, entre muchos otros.

La Guadalajara que recibirá el Mundial del 2026 también tiene otra diferencia respecto a 1986. El mítico Estadio Jalisco fue sede en 1970 y 1986; pero ahora le tocará al Estadio Akron, un complejo deportivo de primer mundo y que representa uno de los máximos legados de Jorge Vergara, quien soñaba con que este inmueble se convirtiera en sede mundialista.

Durante las últimas décadas, la ciudad también ha avanzado mucho en la atención a sus visitantes. Jalisco es México, y como tal, quienes nos visitan encuentran servicios, atenciones y comercio de primer nivel. Las personas que vengan de otros estados o de otros países, se encontrarán con una Guadalajara que ofrece cientos de atractivos turísticos, culturales y gastronómicos.

Desde la Cámara de Comercio de Guadalajara nos estamos preparando para este evento. La cantidad de personas que visitarán la ciudad es una oportunidad inmejorable para el co-



Foto: Gdl2026

mercio formalmente establecido. La derrama económica que traerá el Mundial del 2026 beneficiará directamente a cientos de miles de familias que han invertido su patrimonio para sacar adelante sus comercios formales.

En conjunto con las autoridades, con nuestros agremiados y con organizaciones como la Oficina de Visitantes y Convenciones, estoy seguro de que podremos hacer que este Mundial sea histórico.

Agradezco a Players por este espacio para coincidir con sus lectores. Nos leemos en la próxima edición. Les mando un abrazo.♥

# Nuevas **Membresías** Nuevas **Oportunidades**

● **IDEAL PARA EMPRESAS  
CONSOLIDADAS QUE BUSCAN  
DESTACAR**  
Posicionamiento de marca +Networking  
+Capacitación +Espacios Premium

● **IDEAL PARA EMPRESAS EN  
EXPANSIÓN**  
Comunidad +Capacitación  
+Coworking +Directorio empresarial



● **IDEAL PARA EMPRENDEDORES  
Y EMPRESAS EMERGENTES**  
Mentorías personalizadas +Capacitación  
+Diagnóstico inicial



# ¿QUÉ NECESITA MÉXICO PARA JUGAR EN LAS GRANDES LIGAS?



**Por Armando Castaño**

Empresario y consejero del Comité de Emprendimiento de Coparmex Jalisco

**f** Armando Castaño Salazar

**@** Armandocastanosalazar

**M**éxico está en un momento clave para su crecimiento económico. La Presidenta Claudia Sheinbaum presentó el Plan México, con la meta de llevarnos al top 10 de las economías más grandes del mundo. Actualmente estamos en el puesto 14, y la estrategia para subir en el ranking es clara: invertir más.

Carlos Slim lo dijo recientemente en una conferencia, los países más fuertes económicamente son los que más invierten en sí mismos. China, por ejemplo, destina 40% de su PIB a inversión. En México, en el segundo trimestre de 2024, la inversión representó 24.5% del PIB, según el observatorio México ¿Cómo Vamos? La meta es superar 25%, pero más allá de la cifra, lo importante es hacia dónde dirigimos esa inversión.

Aquí hay tres claves que pueden hacer la diferencia.

## QUE EL DINERO SE QUEDE EN MÉXICO

Atraer inversión extranjera es importante, pero también lo es que el capital mexicano crezca aquí. Hoy tenemos empresas que podrían expandirse, innovar y generar más empleo si contaran con incentivos y condiciones más favorables. Hay que apostar por sectores estratégicos como tecnología, manufactura avanzada, energías renovables y agroindustria.

## APOYAR MÁS A LAS MIPYMES

Las micro, pequeñas y medianas empresas son el motor de la economía. Representan más de 99% de los negocios en el país y generan alrededor de 70% del empleo formal. Pero muchas veces se enfrentan a problemas como falta de financiamiento, trámites burocráticos y acceso limitado a tecnología. Si realmente queremos crecer como país, necesitamos darles más herramientas para que despeguen.

## PRODUCIR MÁS, IMPORTAR MENOS

México tiene todo para ser un país que fabrica y exporta más, pero aún dependemos mucho de las importaciones. Si fortalecemos nuestras cadenas de suministro y producimos más aquí, no solo mejoraremos nuestra economía, sino que generaremos más empleos en sectores clave.



