

**GENIOS DE LA
MERCADOTECNIA**

Lo mejor en Agencias de Publicidad,
Social Media y Relaciones Públicas

**MEDIOS DE
COMUNICACIÓN**

Llegando al cliente

**SEMANA SANTA EN
PLAYAS MEXICANAS**

Opciones imperdibles

www.playersoflife.com

PLAYERS **OF LIFE**

BUSINESS & LIFESTYLE

TORREÓN

**SERGIO
MARTINEZ**

VOZ INCONFUNDIBLE

**YURA
CORPORATION**

FUTURA PLANTA EN LA REGIÓN

**MARATÓN
LALA 2015**

XXVII EDICIÓN

**BOYARDO
SALMÓN**

ASENTANDO EL VALOR DEL ÉXITO

#WANNAPLAY

#LOSORIGINALES

MARZO 2015

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



7 503007 253002



Innovation
that excites®

5 GENERACIONES INNOVANDO PARA TI.

Since 1965



NISSAN ALAMEDA
ANIVERSARIO



NUESTRA HISTORIA.

A principios de los años 60 cuando la industria automotriz mexicana se manejaba de manera informal sin establecer plantas armadoras con políticas y procedimientos tan profesionales como los actuales, las personas emprendedoras ofrecían en sus propiedades particulares automóviles nuevos de diferentes marcas sin importar la exclusividad de las mismas.

Fue así que en 1962, Don Manuel Mijares Gutiérrez, propietario y fundador de Nissan Alameda, estableció su primer lote de autos en la Comarca Lagunera; ubicado en Avenida Morelos y calle Donato Guerra frente a la Alameda Zaragoza, es ahí donde nace esta empresa y razón por la cual tiene ese nombre en la actualidad. Los vehículos vendidos en esa época eran los Datsun Bluebird importados de Japón.

Para 1968 se inaugura las nuevas instalaciones de Autos Alameda en Calzada Colón y calle Escobedo, donde se vendieron los famosos Datsun 510, el famoso "cuadradito" que tantos clientes recuerdan con gusto.

En 1975, para otorgar un mejor servicio y calidad en productos se realiza una expansión del negocio, con la inauguración de la agencia en Blvd. Independencia y Calzada Colón. Siendo esta la ubicación actual de la matriz y la más conocida. En la década de los 2000's apertura una sucursal en Blvd. Diagonal Reforma y en 2013, adquiere la sucursal Nissan de Gómez Palacio.

Actualmente, Nissan Alameda se consolida por quinto año consecutivo como la marca automotriz No. 1 en ventas en territorio lagunero, ofreciendo una gama de más de 25 vehículos diferentes para cada tipo de cliente. Cuenta con 5 puntos de venta que incluyen venta de autos nuevos, semi-nuevos, centro de servicio, refacciones y hojalatería y pintura.

La clave del éxito de Nissan Alameda es brindar a sus clientes **experiencias de compra únicas y satisfactorias** que engrandezcan la vida de la gente.



¡GRACIAS!
POR ACOMPAÑARNOS EN EL CAMINO.



Plan *telcel* **PRO 500**

TE DA    **SIN COSTO¹**

1GB² Por **\$399**

**500 SMS, 500 Minutos³
y 3 Números GRATIS**

**Además te damos⁴
el doble de gigas**





**SONY
XPERIA E3
D2206**



**HTC
DESIRE 510**



**LG L70
D320F8**



**Samsung
G355 Core 2**

Telcel la red en tus manos



1) El uso de la aplicación WhatsApp® Messenger está referido únicamente a la aplicación oficial propiedad de WhatsApp Inc. Cualquier liga publicitaria o redireccionamiento fuera de la aplicación, aun cuando se haya accedido a través de la misma, se debitará de la capacidad de datos incluida en el plan y, una vez agotada la misma, se cobrará a granel bajo demanda (por KiloByte [KB]) conforme a la tarifa por consumo de datos adicionales establecida para el plan contratado (\$0.25 por Megabyte [MB] - 1MB = 1,024 KB). Incluye la reproducción de videos, descarga de contenidos y fotos; así como aplicaciones y juegos en línea. Telcel no es responsable de la aplicación WhatsApp® Messenger ni de los servicios prestados por medio de la misma, y su uso es derivado de la relación entre el usuario y WhatsApp Inc. Compatible con equipos BlackBerry con sistema operativo 10 en adelante. El uso sin costo de las redes sociales Facebook® y Twitter® comprende solamente la navegación dentro de las aplicaciones móviles oficiales para Facebook® y Twitter®, así como los dominios www.facebook.com, m.facebook.com, www.twitter.com y m.twitter.com. Se entiende como aplicaciones oficiales las que Facebook® y Twitter® han liberado bajo su propia marca (por ejemplo: Facebook Pages®, Facebook Camera® y Facebook Messenger®). Cualquier liga publicitaria o redireccionamiento fuera de los sitios o aplicaciones de Facebook® y Twitter® aun cuando hayan sido accedidos a través de dichas aplicaciones, se debitará de la capacidad de datos incluida en el plan y, una vez agotada la misma, se cobrará a granel conforme a la tarifa por consumo de datos adicionales establecida para el plan contratado, incluye la reproducción de videos, descarga de contenidos, aplicaciones y juegos en línea. Compatible con equipos BlackBerry con sistema operativo 10 en adelante. El usuario puede acceder libremente a otras aplicaciones móviles y redes sociales, el acceso se debitará de la capacidad de datos incluida en el plan y, una vez agotada la misma, se cobrará a granel conforme a la tarifa por consumo de datos adicionales establecida para el plan contratado. 2) El 1 Gigabyte (GB) incluido en el plan aplica para navegar en Internet estando dentro de la República Mexicana. El consumo de datos estando en Roaming Internacional se cobrará conforme a la tarifa estándar vigente para el consumo de datos en el país visitado. 3) Los 500 minutos son para llamar a cualquier número local o nacional Telcel o de OOM estando dentro de la República Mexicana. Los Números Gratis son números locales o nacionales de cualquier compañía fija o móvil elegidos por el usuario para llamar o enviar Mensajes de Texto (SMS) sin costo. Los números gratis elegidos para realizar llamadas serán sin costo durante los primeros 5 minutos de la llamada, a partir del sexto minuto (5:01) se cobrará la tarifa vigente por minuto adicional establecida para el plan contratado. Los números gratis elegidos para enviar Mensajes de Texto (SMS), el usuario podrá enviar mensajes de texto de forma ilimitada. 4) Al contratar o renovar en cualquier Plan Telcel Pro sujeto a un plazo forzoso de 12, 18, 24 ó 36 meses en D.F., Estado de México, Morelos e Hidalgo; o de 18 ó 24 en el resto de la República Mexicana, Telcel te regala el doble de MB o GB (según corresponda) a los incluidos en el plan contratado, cada mes durante todo el plazo forzoso. Válido al 31 de Marzo 2015. Información de Planes Telcel Pro en www.telcel.com. Centros de Atención a Clientes y Distribuidores Autorizados Telcel. Imágenes ilustrativas. Color de los equipos sujetos a disponibilidad en punto de venta. Precios publicados incluyen 16% de IVA.



¡INSCRÍBETE!

COSTO POR INSCRIPCIÓN \$200 PESOS

INSCRÍBETE EN:

GALERÍAS LAGUNA

INNOVA SPORT GALERÍAS

INNOVA SPORT CUATRO CAMINOS

INNOVA SPORT FUNDADORES

INNOVA SPORT INDEPENDENCIA

INNOVA SPORT SORIANA HAMBURGO

EN GÓMEZ PALACIO





5K COLORS GALERIAS

22 DE MARZO 2015 GALERÍAS LAGUNA



DESCÚBRE TODA LA INFORMACIÓN EN:

5K COLORS GALERIAS

PINTURAS
Doal

Imagenlimpieza

Devotchka



blitzer
accesorios



MARCA
IMPRESA

DLeal
Dulcerías

TOUS
jewelers since 1920



Boyardo Salmón y Carlos Márquez, Director Ejecutivo de PLAYERS of life Torreón

BackStage

Sesión de portada marzo 2015
Boyardo Salmón

Entrevista por José Alejandro Antunes
 Fotografías por Arturo Morán



Busca el ID: 8652



Descubre más de éste y otros artículos en nuestra página web.
www.playersoflife.com

PLAYERS OF LIFE
 BUSINESS & LIFESTYLE
TORREÓN

DIRECTOR EJECUTIVO
 Carlos Márquez e: carlos.marquez@playersoflife.com

GERENTE COMERCIAL
 Raúl Ontiveros e: raul.ontiveros@playersoflife.com

EJECUTIVOS COMERCIALES
 Ana Cristina Campos e: cristina.campos@playersoflife.com
 Brenda Humphrey e: brenda.ha@charmlife.com.mx
 Griselda Woo Escamilla e: griselda.woo@charmlife.com.mx
 Libny Divaneth Sánchez e: libny.sanchez@playersoflife.com

GERENTE EDITORIAL
 José Alejandro Antunes e: jose.antunes@playersoflife.com

ASISTENTE EDITORIAL
 Salma Cabrales e: salma.cabrales@playersoflife.com

GERENTE DE DISEÑO
 Miguel Angel Sánchez e: miguel.sanchez@playersoflife.com

GERENTE EDITORIAL-DIGITAL
 Benito Arguijo e: benito.arguijo@playersoflife.com

ASISTENTE ADMINISTRATIVA
 Erika Saucedo e: erika.saucedo@playersoflife.com

FOTOGRAFÍA
 Morán Fotografía

FOTOGRAFÍA SOCIALES
 Joel Mendoza y Laura Saucedo

LOGÍSTICA
 Omar Piña

*“El éxito es tener nuevos retos,
 motivar al equipo y ponerte metas”*

Boyardo Salmón
Historias de Éxito

En definitiva el papel de la mercadotecnia y los medios de comunicación es fundamental para desarrollar y difundir los mecanismos que permitan a las empresas y marcas el posicionamiento que las convierta en líderes de su ramo. En esta edición dedicamos contenidos a ambas áreas, en los cuales conocerás a los Genios de la Mercadotecnia y los Medios más destacados de la región, con el objetivo de que los tengas en mente al diseñar las campañas de tu negocio o de la compañía que diriges.

Se acerca el primer periodo vacacional del año, la Semana Santa, ideal para elegir un destino de sol y playa entre la amplia gama con la que cuenta nuestro país. En Playas Mexicanas te brindamos datos de interés acerca de los mejores hoteles *all inclusive*, que con sus múltiples amenidades ofrecen ventajas inigualables.

Nuestra portada cuenta con la presencia del Ingeniero Boyardo Salmón, fundador y Presidente del Consejo de Grupo Gebesa, empresa líder en el área de mobiliario, quien nos comparte su historia de éxito, logros, valores y características que lo identifican como el gran empresario que actualmente es.♥

Carlos Márquez
 Director Ejecutivo

Clase S.

La punta de la estrella.



Mercedes-Benz
Lo mejor o nada.

Mercedes-Benz Laguna
Blvd. Independencia 1000 Ote.
Tel. (871) 747 5700

Síguenos Mercedes-Benz Laguna  



DIRECCIÓN GENERAL

Maurice Collier de la Martiere
e: maurice@grupoplayers.com.mx
t: @MauriceCollier

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

EDITORIAL

GERENCIA Y COORDINACIÓN EDITORIAL-DIGITAL CORPORATIVO
Victor Blankense
e: victor@grupoplayers.com.mx

GERENCIA EDITORIAL
Mariana de los Angeles Ramírez
e: mariana.ramirez@grupoplayers.com.mx

GERENCIA EDITORIAL DIGITAL
Ana Cristina Sánchez
e: cristina.sanchez@grupoplayers.com.mx

DISEÑO

GERENCIA DE DISEÑO
Edgar Piña
e: edgar.pina@grupoplayers.com.mx

MARKETING

GERENCIA DE MARKETING
Jorge Gajón
e: jorge.gajon@grupoplayers.com.mx

ADMINISTRACIÓN

GERENCIA ADMINISTRATIVA
Adriana Martínez
e: adriana.martinez@grupoplayers.com.mx

SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA
Erika Vargas
e: erika.vargas@grupoplayers.com.mx

MEDIOS DIGITALES

GERENCIA DE MEDIOS DIGITALES
Iveth Ramos
e: iveth.ramos@grupoplayers.com.mx

COMERCIAL

GERENCIA COMERCIAL
Fernando Castro
e: fernando.castro@grupoplayers.com.mx

PLAYERS EN MÉXICO

CORPORATIVO
Tels: (871) 192 34 34,
(871) 192 47 67, (871) 228 00 30 y 31
Av. Ocampo 240 ote. Col. Centro 27000
Torreón, Coahuila

LEÓN
Tels: (477) 788 21 00
Blvd. Calzada de los Héroes 708
La Martinica León, Guanajuato
www.am.com.mx

MONTERREY
Tels: (81) 1522 0536 / 37
Iza Business Center Plaza OZ Vasconcelos
Av. Vasconcelos 150 ote. Col. del Valle
San Pedro Garza García, Nuevo León

REPRESENTACIONES DE VENTAS

MÉXICO, DF
Fernando Castro e: fernando.castro@grupoplayers.com.mx
Cel: (55) 3950 0890 y (045) 871 126 0224

CANCÚN
Marianne Bahnsen e: marianne@playersoflife.com
Cel: (99) 8845 3642

Celsa Impresos
CERTIFICACIÓN ISO 9001:2008
www.celsaimpresos.com.mx
ventas@celsaimpresos.com.mx
(871) 159 1135 / 36 01 800 CELSA (23572)

PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 9 No. 108. Fecha de publicación: 1 de marzo de 2015. Revista mensual, editada, publicada y distribuida por Grupo PLAYERS. Av. Ocampo 240 ote., Col. Centro, 27000 Torreón, Coahuila, México. Editor responsable: Mariana de los Angeles Ramírez Estrada. 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

PUNTO DE VENTA



Evento de Social-Business:
(Del ingl. business, negocios).

1.m. Acontecimiento social importante, relacionado con el ámbito empresarial. (p. ej. inauguraciones, lanzamientos y conferencias).

2.m. Actividad deportiva o cultural dirigida a empresarios y ejecutivos. (p. ej. torneos, partidos y exposiciones de arte).



INVÍTANOS A CUBRIR TUS EVENTOS

ESCRIBE

eventos.tor@playersoflife.com

LLAMA

(871) 192.34.34

DISFRUTA

www.playersoflife.com

surman.com

NUEVO BUICK REGAL GS 2015 REBÁSATE

GÁNALE A TU MEJOR VERSIÓN

La deportividad que se obtiene de un diseño contundente y audaz, el poder que brinda un motor 2.0L Turbo y la versatilidad del Control Interactivo de Manejo con opción GS y Sport, hacen que la decisión de rebasarte sea totalmente tuya.



grupo_surman f Buick GMC Torreon f Buick GMC Independencia f Buick GMC Gómez

BUICK.MX

BUICK  PERFECTO PARA TI

SEGURO. ¡SEGURO!

 Surman +  AR MÉDICA

Exclusivamente en
nuestra agencia.



SURMAN SATURNO
BLVD. RORDRÍGUEZ TRIANA No. 1882
COL. LA MERCED
TEL: 705 9090

SURMAN LAGUNA
BLVD. INDEPENDENCIA No. 3444
COL. EL FRESNO
TEL: 222 6919

SURMAN LAGUNA GP
BLVD. MIGUEL ALEMÁN No. 400
GÓMEZ PALACIO DGO.
TEL: 175 0202





52 SEMANA SANTA EN PLAYAS MEXICANAS

- 53 PARADISUS RESORTS, CANCÚN
- 54 FAIRMONT MAYAKOBA INCLUSIVE, PLAYA DEL CARMEN
- 55 HARD ROCK HOTEL, VALLARTA
- 56 PUEBLO BONITO EMERALD BAY RESORT & SPA, MAZATLÁN
- 58 GRAND VELAS, RIVIERA NAYARIT

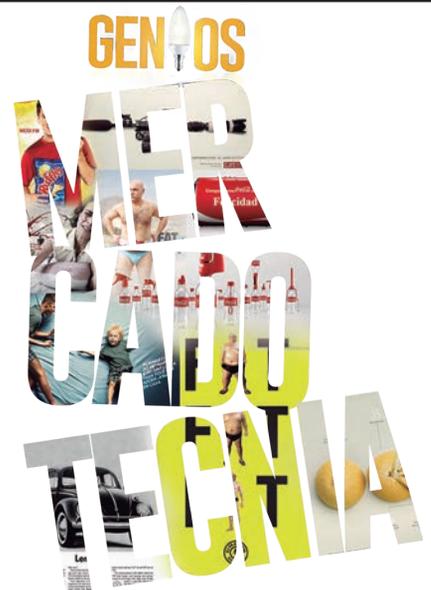
60 GENIOS DE LA MERCADOTECNIA Y LOS MEDIOS

AGENCIAS

- 64 GLOBO MÉXICO
- 66 4G AD GROUP
- 68 CHICLE MARKETING INTEGRAL
- 70 MARKETINGGLOBAL
- 72 DISSOLVER
- 73 SWITCH PUBLICIDAD
- 74 WHITE ROOM
- 75 KOM PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN
- 76 ANCLOUD MARKETING
- 78 DOLCE SOCIAL

MEDIOS

- 82 TELEVISA LAGUNA



16 SPOTLIGHTS
Orgullos laguneros, hombres y mujeres líderes en su ramo profesional y empresarial

INSIDE

- 34 DELICATESSEN
Sabores de primavera
- 40 TEMPS
IWC Portugieser Calendario Anual
- 44 ESTILO & GENTLEMAN
Estilo y elegancia



40

ACTUALÍZATE

- 86 ADVANCE
Propósito y significado
- 98 ZOOM
Publicidad digital
- 102 INBOUND MARKETING
La guerra por las ventas



98

VITAL

- 106 SALUD
Trastorno de déficit de atención en niños
- 112 PAREJA
Influencia de los medios en la familia



116

PODER

- 116 PODER MÉXICO
Tiempo electoral y papel ciudadano

THIS IS
THE MOMENT
to have fun

TORY BURCH

Persol

30% DE DESCUENTO EN
MICHAEL KORS

Óptica
Del Rosario



City Club Torreón / City Club Gómez Palacio



Paseo de la Rosita #915

Ellos son algunos expertos que participan en nuestra revista



ROBERTO MADERO
CEO de Agencia GROU, líder en el desarrollo de Inbound Marketing en México.
 @rmadero61 www.grou.com.mx



CARLOS ALBERTO GONZÁLEZ TABARES
Director de Análisis de Monex Casa de Bolsa.
 @monexanalisis



PEDRO FERRIZ HIJAR
Comunicólogo. Conductor de radio y columnista.
 @pedroferriz3



MAURICE COLLIER
Mercadólogo. Director General de Grupo PLAYERS y PM Radio.
 @MauriceCollier



FERNANDO GONZÁLEZ
Ha publicado varios libros históricos: 25 años Campestre Torreón (1992); La memoria, 100 años de Torreón (2008); Cuéntame tu historia en la historia de Torreón (2009); y Sociedad Cooperativa Agropecuaria de la Comarca Lagunera, 50 años (2012).



CARLOS G. RAMÍREZ
Abogado y Perito Valuador. Catedrático en la Universidad Iberoamericana Torreón.
 @cgramir



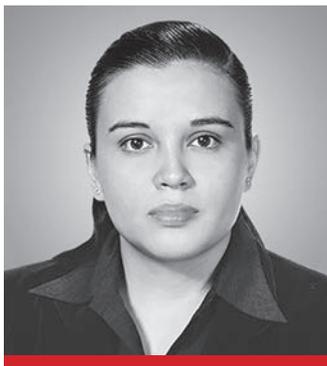
MARÍA JOSÉ CÉSAR
Directora General y Socia de Ilumina, Consejería y Formación, dedicada al coaching empresarial y humano.



LILIANA ACUÑA
Cirujano Dentista (UA de C, Unidad Torreón), con Diplomado en Odontología Integral (Universidad de Nuevo León).



BEATRIZ CARRILLO
Consultora en Imagen Personal con certificación internacional (AICI).
 /beatriz.carrillo.94



JUDITH GARCÍA
Analista de Marketing Digital en Headways Media, especialista en SEO y Social Media Marketing.
 www.headwaysmedia.com.mx



HUMBERTO GUAJARDO
Psicólogo Clínico y Psicoterapeuta. Colabora en varios medios locales con artículos y cápsulas. Director de IIMAAC.
 /HumbertoGuajardoAcuña @hguajardo



JORGE TORRES
Director de MKT en Grupo Surman. Fundador y Director General de CódigoCero® Estrategia en Redes Sociales.
 @_TORRESBERNAL

Queremos saber lo que más te gusta de nuestra edición, manda tus comentarios o sugerencias a editorial@playersoflife.com

20 AÑOS

MOMENTOS
CONTIGO



POR ANIVERSARIO TENEMOS
PARA TI DURANTE MARZO
**20% DE DESCUENTO EN
CIRUGÍA ESTÉTICA***

INFORMES:
729 0400 EXT. 596

*Válido del 1 al 31 de marzo de 2015 * Aplica sólo en mujeres
*Sólo médicos credencializados *No aplica en honorarios *Aplican restricciones
www.hospitalangelestorreon.com · Tel. 729 0400
Paseo del Tecnológico 909 · Col. Residencial Tecnológico · Torreón · Coahuila



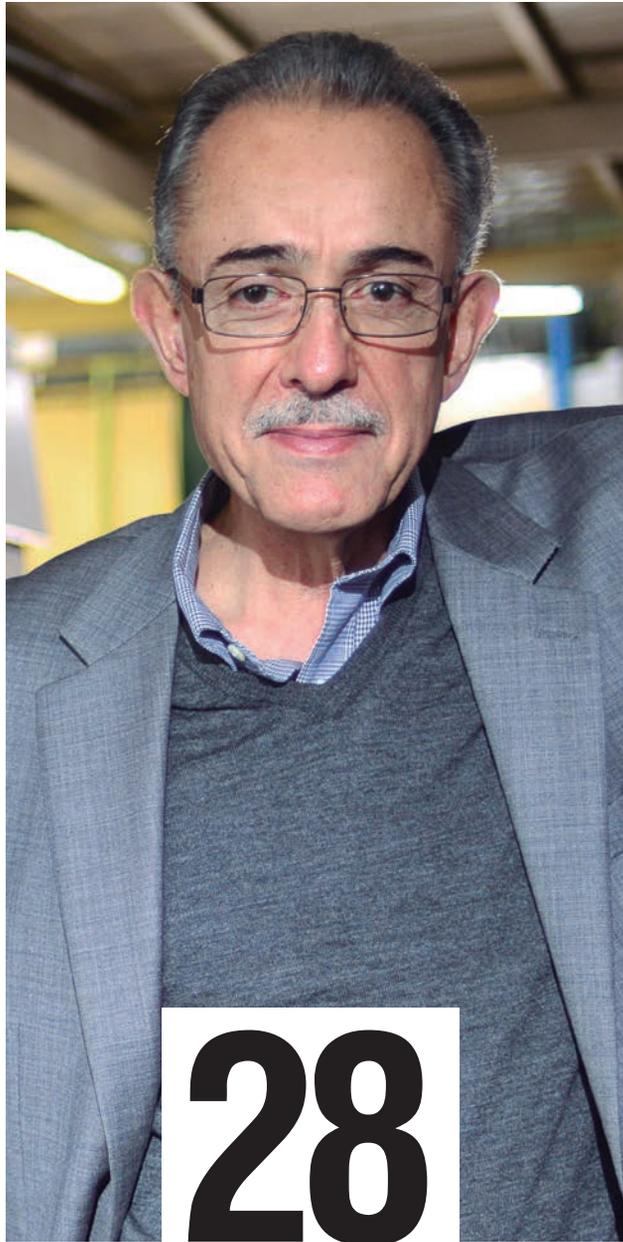
18 **PERFILES**
SERGIO MARTÍNEZ VALDÉS



20 **AS BAJO LA MANGA**
ANA TERE BERLANGA



22 **FINISH**
JOSELO OROZCO ESTRADA



28

HISTORIAS DE ÉXITO
BOYARDO SALMÓN

La gran proyección de confianza va de la mano de la imagen de formalidad que el Ingeniero Boyardo Salmón ha logrado transmitir de su persona hacia Gebesa, empresa líder en el área de mobiliario, a nivel nacional. Ha establecido un simbolismo que refleja la manera de trabajar por lo que le apasiona, fomentando así que su equipo laboral crea tanto en su visión como en su producto.



24 **COMPROMISO SOCIAL**
RUBÉN CASTILLO



25 **PLAYER DEL AYER**
ALICIA RODRÍGUEZ VILLARREAL

ING. MARIO VALDÉS
ING. JOSÉ LUIS NAVA
ING. GUSTAVO VARGAS
DRA. GABRIELA RAMOS
LIC. JORGE FERNÁNDEZ
CP SERGIO DE SANTIAGO

26 **PANEL**
ENGALEC 2015



GRACIAS A TI

PODEMOS HACER GRANDES COSAS.

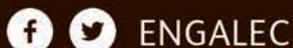
AGRADECEMOS A AUTORIDADES, PATROCINADORES,
EXPOSITORES, ORGANIZACIONES DEL SECTOR
AGROPECUARIO Y A LA COMUNIDAD DEL
TECNOLÓGICO DE MONTERREY, CAMPUS LAGUNA,
POR SU APOYO Y ASISTENCIA AL XXIII ENGALEC Y
9° ENCUENTRO INTEGRAL AGROPECUARIO.



Gobierno de
Coahuila



MÁS LECHE = MÁS SALUD



Tecnológico
de Monterrey

A portrait of Sergio Martínez Valdés, an elderly man with white hair, a mustache, and glasses, wearing a dark blue suit, white shirt, and patterned tie. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a blurred indoor setting with large windows.

SERGIO

MARTÍNEZ VALDÉS

V O Z I N C O N F U N D I B L E



Sergio Martínez y Leticia O. de Gutiérrez

“Mi incursión en esta apasionante profesión fue accidental: estando con un amigo locutor, el dueño de la radiodifusora me escuchó contestar el teléfono en un programa de complacencias. No era habitual que cualquier persona accediera a usar los micrófonos de esa emisora, sin embargo, en ese momento mi amigo estaba indispuerto, por lo que me conminó a responder la llamada, y sin imaginarlo, el propietario de la estación me mandó hablar de inmediato. Acudí con la preocupación de haber incurrido en una falta y asumir el despropósito, y cuál sería mi sorpresa que quedé complacido al escuchar mi voz, motivándome a obtener mi licencia de locutor y tratar de ingresar al medio radiofónico”.

