

**ESTRELLAS AUTOMOTRICES**  
Lo mejor de las Agencias  
de la región

**XTREME WHEELS**  
Aventureros y amantes de  
la adrenalina

www.playersoflife.com

# PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & LIFESTYLE

TORREÓN

SEPTIEMBRE 2015  
\$40 MEX \$2.50 US \$3.50 CAN



#WANNAPLAY

#LOSORIGINALES

**RICARDO LÓPEZ  
Y SAMIR CHAMÁN**

RECONOCIDA TRAYECTORIA  
DE DOS EXPERTOS  
ASEGURADORES

**EXPO  
LAGUNA**

EL EVENTO DE ENERGÍA  
SUSTENTABLE MÁS  
IMPORTANTE DEL NORTE

**ALFREDO  
MURRA  
FARRÚS**

CONFESIONES DEL HOMBRE QUE CRECIÓ  
ENTRE LOS PASILLOS DE CIMACO





BODEGA  
*Navarro Correas*  
RESERVA  
SELECCIÓN *de* PARCELAS

*En la selección descubrimos  
un vino único.*

· LUJÁN DE CUYO · SAN CARLOS · TUNUYÁN ·

*De nuestros mejores viñedos y de la selección de las uvas  
más excepcionales de cada parcela, nace este blend de malbecs.  
Perfectamente equilibrado y armónico, que se disfruta con todos los sentidos.*

CRiado **12** MESES  
*en barricas de roble*

"El consumo abusivo del Alcohol puede producir  
adiciones y graves problemas de salud"

**BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.**

# VINOTECA®



VINOTECA  
TORREÓN

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

T. (871) 717.2338

\* EL CONSUMO ABUSIVO DEL ALCOHOL PUEDE PRODUCIR  
ADICIONES Y GRAVES PROBLEMAS DE SALUD\*

f [vinoteca.mexico](http://vinoteca.mexico)

📧 [@vinoteca\\_mexico](https://twitter.com/vinoteca_mexico)

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

Vinoteca es una marca registrada

Evita el exceso



#WannaPlay

DISFRUTA NUESTRA  
MULTIPLATAFORMA



# WANNA PLAY?



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

#LosOriginales

**PLAYERS** OF LIFE

# *telcel Sin Frontera*

Si llamas de México  
a E.U.A. es como  
una llamada local

Al viajar a E.U.A.,  
los minutos,  
mensajes y megas  
de tu Plan utilízalos  
como si estuvieras  
en México