Foto: Pexels

El mundo está volteando a ver a México como un destino de inversión. El *nearshoring* está trayendo empresas que buscan instalarse más cerca de Estados Unidos, y nuestra posición geográfica es una gran ventaja. Pero para aprovechar esta oportunidad, hay que garantizar condiciones atractivas para los inversionistas como seguridad, infraestructura moderna y un entorno de negocios confiable.

Tenemos talento, recursos naturales y una ubicación privilegiada. Pero el crecimiento económico no sucede solo porque sí, hay que impulsarlo con decisiones estratégicas y bien enfocadas. ♦

# OUTSIDE

CULTURA | TRAVEL | SOCIALITÉ

## EN CADA ENCUENTRO

LUGARES, SABORES  
Y MOMENTOS ÚNICOS



Foto: Pexels



# AGENDA



## DEPORTES

# CARRERA PARA TODOS

Para todos los amantes del ejercicio al aire libre, la Carrera de los Zorros es la opción ideal. Podrás correr a tu ritmo en categorías de 3, 5 y 10 kilómetros. Vive la experiencia y congrega a tu familia mientras te ejercitas.



**23**  
MARZO

- ◆ CLUB ATLAS CHAPALITA
- ◆ 06:30 HORAS
- ◆ \$580

## MÚSICA



### MÚSICA CON NOSTALGIA

Una noche de tributo a The Doors, The Beatles y Led Zeppelin de la mano de músicos que te transportarán al siglo pasado. Podrás perderte en el rock clásico y dejarte llevar por la memoria musical.

**TEATRO DIANA**  
**16 DE MARZO, 18:00 HORAS**  
**\$ DE 400 A 650**



## MÚSICA



### EL REGRESO DE UN CLÁSICO

La gran estrella española Miguel Bosé, estandarte del pop romántico y vanguardista, tendrá un gran regreso a Guadalajara como parte de su gira IMPORTANTE 2025. El mítico cantante se reencontrará con los tapatíos.

**AUDITORIO TELMEX**  
**27 DE MARZO**  
**\$ DE 1,800 A 4,600**



## EXPOS



### AROMAS DELICIOSOS

La exposición que fusiona lo mejor de Expo Café y Gourmet Show, los dos eventos que marcan la tendencia gastronómica en México, llega a la ciudad para enamorar a los entusiastas del grano molido.

**EXPO GUADALAJARA**  
**DEL 13 AL 15 DE MARZO**  
**REGISTRO EN**  
**info@cafeygourmet.com**



## EXPOS



### NEGOCIOS PARA TODOS

Expo ANTAD, la plataforma de negocios del sector retail, horeca y cadena alimentación, regresa a su tradicional cita con detallistas y proveedores para intercambiar puntos de vista para definir el futuro del sector comercio.

**EXPO ANTAD**  
**DEL 25 AL 27 DE MARZO**  
**INFORMES EN**  
**ccorona@antad.org.mx**





APASIONADOS  
**PORQUE DISFRUTES**

33 1335 4398

[www.toriba.com.mx](http://www.toriba.com.mx)

toriba  
banquetes eventos  
PREMIUM CATERING

# EL FUEGO DE OROZCO SIGUE VIVO

**El Museo Cabañas nos hace levantar la mirada y enfrentar el arte que cuestiona y enamora**



**E**n el centro histórico de Guadalajara, el Museo Cabañas es un manifiesto de piedra y arte que resiste al tiempo. Este espacio, declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 1997, se yergue como un testimonio de la grandeza arquitectónica del siglo XIX y, sobre todo, como el lienzo eterno de uno de los artistas más incendiarios que ha dado México: José Clemente Orozco.

Diseñado por el arquitecto Manuel Tolsá en 1810, el Cabañas nació como el Hospicio de Guadalajara, un refugio para los más vulnerables. Con una sencillez neoclásica que no cede al ornamento excesivo, el edificio despliega una geometría impecable que invita a perderse en sus patios y corredores. Hay algo en sus proporciones que sugiere que aquí las cosas importantes — la vida, la muerte, el arte— encuentran el equilibrio perfecto.