Al obtener la licencia de locutor Don Sergio Martínez empezó sus prácticas en la XEVK para continuar laborando de planta en la XETJ. De ahí pasó al Grupo OIR (hoy Radio México) y de 1969 a la fecha ha tenido la oportunidad de trabajar en el grupo de estaciones conformadas por Radio Éxitos (hoy Planeta), Radio Variedades (El Fonógrafo), Radio Laguna y Radio Ranchito, que por mucho tiempo han mantenido un gran rating. En OIR compartió micrófonos con dos grandes de la locución lagunera: Armando Navarro Gascón y María Elena García Aréchiga.

En 1966 inició sus actividades como socio y ejecutivo de cuenta de la agencia Publicidad Directa, SA de CV, en la cual le ofrecieron manejar la cuenta de Mercados Viva, SA. En el mismo año fue conductor de un programa de entrevistas en XELN TV bajo la dirección

de la misma agencia, titulado *Panorama Lagunero*. Las puestas en escena de varias obras de teatro le sirvieron para adquirir la experiencia de estar frente al público. A principios de 1967 y 1968 se le brindó la oportunidad de transmitir la emisión de noticias nocturnas del Canal 2 (XHIA). En noviembre de 1969 nació SMV Publicidad, iniciales de su nombre, agencia que provisionalmente comenzó a operar en casa de sus padres, para después establecerse permanentemente en la avenida Allende 1260 poniente.

“En los 40 años que he dedicado a la atención de clientes y manejo de la imagen publicitaria de empresas, he sorteado las limitaciones y fortalezas del ramo. En la actualidad vemos que es muy sencillo diseñar publicidad digital, pre-prensa y un sinnúmero de instrumentos que la tecnología

computarizada ofrece para crear campañas publicitarias, corporativas y de negocios. Contamos con múltiples programas que facilitan y agilizan el trabajo de las agencias. No era el caso en aquellos tiempos, en que fuimos adquiriendo equipo y realizamos la capacitación continua de dibujantes que elaboraran las imágenes de los productos para publicarse en los diarios locales”.

En enero de 1986 se iniciaron negociaciones para traer a Torreón la primera computadora Macintosh 512k y una impresora láser que mejoró la calidad, agilizó el trabajo, aumentó la creatividad y otorgó una impresión más nítida, y consecuentemente, acrecentó la producción de SMV. “Me siento muy satisfecho de haber brindado los servicios publicitarios a muchas empresas que hasta hoy constituyen un gran activo en la vida y desarrollo de la ciudad, aportándole vigor y movimiento, entre ellas destacan Cimaco, Joyería Niza, Distribuidoras David Lack, Tumoine Hermanos, Fraccionamiento La Esperanza, Hotel Palacio Real, Autos Alameda, Servicios Funerarios Jardines del Parque, Sirloin Stockade, Renault de La Laguna, Leche Lerdo y Zapaterías 5 Hermanos”.

La trayectoria de SMV ha estado muy ligada con la radio lagunera, pues siendo locutor y publicista, Don Sergio vivió los cambios en materia tecnológica. “Nos sentimos orgullosos de haber formado parte de una modernización en la producción publicitaria para prensa, radio y televisión, siempre aplicando los principios de ética, respeto y profesionalismo que conlleva esta profesión”.♦



Sergio Martínez conduciendo un programa de televisión

ANA TERE BERLANGA

FUNDADORA DE NECK.LACE

Morán Fotografía

Egresada de la Licenciatura en Diseño Gráfico con 25 años de edad. Su gran gusto por los accesorios fue el factor determinante para establecer el negocio de sus sueños.

Ana Tere es una persona que no solo logra cumplir las metas que se propone, sino que da constante seguimiento a sus planes, hasta convertirlos en éxitos y así ser la protagonista del desarrollo de NECK.LACE, tienda que hace dos años forma parte de su vida labo-

ral y que nació a partir de su inquietud por comprar accesorios para su uso personal.

La historia inició cuando Ana Tere publicó sus adquisiciones en las redes sociales y sus amigas comenzaron a preguntarle sobre los productos. “Empezó como *hobbie* en mi casa, pedía cosas por internet y después las subía a Instagram y comenzaron a tener mucho movimiento, a la gente le gustaban y se acercaban a preguntarme dónde las conseguía, así fue como decidí solicitar un mayor volumen”.

Conforme fue generando más clientes se dio cuenta de que necesitaba un espacio propio para contar con horarios que

“Mi próximo reto es abrir más sucursales, convertir mi negocio en franquicia y posicionarlo en el país”

TERE LACE



cubrieran las necesidades de sus clientes, al igual que el propio. Y gracias al apoyo de su familia logró establecer la primera tienda NECK.LACE en Torreón.

Sus funciones le permiten involucrarse en todos los procesos: el análisis de avances de temporada, la elección de ropa y accesorios, y el proceso de etiquetado para la venta en la tienda, lo cual la ha ayudado a pulir su forma de organización, así como a tener un amplio panorama en el sentido de innovar. “Mi próximo reto es abrir más

sucursales, convertir mi negocio en franquicia y de esta manera, posicionarlo en el país, siempre difundiendo las tendencias de moda, sin dejar a un lado mi gusto, pero innovando permanentemente”. Lo que ha hecho posible mantener y aumentar el prestigio de NECK.LACE es la forma directa de contacto con el cliente, algo que Ana Tere ha conseguido de manera constante y la cual forma parte esencial de la empresa, que siempre busca satisfacer las necesidades de sus clientes.♥

★ PLAYERS BRIEF

Inició vendiendo collares, actividad de la que surgió el nombre del negocio

Cubre envíos a diferentes partes del país: **Monterrey, DF, Chihuahua, Saltillo, Chiapas, Veracruz, Michoacán, Culiacán, Villahermosa y Mérida**

NLNECKLACE

A man with a beard and short dark hair is standing on a modern wooden staircase. He is wearing a white long-sleeved button-down shirt, maroon trousers, and a watch on his left wrist. He is barefoot. The background consists of grey concrete walls and wooden steps.

JOSELO OROZCO ESTRADA

CONEXIÓN FÍSICA Y MENTAL

Un hombre con carácter disciplinado, sociable y apasionado, que cree y realiza cada meta que se propone. Se caracteriza por saber disfrutar al máximo el presente sin dejar de ver el futuro. Joselo nos comparte cómo fueron sus inicios en el yoga y las actividades que lleva a cabo día a día.

Su primer acercamiento a la disciplina del yoga ocurrió hace ocho años, en una época en que mientras entrenaba *spinning* trató de combinar la energía que le brindaba la clase con alguna técnica de relajación. Fue justo ahí cuando creció su atención y tomó su primera sesión de yoga, quedando satisfecho con la fluidez de las posturas especializadas en fuerza y estabilidad, en que al final encontró la relajación que buscaba.

“Empecé yendo tres veces por semana, combinándolo con el *spinning*, y me gus-

♦
“Para mí el yoga es una herramienta que desbloquea energías y abre puertas”
♦

tó tanto que terminé solo haciendo yoga, práctica con la que me sentí fuerte, mi cuerpo se volvió *fitness*, pero el físico no fue el único cambio, las modificaciones más importantes en mi vida se dieron en aspectos emocionales y laborales; el yoga se convirtió en una herramienta que desbloqueó energías y abrió puertas”.

Los mayores retos que enfrentó al iniciar con la disciplina fue el enfrentamiento a su propio ego, “no solo es necesario ser fuerte y flexible, alcanzar la postura perfecta requiere un equilibrio entre la habilidad de tu cuerpo físico y tu vida”, lo cual se va desarrollando con las diferentes posturas y sensaciones corporales, que hacen posible generar la conexión adecuada en el momento indicado. Una de las muchas enseñanzas que le ha brindado el yoga es tener humildad de aceptar cambios, adaptarse y evolucionar, y precisamente eso es parte de lo que Joselo trata de impartir en cada una de sus clases, para conseguir una combinación entre la energía de los ejercicios con posturas desafiantes y la relajación, proceso que es mejor acompañado de buena música.♥





CASTILLO AYME ESPÍRITU DEPORTIVO

Morán Fotografía

La Unidad Deportiva nace como un organismo público descentralizado construido por el Gobierno del Estado en diciembre de 1969 ante la necesidad de crear espacios públicos que ayudaran a la región a solventar la falta de áreas deportivas acordes al crecimiento de la ciudad y fomentar las actividades culturales, deportivas y sociales de todas las edades.

Desde el punto de vista social, el deporte constituye un fenómeno cultural universal que lo define, probablemente, como la más importante actividad física humana. Por ello la Unidad Deportiva Torreón (UDT) se ha propuesto como objetivo principal promover y desarrollar el deporte en la Comarca Lagunera proporcionando instalaciones adecuadas para las actividades deportivas para todas las edades, sexo y nivel socioeconómico. Con la intención de crear a través de su práctica, excelentes deportistas, pero sobre todo difundir principios y buenas costumbres entre niños y jóvenes para que se

formen como personas y sean en el futuro unos ciudadanos responsables.

El Ingeniero Castillo llegó a esta Unidad Deportiva por invitación de la Dirección Municipal del Deporte a cargo de la Licenciada Alina Garza Herrera, con el cargo de Presidente del Patronato Administrador de la Unidad Deportiva, siendo avalado por el Cabildo a petición del Alcalde Miguel Ángel Riquelme Solís, al cual agradece la confianza que depositó en él para sacar adelante este importante reto.

Existen retos y obstáculos que ha enfrentado al asumir el cargo después de un difícil cambio de administración, encontrando problemas de carácter administrativo, fiscal y financiero. El principal desafío es desarrollar el proyecto y consolidar a la Unidad Deportiva como una de las mejores a nivel nacional.

“En el poco tiempo que llevo en el cargo, me da satisfacción saber que se están haciendo bien las cosas y de manera diferente, y que las personas comenten que se nota un

cambio positivo en la mejora de las instalaciones, las cuales además son nuestro principal objetivo. Lo que necesitamos como sociedad es unirnos y acercarnos para solicitar a nuestro Gobierno la creación de más espacios deportivos acordes a los tiempos actuales y dotados con las nuevas tecnologías y moderna infraestructura como ya se está llevando a cabo en los diferentes proyectos que ya se encuentran en marcha”.

Proyectos para la UDT

- ▶ Dotar de pasto sintético los campos de fútbol
- ▶ Convertir el velódromo en un Estadio de usos múltiples
- ▶ Escuela de clavados, por lo que se requiere renovar el área de la Fosa
- ▶ Renovar el Gimnasio Torreón
- ▶ Renovar los baños del área de la Alberca Pública
- ▶ Creación de un pequeño Parque Acuático para niños, anexo al área de la alberca pública
- ▶ Remodelación del Área de Juegos
- ▶ Equipamiento la Alberca Olímpica

ALICIA RODRÍGUEZ VILLARREAL

CREÓ LA PRIMERA ESTÉTICA, SPA Y GIMNASIO PARA DAMAS EN LA LAGUNA



Por Fernando M. González Ruiz

Alicia y Teresa Rodríguez Villarreal anticiparon en Torreón y La Laguna los salones de belleza, las estéticas y los gimnasios para damas, en una época en que no era bien visto que la mujer estudiara y mucho menos que tuviera que trabajar, tarea natural del hombre de la casa. Hablamos de 1940 cuando las hermanas abren un peinador en la calle Madero, entre Abasolo y Allende, en la planta baja del edificio donde habitaba su familia.

Salón de Belleza Alicia fue el nombre del establecimiento que pronto cambió de domicilio a un inmueble de dos pisos construido exprofeso en la Allende, ubicando en la primera planta recepción, corte de pelo, manicure, pedicura, tintes y permanentes, todo ello a cargo de Alicia, mientras que en la segunda planta instalaron un gimnasio con diversos aparatos, bicicletas eléctricas (las primeras en la región), pesas, sauna, vapor, masajes corporales y faciales, y yoga, ésta última disciplina ahora muy de moda. Por si fuera poco, recibían a jóvenes que deseaban aprender las técnicas para peinar y maquillar, abriendo una academia que con el paso de los años fue semillero de muchos salones de belleza que se instalaron en La Laguna.

Pero hubo una poderosa razón para este logro: Alicia pensaba que la mujer tenía derecho a estudiar, formarse profesionalmente y trabajar con remuneración, accediendo así a una estabilidad económica sin necesariamente depender del hombre. No olvidemos que en aquel tiempo el machismo era determinante en la sociedad mexicana. Las

“Las hermanas Rodríguez estudiaban y viajaban a Francia para especializarse en las tendencias de la cosmetología”

hermanas Rodríguez estudiaban y viajaban a Francia para especializarse en las tendencias de la cosmetología. Además Alicia dominaba el inglés y el francés.

Alicia y Teresa fueron hijas del matrimonio formado por Aureliano Rodríguez Taméz y Francisca Villarreal, y junto con sus hermanos Aureliano, Edgardo, Guadalupe, Álvaro y José María, nacieron en Buenaventura, Coahuila, para después venir a radicar en Torreón, donde vivieron hasta el final de sus días. Alicia era muy dulce mientras que Teresa era enérgica. Una ley de compensación perfectamente equilibrada que las llevó

a edificar la sala de belleza muy evolucionada a sus tiempos y preferida por las damas de la sociedad lagunera, quienes acudían bajo cita a recibir los diferentes servicios del afamado Salón de Belleza Alicia, fuente de trabajo para 20 empleadas y que aparte contaba con fuente de sodas y cafetería para su numerosa y fiel clientela.

Teresa fallece a los pocos años de iniciar la sala de belleza mientras que Alicia, a pesar de perder a su querida hermana y colega, decide seguir adelante con la empresa. Era muy caritativa con su equipo de trabajo, amistades que requerían ayuda económica y sobre todo sus familiares. Estudiosa, dominaba la pintura en diferentes técnicas y amaba la música clásica. De carácter sencillo y vida austera, era el pilar de la familia, aunque nunca contrajo nupcias. Viajó por todo el mundo y finalmente, ya cansada de trabajar, decidió cerrar su salón de belleza pionero en La Laguna y centro de formación de muchas jóvenes que luego abrieron sus propios establecimientos.

En 1972 Salón de Belleza Alicia cierra sus puertas. El 22 de enero de 2004, Alicia Rodríguez Villarreal fallece de causas naturales, siendo un suceso muy sentido entre la sociedad lagunera que supo querer y apreciar a esta distinguida dama.♥



Fuente: apuntes familiares y fotografía de la familia Orduña Rodríguez

¿QUÉ NOVEDADES OFRECERÁ ENGALEEC 2015?

Este mes se celebra el 23 Aniversario del ENGALEEC, donde grandes empresarios y participantes brindarán un adelanto de las temáticas y actividades que servirán para la edición de este año.



ING. MARIO VALDÉS BERLANGA

Presidente del Consejo Regional Agropecuario

Año con año hemos aprendido algo nuevo en cada ENGALEEC, la edición 2015 va más relacionada a la producción de mejor calidad de leche, mayor cantidad de grasa y sólidos totales, que es a lo que en un futuro llegaremos en México. En los principales países productores de leche no se paga por litro, sino por la cantidad de sólidos que tiene la leche; estos cambios y modalidades seán buenos, cada año se mejora la subasta y actividades, y sobre todo, lo más importante: enseñar a nuestros hijos y nietos de dónde viene la leche y lo que ofrece la región en que vivimos.

ING. JOSÉ LUIS NAVA RODRÍGUEZ

Subdelegado Agropecuario de la SAGARPA Región Lagunera

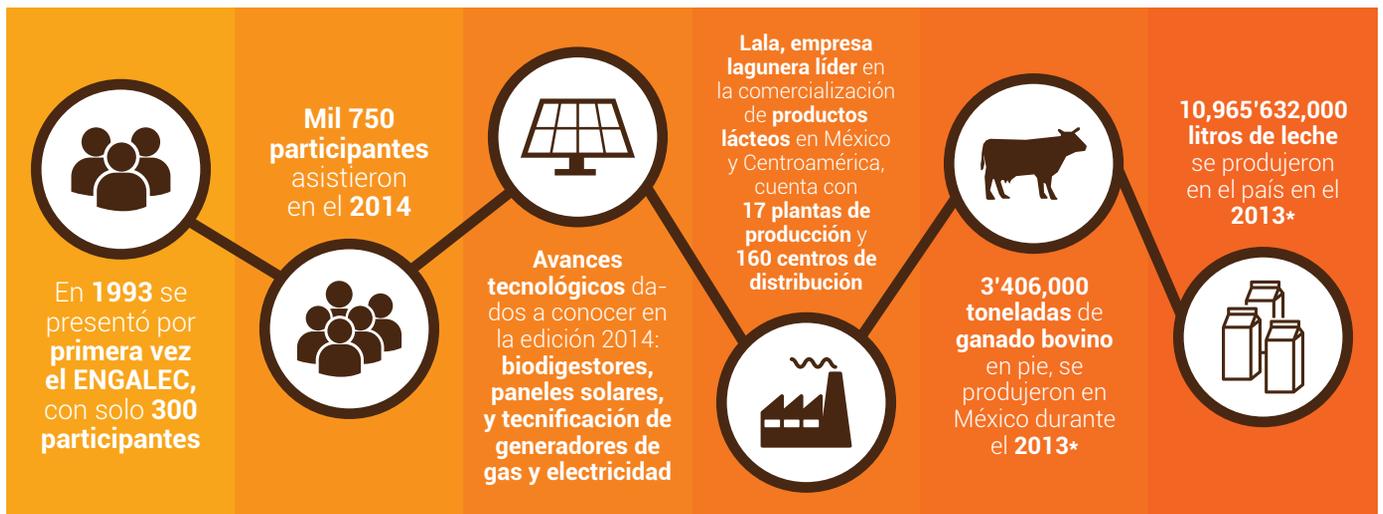
La principal novedad es que se está haciendo promoción a más gente de la sociedad civil, se pretende invitar a todos aquellos que se van iniciando como empresarios y los que quieren serlo. Esto nos permite tener un gran número de participantes para promover la importancia del ENGALEEC en 2015. Con excelentes preparaciones, gente joven y gente que conoce la ganadería desde la infancia.



ING. GUSTAVO VARGAS MUÑOZ

Coordinador Regional en la Secretaría de Desarrollo Rural de La Laguna

2015 es una apertura total, estamos invitando a La Laguna a ver los beneficios de consumir alimentos naturales, en este caso la leche. ENGALEEC gira alrededor del ganado lechero, pero tenemos actividades del sector agropecuario. Hay que destacar que en Coahuila, gracias a los productores, ocupamos los primeros lugares en producción de melón, nuez, leche de cabra y de bovinos, entonces a veces el ciudadano común no dimensióna que estos productos son desarrollados por laguneros.



*Fuente: SAGARPA, Sistema de Información Agropecuaria de Consulta, México, DF, 2014.

DRA. GABRIELA RAMOS CLAMONT LEYVA

Consultora del Tecnológico de Monterrey

Tenemos conferencias muy enfocadas a una gran oportunidad del sector: utilizar modelos de engorda para vacas, así como un amplio panorama familiar, donde se explicará el valor de la proteína de la leche, carne, huevo y pollo. La Comarca Lagunera es un área de producción de proteína, ése es el clúster más grande en la región, porque tenemos engorda de cárnicos, leche, huevo, pollo y cabra. Sembración de semillas, procesos de plantas, de leche y nacimiento de los animales. La novedad son los talleres en el rancho, conferencias dinámicas.



LIC. JORGE FERNÁNDEZ MARTÍNEZ

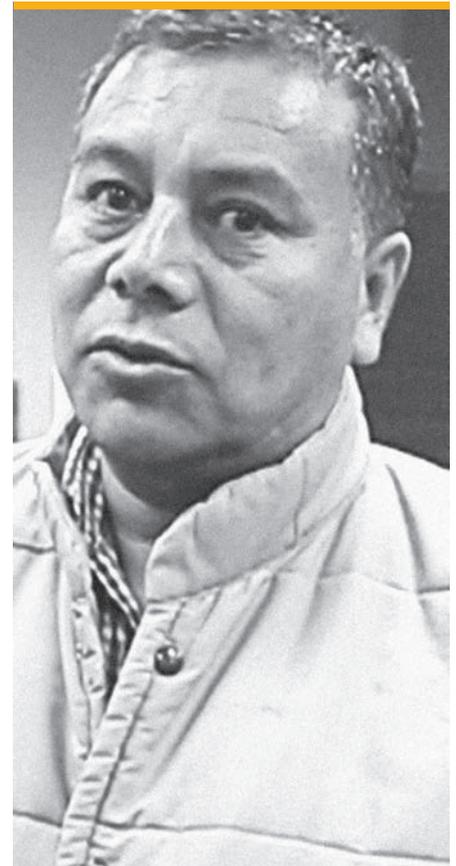
Ganadero

El enfoque principal del ENGALEC este año es puntualizar la importancia de la leche en la alimentación de las familias mexicanas, y otro de los aspectos fundamentales a tratar es el papel tan importante que juegan la ganadería y la agricultura en la región lagunera.

CP SERGIO DE SANTIAGO

Presidente de la Coordinación Nacional de Caprinocultores de México

El ENGALEC es el foro más importante en el norte del país en lo que al sector agropecuario se refiere. Nuestra área son los caprinos y es un foro que hace mucha falta para la comercialización de estos productos derivados de la cabra. Creo que habrá muchas novedades al darle promoción a estos productos.





BO USA

YARDO SALMÓN

ASENTANDO EL VALOR DEL ÉXITO

Entrevista por José Alejandro Antunes | Fotografías por Arturo Morán

La gran proyección de confianza va de la mano de la imagen de formalidad que el Ingeniero Boyardo Salmón ha logrado transmitir de su persona hacia Gebesa, empresa líder en el área de mobiliario, a nivel nacional. Ha establecido un simbolismo que refleja la manera de trabajar por lo que le apasiona, fomentando así que su equipo laboral crea tanto en su visión como en su producto.



“Cuando dejas de luchar por algo, dejas de sentir la vida”

especializada y después formé un equipo de trabajo, éramos seis personas en un espacio muy pequeño y rústico, donde cortábamos lámina con tijeras, trazábamos cortes con una varilla acerada, con muy pocos recursos. Casualmente un comerciante amigo de la familia compraba muebles a fábricas de gran reconocimiento, con mucha tradición; le ofrecí un producto, no lo convencí de comprar, pero dejé una muestra para que la viera el cliente y por fortuna se vendió. Así empecé a ganar clientes, ya tenía alguien que fuera referencia y eso me permitió empezar a colocarme en el mercado. Entonces Gebesa inició haciendo muebles para el hogar, y en los 80, con la crisis, cambiamos a muebles para oficina. Al inicio comenzamos a crecer por la gran circulación de dinero, mucha gente adquiría cosas y elementos para decorar. A través de los años cambiamos de giro, con productos más sofisticados, más maquinaria, más ingenieros y después el negocio se convirtió en un desarrollador de talento, pues tenemos bastantes personas con habilidades muy diversas. Evolucionamos de ser un negocio pequeño a una organización más formal, de renombre.

► **¿Qué retos encaró al iniciar un negocio y cómo se comparan con los desafíos que enfrenta hoy?**

La ventaja del gusto por competir es que cuando la vida te pone un reto estás más acostumbrado a no dejarte vencer. Pasamos muchas crisis económicas: inflación y devaluación (que afecta porque la gente no compra), el negocio se pone en pausa, no hay demanda, falta mercado y las tasas de intereses siguen a la alza. Ahora el reto es diferente: vivimos en un mundo globalizado, competimos contra marcas internacionales y debemos hacer un producto para esos mercados.

► **¿Cuál fue la clave para lograr el reconocimiento actual de la empresa?**

Al iniciar nos propusimos definirnos a nosotros mismos: qué vamos a hacer, qué ofreceremos a nuestros clientes y enfocarnos en nuestro mercado, y creo que siempre nos distinguimos por fabricar un buen producto, ser una empresa seria, quedar bien en tiempos y compromisos, sin perder los estándares de calidad y el buen servicio, que en conjunto, nos dio el lugar que nos hemos ganado con los años. Así es como fuimos atrayendo a grandes y prestigiosos clientes, posicionándonos como una empresa de muebles de calidad. No hay mayor satisfacción que las buenas referencias, eso fue abriéndonos muchas puertas.

► **¿Quién es Boyardo Salmón?**

Profesionalmente, una persona con facilidad mecánica, involucrada en todos los procesos del negocio, por mi habilidad de manufactura, gracias a la cual he aprendido a manejar, administrar y evolucionar una empresa, motivando y formando un gran equipo de trabajo. Siempre dedicando tiempo a mi familia y saliendo adelante en todos los aspectos, pues ellos son un pilar muy importante en mi vida.

► **¿Cómo logra mantener esa mezcla de la relación empresa-familia?**

Mis hijos en todo momento han estado involucrados, conociendo el negocio. Tratamos de que Gebesa sea un factor de unidad fami-

liar, hacemos juntas para aprender a entendernos a niveles profesionales y así lograr que la empresa sea institucional, convertirla en un consejo. Aunque no estén presentes todos, nos involucramos en cierto nivel.

► **¿De qué manera nace su inquietud por formar parte del sector dedicado al mobiliario? ¿Cómo fueron los inicios de Gebesa?**

Cuando era joven no tenía fijo lo que quería desarrollar como profesión. Vengo de una familia de agricultores, con inquietudes diferentes, por lo cual decidí independizarme, aprovechar mis conocimientos y seguir aprendiendo. Conocí el ambiente de los muebles para el hogar trabajando en una fábrica



Iniciador de Gebesa
como causante
menor en 1973

Presidente de la *Cámara*
Nacional de la Industria
y la Transformación

Socio fundador de la
Asociación de Fabricantes
de Muebles de La Laguna

Grupo Gebesa ocupa el **tercer lugar nacional** por el valor de sus ventas en el ramo de muebles para oficina y compite con las principales marcas con el mercado de EU y Canadá



"El éxito es tener nuevos retos, motivar al equipo y ponerte metas"

► **De su día a día, ¿qué disfruta más?**

Todo, mis días son muy creativos, entretenidos, incluso en las actividades de control interno que no son muy dinámicas, pero sí interesantes. Me encanta la parte creativa del producto, sus procesos y las inversiones de maquinaria.