Aplica para todos  
los Planes Telcel



# Los beneficios de tu Plan ahora en E.U.A. como si estuvieras en México

## Por \$50 al mes crece tu Plan y disfruta de estos beneficios

Actívalo desde tu Telcel al \*111 o desde E.U.A. al +52 (55) 25813300



**Telcel es la Red**

1) Servicio disponible para usuarios Telcel que tengan contratado un Plan Tarifario que se encuentre activo y al corriente de pago. 2) Las llamadas de México a E.U.A. se debitarán de la canasta de minutos incluida en el Plan Tarifario contratado. Agotados los minutos, se cobrará la tarifa por minuto adicional nacional aplicable al Plan Tarifario contratado. 3) Al contratar el servicio adicional Telcel Sin Frontera: I) Los Minutos incluidos en el Plan Tarifario que el usuario tenga contratado podrán ser utilizados: i) para llamadas dentro de la República Mexicana y de México a Estados Unidos (E.U.A.) y ii) para llamadas dentro de E.U.A. y de E.U.A. a México. Una vez agotados los Minutos incluidos, se cobrará la tarifa por minuto adicional prevista en el Plan Tarifario contratado. II) Los Mensajes de Texto (SMS) incluidos en el Plan Tarifario podrán ser utilizados: i) para envío de Mensajes de Texto (SMS) dentro de la República Mexicana y ii) para envío de Mensajes de Texto (SMS) de E.U.A. a México. Una vez agotados los Mensajes de Texto (SMS) incluidos, se cobrará la tarifa por SMS adicional prevista en el Plan Tarifario contratado. III) Los Megabytes (MB) incluidos en el Plan Tarifario podrán ser utilizados estando en México o E.U.A. En E.U.A. el consumo de MB por el uso de las redes sociales Facebook®, Facebook Messenger®, WhatsApp® y Twitter® (cuando sean incluidas sin costo adicional para su uso en México), se debitarán de los MB incluidos en el Plan Tarifario contratado. Agotados los MB incluidos en el Plan, se aplicará el cobro por Kilobyte (KB) adicional conforme a la tarifa aplicable al Plan Tarifario que el usuario tenga contratado. En el caso de Planes Tarifarios con producto de datos ilimitados, se aplicará la Política de Uso Justo (según el Plan Tarifario que tenga contratado) para el consumo de datos en E.U.A. Una vez alcanzado el límite de consumo, los consumos de datos estando en E.U.A. se cobrarán conforme a la tarifa por KB adicional aplicable al Plan Tarifario. La navegación en Internet en E.U.A. dependerá de la capacidad y tecnología ofrecida por el operador extranjero. El servicio Telcel Sin Frontera no es compatible con la navegación en Internet a través del APN de BlackBerry. Los minutos, mensajes y datos otorgados por promoción en la contratación del Plan Tarifario; así como, los Paquetes de Minutos, mensajes o datos para uso en territorio nacional no podrán ser utilizados estando en E.U.A. El costo del servicio es de \$50.00 pesos mensuales y el cobro se realiza de forma recurrente hasta que el usuario solicite la cancelación y baja del servicio. El precio publicado incluye IVA del 16%. La cobertura en E.U.A. no incluye Puerto Rico. Información de Telcel Sin Frontera en [www.telcel.com](http://www.telcel.com) Centros de Atención a Clientes Telcel, en México al llamar sin costo al \*111 o desde E.U.A. al +52 (55) 25813300.

 **telcel**  
M.R.

ESTE REGRESO A CLASES  
LLÉGALE AL  
**VELOCISMO**  
INTERNET DE MÁXIMA VELOCIDAD

**TV + INTERNET**

**LLÉVATE GRATIS 3 MESES DE TELEFONÍA ILIMITADA**

**Contrata al:  
690 00 00**

La tarifa es promocional en los primeros meses, al término de la promoción el suscriptor pagará la tarifa vigente del paquete contratado. El número de canales y su contenido podrán variar y dependen directamente de los proveedores de la programación, consulte su alineación en [www.megacable.com.mx](http://www.megacable.com.mx). Vigencia de la promoción al 30 de septiembre de 2015.



POR SÓLO **\$399** AL MES

 **MEGACABLE**®



**Alejandro Martínez Filizola**  
Director General de Grupo PLAYERS

**Alfredo Murra Farrús**  
Director General de Cimaco

**Carlos Márquez**  
Director Ejecutivo de PLAYERS of life Torreón

La industria automotriz ha experimentado un relevante auge en nuestro país, que ya se ha colocado como uno de los principales actores del sector a nivel mundial. La Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA) señala que al finalizar el 2015 se producirá una cifra récord de 3.3 millones de unidades, mientras que con perspectiva a cinco años, se espera que en 2020 la producción sea de cinco millones de unidades.

Considerando lo anterior, en esta edición dedicamos varias secciones al ámbito de los

automóviles: Transformadores de la Industria Automotriz, donde incluimos datos de interés acerca de la presencia de las más reconocidas firmas en México, y Estrellas Automotrices, en que conocerás los servicios y ventajas de renombradas concesionarias en la región. Asimismo, en Xtreme Wheels te presentamos a algunos amantes del deporte motor en La Laguna, quienes nos comparten su pasión por la velocidad.

Nos llena de orgullo que en esta ocasión nuestra portada cuente con la presencia del Licenciado Alfredo Murra Farrús, Director

General de Cimaco, empresa que celebra más de ocho décadas de historia y tradición en la región durante el presente mes. En Historias de Éxito nos platica sobre el notorio desarrollo que ha logrado la icónica tienda al representar grandes marcas internacionales.