Recorrerlo es un ejercicio de admiración arquitectónica: 23 patios, 106 espacios y 72 pasillos entrelazados que parecen diseñados para amplificar la voz de la historia. Pero más allá de su estructura, el Cabañas guarda un secreto que pocos edificios en el mundo pueden reclamar: la huella imborrable de un genio.



## **OROZCO: EL FUEGO EN EL TECHO**

En 1937, José Clemente Orozco llegó al Cabañas con la tarea monumental de convertir la capilla central en su lienzo. Lo que dejó no es solo un conjunto de murales, sino un grito visual que atraviesa los siglos. Aquí, en el corazón del museo, Orozco pintó su obra maestra: “El hombre en llamas”.

El mural, que corona la cúpula de la capilla, es una explosión de formas y colores que parecen arder en un incendio perpetuo. La figura central, un hombre consumido por el fuego, no es solo una representación del sufrimiento humano, sino también de su capacidad de renacer, como un Fénix moderno que emerge del caos.



Fotos: Cortesia

## UN PATRIMONIO PARA EL MUNDO

El reconocimiento como Patrimonio Cultural de la Humanidad no es un galardón decorativo, sino una declaratoria que posiciona al Cabañas como un legado universal. Este museo es una joya que combina historia, arquitectura y arte en un mismo espacio. Su relevancia trasciende las fronteras de México, recordando que la cultura no tiene límites geográficos.

A su alrededor, las paredes narran escenas de la historia y el mito: héroes caídos, opresores y revolucionarios, fuerzas que colisionan en una danza violenta que nunca deja indiferente. Sus murales exigen atención, cuestionan, sacuden.

Visitar el Cabañas es someterse a una experiencia que trasciende la estética. Enfrentar a Orozco es enfrentarse a uno mismo. Sus murales obligan a reflexionar sobre el poder, la injusticia y la fragilidad de la condición humana. Es un arte que incomoda, que no se detiene en lo bello, sino que abraza lo visceral.

Pero el Cabañas no solo vive de Orozco. El museo también alberga exposiciones temporales que dialogan con el presente, manteniendo vivo el espíritu de cuestionamiento que caracteriza a este espacio. Desde fotografía contemporánea hasta instalaciones interactivas, el Cabañas se ha convertido en un punto de encuentro entre el pasado y el futuro. ♦

### ASISTE:

**Dirección:** Calle Cabañas 8,

Colonia Las Fresas. Plaza Tapatía.

**Horario:** Ma-Do de 10:00 a 17:00 horas.





Emiliano Aceves, Michel Dun, Juan Pablo Aceves, "Jbad" Aceves, Cristobal Aceves y Mateo Aceves

# VÍA AURORA DESLUMBRA A GUADALAJARA

El proyecto Vía Aurora, una innovadora obra que redefine el estándar de la vida moderna, fue presentado ante más de 200 asistentes, entre ellos personalidades destacadas y directivos de Grupo DMI. Los invitados disfrutaron de una velada llena de música en vivo, coctelería y sorteos de premios exclusivos, incluyendo relojes Garmin y un Rolex. El proyecto Vía Aurora ofrece mil metros cuadrados de comercio en la planta baja y 150 residencias con acceso a amenidades exclusivas, convirtiéndose en un destino deseable para aquellos que buscan una vida moderna y sofisticada.♥



Gaby González, Leticia Mendoza, Virginia Mónaco, Adriana Días y María Alvarez



Juan, Ángel y Emilio Leañó

Fotos: Carlos Zepeda



Michel Dun, Daniela y Alejandra Pérezverdia

Galería completa





¿Carga **alta** de impuestos  
en tu **declaración** anual?

**Acércate a nosotros**

**Optimiza** tu pago de **impuestos**  
Anuales, **cumpliendo** con la **ley**

33 3968 8203  
jgarcia@corpadminitek.com

 /AdminteksolutionsJalisco

 /Admintekjalisco

# NUEVO LUGAR PARA LA GASTRONOMÍA

Grupo Campomar abrió, en el Centro de la ciudad, las puertas de su concepto de mariscos “El Cokin”, restaurante con un estilo muy relajado en el cual se disfruta de todo el sabor tradicional nayarita. Esta es la cuarta sucursal del restaurante de mariscos estilo Nayarit en la Zona Metropolitana. Durante el corte de listón de esta “Marisquería de México”, el Gobernador de Jalisco, Pablo Lemus, resaltó que “quería que restaurantes emblemáticos y exitosos pudieran llegar al Centro Histórico, ¡esta es una gran fiesta!”.