► **¿Cómo forma parte de esos procesos?**

Entre menor es el negocio, mayor participación tienes, eres todo, te metes con el diseño del producto, hablas con los clientes y proveedores, haces negociaciones; conforme crece vas delegando y alguien se encarga de lo comercial, las compras... Por eso estoy seguro de que Gebesa ha sido mi mayor escuela, así como de muchos que han formado parte de su historia.

► **Tomando en cuenta todos los aprendizajes adquiridos en su trayectoria, para usted, ¿cómo se llega al éxito?**

De varias maneras, los negocios están hechos a base de talento y siempre tienes que ofrecer algo nuevo, preguntarte ¿por qué me van a comprar?, ¿qué me compran y por qué? Y si no vendes, ¿por qué sucede? Tienes que definir qué le ofrecerás a tu mercado. El éxito está en la medida en que satisfagas una necesidad o tengas un valor agregado contra tu competencia, diferenciándote de ella, cada

vez hay algo mejor, con más características, más tiendas. Existe un empoderamiento del consumidor y por ello la empresa que subsiste debe pensar cómo ofrecer mejores cosas. Entonces el éxito se basa en satisfacer las necesidades del consumidor.

► **Compártanos una experiencia que lo haya marcado dentro de la empresa.**

Cada época nos ha marcado, es muy interesante ser parte de la evolución y formación de las personas. Nuestro primer viaje, nuestra primera asistencia a una expo, cuando llegamos a vender a la ciudad de México por primera vez. En Guadalajara fuimos de los primeros expositores y compradores de maquinaria, fuimos a aprender, a darnos cuenta de lo que hay, lo que está pasando, las nuevas tendencias. Siempre hay retos por cumplir, eso hace que la sangre te circule.

► **¿Cuál es el mayor aprendizaje que ha adquirido gracias a su puesto?**

Cuando tienes que ser cabeza de un grupo grande de personas, debes saber orientar, plantear objetivos, tener estrategia, hacer las cosas, aprender a evaluar y motivar para conseguir grandes resultados; eso es mi mayor aprendizaje personal, además de obligarme a leer, asistir a cursos, aceptar y escuchar opiniones de asesores, pues nadie es dueño de la

verdad, el aprendizaje es constante, la vida te va enseñando y la necesidad es madre de muchos inventos; cuando algo te sale mal no hay que buscar culpables, lo mejor es cuestionar y tratar de corregir, siempre enderezando el rumbo; es un proceso, van sucediendo cosas y evolucionas con ellas.

► **¿Y su filosofía o motivación de vida?**

Ser mejor en todos los aspectos, cuestionarme, hacer un examen de conciencia antes de dormir: cómo voy en mi casa y en mi trabajo, reconocer mis fortalezas y defectos o limitaciones, estar en una constante lucha personal, ya que siempre habrá alguien mejor, un ejemplo a seguir. Trato de ponerme retos personales: ser un mejor compañero, tener más tacto, hacer sonreír a un nieto o a un cliente.

► **¿Qué consejo le daría a los jóvenes que desean iniciar una carrera en el mundo empresarial?**

Lo más importante es tener una visión integral empresa-familia, y buscar un equilibrio en todos los aspectos para lograr que el negocio marche bien y ganar mercado, sin descuidar los aspectos personales. Ver tu vida con ciertos principios y tomar una decisión dentro de tu propio marco de referencia. Siempre tratar de elegir lo correcto, basándote en principios de seriedad, calidad, servicio y normas que regulen tu actuación en todas las áreas.♥



mes **Ejecutivo**
HASTA EL 31 DE MARZO

EN ROPA, CALZADO
Y ACCESORIOS
PARA DAMA Y CABALLERO,
MALETINES Y FUNDAS
PARA COMPUTADORA,
TABLETAS Y TELÉFONOS

20%
EN MONEDERO
CIMACO

ADEMÁS

6 MENSUALIDADES
SIN INTERESES

PLAZA CUATRO CAMINOS | HIDALGO
www.cimaco.com

 **cimaco**
Lo Mejor Para Vivir Bien

*Consulte restricciones. Vigencia al 31 de Marzo de 2015. No aplica en Swarovski, Nine West, Westies, Tommy Hilfigher, Calvin Klein, Náutica, Pineda Covalin, Levi's, Adolfo Domínguez y Scappino.

Sabores de primavera

1



2



3



PLIEGO GENÉRICO

PLIEGO GENÉRICO

PLIEGO GENÉRICO

PLIEGO GENÉRICO

PLIEGO GENÉRICO

PLIEGO GENÉRICO

PLIEGO GENÉRICO

PLIEGO GENÉRICO

PLIEGO GENÉRICO

PLIEGO GENÉRICO

TOUS PRESENTS

Tender Stories Nº1

Check it out on Tous.com



TOUS

JOYEROS DESDE 1920

Torreón. Galerías Laguna T. 871 750 56 97

Barcelona · Athens · Hong Kong · Kuwait · Lisbon · Madrid · Mexico City · Miami · Milan
Moscow · New York · Paris · Riyadh · Rome · Seoul · Tel Aviv · Tokyo · Toronto · Warsaw



Hoteles All Inclusive

Los mejores en las playas mexicanas

La Secretaría de Turismo Federal define la modalidad de hospedaje *all inclusive* como la que ofrece "servicios integrados de alojamiento, alimentación y bebidas, además de otros servicios complementarios".

Lo anterior implica que por un precio cerrado el huésped tiene acceso a todas las comidas en los distintos restaurantes del complejo turístico y las bebidas en sus bares, discotecas y minibares. Los servicios complementarios suelen abarcar actividades de animación y deportivas en las mismas instalaciones.

Por su característica, el estilo "todo incluido" resulta ideal para viajes en familia, pues asegura que todos tendrán a su alcance una completa gama de servicios y amenidades, concentrando la atención únicamente en disfrutar, convivir y crear momentos inolvidables. Aquí te presentamos algunas destacadas opciones que debes considerar en tus planes.

Datos recientes acerca del sector turístico mexicano

► Al tercer trimestre de 2014 el ingreso de divisas por la actividad turística en nuestro país alcanzó 12 mil 38 mdd, cifra 17.4% superior a la resultante en 2013.

► Durante el 2015 la Secretaría de Turismo Federal aplicará las siguientes estrategias para efectuar una promoción eficaz de este sector:

1. Promover a México como destino turístico de calidad, con gran variedad de atractivos y experiencias únicas.
2. Impulsar el desarrollo del mercado nacional, promoviendo la intención de conocer México y sus destinos.
3. Incrementar la promoción de México en los mercados tradicionales e impulsar la diversificación de mercados.

Fuente: www.sectur.gob.mx



LA EXPERIENCIA PARADISUS

- Lujosas suites familiares
- Áreas privadas de playa, con servicio de conserje
- Actividades enriquecedoras de la vida diaria organizadas especialmente para la familia (como la elaboración de sushi)
- Walkie-talkie para la comunicación durante todo el día
- Piscinas privadas con servicio de conserje
- Actividades y deportes exclusivos en familia, como masajes y clases de natación
- Reservaciones preferentes en restaurantes especializados
- YHI Spa
- Consolas PS2, Xbox 360 o Wii disponibles en la habitación, bajo petición



PARADISUS RESORTS CANCÚN

Es la línea de hoteles de Meliá, donde los viajeros pueden encontrar la experiencia que siempre han buscado. Perfectamente situado en las blancas playas de Cancún, este exclusivo resort cuenta con lujosas, espaciosas y elegantes habitaciones, al igual que con un sinnúmero de actividades y servicios.

En pro de la excelencia, Paradisus Cancún ofrece mayordomo personal, gastronomía exclusiva con una majestuosa variedad de restaurantes y *health clubs* que disponen de todos los servicios y equipamiento de vanguardia, servicios e instalaciones que cumplen con los altos estándares de calidad que lo han hecho merecedor del premio Four Diamond Award de la AAA desde el 2006.

Los huéspedes no pueden perderse de una inolvidable experiencia, caracterizada por abundantes placeres, en este todo incluido.



• **YHI SPA PARADISUS CANCÚN**
Relajamiento en un santuario que despierta el espíritu con tratamientos especiales y los más prestigiosos productos para nutrir cuerpo y alma.

• **CENTRO DE CONVENCIONES PARADISUS CANCÚN**

Con 21 salas de reuniones divisibles, dotadas de todos los servicios, es considerado uno de los más grandes de Cancún y de los mejores en México.



• **CAMPO DE GOLF**

Para los amantes de este deporte será inevitable hacer una rápida partida de nueve hoyos en el Golf Par 3, cerca de la playa.



Boulevard Kukulcán, km 16.5
77500 Cancún, Q. Roo
☎ (998) 881-1100

✉ paradisus.cancun@melia.com
🌐 www.melia.com

**LA EXPERIENCIA
FAIRMONT MAYAKOBA INCLUSIVE**

- Lujosas habitaciones o suites
- Excursión en barco para observar aves en el predio del hotel
- Utilización de bicicletas para explorar la propiedad
- Spa Willow Stream
- Itinerarios para explorar
- Canchas de tenis y paddle, con uso de raquetas y pelotas de cortesía
- Campo de golf
- Cuidado de niños
- Sala de Teens de PlayStation
- Uso de kayaks para el mar dentro del predio del hotel

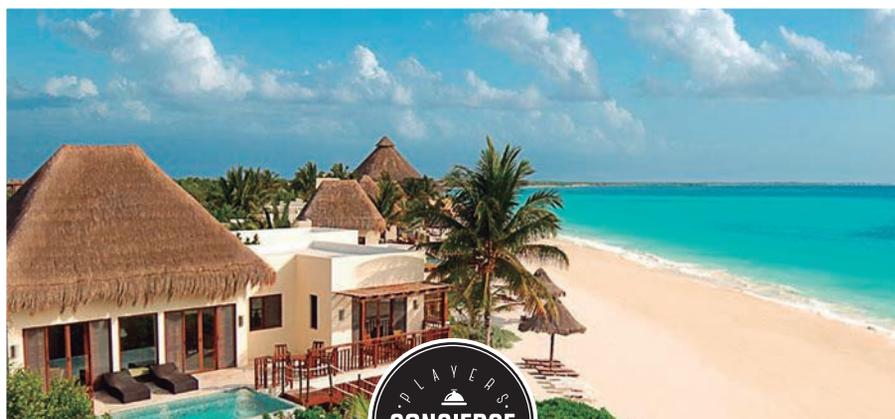
FAIRMONT MAYAKOBA INCLUSIVE

PLAYA DEL CARMEN

Resguardado en el centro de una comunidad cerrada de lujo, cerca de Playa del Carmen, Fairmont Mayakoba cuenta con 97 hectáreas de bosques tropicales atravesados por canales de agua cristalina y rodeados de una prístina costa caribeña.

El Mayakoba es un resort de lujo de diseño magistral, reconocido con la más alta calificación otorgada por la AAA al ser ganador del premio 5 Diamond Award por noveno año consecutivo. Ofrece nada más que excelencia, con un servicio impecable y un gusto increíble, elementos que se ven reflejados en sus piscinas, campos de golf, canchas de tenis y paddle, así como en sus exquisitos restaurantes y bares.

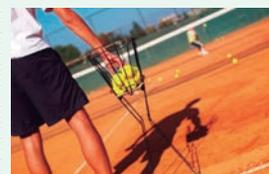
Este paradisíaco todo incluido ofrece lo que cada huésped busca y mucho más.

**• VOLUN-TURISMO**

Espacio que permite hacer una retribución y provocar una sonrisa en los niños locales desfavorecidos o promover la cultura de la no violencia hacia los animales.

• FAIRMONT FIT PARA NIÑOS

Plan que incluye un campo de obstáculos con escaleras de agilidad, carreras de obstáculos y mucho más, ideales para una gran diversión.

**• CANCHAS DE TENIS Y PADDLE**

Transporte entre el lobby y las canchas, uso de raquetas y pelotas de cortesía, para pasar un agradable momento en este espacio que hace más divertidas las vacaciones.

Fairmont
MAYAKOBA

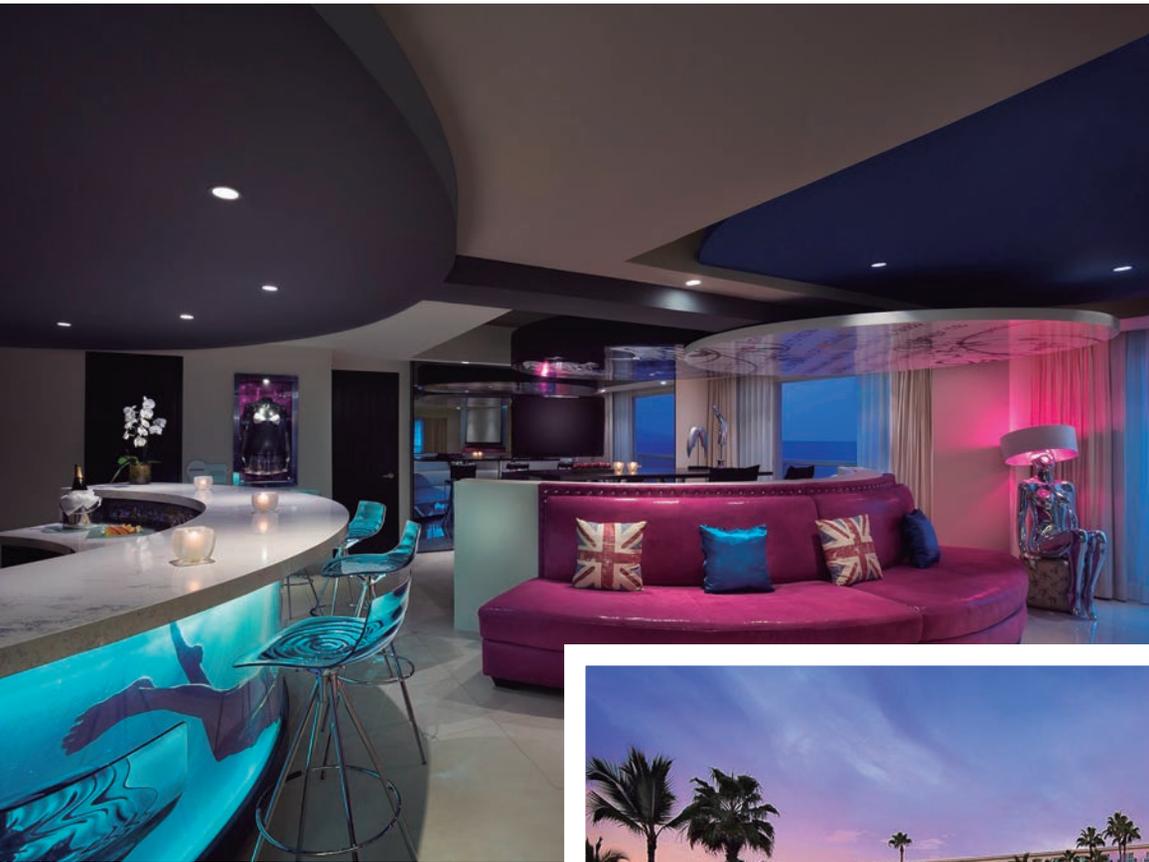
Carr. Fed. Cancún-Playa del Carmen km 298
77710 Playa del Carmen,
Solidaridad, Q. Roo

www.fairmont.mx/mayakoba-rivieramaya
mayakoba@fairmont.com
(984) 206-3000



LA EXPERIENCIA HARD ROCK HOTEL

- Tinas de hidromasajes externos
- Centro de acondicionamiento físico
- Rock Spa & Salon, con nueve cabinas de masaje
- Paquetes de Golf
- Playa con cabaña y sillas lounge
- Actividades y deportes acuáticos
- Concierge
- Anfiteatro para shows
- Bicicletas
- Mesas de billar y ping pong
- Cabinas de sauna y vapor



HARD ROCK HOTEL VALLARTA

A tan solo 20 minutos del hermoso Puerto Vallarta, se localiza este lujoso resort en el que es posible deleitar los sentidos y experimentar el estilo de vida de las celebridades al alcance de la mano. Con un escenario tropical, vistas idílicas y una fusión de lo tradicional con lo moderno, Hard Rock Hotel invita a disfrutar de increíbles campos de golf, buceo, esnorqueleo, navegación, pesca en aguas profundas y paseos a caballo.

Este sitio es ideal para sumergirse en las cristalinas aguas de la bahía y lujosas instalaciones, con las ventajas de su modalidad *all inclusive*. Vale la pena escaparse a las legendarias playas de aguas azules de Bahía de Banderas, en el corazón de la Riviera Nayarit, para relajarse, jugar, comer, amar y explorar lo mejor de la vida.



• REMAR EN KAYAK

Deporte acuático no motorizado que hace de las vacaciones una experiencia completa: ¡diversión, ejercicio y paseo!



• NADO CON DELFINES

Quienes se hospedan en este resort no pueden perderse de esta grandiosa experiencia que les permite estar en contacto con la naturaleza.



• WATERSKIING

El esquí acuático es ideal para los aficionados a los deportes extremos. ¡Enciende la aventura y los sentidos!



VALLARTA
AN ALL-INCLUSIVE EXPERIENCE

Paseo de los Cocoteros 19
Villa 8, Nuevo Vallarta
63732 Bahía de Banderas
Riviera Nayarit
☎ (322) 226-8470

es.hrhvallarta.com



PUEBLO BONITO EMERALD BAY RESORT & SPA MAZATLÁN

Enclavado en una bahía semicircular en la zona de Nuevo Mazatlán, Pueblo Bonito Emerald Bay Resort & Spa es el oasis perfecto. Con un estilo neoclásico y un magnífico paisaje de exuberantes jardines y arroyos, este espectacular resort es un auténtico santuario para el espíritu.

A solo unos minutos de la Zona Dorada de Mazatlán, el Malecón y el encantador Centro Histórico, este magnífico todo incluido es un divertido paraíso donde es posible realizar todo lo necesario para hacer de la estancia en él, las vacaciones perfectas. Se puede disfrutar de la espléndida playa privada, el centro de bienestar y las encantadoras piscinas, así como llenarse de energía con increíbles actividades acuáticas como pesca deportiva en mar abierto, veleo, paseos en yate, kayak, motos acuáticas, windsurf, paracaidismo, buceo y más.

LA EXPERIENCIA PUEBLO BONITO EMERALD BAY RESORT & SPA

- Lujoso alojamiento en suites con vista al mar o a la playa, balcón privado y cocineta totalmente equipada
- Enormes piscinas al aire libre, con jacuzzi
- Acceso privado a la playa del océano Pacífico
- Spa y salón de belleza
- Restaurantes de talla internacional, con un bar de piscina
- Transporte de cortesía desde y hacia el hotel
- Aeróbicos en el agua
- Tours Ecológicos
- Clases de Barman y Cocina
- Centro de Salud o Gimnasio



• PESCA

Donde se unen el océano Pacífico y el mar de Cortés, Mazatlán es la capital mundial de los peces de pico y considerado el mejor destino de pesca deportiva en México.

• YOGA

Para estar en armonía no solo con la naturaleza, sino con el mente y el cuerpo, el programa de yoga vigorizará los músculos de quienes lo elijan.



• ARMONÍA SPA

La relajación no sería completa sin los refinados tratamientos, asombrosos rituales y magníficos masajes que brinda este Spa, el más grande de Mazatlán.



Av. Ernesto Coppel
Campaña 201
82110 Mazatlán, Sin.
☎ 01-800-966-0606 y
(669) 989-0525

🌐 www.pueblobonitoemeraldbay.com.mx
✉ Spa_Hpbeb@pueblobonito.com.mx



25 Tiendas
en todo México



Tienda en línea
vinoteca.com



Wine Planner para
tu boda o eventos



Ventas personalizadas
por teléfono (01 800 00 VINOS)



Vinoclub Rewards
y Experience



Productos
delicatessen



Sommeliers al alcance
de tus manos
(App Móvil)

MUCHO MÁS QUE UNA TIENDA DE VINOS

VINOTECA®

VINOTECA
TORREÓN

BLVD. INDEPENDENCIA NO. 1111. OTE. PLAZA SAN ISIDRO LOCAL 26
COL. GRANJA SAN ISIDRO CP. 27100

T. (871) 717.2338

vinoteca.mexico

[@vinoteca_mexico](https://twitter.com/vinoteca_mexico)

www.vinoteca.com

Vinoteca es una marca registrada

Evita el exceso

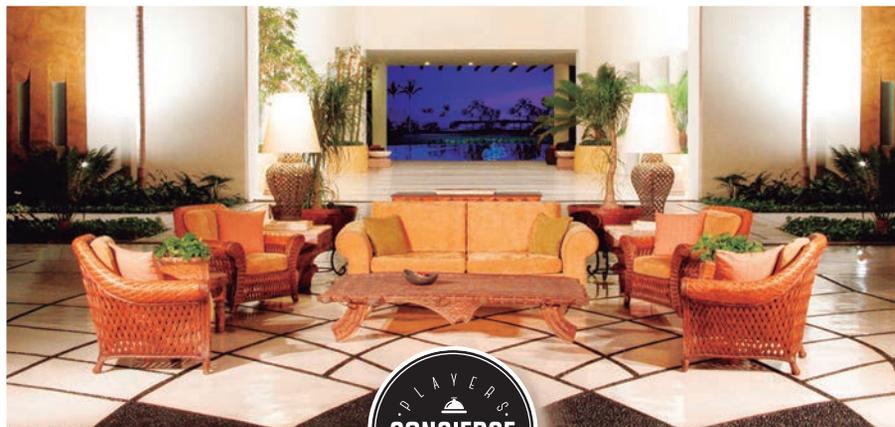
**LA EXPERIENCIA
GRAND VELAS**

- 267 habitaciones
- Spa & Resort todo incluido
- Programa de actividades Kids Club
- Programa de actividades deportivas
- Programa de entretenimiento nocturno
- Transportación aeropuerto incluido
- Servicio de babysitter
- Business Center
- Renta de autos
- Doctor las 24 horas

GRAND VELAS

RIVIERA NAYARIT

El lugar ideal para celebrar esa ocasión especial que será recordada por mucho tiempo; desde la más romántica luna de miel hasta la reunión familiar más esperada cada año. De excepcional belleza, Grand Velas Riviera Nayarit es un paraíso frente a las costas del Pacífico mexicano que ofrece un renombrado Todo Incluido de Lujo, hospitalidad de clase mundial, indiscutible experiencia gourmet y una espectacular selección de suites de lujo. El Spa en el corazón de este resort es un santuario de bienestar y absoluta restauración de mente y cuerpo, donde redefine el arte de la relajación con un exclusivo circuito de hidroterapia y más de 60 rituales que combinan armoniosamente los cuatro elementos de la naturaleza.

**• PAQUETE FLYBOARD**

Ofrece la increíble aventura de volar sobre el mar con uno de los deportes más insólitos de los últimos años.

• PAQUETE AVENTURA EXTREMA

Una experiencia ecoturística inolvidable: tirolesas, descensos por cascadas, caída libre y mucho más. La oportunidad perfecta para consentir a los integrantes de la familia que aman la aventura.

**• PUERTO VALLARTA PAQUETE
GRAND GOURMET**

Aventura culinaria en la Riviera Nayarit donde los sabores locales y la cultura se mezclan en armonía. Un exquisito mundo lleno de intensos platillos "desde auténticas recetas mexicanas hasta estilizados platillos franceses" artísticamente preparados en el ambiente tropical del siempre mágico Grand Velas.



Av. Cocoteros 98 sur
63735 Nuevo Vallarta
Riviera Nayarit
☎ (322) 226-8677
01-800-822-7830
EU 1-877-418-2722

📄 www.grandvelas.com.mx
Reservaciones:
@reservas@velasresorts.com
f /grandvelasresort
t @vallartagv
@grandvelasnay



PENÍNSULA

Mazatlán, Sinaloa

HAZ REALIDAD TUS SUEÑOS

Últimos Departamentos de 2 a 4 recámaras. Financiamiento directo en pesos sin intereses.

Av. Sábalo Cerritos No. 3342, Mazatlán, Sinaloa – MX

T. (669) 988 0648 / peninsula.mx



GENIOS DE LA



“
Mercadotecnia: proceso de planeación, ejecución y conceptualización de precios, promoción y distribución de ideas, mercancías y términos para crear intercambios que satisfagan objetivos individuales y de las organizaciones
”

American Marketing Association (AMA)

✍ Por Mariana Ramírez

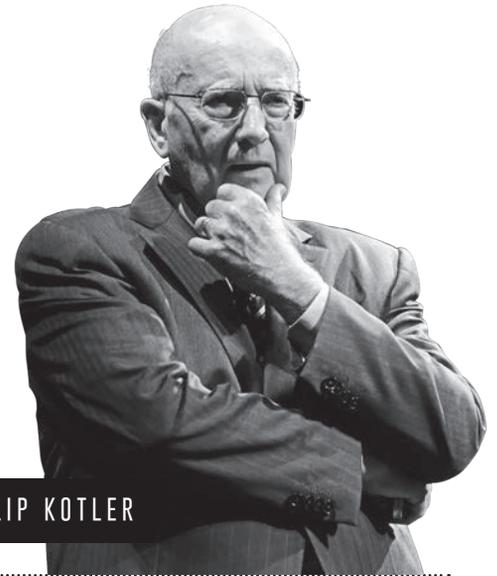


La mercadotecnia ha existido desde que surgió el interés de promover mercancías y servicios, así que a partir del trueque se aplicó para convencer a los posibles clientes. Pero de mediados del siglo XX a la fecha, su evolución ha sido enorme, adquiriendo el carácter de ciencia y técnica, con estrategias basadas en profundos y especializados estudios, con los cuales se generan las más exitosas técnicas para llegar al mercado meta.

En esta evolución la mercadotecnia ha encontrado en los medios los canales indispensables para llegar a los consumidores, que esperan satisfacer sus necesidades cada vez con mayor exigencia, pues como afirma Philip Kotler, padre de la mercadotecnia mo-

derna, ésta es “la actividad humana dirigida a satisfacer necesidades, carencias y deseos, a través de procesos de intercambio”.