Septiembre es crucial en la historia de nuestra nación, y precisamente por ello, además de celebrar las fiestas patrias y renovar el orgullo de ser mexicanos, es fundamental detenernos a reflexionar en el México actual y determinar lo que nos comprometemos a aportar para construir un mejor futuro.♥

**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**

Cristina Campos **e:** cristina.campos@playersoflife.com

Brenda Humphrey **e:** brenda.ha@charmlife.com.mx

**GERENTE EDITORIAL**

José Antunes **e:** jose.antunes@playersoflife.com

**GERENTE DE DISEÑO**

Edgar Esparza **e:** edgar.esparza@playersoflife.com

**GERENTE EDITORIAL DIGITAL**

Benito Arguijo **e:** benito.arguijo@playersoflife.com

**GERENTE DE DISEÑO DIGITAL**

Eduardo Torres **e:** eduardo.torres@playersoflife.com

**ASISTENTE ADMINISTRATIVA DE CRÉDITO Y COBRANZA**

Gabriela Andrade **e:** gabriela.andrade@playersoflife.com

**ASISTENTE ADMINISTRATIVA**

Erika Saucedo **e:** erika.saucedo@playersoflife.com

**FOTOGRAFÍA**

Edmundo Isaías Fotografía

**FOTOGRAFÍA SOCIALES**

Joel Mendoza y Juan Manuel Frausto

**LOGÍSTICA**

Omar Piña

*Backstage*

Sesión de portada septiembre 2015

**Alfredo Murra Farrús**

Entrevista por José Alejandro Antunes

Fotografías por Edmundo Isaías



Descubre más de éste y otros artículos en nuestra página web.  
[www.playersoflife.com](http://www.playersoflife.com)

Busca el ID: 9817





**BOSS**  
HUGO BOSS

BOSS Store Menswear Torreón Cimaco | Plaza Cuatro Caminos, Blvd. Independencia 1300 Oriente



# DIRECTORIO CORPORATIVO

## DIRECCIÓN GENERAL

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

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

## EDITORIAL

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

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

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

## DISEÑO

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

ASISTENTE DE DISEÑO  
Luis Medrano  
e: luis.medrano@playersoflife.com

## MARKETING

GERENCIA DE MARKETING  
Sandra Ortega  
e: sandra.ortega@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 02 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  
Tel: (55) 5260 0906 Cel: (045) 871 126 0224

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



Impreso por:

www.carmonaimpresores.com.mx  
ventas@carmonaimpresores.com.mx  
Lada Sin Costo: 01 800 228 2276

# PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & LIFESTYLE

**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

PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 10 No. 114. Fecha de publicación: 1 de septiembre 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 Ramirez 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 MÉXICO TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. ALL RIGHTS RESERVED.

www.playersoflife.com

PUNTO DE VENTA





## Seat TOLEDO



DESDE  
**\$199,990**

o pregunta por nuestro  
**Premium Credit.**

\*Consulta términos y condiciones.



- 67 FCA MÉXICO / HONDA DE MÉXICO
- 68 GM DE MÉXICO / MAZDA MÉXICO
- 69 FORD MÉXICO / NISSAN MEXICANA
- 70 TOYOTA MOTOR MANUFACTURING / VOLKSWAGEN DE MÉXICO