Dominique Dornbierer y Octavio Altamirano



Octavio Altamirano, Pablo Lemus, Jorge Armando González y Mauro Garza



Melissa Larios y Erandi Díaz



Zyanya Roesner y Valeria Molina



Joana Estephania y Alfredo Ramos



Fotos: Servando Gómez



Martha Becerra, Pili Lomelí y Juan Hernández

**Diseñamos experiencias fusionando arte y tecnología para tus eventos corporativos, culturales y conciertos.**



## **CREAMOS MOMENTOS MEMORABLES**

### **Producción visual y escenografía impactante**

Diseñamos escenarios que cautivan a tu público e integran tu creatividad sin límites.

### **Tecnología e innovación inmersiva**

Implementamos soluciones audiovisuales para crear experiencias inmersivas y memorables.

### **Desde el concepto a la realidad**

Te acompañamos desde la idea inicial hasta la producción final, asegurando eventos impecables.



**AGENDA UNA CONSULTA**  
**@am\_experiencias**  
**333 815 2596**

**amexperiencias.com**



Arturo González, Alejandro Manzo, Carlos Manzo, Jesús Manzo, Miguel Romero, Marcela Martínez, Ernesto Manzo, Andrés Manzo, Jesús Manzo y Patricia Marroquín



Fabian Mercado, Patricia Mercado, Joel Mercado y Patricia Mercado



**PEGADURO**  
EL ADHESIVO MÁS SEGURO

# CELEBRAN CERTIFICACIÓN E INAUGURAN SHOWROOM

Con un exclusivo evento, Pegaduro, empresa mexicana líder en adhesivos, celebró el pasado 12 de febrero el corte de listón de su nuevo espacio para recibir a sus clientes, donde se gestarán sus nuevos y grandiosos proyectos, para seguir dando el servicio de primera calidad que los distingue. Además, durante el festejo, la empresa recibió el Certificado en ISO:9001-2015, convirtiéndose en la primera compañía en el ramo en México con esta certificación en todas sus plantas. Así fue como invitados, clientes y directivos celebraron con un gran brindis todos estos logros. ¡Enhorabuena!



Oscar Luna, Alejandro González e Ismael Luna



Visita su Showroom en Corporativo PEGADURO, ubicado en Anillo Periférico Sur 6000, Tlaquepaque, Jalisco

Fotos: Servando Gómez



Carlos Manzo, Jesús Manzo, Andrés Manzo, Miguel Ángel Romero y Ernesto Manzo



GRUPO CAFÉ DES ARTISTES

TRANSFORMAMOS LA GASTRONOMÍA EN

# arte.

## CAFÉ DES ARTISTES®

BY THIERRY BLOUET

PUERTO VALLARTA, JALISCO

Reserve: ☎(322) 159 5675

[www.cafedesartistes.com](http://www.cafedesartistes.com)

## TUNIA IBLANCA®

BY THIERRY BLOUET

PUNTA DE MITA, NAYARIT

Reserve: ☎(322) 181 4380

[www.tunablanca.com](http://www.tunablanca.com)

## LACASA®

BY THIERRY BLOUET

BUCERÍAS, NAYARIT

Reserve: ☎(322) 117-5570

[www.lacasablouet.com](http://www.lacasablouet.com)



Síguenos



# SUSHI CENTRAL



**LOBBY 33**  
33 1001 8509

**CHAPALITA**  
33 1653 1758

**PALOMAR**  
33 3113 8049

**ZAPOPAN CENTRO**  
33 3804 7676

**PUNTO SUR**  
33 1514 7417

**ZONA REAL**  
33 3160 3645

**PROVIDENCIA**  
33 3622 1737

[WWW.SUSHICENTRAL.MX](http://WWW.SUSHICENTRAL.MX)