Cotidianamente todos estamos en contacto con algún aspecto de la mercadotecnia: vemos publicidad, compramos y vendemos, somos sujetos de la promoción y la distribución... Precisamente la mercadotecnia se constituye por la interrelación de dichas actividades, hecho que la convierte en un elemento fundamental para quienes participan en cualquier aspecto de la economía, y por supuesto, con mayor énfasis para las empresas de cualquier dimensión y giro, y quienes las dirigen.



PHILIP KOTLER

MERCADOTECNIA EN MÉXICO

1940-1950

MERCADOTECNIA MASIVA

Inicios de la televisión, y auge del radio y el periódico. Marcas patrocinando programas dirigidos a una audiencia general, intercalando largos anuncios de sus productos.



1960-1970

MERCADOTECNIA DE SEGMENTOS

Cambios sociales generaron una mayor distinción entre la población (sobre todo los sectores juvenil y femenino), motivando la creación de estrategias de mercado difundidas en espacios y medios específicos.



1980

MERCADOTECNIA DE NICHOS

Crisis económicas y financieras motivaron a las empresas a recurrir a la mercadotecnia para lograr una distinción en el mercado y ser elegidos por los consumidores.



1990

MERCADOTECNIA PERSONALIZADA

La incorporación del Tratado de Libre Comercio estimuló las exportaciones y el país entró en una etapa de modernización, que unida a los avances tecnológicos (internet y bases de datos), consideró múltiples detalles en la conducta de compra.

2000 EN ADELANTE

MERCADOTECNIA EXPERIENCIAL

A partir del siglo XXI, con la globalización y la evolución tecnológica, los recursos mercadológicos han descubierto que los consumidores buscan que sus adquisiciones de productos y servicios sean una experiencia completa.



CIFRAS RECIENTES DE INVERSIÓN EN MEDIOS

Previsión de ingresos publicitarios mundiales para 2015: los dueños de medios tendrán un aumento de

48%
equivalente a
536 MIL MDD

Magna Global (unidad global de estrategia de medios de IPG Mediabrands)

La inversión publicitaria televisiva en México se reparte entre Televisa (canales 2 y 5) y TV Azteca (canales 7 y 13), con

60%
y
40%

del total, respectivamente.

DataCheck

Top 5 magazine brands
Audiencia mensual
(a diciembre 2014)

- 1. PEOPLE:**
72 MILLONES 711 MIL
- 2. ALLRECIPES**
52 MILLONES 634 MIL
- 3. BETTER HOMES & GARDENS:**
51 MILLONES 555 MIL
- 4. FORBES**
42 MILLONES 143 MIL
- 5. TIMES**
40 MILLONES 20 MIL

The Association of Magazine Media (MPA)

Cerca de

145 MIL MDP

fue la inversión por publicidad y comunicación en medios registrada en 2014, cifra que representa.

0.75%
del PIB nacional.

Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP)

Cada vez más mexicanos acceden a la TV de paga: a octubre de 2014 eran

CUATRO DE CADA DIEZ

por lo que es un medio muy atractivo para la inversión publicitaria.

Lamac

Del 2013 a junio del 2014, en México

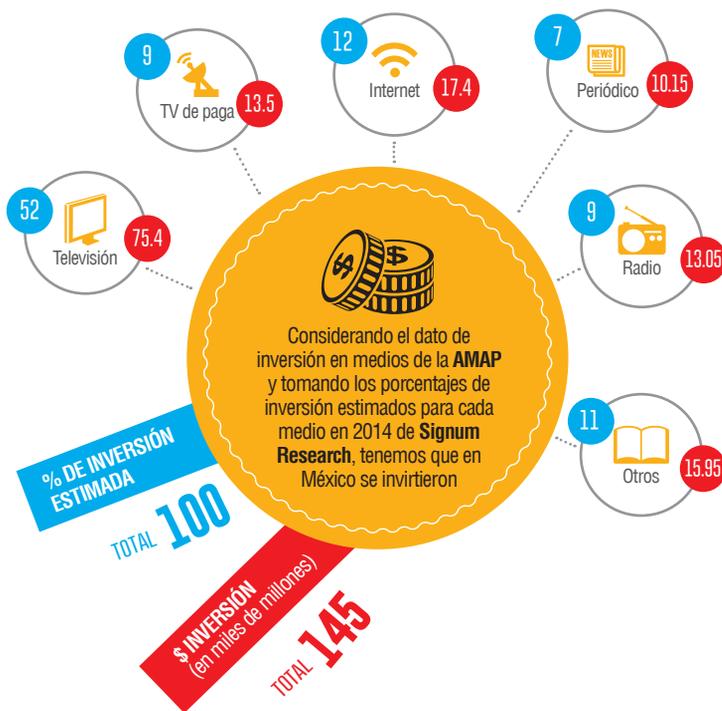
59.2 MILLONES

de personas utilizaban internet, representando

52%

de penetración; nueve de cada 10 cibernautas están en redes sociales.

IAB México, PWC y Terra



La radio, en conjunto con la TV abierta, es el principal medio masivo de comunicación; se espera que en él la inversión crezca un promedio de

2.8%

en el periodo 2013-2015.

Signum Research

En 2014 el consumo de revistas creció

9.3%

en comparación con 2013. La audiencia global de compradores de revistas fue de

1.6 MILLONES

The Association of Magazine Media (MPA)

Pese a las crisis económicas y la modificación de hábitos de consumo de los medios tradicionales frente a otras tecnologías, la radio ha conservado alrededor de

9%

de la inversión publicitaria en los últimos años.

El Universal

Como medio publicitario se estima que en el periodo 2014-2015 la inversión en internet tenga una variación promedio de crecimiento de

+22.1%

Signum Research

eleconomista.com.mx / signumresearch.com / mercadotecnia.portada-online.com / merca20.com / informador.com.mx/economia / arvm.mx / eluniversalmas.com.mx / www.uovirtual.com.mx / Magazine Media 360° Brand Audience Report Reveals Dynamic December, The Association of Magazine Media (MPA)

FUENTES



Innovation
that excites®

TOTALMENTE NUEVA NISSAN NP300 FRONTIER.

DISEÑADA PARA LO QUE EL MUNDO
TE PONGA ENFREENTE.

FUERTE. INTELIGENTE.



Bluetooth® controles de velocidad
y audio al volante.



Pantalla de audio de 5" y panel
de instrumentos a color.



Suspensión trasera de 5 brazos
con eje rígido.



NissanAlameda.com.mx

El equipamiento mostrado varía de acuerdo con la versión.

NISSAN ALAMEDA



Nissan Independencia:
Blvd. Independencia No.20 Pte. | 705-5555

Nissan Reforma:
Blvd. Diagonal Reforma No.1691 Ote. | 299-9000

Nissan Gómez Palacio:
Blvd. Miguel Alemán No.990 Pte. | 748-0202



↑ Campañas realizadas por Globo México

GLOBO MÉXICO

EXCELENTE IDEA

Pertenciente a la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad, desde 1981 ofrece servicios integrales de Marketing y Publicidad, construyendo vínculos exitosos entre los clientes y sus objetivos comerciales. Dentro de sus servicios se encuentran: asesoría en estrategias de marketing y publicidad, diseño gráfico, estudios de mercado, comercialización,

eventos especiales, diseño y programación web, operación y gestión de redes sociales y campañas digitales. Celebrando una nueva era, su experiencia se concentra en el marketing deportivo, político y productos de consumo y servicio, respaldados por testimonios de clientes satisfechos y resultados que avalan el trabajo de una agencia regional con prestigio y alcance nacional e internacional.

PENSAMIENTO ESTRÁTEGICO

En Globo México trabajan basándose en tres principios fundamentales:

-  **CONSTRUIR EL VALOR DE MARCA**
-  **INCREMENTAR INDICADORES**
-  **GENERAR RECURSOS**

OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA Y SU DEFINICIÓN

CASO DE ÉXITO



NECAXA VUELVE

CLIENTE: CLUB NECAXA
AÑO: 2014

Campaña publicitaria con el planteamiento de revertir la generalizada percepción y expectativas negativas sobre el presente y futuro del equipo, hacia un ambiente de apoyo y solidaridad con el nuevo proyecto y propietarios. Conectar en una sola frase a la afición local, nacional, internacional, jugadores, directivos, patrocinadores, medios, clientes y colaboradores hacia una misma meta: hacer de Necaxa aquel equipo de los años 30 apodado "11 Hermanos" y "Campeonísimo" por la armonía con que jugaba y ganaba campeonatos, para regresar y quedarse en la Primera División.

↓ Campaña publicitaria para Club Necaxa

¡GRACIAS AFICIÓN! ESTAMOS EN LA FINAL

NECAXA VUELVE AGUASCALIENTES, CONTIGO POR UNA PASIÓN

EL EQUIPO DE AGUASCALIENTES

BUENA TIERRA BUENA GENTE BUEN FÚTBOL

Corona, Bubbly, ROLCAR, Coca-Cola, RED GARDIAN, AEROMEXICO, SKY, Umbro

WWW.CLUBNECAXA.MX CLUBNECAXA

1 GENERACIÓN DE IDENTIDAD

Crear un ADN de la marca, redescubrir la personalidad del Club.

2 GENERACIÓN DE AFICIÓN

Cambiar el ánimo general mediante mensajes que ligen al Club con la región, generando emociones de propiedad y complicidad para un objetivo común: representar dignamente y con orgullo al estado de Aguascalientes.

3 PUBLICIDAD Y DISEÑO

Creación de mensajes y símbolos para la base de aficionados, aprovechando el *pull* de medios internos del Club, y mediante la generación de nuevos convenios comerciales que coadyuven a la exposición de marca y mensajes.

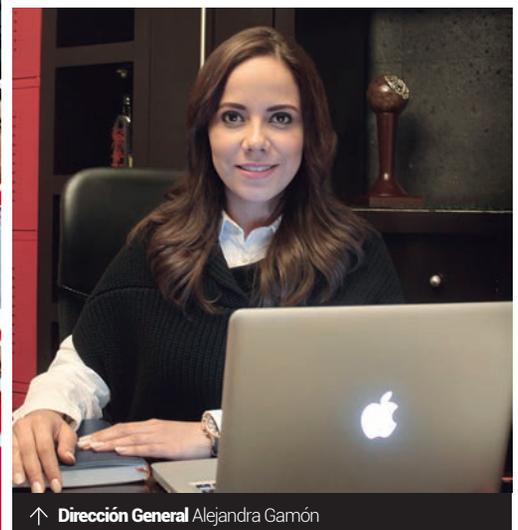
4 GENERACIÓN DE RECURSOS

Plantear objetivos específicos para la creación de estrategias concretas que generen el crecimiento en los diferentes indicadores de marketing para la búsqueda de nuevas unidades de negocio y alianzas estratégicas comerciales.

AGUASCALIENTES BUENA TIERRA BUENA GENTE BUEN FÚTBOL

Corona, Bubbly, ROLCAR, Coca-Cola, RED GARDIAN, AEROMEXICO, SKY, Umbro

↑ Campaña publicitaria Necaxa Vuelve



↑ Dirección General Alejandra Gamón



Torreón:
Privada San Gregorio 1394, Col. Centro
☎ (871) 722-5354

Aguascalientes:
Bivd. Colosio 106
☎ (449) 246-4084

✉ correo@globo.com.mx
🌐 www.globo.com.mx

📘 /Globo México
📞 @globoservicios



"Por un lado es mucho, pero por otro es poco."

↑ Directores Generales, 4G Ad Group

4G AD GROUP

IMAGINACIÓN, INSPIRACIÓN Y MAGIA

Agencia con gran infraestructura, siempre a la vanguardia y cuyo principal interés es ayudar a que sus clientes logren sus objetivos. En 4G el cuarto socio es el cliente, del que siempre se busca su crecimiento y po-

sicionamiento dentro del mercado. Con 13 años de una trayectoria llena de experiencias, satisfacciones y éxitos, ha atendido a clientes de los giros industrial, energético, metalúrgico, alimenticio, de comunicación, editorial, deportivo, ganadero, inmobiliario, de cuidado personal, restaurantero y gubernamental.

SERVICIOS

- Estrategias de Comunicación
- Campañas de Publicidad
- Estrategias de Marketing
- Diseño Gráfico
- Manejo de Medios
- Producción de Video y Audio
- Fotografía Publicitaria, Industrial y Comercial
- Gestión de Redes Sociales
- Logística, Coordinación y Cobertura de Eventos

CASO DE
ÉXITO



#GuerrerosMasQueNunca

CLIENTE: CLUB SANTOS LAGUNA
MEDIOS UTILIZADOS: RADIO, PERIÓDICOS, REVISTAS, REDES SOCIALES, ESPECTACULARES, TELEVISIÓN NACIONAL Y LOCAL

Engagement del público con la campaña, adopción e interacción del hashtag #GuerrerosMasQueNunca en redes sociales, optimizar la identificación de la afición con la marca y el equipo, ligando la nueva era del Club Santos a través de sus raíces, tradiciones y rituales para conectar a la afición.

- GRUPO INDUSTRIAL SALTILLO / CINSA SANTA ANITA
- PROMANUEZ
- GRUPO SIMSA / COMBUGAS / MIGASOLINA AWA / CÍRCULO K
- TELEVISIA LAGUNA
- LA FERIA DE TORREÓN
- MAGNELEC / PEÑOLES
- DYNO NOBEL MÉXICO
- GRUPO REVUELTA / BÁSCULAS REVUELTA GANADERÍA REVUELTA / RAWELT
- AVANI / LAS PUERTAS
- CASAS BIOS / BOSQUE REAL
- CLUB SANTOS LAGUNA
- TRUTH VERIFICATION SYSTEMS
- LAGUNA YO TE QUIERO
- TYSON DE MÉXICO
- DIF
- BÁLTICO
- VANITÁ
- NICANOR
- SURTIDORA
- ALCOSTO
- GRUPO PLAYERS



↑ Aquiles Chavez, imagen de la campaña de CINSA



Valle del Guadiana 490
Zona Industrial Gómez Palacio, Dgo.

☎ (871) 719-0989
✉ contacto@cuatrog.com



↑ Integrantes del equipo creativo, Chicle Marketing Integral

CHICLE MARKETING INTEGRAL

UNA BOMBA PARA TU IMAGEN

Empresa con más de ocho años de experiencia en el ramo de la innovación continua en el Marketing Integral, llena de talento joven y comprometida con los objetivos de sus clientes en todo momento. Entre otros, han trabajado para Grupo Lala, Club Vaqueros Laguna, Casas Trio, Hospital Ángeles, Grupo Gilio, Grupo Trébol, Colegio Inglés, Bellenit, Evolution Gym, Baldoria, Óptica del Rosario, Goch, Waldo Paredes, Viva Dance y Cervecería Presidente.

Brinda servicios de Mercadotecnia Integral, Diseño Gráfico, Audio & Video, BTL, ATL, Servicios Web, Aplicaciones Móviles y Redes Sociales.

CASO DE ÉXITO →

#8AÑOSMASCANDO

CLIENTE: CHICLE MARKETING INTEGRAL

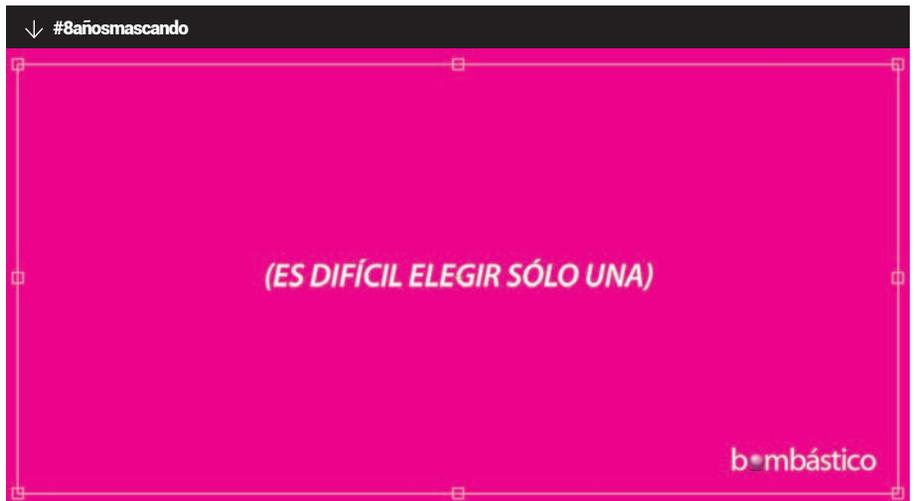
AÑO: 2006

MEDIOS DONDE APARECIÓ: POR TODOS LADOS

OBJETIVO PRINCIPAL: LOGRAR LAS METAS DE NUESTROS CLIENTES

DURACIÓN: HASTA QUE LA VIDA NOS LO PERMITA

LOGROS: CALLADITOS NOS VEMOS MÁS BONITOS



Plaza Colorines, Local 13 y 14
Torreón, Coah.
(871) 193-8001 y 02

www.mascando.com
f/ChicleMarketingIntegral
@mascando

TED^x

TecdeMtyLaguna

x = independently organized TED event



6 de marzo de 2015
Sala 1 del edificio CCI
Instalaciones del Tecnológico de Monterrey

Adquiere tus boletos en
<http://www.boletea.com/tedxtecdemtylaguna.php>

Jorge Reyes • Javier Quintero

Ricardo Perret • Edner Granados • Hans Hatch
Ramón Shade • Fathi Atari • Martín López Méndez
Antonio Yebra • Federico Sáenz • y más invitados

Informes: (871) 729 6311, ext. 4220 y 4288, tedx.lag@servicios.itesm.mx

Heatwave
CALEFACTORES Y BOILERS

EL CALOR DE MI HOGAR

Andrea Legarreta

heatwave.com.mx

↑ Campaña, Heatwave, el calor de mi hogar

MARKETINGGLOBAL IDEAS EN ACCIÓN

Despacho de asesoría y desarrollo estratégico, enfocado en la administración de imagen y comunicación. Su pasión es construir marcas fuertes, distintivas y líderes del mercado. Por más de 14 años ha aportado ideas a decenas de clientes en cientos de casos, por lo que su visión es amplia y versátil para lograr los objetivos de cada uno. “La mezcla de estrategia y creatividad, aunada a un producto que cumple lo que promete, son la mejor receta para una campaña de marketing exitosa”.

Ofrece servicios de asesoría en marketing especializada en *branding*, análisis y diagnóstico de marketing, desarrollo estratégico y planeación, desarrollo creativo, gestión ejecutiva, diseño gráfico, administración de contratos de patrocinio, gestión y administración de alianzas comerciales, manejo de medios ATL, coordinación de promociones BTL, organización de eventos y administración de proveedores.

CASO DE ÉXITO →

**HEATWAVE,
EL CALOR
DE MI HOGAR**

CLIENTE: INDUSTRIAS MACON
AÑO: 2014

Campaña publicitaria creada con el objetivo de posicionar la marca como líder en el mercado nacional, a través de espectaculares, radio, televisión, internet y material POP, logrando una excelente penetración y un incremento en las ventas superior a la meta.

↓ Otras campañas realizadas por la agencia

AR MÉDICA
CAMBIO LOS MINUTOS CUENTAN
YO CONFÍO EN

ORIBE TIENE AIRE DE CAMPEON
FRISKO

Las Acacias
RESIDENCIAS

marketingglobal
ideas en acción

carnes la laguna



marketingglobal.com
contacto@marketingglobal.com

/marketingglobalbook
@ideasmg



Tecnológico
de Monterrey

CENTRO DE COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL

MARZO

12

**Taller
CARISManagement.
La nueva gestión y
liderazgo por
C.A.R.I.S.M.A**

18

**¿Necesita mejorar
los resultados de su
equipo de ventas?
Capacítelos y
Certifíquelos...
"Certificación
en Ventas"**

24

**Design
Thinking
Bootcamp**

**Programa de inglés para negocios para
directivos ONE TO ONE**

**Consultoría, planeaciones estratégicas
y diagnósticos empresariales.**

Posgrados

Inicio de posgrado trimestral: 20 de abril

Informes:

Lic. Verónica García Reyes
Educación Ejecutiva
vgarcia@itesm.mx

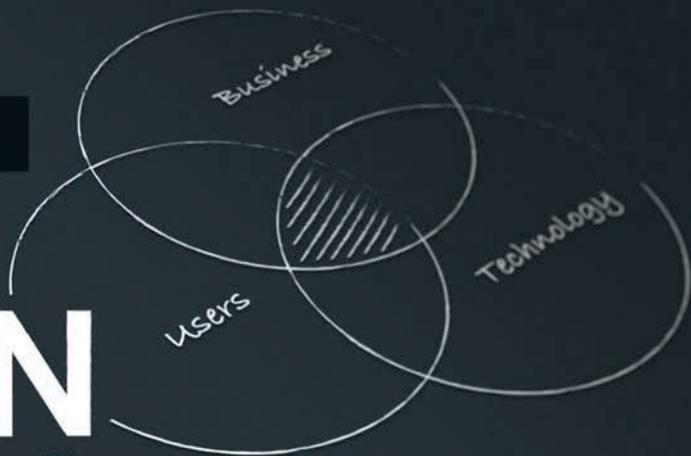
Lic. Patricia Facio Alvarado
Idiomas y Posgrados
patricia.facio@itesm.mx

Ing. Ana Cristina Mourey Aranda
Consultoría
cristy.mourey@itesm.mx

Tel. 729.63.00

EN DISSOLVER TRABAJAMOS CON UN ENFOQUE ESTRATÉGICO

DESIGN THINKING



TRANSFORMAMOS EMPRESAS CONVENCIONALES EN **INNOVADORAS** A TRAVÉS DEL DISEÑO

Te ofrecemos:

- Asesoría en Innovación.
- Talleres de "Design Thinking", "User Centered Design", "Creatividad e Innovación".

DISSOLVER DISEÑANDO SOLUCIONES VERDADERAS

Despacho de diseño con más de 10 años de experiencia, durante los cuales ha confeccionado soluciones creativas para que las pymes logren escalar al siguiente peldaño en la búsqueda de sus metas y objetivos.

Mediante la generación estratégica de marcas y comunicación, ha visto crecer emprendedores de cero a negocios ampliamente reconocidos. No solo trata de brindar asesoría de identidad o publicitaria, sino generar y ofrecer herramientas tangibles y medibles de innovación para que las empresas den un salto que las convierta en referentes de sus respectivos giros: "Las ideas son estériles si no logran encontrar un modelo de negocio exitoso y sobre todo, una aceptación en el gusto del usuario/consumidor".

NUEVO SERVICIO →

ASESORÍA Y TALLERES DE INNOVACIÓN PARA PYMES Y EMPRENDEDORES

Design Thinking, término creado por el despacho de diseño IDEO, el cual se refiere a cómo emplear el diseño para encontrar innovación en cualquier organización, empresa, producto o servicio. No es una cuestión estética, sino estratégica. Esta estructura de pensamiento permite a especialistas de diferentes ramas expresarse de forma creativa, siempre proponiendo soluciones deseables para el usuario, viables para un modelo de negocio y factibles tecnológicamente. Dissolver ha adoptado esta forma de pensamiento para inspirar la innovación en las empresas y mostrarles cómo aprovechar al máximo su propio potencial creativo, y así enfocarlo exitosamente a través de sus asesorías y talleres.

↓ Integrantes del equipo, Dissolver



Guerrero 302
Col. Centro, 27000 Torreón, Coah.
www.dissolver.mx

info@dissolver.mx
carlosbello



QUESOS CHILCHOTA
El Queso de México

Una delicia al paladar

NUEVO

Queso Tipo Americano **Lagunero**

Queso Tipo Americano **TEMASCAL**

Queso Tipo Americano **Chilchota**

www.chilchota.com | /ChilchotaMx | @ChilchotaMx

↑ Campaña realizada para Quesos Chilchota

SWITCH PUBLICIDAD

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y CREATIVIDAD

El principal objetivo de esta empresa *full service* es ofrecer una asesoría integral e innovadora, para así posicionar e impulsar exitosamente la marca de sus clientes, dando soluciones creativas y redituables. Su ventaja competitiva es ofrecer un servicio de calidad, formar un estrecho lazo con el cliente y su marca, volviéndose parte de ella: “Ponernos la camiseta de nuestros clientes nos permite ofrecer propuestas creativas y estrategias efectivas”.

Sus servicios especializados abarcan: imagen corporativa, campañas publicitarias, asesoría en marketing, redes sociales, diseño web, diseño editorial y coordinación de eventos especiales. Han trabajado para Quesos Chilchota, Farmacias Klyns, Peñoles y Nartex Labs, entre otros.

CASO DE ÉXITO →

QUESO AMERICANO

CLIENTE: CHILCHOTA
AÑO: 2014 A LA FECHA

El objetivo fue crear una imagen innovadora para introducir al mercado el nuevo Queso Americano Chilchota, imagen que se difunde actualmente a nivel nacional principalmente en prensa, espectaculares y redes sociales.

↓ Campaña realizada para Farmacias Klyns



Nos pusimos guapos para tí

GRAN REINAUGURACIÓN

farmacias KLYNS

switch
Trabajando en ideas frescas

Av. Morelos 2324 ote.
Col. Centro, 27000 Torreón, Coah.

www.switchpublicidad.com
(871) 791-4455 y 713-4114



↑ Línea de Protección Diaria, diseño de Imagen de Producto para Terssura

WHITE ROOM

DESIGN AS A RELIGION

Agencia de diseño y publicidad fundada en 2008. Actualmente bajo la Dirección Creativa de América Perales, cuenta con clientes como Sanatorio San José, Tiendas Lugo, Terssura, Grupo de Colegios Madison y Buzz Café, entre otros.

Un aspecto a destacar de White Room es que se trata de una agencia especializada en el diseño de tienda, abarcando desde boutiques y bares, hasta supermercados. Se caracteriza por la creación de conceptos visuales de alto nivel, ya que cuenta con un premio a! Diseño y numerosas menciones honoríficas en dicho certamen.