- 76 PROSCHE
- 77 VOLVO
- 78 MERCEDES-BENZ
- 80 AUDIA
- 82 BMW

- 84 TOYOTA
- 86 NISSAN ALAMEDA
- 88 VOLKSWAGEN
- 90 AUTOLASA
- 92 MAZDA
- 93 SUBARU

18 SPOTLIGHTS  
Orgullosos laguneros, hombres y mujeres líderes en su ramo profesional y empresarial

INSIDE

40 TEMPS  
Hublot Classic

48 THE CORNER  
Lorenzo Ruiz: conectando a México con Tommy Hilfiger

ACTUALÍZATE

102 RESOURCE & STRATEGY  
Lealtad de los clientes

120 ADVANCE  
Inminente llegada de Uber a Torreón

VITAL

126 CUIDARTE  
Normatividad de odontología

PODER

128 PODER MÉXICO  
Comunicación del Presidente



RB

# CHAMORRO RB

  
*Rincón del Bife*  
Restaurante - Bar

BLVD. INDEPENDENCIA #2390, COL. ESTRELLA, TORREÓN, COAH.  
TEL.: (871) 717 9096 Y 793 7788

Ellos son algunos expertos que participan en nuestra revista



**ROBERTO MADERO**

CEO de GROU Crecimiento Digital, líder en el desarrollo de Inbound Marketing en México.  
 @rmadero61 www.grou.com.mx



**RUDY JOFFROY**

Creative Dreams.  
 www.creativedreams.mx  
 @ElefanteRosaMx /creativedreamsmx



**MAURICE COLLIER**

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



**LUIS ORTIZ**

Managing Partner en London Consulting Group.  
 luis.ortiz@londoncg.com @olvis69



**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



**LEANDRO CASTILLO**

Socio a cargo de la unidad de Negocio Noreste de KPMG en México.  
 www.kpmg.com.mx /KPMGMEXICO



**LILIANA ACUÑA**

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



**CARLOS ALBERTO GONZÁLEZ TABARES**

Director de Análisis de Monex Casa de Bolsa.  
 @monexanalysis



**FERNANDO VILLA**

Gerente de Integración de Omnichannel de Walmart eCommerce México.  
 @villancikos



**MARÍA JOSÉ CÉSAR**

Directora General y Socia de Ilumina, Consejería y Formación, dedicada al coaching empresarial y humano.  
 /counselingycoaching



**ALEJANDRO JUAN MARCOS**

Licenciado en Creación y Desarrollo de Empresas. Comercio de equipo médico y laboratorio. Babson College Entrepreneur Development Experience.

Queremos saber lo que más te gusta de nuestra edición, manda tus comentarios o sugerencias a [editorial@playersoflife.com](mailto:editorial@playersoflife.com)



GALERÍAS  
LAGUNA

# Nuestro *lugar*



¡Qué gusto da!



[www.galerias.com/GaleriasLaguna](http://www.galerias.com/GaleriasLaguna)



52

# HISTORIAS DE ÉXITO

## ALFREDO MURRA FARRÚS

Conoce la trayectoria del hombre que creció en los pasillos de Cimaco, tienda departamental lagunera con 85 años de historia, quien nos platica en exclusiva el recorrido de más de ocho décadas y la visión que tiene para incrementar el éxito que ha sustentado a la empresa.



**20** AS BAJO LA MANGA  
KATYA NAHLE



**26** PERFILES  
RICARDO LÓPEZ  
Y SAMIR CHAMÁN



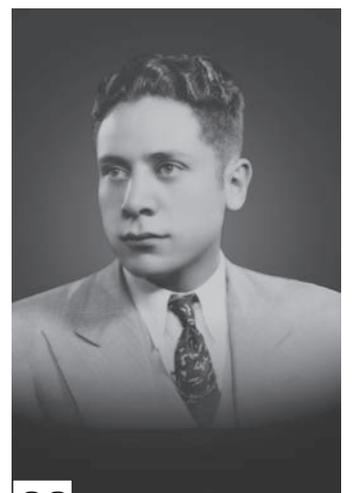
**22** FINISH  
ANDRÉS MÁYNEZ



**28** COMPROMISO SOCIAL  
MARISOL CORONA



**24** EJECUTIVOS EN ASCENSO  
LUIS DANIEL ROSAS



**30** PLAYER DEL AYER  
RODOLFO ORDUÑA

Exija certificado de autenticidad. TOUS es una marca registrada de S. Tous, S.L.