CASO DE ÉXITO →

DISEÑO DE IMAGEN PARA LÍNEA DE PROTECCIÓN DIARIA

CLIENTE: TERSSURA
AÑO: 2014

Creación del diseño de imagen de la línea de productos de Protección Diaria de Terssura. "Gritar en anaquel" es el objetivo que el equipo creativo se plantea al renovar la imagen de el empaque del producto. Se logró una imagen fresca, atrayente y de alto impacto, capaz de sobresalir ante la gran competencia en exhibición en punto de venta. Actualmente el producto se comercializa con gran aceptación en La Laguna, el norte y algunas ciudades del centro del país.

↓ Integrantes del equipo creativo, White Room



WHITEROOM®

Escobedo 259 ote.
Col. Centro, 27000 Torreón, Coah.
(871) 713-4226

www.whiteroom.com.mx
/WhiteRoomFriends
@whiteroomWR



↑ **Miembros del equipo creativo,** Kom Publicidad y Comunicación

KOM PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN

KEEP ON MOVING

Desde 2013 en Torreón y próximamente en Santiago de Chile, trabaja bajo la creencia de que cada cliente es un amigo, por lo tanto crea las mejores estrategias en publicidad y comunicación. Entre sus clientes destacan: Anthal Spa Gym & Coaching, Ocho17 Architecture, Cervecería El Chanate, Farmacias Iguales, Jidoka Paneles Solares, JEMAL Corporativo (Abogados), Santier, Ana Cristina de Luna (Nutrióloga), El Arriero y La Patrona, GRAM (Marketing Legal), Termo y 4 Fact Facturación Electrónica.

Sus servicios incluyen: creación de marca e imagen corporativa, diseño gráfico y web, audio y video, fotografía, cine, registro de marca, presentaciones electrónicas y redes sociales.

CASO DE ÉXITO →

**ANTHAL
YOGA RAVE**

CLIENTE: ANTHAL SPA GYM & COACHING
AÑO: 2014
MEDIOS UTILIZADOS: REVISTAS, WEB, ESPECTACULARES, RADIO Y TV

Crear la marca, imagen y mística de Anthal, ver la aceptación y respuesta positiva de sus clientes desde hace año y medio, con la gran satisfacción al haber posicionado un concepto nunca antes visto en la región, integrando spa, gimnasio y *coaching* como sus tres pilares. En un mes se posicionó a Anthal como un lugar totalmente innovador y de excelente servicio, logrando la apertura del Yoga Studio en diciembre de 2014, ampliando sus servicios.

↓ **Anthal Yoga Rave,** campaña para Anthal Spa Gym & Coaching

18 de Septiembre
Subterráneo E2
Plaza 4 Caminos

YOGA NAMASTE RAVE

EXPO YOGA
21 de Septiembre
Campestre Torreón

By **ANTHAL**
SPA GYM & COACHING
www.anthal.com.mx

Informes:
Tel. (871) 209 0402




Av. Hilario Esparza 329
Col. Las Margaritas, Torreón, Coah.
☎ (871) 149-0932

🌐 www.keeponmoving.com.mx
📱 /KOM Publicidad y Comunicación
📧 @KOMPUBLICIDAD



↑ Equipo creativo, Ancicloud Marketing

ANCLOUD MARKETING

CREATIVIDAD QUE SE COMPARTE

iniciativas emprendedoras y la visión de tres socios que fusionaron su pasión por el marketing y el diseño, fueron los factores determinantes para iniciar esta agencia con la misión de ofrecer un

servicio creativo y vanguardista mediante las redes sociales, ajustando las necesidades de cada uno de sus clientes y mercados. El servicio, y sobre todo, el éxito en sus campañas publicitarias, han logrado satisfacer el compromiso con sus clientes, impulsándolos a seguir mejorando.

PENSAMIENTO ESTRATÉGICO



EMPATÍA CON EL CLIENTE Y CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO



ANÁLISIS DEL PÚBLICO META



ESTRATEGIA Y DISEÑO



ANÁLISIS DE RESULTADOS

SERVICIOS

CASO DE ÉXITO



El servicio integral que ofrece la agencia por medio de la administración de cuentas e interacción en redes sociales, ha logrado llevar a cabo campañas exitosas de más de 30 clientes reconocidos, que respaldan su trabajo, tales como Nissan Alameda, Yog, Evento Laguna, Rous y Radio Taxis Mandarininas.

1 ADMINISTRACIÓN DE REDES SOCIALES

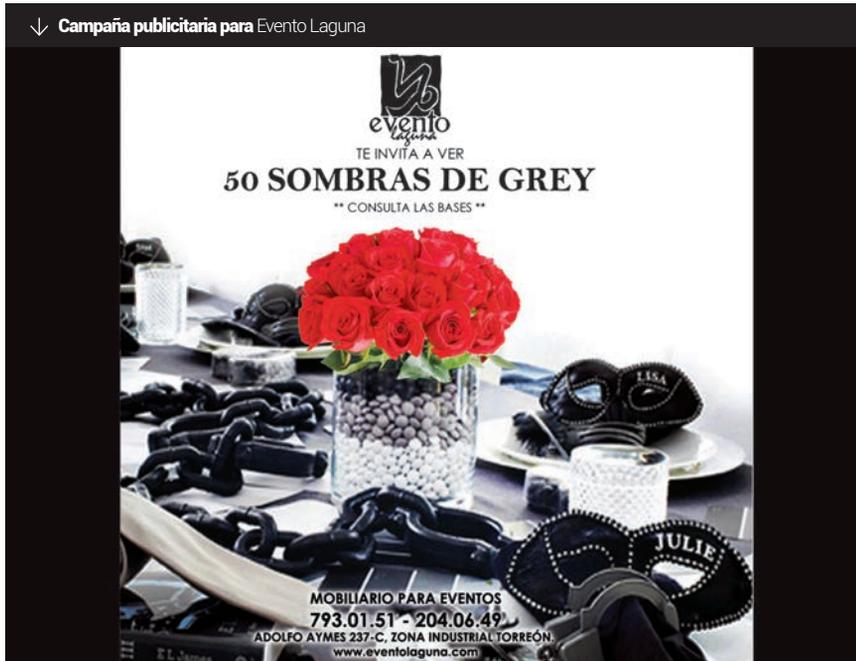
2 DISEÑO GRÁFICO

3 ASESORÍA EN MARKETING

4 BRANDING

5 MODELACIONES VIRTUALES / RENDERS

6 DISEÑO WEB



Adolfo Aymes 237-C
Cd. Industrial de Torreón
☎ (871) 750-6098 y 99

✉ hola@ancloudmarketing.com
🌐 www.ogilvy.com.mx
📺 /Ancloud Marketing

📱 @ancloudmktg
📺 ancloudmktg



↑ Pamela Murra, Directora General Dolce Social

DOLCE SOCIAL

CASO DE ÉXITO →

A lo largo de su trayectoria, Dolce Social ha tenido la oportunidad de colaborar con más de 40 pymes y empresas u organismos, entre los cuales destacan Corona, Ibero Torreón, Laguna Yo Te Quiero, Grupo Artec, Human Staff, Cuauhtémoc Moctezuma y Promanuez.

EL VÍNCULO DIGITAL CON TU CLIENTE

Enfocada a la administración de redes sociales, desde 2012, con creación de contenido, atención a clientes, gestión de cuentas y Facebook Ads dirigidos al público meta de cada empresa. Con su atención totalmente personalizada y el respaldo de más de 40 clientes, logra transmitir la esencia de la marca hacia quienes recurren a sus servicios, creando un vínculo de comunidad y aprovechando las nuevas oportunidades brindadas por las redes sociales para acercarse, escuchar e interactuar con cada usuario, brindando así una mejor experiencia y lealtad a la marca.



(871) 228-0440
 hola@dolcesocial.mx
 www.dolcesocial.mx

/dolcesocialmx
 @dolcesocialmx

HONDA
The Power of Dreams



YA ESTÁ AQUÍ



NUEVO
Accord
SPORT

Sigue Acelerando

www.hondamilenio.com

   **HONDAMILENIO**



MARCELA PÁMANES
PERIODISTA

En cuanto a los radiodifusores se puede señalar la creación del Sistema Público de Radiodifusión que sumaría más frecuencias a la ya de por sí saturada banda de FM, obligando a los radiodifusores a buscar presencia en medios digitales a través de radio en vivo por internet o apps para *smartphones*. Esto ha significado inversiones extraordinarias y la ampliación de los servicios personales en una apuesta que requiere tiempo y observación del comportamiento.

Por otra parte, la excesiva fiscalización y las reglas de las leyes de transparencia han demandado atención y recursos para cumplir en tiempo y forma. Y si además añadimos los malos resultados de la economía del país, que han repercutido en las decisiones de las empresas respecto de sus gastos publicitarios, podremos darnos cuenta de la afectación hacia las empresas radiofónicas. Solo con innovación, trabajo creativo y el establecimiento de valores diferenciales es posible sobrevivir en este México de constantes crisis.



GERARDO RUIZ ESPARZA
SECRETARIO DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

Debemos privilegiar la inversión, en un momento dado no tanto por el hecho de tratar de afectar a alguien, eso ya no debería ser, pues debemos ver a México, ver la importancia de que la inversión crezca y no se inhiba, simple y sencillamente.



RICARDO SALINAS PLIEGO
PRESIDENTE DE GRUPO SALINAS

Me parece que el IFT se quedó corto en las medidas de preponderancia, sobre todo en interconexión. Creo que la Constitución es muy clara: quiere el beneficio del consumidor y más competencia, y eso es lo que propone la iniciativa, pero mis opiniones no importan, sino lo que hagan los legisladores; esperemos que alguna luz los ilumine y lo hagan bien.

NUEVA LEY DE TELECO MUNICA CIONES

¿CÓMO HA REPERCUTIDO
SU ENTRADA EN VIGOR?





MINIMA
COLLECTION

¿DESEAS RENTABILIDAD? TE ESTAMOS BUSCANDO

Negocio familiar, inversión moderada y segura

Información para ser distribuidor franquiciatario MINIMA COLLECTION
mario.serna@minima.mx



TELEVISA LAGUNA

LA TELE DE AQUÍ

Medio de comunicación masiva, integrado por un entusiasta equipo de profesionales, que a través de los años han logrado cautivar al auditorio de la región, creando programas exitosos que contribuyen al desarrollo de la Comarca Lagunera. Evoluciona para posicionarse como la empresa líder en televisión de la zona, ganando a pulso el reconocimiento, gusto de la audiencia y preferencia de los anunciantes.

El trabajo en equipo y la constancia son valores fundamentales para alcanzar estos logros. En La Laguna son pioneros en ma-

teria de comunicación, con una historia de más de 50 años. Televisa Laguna, gracias a la campaña “La tele de aquí”, se consolida como la mejor opción para el televidente lagunero, y una excelente alternativa para que los socios comerciales potencialicen y proyecten sus marcas.



PLATAFORMA DEL MEDIO

- ▶ TV nacional
- ▶ TV local
- ▶ TV web online
- ▶ TV de paga (cable y Sky)
- ▶ Página web



VALOR DE TELEVISA LAGUNA

- ▶ Empresa de medios de comunicación de habla hispana más grande en el mundo
- ▶ Mejor programación, con los mejores contenidos en la Comarca Lagunera
- ▶ Comercializa los canales de televisión abierta más importantes del país
- ▶ Equipos para transmitir con la mejor señal (Digital HD Hight Definition)
- ▶ Transmisión de programas por sistema de cable y Sky
- ▶ Llega a más de 330 mil TV hogares
- ▶ Medio ideal para la generación de estrategias de mercadotecnia, promoción y publicidad
- ▶ Medio que más influye en la decisión de compra de los consumidores



PROGRAMA ESTELAR →



Las Noticias Laguna



LAS NOTICIAS LAGUNA

Informativo con visión ágil y oportuna de noticias al momento, reportajes exclusivos, sección de finanzas, deportes, espectáculos y clima en voz de sus titulares: Luis Amatón y Lilliana Delgado en su versión matutina, y Yuvia Cárdenas en la edición vespertina, así como Julio César Irigoyen y Eli Torres en la emisión nocturna.

Objetivo:

Día a día mantener informado al auditorio acerca de los acontecimientos más relevantes de la Comarca Lagunera, de una manera veraz y oportuna, abriendo una ventana al público a través de la cual su voz y denuncia sean escuchadas.

Resultados más significativos:

Incremento en la audiencia de sus tres noticieros y posicionamiento de sus conductores como líderes de opinión.



Torreon
18°C
Máx. 25°C / Min. 9°C

- HOME
- NOTICIAS
- VIDEOS
- FOTOGALERIAS
- QUIENES SOMOS
- VIDEO EN VIVO
- GUÍA



Plataforma digital



Lic. Ricardo Ventura Martínez
Director General

Comenzó su trayectoria en Televisa en 1986, incursionando en periodismo, producción y mercadotecnia. En 1995 inició la reingeniería de Televisa Piedras Negras como Gerente General, logrando el liderazgo en la zona norte de Coahuila. Iniciador de la comercialización en bloques de los canales de Las Estrellas y Cinco en todas las plazas de Coahuila. Fundador de Televisa Laguna como Director General a partir del 2001.



Lic. Jaime Burnes García
Gerente Comercial
✉ jburnesga@televisa.com.mx
Blvd. Independencia 3445 ote.
Col. Residencial El Fresno
27100 Torreón, Coah.
☎ (871) 793-1133, 34 y 35
🌐 www.galatvlaguna.tv
📺 /GalaTV Laguna



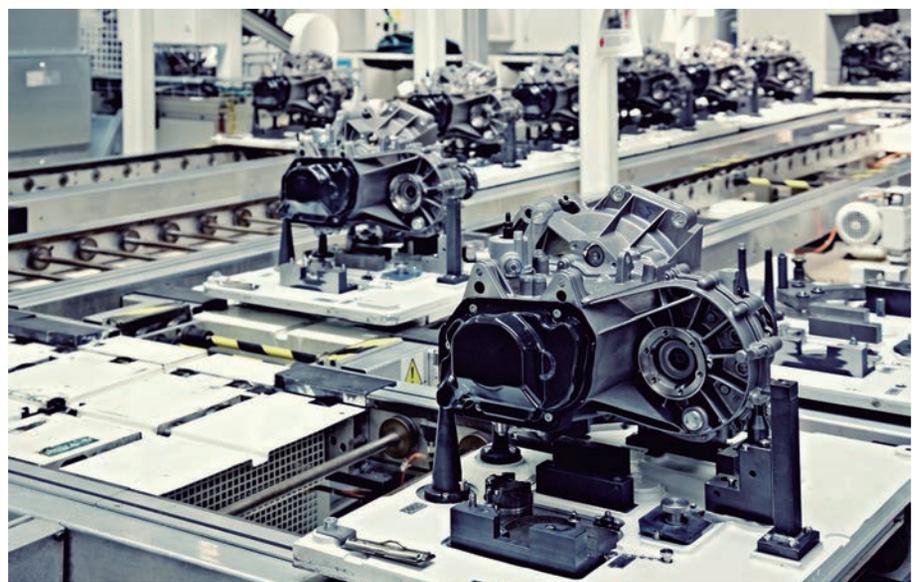
Directivos de Yura Corporation y Gobernador Rubén Moreira Valdez

YURA CORPORATION

Futura planta en la región

Considerada una de las empresas más grandes de Corea en el ramo de autopartes, con plantas en China, Rusia, República Checa y Checoslovaquia, Yura ha decidido extenderse a Latinoamérica, eligiendo a Torreón para ello.

Con una inversión de 53 millones de dólares, generando más de cuatro mil empleos directos, la compañía proveedora de com-



"Con una inversión de 53 mdd y generando más de cuatro mil empleos directos, la compañía proveedora de componentes eléctricos, autopartes, arneses y otros materiales, comenzará a operar a principios del 2016"

ponentes eléctricos, autopartes, arneses y más, formuló planes desde años anteriores, entre los cuales figuraba iniciar su construcción en el primer trimestre de este año, por lo que se espera que la edificación de las naves industriales inicie en las próximas semanas y así comenzar las operaciones de la empresa a principios del 2016.

Yura Corporation se localizará en una extensión de 10 hectáreas en el Parque Industrial Pymes, y se dividirá en una planta de arneses y otra de cableado. Sin embargo,

es necesaria la participación del Gobierno municipal en la movilización y realización de los trámites necesarios para que los planes vayan conforme a lo establecido.

Se espera que con la instalación de esta compañía crezca la atracción de inversiones a Coahuila, y en específico a Torreón, ya que será proveedora de la armadora Kia que se ubicará en Monterrey, Nuevo León, por lo que la llegada de Yura implica un gran desarrollo y aumento en la competitividad para la región norte del país.♥



VOLARIS

Nuevas rutas en Torreón

La compañía aérea fundada desde 2003 reafirma su posición como la aerolínea mexicana con más rutas nacionales, siendo la región lagunera la principal beneficiada, puesto que se ha anunciado la apertura de dos nuevos destinos a Torreón y tres nuevas rutas que la conectarán con Guadalajara, y a Tijuana con Torreón y Durango.

Con el esquema de bajo costo por el que siempre se ha regido la compañía, el 26 de marzo iniciarán la nueva ruta a Guadalajara y el 29 del mismo mes a Tijuana. Los vuelos de Guadalajara con destino a Torreón operarán jueves y domingos, mientras que la ruta Tijuana-Torreón el domingo. Por otro lado, los vuelos de Tijuana con destino a Durango serán el viernes, a partir del 15 de mayo.

Cabe señalar que estas rutas beneficiarán doblemente a La Laguna, pues no solo se



tendrán más destinos a los cuales viajar con mayor libertad sin la necesidad de transbordar, sino que también, al contar con más conectividad, se pretende elevar la competitividad regional.♥

"Estas rutas beneficiarán doblemente a La Laguna: además de más destinos para viajar sin transbordar, se contará con más conectividad, elevando la competitividad regional"



DATOS DE INTERES

Volaris fue fundada en **2003**

Ofrece **30 rutas nacionales** desde **Tijuana** y **18** desde **Guadalajara**

Vuelo inaugural Toluca-Tijuana, **13 de marzo de 2006**

volaris.com f/viajavolaris @viajaVolaris



LCDE Alejandro Boehringer, fundador de Quiubolee



LCDE Alma Dueñas, fundadora de Dudu's

PROPÓSITO Y SIGNIFICADO

Las claves para emprender con éxito

Por Eduardo Gajón Gómez
 Director de la Escuela de Negocios y Emprendimiento del Tecnológico
 de Monterrey, Campus Laguna

Según datos del Departamento de Comercio de Estados Unidos, cada año hay más de un millón de personas que inician un negocio en ese país, pero únicamente 11% de los nuevos negocios sobreviven al quinto año. ¡Solo uno de cada 10! Imaginemos cómo serán las estadísticas correspondientes en México.

¿De qué depende el éxito al emprender? Algunas teorías afirman que de los rasgos de personalidad y atributos individuales, otras que de los antecedentes familiares, algunas que de los recursos y capacidades personales, y otras más que de las condiciones del entorno.

Entonces, ¿los emprendedores nacen o se hacen? ¿Cuál es la clave de los emprendedores exitosos?

Creo que el factor más importante para lograr un éxito perdurable no es una idea brillante, ni la tenacidad del emprendedor, ni sus conocimientos técnicos o de negocios, ni disponer del capital necesario o del entorno más propicio. Todo esto es relevante, pero hay dos aspectos clave mucho más significativos: saber por qué se emprende y cómo encaja el proyecto en el plan de vida de quien lo realiza, y hacer algo con significado personal.

Cuando el emprendedor sabe que su negocio es un medio para lograr su propósito de vida y no lo confunde con la finalidad misma de su existencia, sus probabilidades de éxito son inmensamente mayores, y más aún si está convencido de que trabajando en su negocio hace algo que realmente vale la pena.

La Licenciatura en Creación y Desarrollo de Empresas (LCDE) que ofrece el Tecnológico de Monterrey, Campus Laguna, más que un plan de estudios, es una experiencia muy completa y balanceada, diseñada para desarrollar y combinar adecuadamente tres perfiles indispensables que se requieren en cualquier negocio para tener éxito perdurable:



LCDE Alan Cruz, fundador de Grupo Crumo



LCDE Alejandro Morado, fundador de CanCuidado

► **Perfil especialista**, se logra concentrándose en una disciplina o tipo de negocio. En la LCDE es posible seleccionar un área de concentración entre una amplia variedad de opciones.

► **Perfil emprendedor**, permite identificar oportunidades de negocio antes que los demás, generar soluciones realmente innovadoras para aprovecharlas, diseñar modelos de negocio viables, lanzar y escalar con éxito las empresas que capitalicen todo esto.

► **Perfil empresarial**, permite tener la cabeza fría y aplicar el pensamiento crítico para tomar buenas decisiones, así como organizar, operar y fortalecer una empresa perdurable. Es el contrapeso para balancear el espíritu aventurero y arriesgado del emprendedor.

El modelo de esta licenciatura es altamente vivencial, con grandes experiencias, retos, emociones y satisfacciones. Es la carrera que garantiza a quienes así lo desean, tener su propio negocio al graduarse o incluso antes. Ser emprendedores exitosos, *change makers*, y vivir plenamente haciendo algo trascendente.♥

Solo **12% de los nuevos negocios** sobreviven más allá de cinco años, por eso **resulta esencial saber cómo contribuirá un negocio en el logro de la vida** que quien lo emprende desea

Saber cómo se busca hacer significado no garantiza el éxito, pero si se fracasa, al menos será en algo que vale la pena

La **LCDE da la certeza** de que quienes así lo desean, **tengan su propio negocio al graduarse** o incluso antes

Los LCDE logran un perfil triple, clave para **el éxito en los negocios: especialista + emprendedor + empresario**

El modelo de **esta licenciatura es altamente vivencial**, con grandes **experiencias, retos, emociones y satisfacciones**



Campus Laguna
 ☎ (871) 729-6334 y 46
 📧 informes.lag@itesm.mx

🌐 www.lag.itesm.mx
 📺 /TecdeMtyLaguna
 📱 @TecdeMtyLaguna



NOTARÍA 54

Más de 25 años de experiencia

En agosto de 1988 abrió al público la Notaría, misma fecha en que se realizó la primera escritura a cargo del Licenciado Carlos García Carrillo, para así establecer la misión

de lograr la excelencia en la prestación del servicio de la función notarial, a través de acciones de calidad para cubrir todas las expectativas de satisfacción de sus clientes.

Conformado por un equipo de trabajo altamente capacitado y motivado, capaz de brindar alternativas viables de solución a las necesidades de los clientes, consciente de la importancia de la función notarial, sus abogados cuentan con un perfil específico

que les permite atender de manera eficaz los asuntos que les son encomendados.

Cada uno de sus profesionales del Derecho brinda asesoría en cualquier materia del ramo notarial, bajo los más altos estándares de calidad en el servicio al cliente, a cargo del Licenciado Carlos García Carrillo, quien ahora cuenta con el apoyo de su hijo, el Licenciado Carlos García Araluce. Gracias a la posibilidad de solución rápida



y expedita de los asuntos que les son encomendados, manteniendo permanente cons-

"Brinda asesoría en cualquier materia del ramo notarial, bajo los más altos estándares de calidad en el servicio al cliente"

ciencia de que el tiempo y la eficiencia son prioridad en sus políticas de calidad, han obtenido una respuesta favorable por parte de sus clientes, gracias a que brindan un servicio íntegro.

Los valores son la base del desempeño que ha tenido el equipo de trabajo que conforma la Notaría 54, tales como honestidad, confiabilidad, discreción, respeto, capacidad jurídica, atención, comunicación y


ESPECIALIDADES

 **Derecho Mercantil Corporativo**

 **Derecho Civil**

 **Derecho Inmobiliario**

 **Todo tipo de asesoría en cuestión notarial**


DATOS DE INTERES

De **agosto de 1988 a febrero del 2015** se elaboraron más de **15 mil escrituras públicas**, que contienen los diferentes actos en que puede intervenir la fe del Notario Público

Realización de **escrituras** de cualquier parte de la **República mexicana**

Previo a su labor notarial, el Licenciado Carlos García Carrillo fue **Director y Fundador del Área Jurídica en Banco Comermex (1970-1982)**

profesionalismo, que acompañan al servicio de calidad con el que han sabido mantener la satisfacción de sus clientes.♥

 **Notaría Pública 54**
Javier Mina 402 nte.
Col. Centro, 27000 Torreón, Coah.
☎ (871) 711-1811 y 716-4294
@ notariapublica54@hotmail.com



TIPS EN VENTAS

Coaching para liderar equipos comerciales

Por María José César

El *coaching* busca la expansión personal y el redescubrimiento de nuevas posibilidades. Pero, ¿qué logra en mercadotecnia? La promoción y desarrollo de cambios de actitud, disponibilidad y sobre todo brechas de oportunidad para nuevos comportamientos e ideas en sus equipos. Observar desde una nueva perspectiva la visión y metas comerciales, y potencializar las competencias de cada integrantes del área comercial.

El *coaching* funciona cuando sus gerentes se enfocan en formar a sus líderes, buscan las formas prácticas y claras de entrenar a sus vendedores y ser verdaderos factores de cambio. De la misma manera, dando el seguimiento adecuado y reforzando las actitudes positivas, motivando y empoderando a través de estímulos concretos.

Dale Carnegie afirma que para liderar equipos de ventas, es importante que los directores comerciales apliquen los siguientes principios en sus equipos:

► **Adaptación.** Crear un método de entrenamiento en ventas enfocado en identificar los tipos de vendedores que son, las necesidades básicas de la empresa y las actitudes que cada individuo debe forjar para trabajar como equipo.

► **Demostración.** Capacitarlos mediante el ejemplo y la práctica. Formando con un método para hacer las cosas, buscando alcanzar los objetivos de su empresa (“la práctica hace al maestro”).

► **Feedback.** Una retroalimentación efectiva genera confianza, compromiso y seguridad en los vendedores. Los directores comerciales deben formar sus habilidades de liderazgo y comunicación. Comenzar a elogiar basándose en una prueba o evidencia. El *feedback* siempre debe estar enfocado en ayudar y construir.

Las áreas de mercadotecnia deben tener claro que potencializar a sus equipos es la mejor herramienta para generar nuevas ideas. Un equipo creativo, con claridad en los objetivos y la metodología para llegar a ellos, crece si existe un ascendente positivo y de admiración hacia sus superiores.

El *coaching* sirve de acompañamiento para reestructurar y definir las responsabilidades y objetivos, y rediseñar estrategias, pero todo tiene su base en un líder que busque acompañar, expandir las capacidades de cada uno de sus subordinados y trabajar en equipo.

Un equipo motivado, unido y comprometido, que conoce claramente el método para alcanzar el objetivo, admira a su jefe y se siente en un clima de apertura para aportar nuevas ideas, rendirá frutos positivos y romperá barreras en cualquier empresa en que se desempeñe.♥

“Las áreas de mercadotecnia deben tener claro que potencializar a sus equipos es la mejor herramienta para generar nuevas ideas”

IBERO
TORREÓN

UNIVERSIDADES
JESUITAS
EN MÉXICO



Emociona
Vive en movimiento

educacionjesuita.mx

Sé parte de una nueva generación
Inscríbete al semestre Otoño 2015.

Promociones para alumnos de nuevo ingreso:
40% beca a alumnos de Ingenierías (con promedio superior a 8).
30% beca a alumnos foráneos (con promedio superior a 8).

LICENCIATURAS

- Administración de Empresas
- Administración de Negocios de la Hospitalidad
- Arquitectura
- Comercio Exterior y Aduanas
- Comunicación
- Contaduría Pública y Consultoría de Negocios
- Derecho
- Dirección Comercial y Mercadotecnia
- Diseño Industrial
- Educación y Práctica Docente
- Nutrición y Ciencia de los Alimentos
- Psicología

INGENIERÍAS

- Ingeniería Ambiental
- Ingeniería Civil
- Ingeniería Industrial
- Ingeniería Mecánica y Materiales

Más Información:

T. 705 1098 | 01 800 112 IBERO
admission@iberotorreon.edu.mx

iberotorreon.edu.mx

LOYOLA
DEL PACÍFICO

 **ITESO**
Universidad Jesuita
de Guadalajara

 **ISIA**
Instituto Superior
Intercultural Ayuuk
Cauacal Mixe

IBERO

CIUDAD DE MÉXICO • LEÓN • PUEBLA • TIJUANA



DESARROLLADOS O EMERGENTES

Por Carlos Alberto González Tabares
Director de Análisis de Monex Casa de Bolsa

En años anteriores, incluso después de la crisis del 2008, los países emergentes fueron los favoritos de los inversionistas internacionales, por su mayor crecimiento económico, mejores finanzas públicas y mayor potencial de crecimiento en sus empresas. Sin embargo, el año pasado las cosas comenzaron a cambiar.

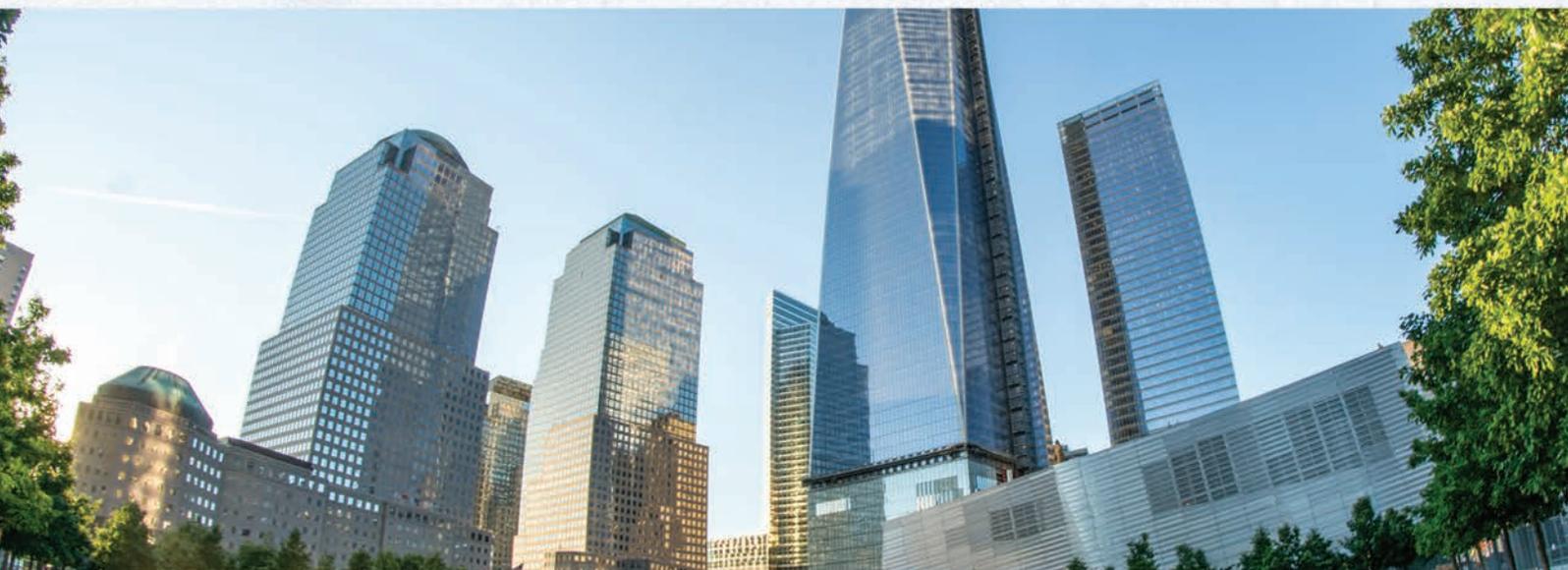
El año pasado la mayoría de los mercados accionarios presentaron rendimientos en promedio del 2.0%, favorecidos principalmente por mercados desarrollados, entre ellos EUA y Reino Unido, cuyo rendimiento fue del 11% y del 10%, respectivamente. Los países emergentes presentaron un rendimiento prácticamente nulo, donde México y Brasil tuvieron caídas en términos de dólares cercanas al 7%, a pesar de la aprobación en las Reformas Estructurales para nuestro país y del efecto del “Mundial” en Brasil.

Por otra parte observamos una debilidad del euro frente al dólar ante la expectativa de mayores estímulos en el viejo continente para apoyar su economía, fortaleciendo así al dólar frente a la mayoría de las divisas, ubicando a nuestra moneda con una depreciación de casi el 9%, similar al real brasileño. En lo que respecta a los precios de los *commodities*, éstos en su mayoría presentaron también caídas importantes, derivado principalmente por la expectativa de un menor crecimiento económico global, así como por una desaceleración en la economía china, país que ha sido uno de los principales

demandantes de productos en los últimos años. Bajo el escenario actual, consideramos que este año los mercados ganadores seguirán siendo los desarrollados, particularmente seguirán liderando EUA y Reino Unido. Ambos países son de los pocos que muestran un sólido crecimiento en su economía del orden del 3.6% y 2.7%, respectivamente, según datos del FMI. Adicionalmente, la caída en los precios del petróleo les favorece en el corto plazo, pues algunos estudios señalan que una caída en los precios del petróleo entre el 20% y el 30%, podría apoyar a un crecimiento adicional en EUA entre 0.8pp y hasta un 1.0pp, derivado del ahorro que representa a las familias, lo cual podría incentivar el consumo, sin que existan presiones inflacionarias. No obstante, de prolongarse dicha caída en los precios del hidrocarburo, el impacto podría ser negativo por las menores inversiones en el sector energético.

Por otra parte, las empresas de los mercados desarrollados se observan más atractivas. Por ejemplo, en EUA las empresas podrían crecer este año entre el 6% y el 8% en utilidades, una cifra que representa casi dos veces su crecimiento económico. Adicionalmente si observamos la relación de Precio / Utilidad, ésta se observa en 17.0x 2015e, apenas 8% arriba del promedio de los últimos 5 años, cifra por cierto, similar a Brasil y 29% debajo de la cotización de nuestro mercado.

Los países emergentes ahora tienen en su contra una alta dependencia a los precios de los *commodities*, los cuales se han visto afectados en su cotización ante un escenario de menor dinamismo económico, aunado a ello, las finanzas públicas se han deteriorado y se encuentran muy expuestos a la posibilidad de una eventual alza en las tasas de interés en EUA. Aunque no creemos que esto suceda en el corto plazo, lo cierto es que la mezcla de estos factores pone en mayor grado de riesgo a este bloque de países y comienza a restar atractivo a sus mercados.♥



EN GRUPO FINANCIERO MONEX, TRABAJAMOS PARA QUE TU DINERO TRABAJE.

En **Grupo Financiero Monex** contamos con los instrumentos financieros, la tecnología, la atención y la experiencia necesarios para asegurar que en todo momento tu dinero esté trabajando.

Banco:

Servicios Empresariales y Recursos Financieros que ayuden en la operación de tu empresa para que ésta crezca.

Divisas:

Pagos internacionales con precisión y eficiencia.

Fondos:

de Inversión y de Ahorro, altos rendimientos para tus inversiones.

Casa de Bolsa:

Asesoría de Expertos en temas financieros y económicos para incrementar tu patrimonio y el de tu empresa.



ORGANIGRAMA

¿Concepto actual o pasado?

Por Arturo Castañeda

Desde una pequeña tienda hasta una gran empresa, siempre debe contarse con una definición clara de jerarquías, roles y responsabilidades. Al igual que la visión, misión, valores y objetivos son fundamentales, lo es el organigrama.

Un organigrama es un diagrama que define los roles fundamentales de una empresa y especifica claramente en qué parte encajan dentro de la organización. Como modelo abstracto, simplemente es un diagrama de la organización, pero cuando se ve como un proceso más de mapeo de funciones, se logra que su carácter sea informativo, posibilitando que sus integrantes conozcan sus responsabilidades y cómo impactan al resto de la organización.

Carecer de un organigrama definido hace que todos se encarguen de todo, y al final nadie es responsable de nada, mientras que en el caso inverso, pueden establecerse jerarquías, orden, disciplina y responsables. Las áreas básicas y funcionales de la empresa quedan bien definidas y los responsables conocen sus alcances y obligaciones. Al complementarlo con descripciones de pue-

to a cada miembro se le da una identidad, que a la larga se vuelve un compromiso.

Es fundamental que el organigrama esté a la vista de todos y sea comprendido por el personal para que se entienda la magnitud y composición de la empresa. Esto también podrá dar una idea de qué tan grande es su operación e incluso si es local, nacional o internacional.

Contar con un organigrama resulta esencial en la estructura de una empresa e implementarlo no significa incrementar la

burocracia o perder la flexibilidad, sino conocer la forma en que se toman decisiones y cómo fluye la información en los diferentes departamentos, así como identificar líneas de autoridad, relaciones entre personas-departamentos y división de funciones.♥

“Si quieres saber quién tiene la razón, consulta el organigrama”

CARACTERÍSTICAS DE UN ORGANIGRAMA EFECTIVO

Sencillo y claro. No se recomienda llevarlo hasta el último nivel de la empresa, pero sí que cuente con una buena estructura organizacional.

Datos. Nombre de quien desempeña cada puesto, nombre oficial del cargo, fecha de elaboración y responsable de las actualizaciones.

Flexibilidad. Los organigramas no están escritos en piedra, son documentos vivos que necesitan ir cambiando conforme la organización y su estructura lo hagan, permaneciendo siempre como su reflejo más actual.

Recursos Humanos. Permite tener una visión clara del tamaño de la empresa, la importancia de sus miembros y la forma en que están distribuidos, para dirigir los esfuerzos a las personas y departamentos adecuados, contribuyendo al apto desempeño de toda la organización.

Menor tiempo, más mejoras. La descripción clara de las posiciones permite reducir considerablemente el tiempo invertido en corregir incidencias relacionadas con una incorrecta administración.



LEX

GARCÍA | REYES | SALAZAR

A B O G A D O S

Especializados en las siguientes áreas:

- **Asesoría y Litigio**
Laboral, Civil, Mercantil y Penal
- **Corporativo**
Contratos
Fusiones y Adquisiciones
Derecho de Sociedades
Auditoría Legal
- **Protección de Datos Personales**
- **Protección y defensa a usuarios de servicios Financieros**
- **Propiedad Intelectual**
- **Inversión Extranjera**
- **Contabilidad**
Asesoría Contable y Fiscal
Administración y Manejo de Nóminas

☎ (871) 711-3101

✉ asistente.lex@outlook.com

MOVILIDAD EMPRESARIAL

Por Xavier Vilchis
Socio de Asesoría en Tecnologías de la
Información de KPMG México

¿Acostumbra revisar su correo electrónico y leer diferentes periódicos online, consultando los *twits* de los protagonistas de cada noticia, mientras en otra área de la casa sus hijos conversan con amigos, acceden a la cartelera del cine o ven películas y series en sus laptops, tablets o *smartphones*?

Todas las actividades que realizamos a través de internet, por muy cotidianas que las consideremos, generan gran cantidad de información acerca de nuestro comportamiento en la red, que las empresas aprovechan mediante *data & analytics*, o procesamiento analítico de datos, y de herramientas de *business intelligence*, para conocer qué tipo de mensaje buscan sus clientes.

El éxito en los negocios dependerá de que nuestro mercado objetivo reciba los mensajes, y que además, los retenga. Con base en esta comunicación lograremos convertir los mensajes en oportunidades para cada uno de nuestros productos o servicios, aprovechando los comentarios de nuestros clientes para reinventarnos y crecer.

Para crecer a largo plazo nuestra estrategia de comunicación debe contestar qué, cómo y cuándo le debe llegar la información a nuestro objetivo, y cuál es nuestra capacidad de recabar y analizar la información que éste nos provea, para convertirla en nuevos mensajes, mejor dirigidos. Este proceso se denomina *big data*. Esta condición es necesaria para obtener ventajas de la nueva forma de comunicación y ganancias para el negocio, con sostenibilidad y visión a futuro.

Conceptos clave que toda estrategia de movilidad debe desarrollar para ser exitosa

► **Procesos.** Establecer una clara definición de procesos de soporte para proveer información clave definida, tanto para uso interno como para mercados objetivos, y asegurar un adecuado nivel de servicio y compromiso, generados por el lanzamiento de la estrategia. Por otra parte, las campañas en redes sociales y mercados objetivos de



"Dar pasos firmes en la movilidad empresarial puede convertirse en un gran potenciador, aprovechando los avances existentes y futuros en materia tecnológica aplicada a los negocios"

ben recopilar información que nos permita conocer las tendencias de nuestro mercado y convertirlas en mensajes dirigidos.

► Business intelligence y data & analytics.

La información y su respectivo análisis para definir qué queremos poner a disposición de nuestros mercados objetivos es una tarea compleja que demanda la integración de todas las áreas involucradas en generación y captación de información, así como de las respectivas metodologías de diseño e implementación de diferentes tecnologías.

► Ciberseguridad y gobierno de información.

Uno de los activos más valiosos de

una organización es la información que resguarda. La definición de uso comercial y uso interno es crítica para garantizar la seguridad de dicha información, considerando los respectivos accesos y segregación de funciones en las operaciones, así como cuidar que la información no sea vulnerada en caso de pérdidas de dispositivos. Asimismo, debemos vigilar y tener los protocolos respectivos de protección de información y de los mensajes para redes sociales y público dirigido, ya que representa la imagen de la empresa ante clientes y mercados potenciales.

Aventurarse en la movilidad empresarial sin estrategia, metodología y experiencia adecuadas, pondría en riesgo la reputación de la empresa; sin embargo, dar pasos firmes, con definiciones claras y el patrocinio de la alta dirección y los expertos en este tipo de iniciativas, puede convertirse en un gran potenciador, aprovechando los avances existentes y futuros en materia tecnológica aplicada a los negocios. ▼

“UNA VISA
una oportunidad
un gran futuro”

ABOGADO DE INMIGRACIÓN

VISA DE
INVERSIONISTA

VISA DE
IMPORTADOR Y EXPORTADOR

VISA DE
TRABAJO

CREACIÓN DE
EMPRESAS AMERICANAS

GERARDO MENCHACA
ABOGADO DE INMIGRACIÓN

ESCAMILLA & PONECK LLP

[210] 858 9681
ESTADOS UNIDOS

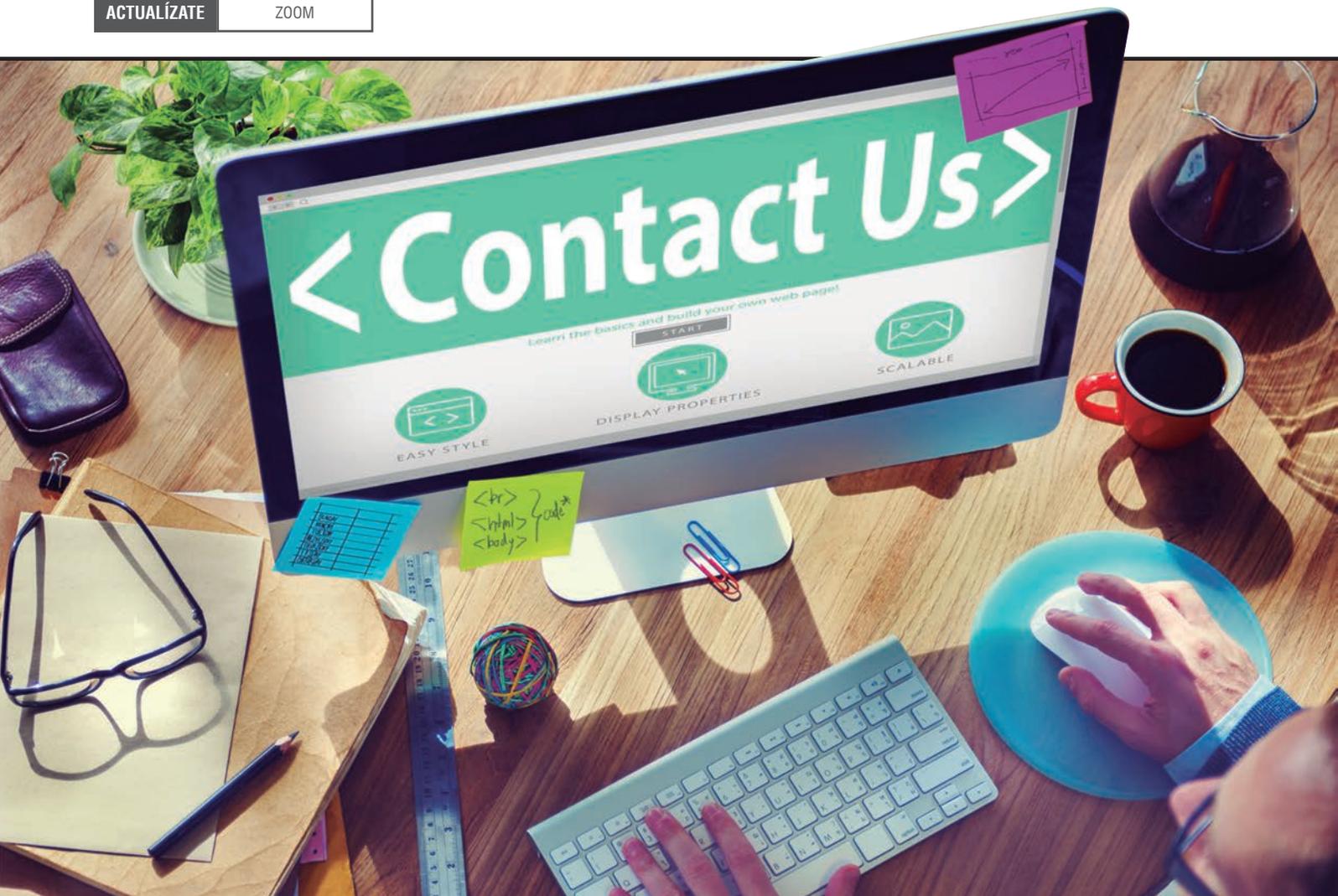


[81] 4624 2527
MÉXICO

431 Wolfe Rd. Suite 101 San Antonio, TX 78216

www.visatx.com





PUBLICIDAD DIGITAL

En redes

Por Jorge Torres Bernal

Las redes sociales representan un interesante campo de estudio y un estadio donde la publicidad y la comunicación convergen para ofrecer a pequeñas y medianas empresas una alternativa económica, fácil de ejecutar y con resultados inmediatos, pero sobre todo, medibles y cuantificables.

Facebook día a día se esfuerza más en determinar mercados y públicos especializados, cada vez de manera más específica quienes nos dedicamos al marketing digital aprendemos herramientas y acciones, así como la aplicación de diversas estrategias para lograr lo que más le interesa al cliente:

el retorno de la inversión. El reto es enorme, pues los cambios en las redes líderes existentes son muchos y constantes, y la labor del *community manager* o administrador de la comunidad no es solo “estar contestando” los mensajes en Facebook, sino que debe aprender a crear, diseñar y curar contenidos, a estar pendiente en todo momento de las interacciones que los seguidores tienen con las redes de la empresa o negocio, conociendo a la perfección de la marca y los productos, lidiando con ataques y reconociendo áreas de oportunidad, así como controlando y administrando las crisis y los daños.

En fin: se trata de un trabajo de tiempo completo al que se le debe dar la más ab-

soluta atención y seriedad, ya que no cualquiera cumple los requisitos para ser un administrador de la comunidad, debido a que no es un técnico, sino un empleado o individuo tanto con sentido común como con inteligencia para actuar bajo presión, teniendo a la mano información, y ejerciendo una labor de líder de relaciones públicas y la comunicación interna de la empresa.

Las redes sociales digitales y la nueva era digital llegaron para quedarse, y hoy más que nunca es cierto que quien no se actualiza puede estar cometiendo un grave error; pero más que nada, está dejando ir la oportunidad extraordinaria de conocer y aprovechar los beneficios del mundo digital. Por eso en este tema establecer una comunicación clara y precisa con un proveedor serio y profesional es clave para avanzar en un mundo de suyo cambiante y no menos caótico. Habrá que ser cuidadosos con quien nos maneja las redes sociales, pues esta empresa y/o individuo será nuestra voz y rostro ante el mundo, en su faceta digital.♥

“Habrá que ser cuidadoso con quien nos maneja las redes sociales, pues esta empresa y/o individuo será nuestra voz y rostro ante el mundo, en su faceta digital”

PEUGEOT 301 DISEÑADO PARA DURAR



VERSIÓN AUTOMÁTICA

AMPLIO ESPACIO EN INTERIORES

CAJUELA CON GRAN CAPACIDAD



SI NO ESTÁS SATISFECHO
CON EL SERVICIO POST VENTA,
NO LO PAGAS.

VEN Y REALIZA TU
PRUEBA DE MANEJO



PEUGEOT recomienda TOTAL

Si no estás satisfecho con el servicio posventa, ¡NO lo pagas!. El presente beneficio aplica únicamente a la bonificación del costo de mano de obra presupuestado al momento de ingresar el vehículo para la realización del servicio, no aplica para trabajos realizados por Hojalatería y Pintura. Para acceder a este beneficio deberá estar al corriente con sus servicios de mantenimiento, tanto en tiempo como en forma, y cuenta con 24 horas desde el momento en que retira el vehículo del distribuidor para realizar la reclamación por medio de gerente de servicio. Términos y condiciones en www.peugeot.com.mx Vigencia de la promoción del 1 de Marzo al 31 de Marzo de 2015

PEUGEOT 301

MOTION & EMOTION



PEUGEOT



Peugeot Torreón

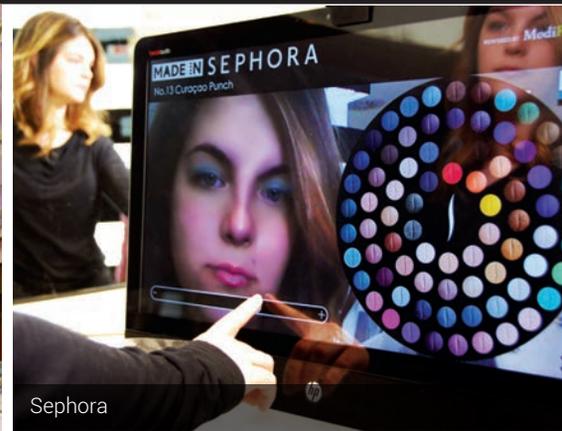
C. Mariano López Ortiz y Comonfort S/N
Col. Centro. Torreón, Coah.
Tel: 747 25 00

surman.com

SÍGUENOS EN  PEUGEOT TORREÓN



PepsiMax



Sephora



Promocional HoloLens

REALIDAD AUMENTADA

La imaginación cobra vida

Por Judith García Villaneda

Cada vez vemos más presente en nuestra vida diaria la realidad aumentada (AR) y lleva un gran terreno ganado en la carrera por convertirse en una estrategia de marketing líder en el mundo. Un claro ejemplo es el lanzamiento de las gafas HoloLens de Microsoft, con las cuales podrán manipularse hologramas desde cualquier lugar e interactuar con ellos.

El gran éxito de la AR es su fuerza para enriquecer la experiencia del usuario, permitiendo un alto nivel de interactividad del consumidor con los productos, brindando entretenimiento e información extra.

Es vital no confundir realidad aumentada con realidad virtual, ya que la segunda es una total simulación que no extrae del espacio real donde nos encontremos, y la AR superpone objetos digitales como videos, 3D y animaciones sobre una imagen del mundo real capturada desde una cámara web, atrayendo información directamente ante nuestros ojos, en tiempo real, sin reemplazar la visión actual del escenario donde estemos. Los dispositivos

receptores de la AR son *smartphones*, tecnología vestible y PCs.

La realidad aumentada potencializa los sentidos del consumidor apoyándose de medios digitales, aprovecha características como movilidad, ubicación, contenidos 3D e imágenes, y al explotarlos permite perfeccionar la decisión de compra del consumidor, convirtiéndose en una poderosa herramienta por su alto nivel de persuasión para la venta.

"Somos testigos de la transición de la era de la información a la del contexto"

Gafas HoloLens de Microsoft



Posibilita a las marcas comunicar más allá de un video de YouTube, una imagen en una revista o póster, etc., pasando de lo digital al mundo físico, porque logra que el consumidor viva la experiencia de interactuar realmente con su producto, concediéndole la posibilidad de tocar, girar y observar. Desde el momento de escanear un código se activan elementos multimedia ocultos, disfrutables desde un *smartphone*. Las industrias que mayor aplicación de la realidad aumentada han efectuado en campañas digitales son la cosmética, de vestir, *retailers* y automotriz.♥

Campañas de AR más comentadas del 2014

- PepsiMax (Londres, marzo 2014). Adaptó una parada de autobús para proyectar imágenes impactantes, como el estrellamiento de un meteorito, naves especiales y animales salvajes.
- Sephora. Aplicó la realidad aumentada en espejos interactivos para que sus clientes probaran sus cosméticos, sin aplicarlos en su rostro.
- Renault. Lanzó en España la campaña promocional del Captur desde publicidad impresa en la cual el usuario puede ver un auto en movimiento en diferentes escenarios.

Principales ventajas para los anunciantes al aplicar la AR

1. Reducción de tasas de devolución e incremento de tasas de conversión en sitios online.
2. Aumento de reconocimiento de marca, generando una mayor conexión con los clientes.
3. Visualización 3D como demostración del producto real.
4. Información adicional al consumidor, dirigiéndolo a videos sobre el producto, ofreciéndole cupones y descuentos.



Plaza El Rosario

¡Locales disponibles en renta!
Presupuesto a tu medida

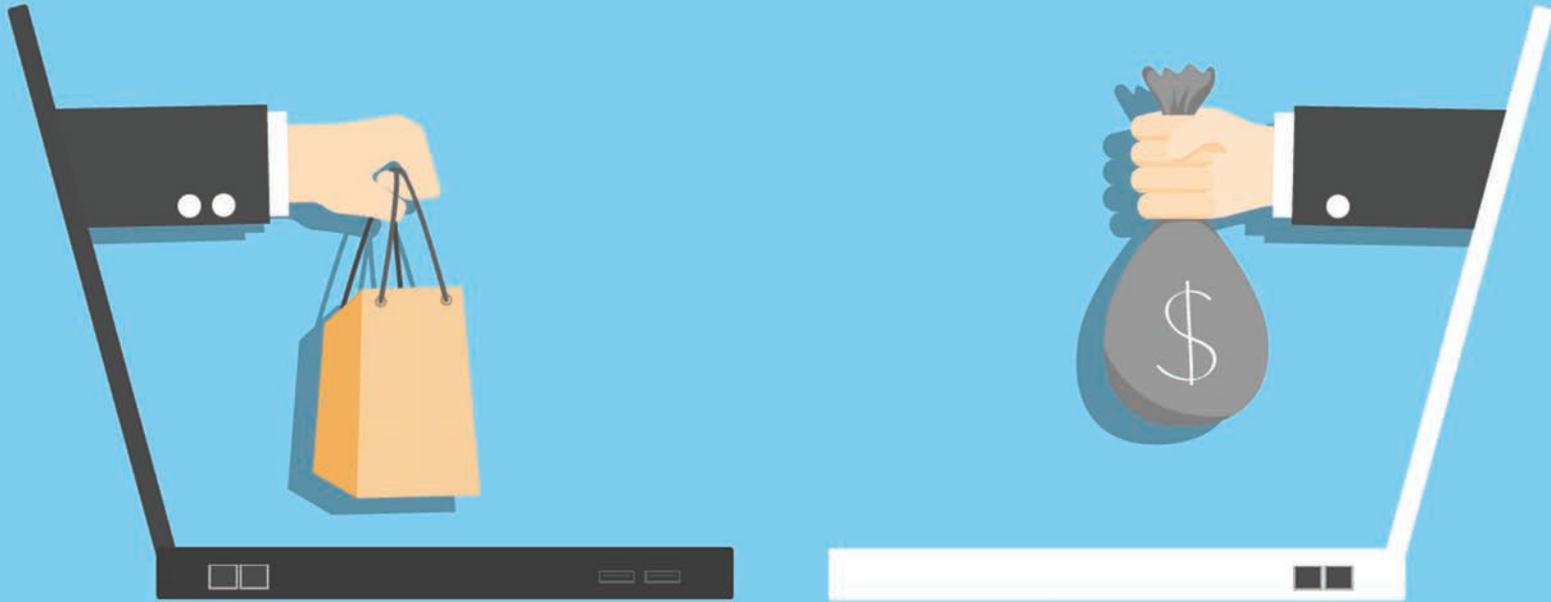
Ubicada en una de las mejores zonas de la ciudad
Vigilancia las 24 horas  Amplio estacionamiento

¡Visítanos! 
Próximamente nuevo retorno
frente a la entrada de Hacienda El Rosario

Calz. Hacienda del Rosario 4 Fracc. Residencial Hacienda del Rosario Torreón, Coah.

 /plazahaciendadelrosario

 (871) 749-3403 y 749-3431



LA GUERRA POR LAS VENTAS

Ha comenzado



Por Roberto Madero
CEO de Agencia GROU

Cualquier empresa, no importa su tamaño, puede tener hoy acceso a todas las herramientas que necesita para crear una experiencia inolvidable en su sitio web, atrayendo así a clientes potenciales. Todo comienza desde la primera vez que visitan tu web y siguen todo el camino de interacción con tus productos y servicios. Si logras implementar exitosamente esta estrategia, pronto verás aumentar tus ventas. De hecho mucha de la investigación reciente ha demostrado que la experiencia de navegar lo es realmente todo para convencer de seguir o no en tu *website*.

Considera los siguientes aspectos:

► **No quieras vender desesperadamente.** Te

ayudará con esto: tus prospectos están nerviosos y ciertamente no conocen ni a tu equipo ni a tu empresa. Esperan una experiencia increíble. En realidad eso es una buena noticia, porque tienes la capacidad de superar sus expectativas. En GROU hemos aprendido que si educas en lugar de vender, si convences en vez de anunciar, si hablas de tú a tú con ellos y no de usted, tendrás un mayor éxito en términos de hacer que se sientan seguros de contratar a tu empresa, independientemente de los productos o servicios que ofrezcas.

► **Conéctate... o los perderás.** Las personas toman decisiones de compra emocionalmente y estarás en conexión con tus prospectos a través de esas emociones. Cuanto mejor sea su experiencia, es más probable que seleccione a tu empresa. Si tienes un video de un cliente hablando sobre el impacto que tu empresa ha tenido en su vida, negocios o personal, vas por el camino correcto y obtendrás mejores resultados de tus esfuerzos durante el proceso Inbound.

► **El desafío más importante.** Debes ir al pizarrón y literalmente trazar con tu equipo cómo será el viaje de un prospecto desde la primera vez que aterriza en la página de la

empresa. Asegúrate de identificar el contenido que estás utilizando, y cuándo y cómo lo usarás para atraer. Tal vez tengas que crear una serie de mapas si la experiencia es para un cliente habitual o para un *lead* calificado. Y si estás pensando en una experiencia extraordinaria, recuerda “educar en primer lugar”. Si educas a los prospectos en cada paso del proceso, estarás años luz por delante de tus competidores, quienes es casi seguro, todavía tratan de vender a ciegas.

► **Si no puede medirse, no sirve.** Cuando haces esto bien, en la experiencia hay puntos que se pueden medir: desempeño de una página, tasas de conversión para las ofertas educativas, clics en mensajes de correo electrónico, análisis detallado mediante el embudo de ventas y mucho más. Con el tiempo llegarás a las metas de tu estrategia de ventas. Luego comenzarás a aumentar esas metas y añadirás otras nuevas. El resultado del programa mejorará mes a mes y tendrás más clientes potenciales para tus vendedores.

Comienza con lo que tienes y luego ajusta sobre la marcha. El Inbound Marketing bien hecho proporciona en tiempo real los datos que debes utilizar para hacer pequeños ajustes, permanentemente.♥

PRÓXIMAMENTE

Fierce

By CHARMlife
FEST. STYLE MAGAZINE





FITOPLANCTON MARINO

Conversamos con Patricia P. de Segura, quien nos compartió los detalles acerca del surgimiento de estos productos y las ventajas que ofrecen para el bienestar de quienes los utilizan.

¿De qué manera surgió la idea de ofrecer a la venta Fitoplancton Marino?

Mi hijo Bernardo Segura estaba preparándose para la carrera Six Days Argentina, competencia mundial de motocross que implica condiciones extremas para atletas de alto rendimiento. Me puse a estudiar los mejores suplementos que contribuyen a una óptima condición física y encontré Fitoplancton Marino, posicionado como número uno en el mundo.

¿Cómo define a la empresa?

Es un éxito mundial de ventas debido a los excelentes productos

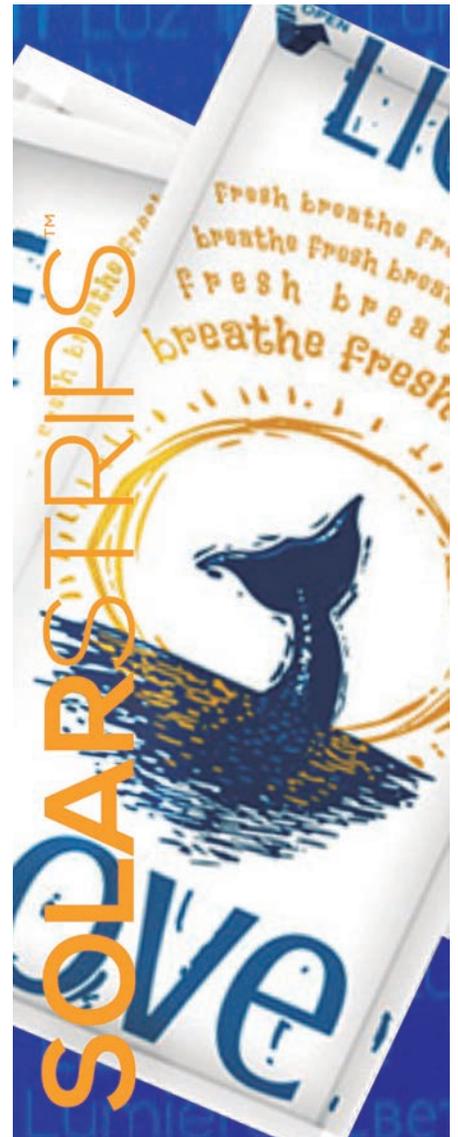
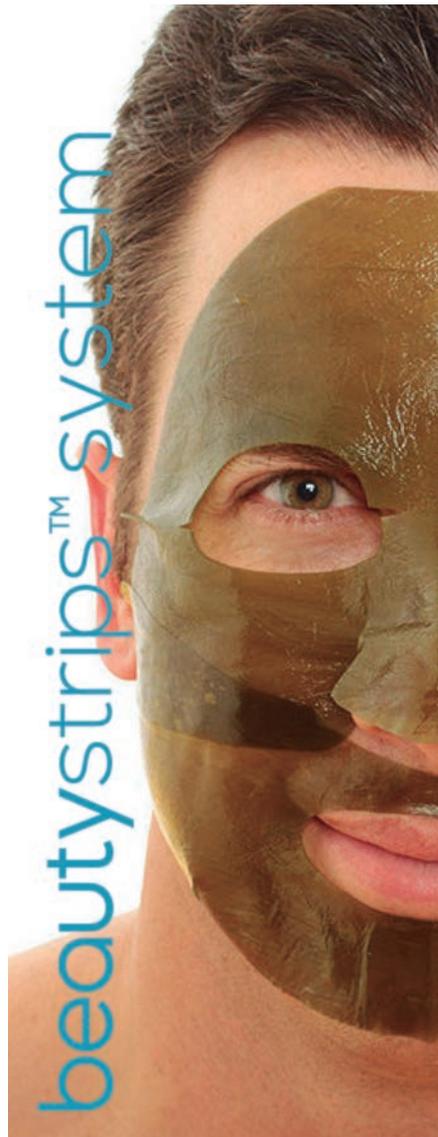
que maneja. En México está empezando sus actividades, dándose a conocer como lo ha hecho en Europa, Asia y EU.

¿Cuáles son los productos y en qué consisten?

Estamos ofreciendo tres productos con diferentes beneficios:

► **Power Strips**, parches de avanzada tecnología que ofrecen una nueva manera de solucionar el dolor, nutrir la parte afectada y sanar, pues están basados en una antigua receta china y en estudios realizados en el departamento de tecnología del futuro de la universidad de Corea. Su uso diario proporciona energía a las partes del cuerpo que más lo necesitan.

► **Beauty Strips**, es una mascarilla de belleza que actúa como defensa de la piel contra daños futuros de los rayos UV; reduce la aparición de arrugas, manchas y flacidez; aumenta el colágeno y la elastina; mejora la textura de la piel y la barrera de protección contra la humedad; disminuye el tamaño del poro, y promueve una apariencia más firme y juvenil; hidrata, nutre profundamente y rejuvenece, además elimina impurezas, refinando el aspecto y sensa-



ción de la piel. Comienza con una base genuina de algas marinas de origen natural compuesta en más de mil 300 horas de cuidado artesanal. Por sí mismas las algas proporcionan los minerales y nutrientes necesarios para calmar, nutrir, suavizar e hidratar la piel.

► **Solar Strips**, tiras bucales que en instantes derraman en la cavidad oral 37.5 miligramos de fitoplancton marino, con todos los tesoros de la óptima nutrición, que son absorbidos en segundos. Su gran ventaja para los atletas es que pueden ingerir el mejor alimento sin necesidad de digerirlo, asimilándolo mientras efectúan cualquier entrenamiento o competencia, evitando el deterioro y desgaste de su cuerpo, fortaleciendo su salud. También pueden usarse a diario para lograr la condición óptima y el cuerpo perfecto que requiere un atleta. Las tiras son básicas para todas las personas, sea para conservar la salud o para contribuir a aliviar una enfermedad.

¿Hacia qué mercado van dirigidos?

Es una herramienta alimenticia para atletas, personas enfermas y

cualquier persona que desee optimizar su estado de salud.

¿Qué diferencia a Fitoplancton Marino como negocio?

Esta empresa logró extraer el fitoplancton marino, respetando 99% la integridad de la molécula, lo cual permite al cuerpo de quien utiliza sus productos aprovecharlos al 99%. Otro aspecto importante es que no existen intermediarios, son productos que pueden llegar a la comodidad de cada hogar.

¿Hay alguna experiencia personal del consumo de este producto haya marcado su vida?

Más salud, bienestar y belleza, e impactar a la gente de tal manera que su calidad de vida se eleve sustancialmente, y este producto lo ofrece.

¿Cuál sería su consejo o tip para los jóvenes que desean lograr un balance alimenticio adecuado?

La gente ordinaria, con los suplementos extraordinarios, se vuelve extraordinaria, y su vida se potencializa.♥



TRASTORNO POR DÉFICIT DE ATENCIÓN EN NIÑOS

¿Moda o realidad?

Por Dr. Juan Pablo Morelos Cisneros
Pediatría Médica y Neurología Pediátrica
en Hospital Ángeles Torreón

En los últimos años ha aumentado la frecuencia de niños con este diagnóstico, probablemente sea consecuencia de una más difusión del tema, que existe mayor conocimiento y estudios acerca de la patología, o que la demanda académica es diferente en nuestros tiempos en comparación con una década atrás, de ahí la importancia de saber de qué se trata el Trastorno por Déficit de Atención con o sin Hiperactividad (TDAH). Los niños con TDAH suelen ser encasillados como

“niños problema”, son estigmatizados en sus diferentes entornos: escuela, familia y ámbito social. Éste no es un mito, ni un invento que usamos los médicos o maestros para excusar los problemas escolares de los pequeños, en realidad se considera el trastorno neurobiológico del comportamiento más común en la infancia, pues se ha descrito una prevalencia de entre ocho y 10%.

Se caracteriza principalmente por la presencia de periodos de atención cortos, una distractibilidad fácil con estímulos irrelevantes, falta de autocontrol y deterioro de la capacidad de regular su conducta, todo esto tiene una base biológica por alteración en las funciones del lóbulo frontal y sus conexiones con los ganglios basales, así como la liberación de neurotransmisores como dopamina y norepinefrina. El origen es genético, pero el medio ambiente puede acentuar los síntomas. En la mayoría de los casos no se presenta de forma aislada, sino que aparece asociado a otras alteraciones como trastornos de la conducta, del aprendizaje en la lecto-escritura, de ansiedad, emocionales o Trastorno Oposicionista Desafiante. Es importante obtener el diagnóstico lo

antes posible, para adecuar el tratamiento a las características del niño que lo padece, el cual puede ser una intervención mediante terapia, apoyo farmacológico o ambos, y así tener un mejor pronóstico a futuro.

Debemos tomar en cuenta que esta patología, cuando no es tratada de forma adecuada, puede producir un impacto más allá del aula de clases, contribuyendo a un trastorno emocional, dificultades sociales y mala adaptación, entre otros.

El TDAH es una alteración real, con base fisiológica y científicamente comprobada; lo que se ha puesto de moda es la preocupación, el conocimiento e investigación de la misma.♥

Los niños con TDAH pueden presentar algunas o todas estas características:

- ▲ No hacen caso cuando se les llama
- ▲ Se les dificulta realizar sus labores y organizar sus actividades
- ▲ Pierden sus útiles escolares y cometen errores por descuido
- ▲ Se les complica aguardar su turno
- ▲ Hablan todo el tiempo
- ▲ Continuamente se están moviendo

Corona

RockSport 15K

FITNESS CLUB

CIMACO

5K

PROMANUEZ
RUN FOR FUN

MARATON DE 2015
BAILE
RockSport ESCAPARATE

2000 CORREDORES // 200 PERSONAS BAILANDO // 200 NIÑOS

GRACIAS

TODO UN ÉXITO

TE ESPERAMOS EN EL 2016

BRUNES TIRETON | LG TIMEX | PUMA | LALA | G | PROMANUEZ | CIMACO | Corona Light | Hava | TERRAZZO SANTOS MODELO | TRISTATION | AR MEDICA

#RockSportCimaco15K #CORRERockSport | /RockSportCimaco | YouTube | www.rocksport.com.mx

RUMBO A LA META

La experiencia de José Refugio Sandoval y Luzma Arriaga Bujdud

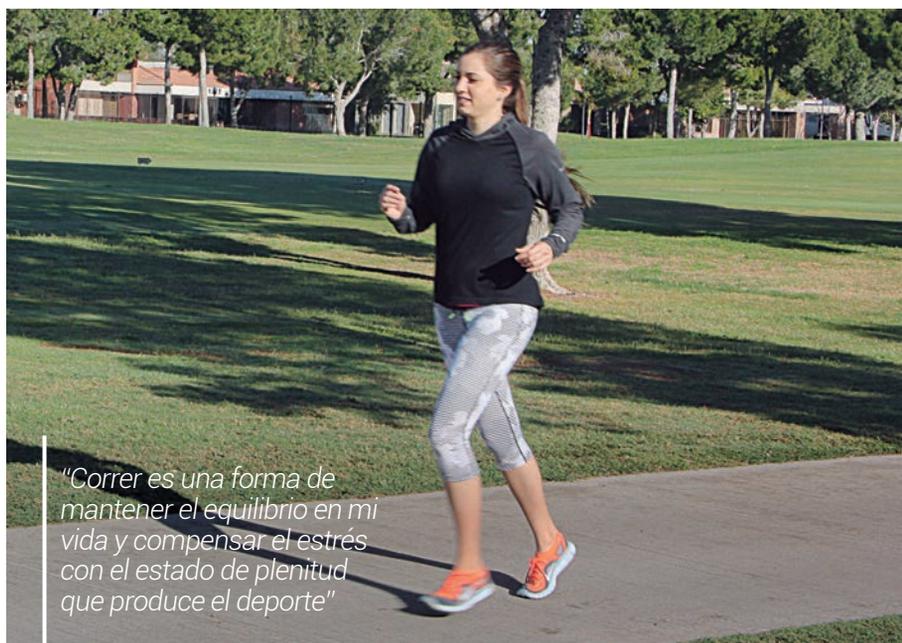
José Refugio Sandoval

Con una trayectoria de 12 años corriendo en forma, siete maratones realizados a la fecha, más de 40 carreras (entre 10k, 15k y medios maratones), este entregado atleta logra obtener lo mejor de el deporte que practica, ya que lo considera una preparación mental que le es útil para todo lo que debe enfrentar en su día a día.

Su pasión por la disciplina le permite ser constante, ya que durante todo el año se mantiene activo, lo cual además le brinda bienestar interior, liberación de estrés y un cuerpo más saludable; efectúa rutinas de lunes a sábado, completando de seis a 10 kilómetros diarios. Esencial en un mejor desempeño en su preparación para maratones, que empieza 75 días antes del evento deportivo, para aumentar y mantener su condición, a distancias que van desde los 18 hasta los 32 kilómetros. Su notable desempeño le ha proporcionado grandes satisfacciones deportivas y personales, por ello está convencido de que creer en una disciplina es parte de la formación humana, basada en la responsabilidad y el compromiso.



"Creer en una disciplina es parte de la formación humana, basada en la responsabilidad y el compromiso"



"Correr es una forma de mantener el equilibrio en mi vida y compensar el estrés con el estado de plenitud que produce el deporte"

Luzma Arriaga Bujdud

Disciplina, constancia y sacrificios son los requerimientos necesarios para una práctica que se transforma en algo que va más allá del deporte: un estilo de vida. Correr le ha permitido a Luzma encontrar una forma de mantener un equilibrio en su existencia y compensar el estrés con el estado de plenitud que produce el deporte. Este año decidió participar en su primer maratón, hecho que los expertos llaman "el reto de vida", un parteaguas del crecimiento personal. Para prepararse se sumó al grupo de Lety Soto, quien le programó una rutina personal basada en entrenamiento y alimentación.

Con apenas cuatro años dentro de este deporte, en sus inicios Luzma lo hizo por simple ejercicio, y poco a poco empezó a adentrarse al mundo de las carreras, habiendo participado en 10K, 21k y diversas carreras.♥

UNA NUEVA ERA



GUERREROS!
MÁS QUE NUNCA!



YouTube ClubSantos Facebook Club Santos Twitter @ClubSantos @ClubSantosEn ClubSantosLaguna @TSMExperiencia
www.clubsantos.mx

#GUERRERONOCUALQUIERA



dad oral en un puerto de entrada al torrente sanguíneo, ocasionando múltiples problemas generales.

Cualquier infección bucal puede causar problemas en el resto del organismo:

► Enfermedades de la mujer

Gingivitis del embarazo. Es un padecimiento que puede presentarse durante del estado gestacional, las mujeres que lo padecen son más propensas a tener bebés prematuros o demasiado pequeños.

Placa. Los cambios en los niveles hormonales durante la pubertad, menstruación, embarazo y menopausia afectan el modo en que las encías reaccionan ante la placa que se deposita en los dientes.

► Diabetes tipo 2

Puede presentarse aún en individuos sanos, elevar los niveles de azúcar en la sangre y dificultad para controlar la diabetes. Al existir incidencia de micro albuminaria, la enfermedad renal terminal es cinco veces mayor; además, en estas condiciones el diabético está propenso a otros problemas bucales, infecciones oportunistas como candidiasis oral, boca seca o ardiente, agrandamiento de las glándulas salivales, infecciones post exodoncia (extracción dental) o alteraciones en la percepción del gusto.

► Enfermedades cardiovasculares

Las infecciones bucales pueden causar enfermedades cardiovasculares, como endocarditis bacteriana e infarto, comprometiendo la vida de la persona.

► Problemas respiratorios

Las bacterias que proliferan en la cavidad bucal pueden viajar a los pulmones provocando enfermedades respiratorias, como neumonías.

► Otros padecimientos

Con nuestra boca iniciamos el proceso de masticación, si no está en buenas condiciones tendremos problemas gástricos, al no alimentar nuestro organismo adecuadamente experimentaremos desórdenes generales. Una alimentación deficiente puede disminuir la respuesta del sistema inmunológico, alterar el desarrollo físico y mental e incrementar la vulnerabilidad a las enfermedades.♥

SALUD BUCAL

Su importancia en la salud general

Por Dra. Liliana Acuña Cepeda

La Odontología actual es amplia e integral, considera a la cavidad oral no de una manera aislada, sino en conexión con la totalidad del ser. Es posible que en la cavidad oral se desarrollen focos o campos de interferencia, los

cuales pueden comportarse como punto de partida o factor desencadenante de una enfermedad en otra área del cuerpo, por ello la boca es la ventana de nuestra salud.

En la boca se hallan presentes varios tipos de bacterias que se mantienen bajo control con una buena higiene, como el cepillado (incluye estructuras dentarias, encía y lengua) y el uso diario del hilo dental. Cuando las bacterias perjudiciales crecen más de lo debido, pueden ocasionar infecciones en las encías y los órganos dentarios, convirtiendo la cavi-



SANATORIO
ESPAÑOL MR

Clínica de Control de Peso
y Cirugía Bariátrica



Libérate del **SOBREPESO**

Es un serio problema de SALUD, no de estética



705 33 33 Ext. 805



La atención que TÚ mereces



sanatorioespañol

www.sanatorio.com.mx

@SanatorioEsp



INFLUENCIA DE LOS MEDIOS

En la dinámica familiar

Por Humberto Guajardo

Todos los días surgen nuevas propuestas de expresión a través de los llamados medios masivos de comunicación: televisión, radio, prensa y por supuesto el internet. Noticias, espectáculos, deportes, diversión, música, modas, cultura, religión, ventas y probablemente algunos otros rubros que se me escapan, son los temas que se ofrecen. Cada uno con cierto estilo, dependiendo del público al que va dirigido, pero todos, absolutamente, con la intención de influir. Procuero no ser totalitario en mis apreciaciones, pero en esta ocasión sí lo manifiesto así, ya que es el fin último de un elemento que se difunda de cualquier forma, porque si no fuera de esa manera, para qué se difunde.

Prácticamente no hay ser humano que viva en una zona urbana o semirural, que no se vea alcanzado por alguno de estos esfuerzos, por lo cual la influencia es generalizada. Nos guste o no vivimos con los medios en nuestra cocina, trabajo, transporte, cama, mesa e incluso baño (que según afirman multitudes, es donde más a gusto se lee).

El impacto de la información es innegable, lo que sí resulta digno de revisar es el nivel que en que se da. Pongo de ejemplo los rayos UV, radiación emitida por el sol y que al llegarnos puede causar estragos verdaderamente catastróficos. Nuestro planeta cuenta con una capa protectora en la atmósfera que impide que los rayos penetren de lleno, sin embargo esa protección ya no es tan efectiva y para no lamentar las consecuencias indeseables de esta exposición cuando vamos a la playa o sabemos que estaremos buen rato a la intemperie, necesitamos usar bloqueadores solares. Entre más alto es el Factor de Protección Solar (FPS), se espera que el daño sea menor. En cuanto a nuestro tema, podemos ver los medios masivos como el sol y la información como los rayos UV, la atmósfera y los protectores solares serían la familia y los criterios que proporcione, es decir, la



“Es cómodo afirmar que otros tienen la culpa de nuestros comportamientos, pero recordemos que no existe un tipo de regulación suficiente cuando no se pone atención”

información que los papás consumen llega directamente a los hijos.

Durante décadas se ha hablado hasta el cansancio del nefasto poder que sobre nuestras mentes tienen quienes desean influirnos para que hagamos lo que no queremos, compremos lo que no necesitamos y lo peor, que nos impiden pensar. Hoy sabemos que ese poder puede menguarse desarrollando una actitud crítica, solo que para esto se requiere cierto grado de responsabilidad personal. No le puedo pedir a alguien que

haga o deje de hacer para que yo esté bien, porque estar bien es mi opción, aunque no me aporten las condiciones suficientes.

La televisión fue llamada la “caja idiota”, debido a la pobreza de sus contenidos. No sé si mis amables lectores recuerden el tiempo en que se les llamaba “taranovelas” en vez de telenovelas. Podemos buscar *Para leer al Pato Donald* de Ariel Dorfman y Armand Mattelart (Siglo XXI Editores, 1979) y darnos cuenta de que en todos lados “se cuecen habas”, y hasta en los espacios más nobles, como los cuentos infantiles, puede haber triquiñuelas. La actitud crítica proviene de reflexionar, es decir, revisar para entender y llegar a conclusiones personales, que constituyen el propio filtro. Es cómodo afirmar que otros tienen la culpa de nuestros comportamientos, pero recordemos que no existe un tipo de regulación suficiente cuando no se pone atención.♥

25 AÑOS CONTIGO



 **San José**
SANATORIO

Todo por ti.

25
ANIVERSARIO
San José

Sanatorio San José
Av. J. Mina 245 Norte, Gómez Palacio, Dgo.
Tel. 705 1910
www.sanatoriosanjose.com



MEXICANI- ZACIÓN

No tapemos el sol con un dedo

Por Pedro Ferriz Hajar

Han sido años los que han pasado desde que en el argot de la política nacional hemos tocado el concepto *colombianización*, al referirnos al problema que enfrentamos todos los días relacionado con el crimen organizado y el modo de operar de los nuevos carteles de las drogas en nuestro país, tomando como base lo sucedido en épocas del capo de capos Pablo Escobar Gaviria.

No es de extrañar que en los últimos 12 años México se haya convertido en punto de referencia en la materia, tras 14 años de una intensa lucha en contra de los distintos carteles de la droga en nuestro país.

Nuestro Canciller de Relaciones Exteriores dice que no se debe estigmatizar lo suce-

dido en México, afirmación que me parece exagerada y sacada de un contexto de realidad. ¿Se le habrá olvidado a Mead que nuestro país ha ocupado planas importantes en la agenda internacional producto de su violencia? ¿No estará enterado de que entre las ciudades más peligrosas del mundo están varias mexicanas? ¿No le habrán informado que el crimen organizado ha penetrado las estructuras políticas nacionales? ¿Sabrá que estamos inmiscuidos en escándalos de corrupción que llegan hasta la misma Presidencia de la República (comprobados o no)?

No podemos venir a decir que México es un ejemplo para nuestros países hermanos de América Latina. Es importante saber que el principio de cualquier problema se encuentra en su aceptación, en ver las cosas con un toque de realidad y no dejar todo a la especulación y el manejo de medios.

Como bien dice el dicho: “el miedo no anda en burro”. México está muy lejos de lo que podría ser su mejor momento como país, creo que debemos aceptar que hoy nos hemos convertido en un referente de violencia a nivel mundial.

No quiero dejar de señalar que el hecho de que el Papa Francisco sea un Jefe de Estado no lo exime de saber que en su calidad, las afirmaciones o declaraciones que pueda hacer se encuentran sujetas al escrutinio público, por más privada que haya sido la misiva, este aspecto debe de ser tomado en cuenta. México es un país profundamente católico, y por ello, lo que diga el máximo jerarca de la Iglesia Católica merece ser tomado en cuenta, ya que existe una enorme cantidad de feligreses en nuestro país.

Seamos sinceros: las cosas sí están de miedo, hay un temor latente todos los días, la corrupción está en todos los niveles de Gobierno y la inseguridad se manifiesta en todas las demarcaciones. No tapemos el sol con un dedo: México está que arde, México está que duele. Déjense de indignaciones. Ahora resulta que somos “monedita de plata”. México, como cualquier otro país, es a sangre y fuego. Producto de su historia. ▼



@PedroFerriz3
#HagamosHistoria

ISUZU FORWARD 1100



Piensa en
GRANDE

www.isuzumex.com.mx

ISUZU

SURMAN TRUCKS

BLVD. RODRÍGUEZ TRIANA No. 1890 OTE.
COL. SANTA ELENA. TORREÓN, COAHUILA
Tel. 238 60 61
surman.com

 **Surman.**



TIEMPO ELECTORAL

Y el papel de la sociedad

Por Maurice Collier

México vive una de sus peores crisis sociales, estudios recientes indican que la aprobación del Presidente ante sus ciudadanos se encuentra muy por debajo de la lograda por Vicente Fox y Felipe Calderón. Es increíble cómo el Gobierno de Enrique Peña ha venido en franca picada en los últimos meses. Un Primer Mandatario desconcentrado, con escaso liderazgo y sobre todo, falto de conocimientos básicos en temas políticos y sociales, ha provocado preocupante desestabilidad en el país.

Siempre he dicho que los mexicanos olvidamos muy rápido. Los síntomas de un Presidente como el nuestro venían manifestándose en cadena desde su campaña, que fue un desfile de tropiezos nunca antes visto, los cuales arrinconaron al actual Ejecutivo en una situación incómoda durante las elecciones. Frases como “yo no soy la señora de la casa”, errar en el dato del salario mínimo por casi 50%, evidenciarse como alguien que no lee, su pobre inglés y la confusión de nombres de ciudades mexicanas, fueron algunas razones que nos hicieron ver la falta de profesionalismo y conocimientos de nuestro Presidente.

Ya en el ejercicio de su puesto no tardó en caer en sus mismos vicios y costumbres. A escasos meses fue liberado Caro Quintero, el caso Moreira y de otros gobernadores con problemas de corrupción quedaron en el olvido, el asunto de Carlos Romero, la absolución de Raúl Salinas, el Grupo Higa y la relación de la “casa blanca” y la mansión de Videgaray con supuestas concesiones de contratos millonarios, son resultado de un comportamiento que ya conocíamos.

Sin embargo el principal detonante fue Ayotzinapa, donde la desaparición y presunta muerte de 43 normalistas reavivó el fuego de un sinfín de hechos que indignan y denigran a la sociedad mexicana, decidida a manifestarse por justicia. Pero tal y como lo vimos durante las elecciones, un efecto dominó de circunstancias eleva la temperatura de una crisis social que grita entre rabia e indignación la destitución de nuestro abanderado.

La historia no terminará aquí, nuevos asuntos se ventilarán más rápido de lo que imaginamos, el “enemigo está en casa”, alguien o algunos están haciendo el trabajo fácil de filtrar información sobre la conducta y acciones de la cúpula del poder, y ante eso Peña Nieto se encuentra muy lejos de tener “las tablas” suficientes para enderezar el rumbo y calmar las aguas, pues más bien vemos a un Presidente arrogante y perdido en la inmensidad del mar, sin encontrar rumbo hacia la salvación.

Estoy de acuerdo en que una sociedad activa es vital en el desarrollo de cualquier civilización, pero les pido que no se asombren por

lo que hoy ven en un Presidente y su entorno, porque no es más que la misma historia, solo cambia el escenario. Para la oposición esto es muy cómodo, su panorama es como dice el dicho: “cuando tu enemigo se equivoca, no lo interrumpas”.

Creo que es tiempo de que la sociedad tome en serio el papel que le corresponde al elegir a sus mandatarios. Las campañas deben ser vistas con seriedad y respeto, sin dejarse influir por los medios de comunicación, sino optando por investigar, leer e informarse, que es parte de nuestro trabajo como ciudadanos, ya que si en realidad lo cumpliéramos, por lo menos no nos asombraría lo que suceda después.

Ojala que las manifestaciones sean la punta de lanza que mantenga una sociedad consciente y activa, exigiendo lo que merece y algún día podamos tener una clase política vigilada y responsable. Quizá falte mucho, pero créanme que por algún lado se empieza, así que no permanezcamos como espectadores, volvámonos protagonistas del cambio que deseamos, al fin no es más que nuestra obligación como mexicanos, pues como señala textualmente un nuevo Presidente en su primer día de trabajo: “Protesto guardar y hacer guardar la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y las leyes que de ella emanen, y desempeñar leal y patrióticamente el cargo de Presidente de la República que el pueblo me ha conferido, mirando en todo por el bien y prosperidad de la Unión; y si así no lo hiciere, que la Nación me lo demande”.♥



BRAZZEIRO'S

RESTAURANT BAR FAMILIAR

"Un lugar Encantador"

JUEVES
Ladies Night

2x1

BEBIDAS NACIONALES
de 8 a 11 pm

SHOT Ó CERVEZA DE BIENVENIDA

Domingo NIÑOS
0-10 años **Gratis**

BUFFET \$160



Lunes Descansamos

Blvd. Constitución 2020 Ote. Palmas San Isidro.
Reservaciones al 871-7228899

INGENIERÍA DE TRÁNSITO

Reglamento de Movilidad Urbana

Por Carlos Gregorio Ramírez

Con motivo de la entrada en vigor en nuestra región del nuevo Reglamento de Movilidad Urbana, diversos medios de comunicación han hecho notar la carencia de señalamientos viales y urbanos en nuestras ciudades. Y no es para menos, pues solo basta voltear a ver cualquiera de las vialidades para constatarlo.

¿Qué es la ingeniería de tránsito?

En esta ocasión me referiré a la página web del municipio de Torreón para tratar de responder. En el sitio aparece un Manual de Organización de la Dirección General de Ordenamiento Territorial y Urbanismo que señala, entre otros cargos, el de Director de Ingeniería de Tránsito y Vialidad, que reporta directamente a la referida dependencia.

El objetivo del aludido cargo es llevar a cabo la administración, control, supervisión e instrumentación de las acciones necesarias en materia de movilidad, seguridad vial y control de tránsito vehicular y peatonal, para contar con una mejor movilidad urbana en el municipio.

Dentro de las principales funciones que de be realizar están, entre otras, la de asegurar la instalación de las señalizaciones preventivas, restrictivas e informativas necesarias para el tránsito de vehículos motorizados y peatones, diseñar los indicadores de evaluación de los programas de control de tránsito y vialidad, instrumentar las acciones requeridas en materia de movilidad, seguridad vial y control de tránsito durante la ejecución de proyectos de obra pública, instrumentar un sistema de registro y análisis estadístico de incidentes que afecten la operación vial, implementar la incorporación de innovaciones tecnológicas, dispositivos y sistemas que faciliten los procesos de control de tránsito.

Como puede apreciarse, la tarea no es simple, ya que además de conocimiento, precisa de compromiso, dedicación, traba-



"La realidad de nuestra región reclama la atención urgente de este renglón, donde está en juego la seguridad de peatones, ciclistas y vehículos motorizados"

jo, y sobre todo, responsabilidad, pues de esta área depende en gran medida la seguridad de los ciudadanos. Dicho Manual refiere la NOM-034-SCT2-2011, relativa a los señalamientos verticales y horizontales de carreteras y vialidades urbanas.

A lo anterior hay que agregar que uno de los ejes de Gobierno del actual Presidente Municipal se refiere al programa de infraestructura y servicios públicos para la instalación de señalamientos viales, cuya meta es rehabilitar y mejorar la señalética vial con acciones orientadas a elaborar un inventario actualizado.

La convivencia urbana demanda acciones concretas, que se desea vayan más allá de inventarios y promesas. La realidad de nuestra región reclama la atención urgente de este renglón, donde está en juego la seguridad de peatones, ciclistas y vehículos motorizados. ¿Qué debemos esperar para que suceda?♦



CENTRO DE ATENCIÓN MÉDICA INMEDIATA

URGENCIAS

LABORATORIO

RAYOS X



PRECIOS ESPECIALES PARA SOCIOS DE AR MÉDICA



**SERVICIO A
DOMICILIO**
para la toma de
muestras.



CONSULTA
los resultados de
laboratorio por
INTERNET

LLÁMANOS 192-9000

Diagonal Reforma 3285 Ote. Torreón, Coah.

 AR Laguna

armedica.com.mx



1

MARATÓN LALA 2015

XXVII Edición

Cinco mil corredores se inscribieron para formar parte de la edición 27 del Maratón Internacional Lala 2015. Familiares y amigos se reunieron para apoyar a los participantes con entusiasmo y mucha energía, ya que es todo un reto realizar el recorrido de 42.195 kilómetros.♥

1. Luzma Arriaga, Ricardo Irazoqui, Mónica Tellez, Rodrigo Delgado y Alejandro Ríos 2. Familia apoyando a los corredores 3. Aldo Villarreal y María Vera



Escanea el código con tu celular o busca el ID:8683 en playersoflife.com

f t #imaPLAYER #socialite



2



3



4



5



6

4. Cristina Belausteguigoitia y Carlos Lira 5. Norma Hernández, Pau González y Ricardo González 6. Familias apoyando el evento deportivo



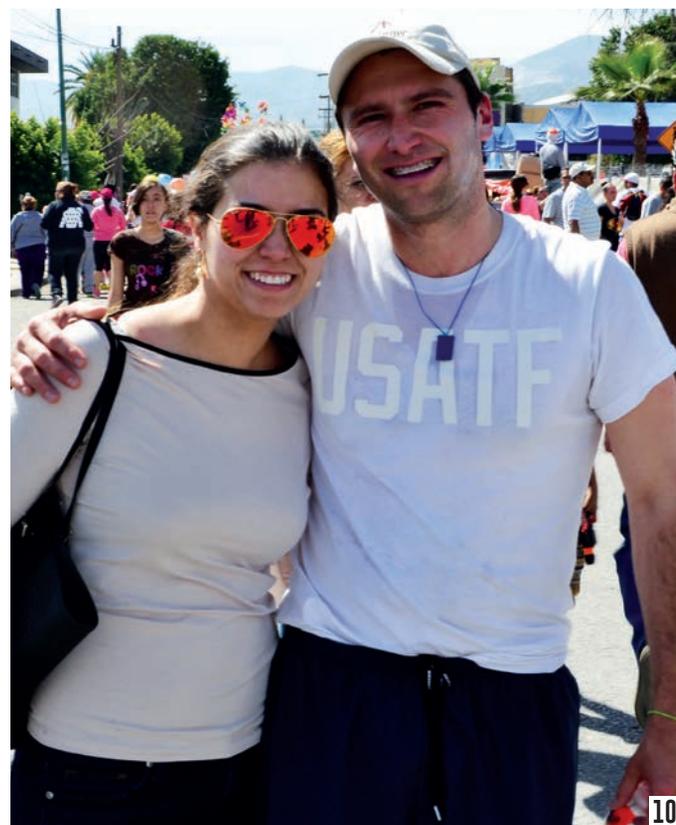
7



8



9



10

7. Pablo Murra 8. Jared Borguetti y Mónica López 9. Raúl Albeniz, Rodrigo Delgado y Adrián Ortiz 10. Ana Sofía Tumoine y Óscar Sánchez



TECNOLÓGICO DE MONTERREY

Desayuno y conferencia empresarial

Se celebró con un desayuno empresarial el arranque del programa de Excelencia Operacional en donde se presentó la conferencia "LEAN Company: de la disminución de costos a la optimización", impartida por la Doctora María del Carmen Temblador.♥

1. Raymundo Calvillo, José Luis Pohls, Gilberto Cordero y Darío Jiménez 2. Arturo Gilio y Enrique Zárate 3. Andrés Cepeda y Martín Amarante



Escanea el código con tu celular o busca el ID:8550 en playersoflife.com

f t #imaPLAYER #socialite





20 ANIVERSARIO HOSPITAL ÁNGELES

Momentos contigo

El Hospital Ángeles Torreón cumple su vigésimo aniversario ofreciendo un servicio integral dentro de los más altos estándares de calidad y los mayores avances tecnológicos en La Laguna, logrando hacer de la estancia de sus pacientes un momento grato y comfortable.♥

1. Gilberto Cordero, José Luis Pohls y Jorge Emilio Murra 2. Claudia Liliana Martínez, Gilberto Cordero e Isabel Torres 3. Gilberto Cordero y José Luis Pohls

- ▶ Torre de especialidades
- ▶ Equipos de tomografía a 132 cortes
- ▶ Licencia de trasplantes
- ▶ Certificación en seguridad y calidad de atención por tres años
- ▶ Ocho cubículos para terapia intensiva
- ▶ 70 camas, dos áreas de cuna y 60 camas de rehabilitación

f t #imaPLAYER #socialite



SEGURILAG

Empresa líder en la Comarca Lagunera
Servicio de Seguridad Privada



Capacidad de respuesta inmediata - **Custodia en carretera** - Fraccionamientos
Maquiladoras - Constructoras - **Industrias** - Comercios - **Hospitales** - Bancos

La calidad en el servicio no es casualidad...
es nuestra calidad

Registrados ante la SSP/ESP/305/13
Registro Federal Permanente DGSP/343-13/2492

Torreón ☎ (871) 712-9343 y 722-8667 ✉ segurilag_torreon@hotmail.com

Saltillo ☎ (844) 256-3640 ✉ segurilag_saltillo@hotmail.com



PROYECTO COMARCA

Obra de Federico Sáenz Negrete

El Museo Regional de La Laguna fue anfitrión de la presentación del libro sobre la historia de la Comarca Lagunera y sus intentos de independizarse. Personalidades laguneras acompañaron al autor para celebrar su publicación. ♥

1. Ignacio Sáenz, Federico Sáenz, Cecilia González y Lucía Sáenz
2. Javier Ramos, Mavisa Garza y Loloy Reyero 3. Rosario González, Rosario Lamberta, Alberto González y Ulises Correa



Escanea el código con tu celular o busca el ID: 8599 en playersoflife.com

f t #imaPLAYER #socialite



elcostenito.mx

el pescado no sabe de pecados

la cuaresma se pone bien *playa*

tiradito costeño

INDEPENDENCIA
INTERMALL
CUATRO CAMINOS
GALERÍAS LAGUNA
GÓMEZ PALACIO
DURANGO

MARISCO FRESCO Y MAR
COSTENITO
ponte bien *playa*



ROCKSPORT CIMACO 2015

Carrera 5K y 15K

Se llevó a cabo el evento anual deportivo Run For Fun Pro-manuez 5k y 15k de RockSport, así como un dinámico maratón de baile en la explanada del TSM.♥

1. Alejandro Ríos, José Refugio Sandoval, Mónica Téllez y Rodrigo Delgado 2. Luzma Herrera y Katia Handal 3. Ana Portales y Carlos Chapoy



Escanea el código con tu celular o busca el ID:8555 en playersoflife.com

f t #imaPLAYER #socialite



2



3



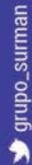
MICHELIN[®] ENERGY XM2



MÁS SEGURA Y MÁS DURABLE

- Mayor resistencia a impactos.¹
- Frena hasta 4 metros antes en piso mojado.²
- 20% más duración.³

grupo_surman | f Alfer Sam | surman.com



1 - Conforme a las pruebas de uso rudo realizadas en 2011 por el Instituto TÜV SÜD Automotive Alemania, con llantas Pirelli Cinturato™ P4™, Goodyear GPS Duraplus y Continental ContiPowerContact, en la medida 175/65 R14 82T.
 2 - Promedio de los resultados de las pruebas realizadas por TÜV SÜD Automotive Alemania, con llantas Pirelli Cinturato™ P4™, Goodyear GPS Duraplus y Continental ContiPowerContact, en la medida 175/65 R14 82T.
 3 - Promedio de los resultados de las pruebas realizadas en 2011, certificadas por el Instituto Vanzolini, con llantas Pirelli Cinturato™ P4™ y Goodyear GPS Duraplus, en la medida 175/65 R14 82T.

SEGURO, ¡SEGURO!



Exclusivamente en
nuestra agencia.



ALFER SAM TORREÓN
 MARIANO LÓPEZ ORTIZ ESQ.
 HUMBERTO ZURITA S/N COL. CENTRO
 CALLE 12 FRENTE A HIPERMART
 INDEPENDENCIA. TORREÓN.
 TEL: 7177007

ALFER SAM GÓMEZ PALACIO
 AV. FRANCISCO I. MADERO N° 305 NTE.
 FRENTE A LA PRESIDENCIA.
 GÓMEZ PALACIO, DGO.
 TEL: 7140500, 7144378 Y 7146646





ESTACIONES DEL AÑO Y TU ESTADO DE ÁNIMO

¿Cómo afecta?

Por MC Judith Hernández Sada
Psicóloga Clínica

Nuestro estado de ánimo constantemente experimenta cambios por diversas circunstancias, en ocasiones están en nuestras manos y en otras encuentran fuera de nuestro alcance. Por eso es importante enfocarnos en lo que sí tenemos control, así como ir aprendiendo, con el tiempo y la edad, a dejar pasar lo que no nos corresponde y genera intranquilidad.

Como seres humanos estamos creados por una estructura biopsicosocial, por lo tanto dependemos, como su nombre lo dice, de la esfera biológica, psicológica y social. Nuestro organismo está conformado por cuestiones genéticas y por otras que se van aprendiendo a lo largo de la vida. Asimismo, pertenecemos a

un ambiente social y ambiental que involucra características climáticas y estaciones del año: primavera, verano, otoño e invierno.

Por el cambio de temperatura, horario y luz, dichos ciclos producen transformaciones en nuestras actividades, forma de vestir y cuerpo, y éstos por lo general involucran resistencia. Algunas personas se adaptan con el paso del tiempo, a otras les da gusto y otras duran inconformes gran parte de la estación, presentando síntomas como alergias, limitaciones, disminución en el estado de ánimo, aumento de cansancio, baja concentración, dificultad para conciliar el sueño, sensación de que los días son más largos y las noches más cortas, etc.

La tendencia es caer en la depresión, pues es el estado de ánimo que más surge cuando nos cuesta asimilar algún cambio en nuestra vida. Esto varía según el sujeto, pues sus antecedentes, vivencias, experiencias y aprendizajes influyen en que se adapte o tenga cierta preferencia o rechazo a determinada

estación. Si existe una en particular que no te guste, es recomendable trabajar en sacar lo mejor de ti en ella, ya que su presencia es inevitable, y es horrible vivir un periodo con síntomas que limitan en lugar de generar un cambio positivo en ti.♥

TRASTORNO AFECTIVO ESTACIONAL (TAE)

- ▶ Suele iniciar entre finales de otoño y principios de invierno, hasta la primavera siguiente
- ▶ Se caracteriza por un estado de depresión y letargo
- ▶ Es más habitual en las latitudes altas de los dos hemisferios
- ▶ Produce somnolencia a lo largo del día y dificultades para concentrarse
- ▶ La correlación con los ritmos de luz es clara, porque en el hemisferio sur los meses más depresivos son los de junio y julio, aunque las personas estén de vacaciones



MEGACABLE®

HD



6 veces más calidad de imagen
El doble de resolución de color
Mayor nitidez

**CONTRATA
Y TE REGALAMOS
3 MESES**

POR SÓLO
\$ 50
más al mes

**EL FUTURO
ANTICIPADO DEL
ENTRETENIMIENTO**

Con más de **60 canales**

Para disfrutar estos canales es necesario contar con el paquete Premier correspondiente. *

La tarifa mostrada es Pronto Pego y aplica dentro de los primeros 5 días del mes. La contratación GRATIS aplica pagando como adelanto a su primer mensualidad, \$200 por sólo TV ó \$300 por paquete doble o triple. A partir del 4to mes pagará la tarifa vigente del paquete contratado y el servicio de telefonía cambiará al correspondiente a su paquete. Los 3 meses gratis de HD aplican pagando \$100 de contratación. Para disfrutar de los beneficios de los canales HD es necesario contar con TV preparada para Alta Definición y tener un convertidor avanzado DVR o HD de Megacable. El beneficio de Megacable Play no incluye Pagos por evento. A partir del 4to. mes aplicará la tarifa vigente del servicio Megacable Play. Para disfrutar del servicio Megacable Play en la TV es necesario contar con el servicio de TV Básico y una caja digital avanzada. La promoción del paquete Premier HBO aplica por 4 meses sin costo, con 4 canales para Servicio Conecta de TV ó 10 canales para servicio Básico de TV. A partir del 5to. mes aplicará la tarifa vigente del Paquete Premier HBO. El módem inalámbrico se incluye sin costo firmando un compromiso de permanencia de 3 meses. En las llamadas locales no se consideran los minutos a celular. Los minutos adicionales de los paquetes de telefonía se cobrarán de acuerdo a la tarifa vigente. La oferta de canales está sujeta a cambios. El número de canales y su contenido podrán variar y dependen directamente de los proveedores de la programación. Alguno de los servicios mostrados puede no estar disponible en su ciudad. Promociones válidas para servicios residenciales, con compromiso de permanencia de 6 meses, en caso de cancelación anticipada el suscriptor deberá cubrir el monto total de las mensualidades pendientes. Vigencia de la promoción al 31 de marzo de 2015.



Las Acacias

RESIDENCIAL

A 500 metros de Las Villas



Lotes desde 275 m²

Ya a la venta
Privada Sauces
con lotes desde
400 m²

- 
Comodidad: Ubicación privilegiada con vías de acceso rápidas y seguras.
- 
Seguridad: Bardas perimetrales, caseta de control 24/7 y porteros electrónicos en cada privada.
- 
Belleza y Confort: Ambiente campestre con vialidades amplias, andadores, instalaciones subterráneas y extensas áreas verdes.
- 
Conveniencia: A solo unos minutos de los más importantes centros educativos y comerciales.

El nuevo desarrollo de



Informes en Las Villas
lasvillas.com.mx | 750-9780

Adquiere tu lote o casa con financiamiento directo o bancario desde **\$10,000** al mes.