TOUS PRESENTS

# Tender Stories N°2

*Check it out on [Tous.com](http://Tous.com)*



[www.tous.com](http://www.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



# KATYLA NABLE

## PROYECTANDO IDEAS EN GRANDES ESPACIOS

**S**u dedicación al trabajo ha sido la característica que la ha mantenido en el ámbito del mobiliario durante más de seis años. Su talento como administradora de Kauké Muebles le ha dejado una gran satisfacción profesional, posicionándola como una de las mueblerías de gran prestigio en la región.

► **¿Qué significado tiene la decoración de un espacio?**

Es muy importante, ya que define cómo te quieres sentir en un lugar. Se puede proyectar calidez, armonía, elegancia o sobriedad, y se debe adecuar a la personalidad de quien lo habita, según las funciones, momentos y actividades que quiera realizar en ese espacio.

► **¿Cómo iniciaste en el mundo de la venta de muebles?**

Aunque estudié Administración, siempre me gustó el diseño de interiores, la decoración, la moda y crear combinaciones de color y textura. Antes de graduarme me surgió la oportunidad de ofrecer muebles a la medida y no lo pensé dos veces.

► **¿Qué significa el nombre de Kauké Muebles?**

Después de una larga búsqueda, adapté una palabra eslovaca que significa sofá y busque un sonido que pudiera gustarle a los clientes.

► **De la faceta de administradora a creadora de muebles, ¿cómo fusionas tus talentos?**

Podría dividir mi trabajo en tres fases que disfruté muchísimo. Primero que nada, administrar, me encanta trabajar con números, tener todo inventariado y ordenado. La parte creativa, donde busco combinaciones de telas, nuevos modelos de salas y estar generando siempre nuevas ideas. Por último, la fase que más disfruto es la de clientes satisfechos y felices con nuestro trabajo.

► **¿Cuáles han sido los retos más grandes que has enfrentado?**

El reto diario es encontrar el diseño, la combinación y la comodidad para cada cliente y cada gusto.

► **Al día de hoy y en un futuro próximo, ¿qué rumbo deseas que tome Kauké?**

Me gustaría ofrecer un diseño integral y tener más productos decorativos.

► **¿Qué consejo compartes con los jóvenes que desean emprender en una región como La Laguna?**

Que dejen a un lado el miedo de emprender, sigan su corazón y su sueño, y se comprometan con ellos mismos para lograrlo.

► **¿Cuál es el orgullo más grande de ser mujer, joven y empresaria?**

Creo que todos, pero nosotras como mujeres debemos buscar un equilibrio entre trabajo, familia y amigos, establecer prioridades ayuda mucho para llevarlo a cabo. Como joven y empresaria me es muy satisfactorio ver los resultados de lo que hago, ver reflejadas las ganas e intensidad de lo que se hace junto con el equipo de trabajo y las peticiones de los clientes en buenas relaciones y mejores espacios para sus hogares u oficinas es increíble.

► **¿Cuál es el consejo empresarial o personal que ha marcado tu vida y quién te lo dio?**

Toño, mi novio, una vez me comentó que el trabajo es una bendición, que cuando haces un trabajo que te gusta, es una vocación y un regalo de Dios, por eso hay que hacerlo con ganas, disfrutar cada momento y dar siempre lo mejor de ti.♥

### PLAYERS Brief

#### Kauké Muebles

Trato  
personalizado

Fabricación de cualquier  
modelo en **todo tipo de tela**

Abrió sus puertas en  
**julio del 2009**

Ofrece productos con  
**dos años de garantía**

**Artículos de decoración para el hogar,**  
como mesas, sillas, cuadros  
y platos ornamentales



Fotografía por Edmundo Isais | Diseño de imagen Waldo Paredes



# ANDRÉS MAYNEZ

*TENACIDAD DENTRO Y FUERA DE LA CANCHA*



Fotografía cortesía de  
Butler University Men's Tennis

**S**u primer acercamiento con el tenis fue a la temprana edad de siete años, preparándose día a día para que tres años después jugara torneos nacionales en diferentes ciudades del país. A los 12 años tuvo la fortuna de conocer a Felipe Maccio, su entrenador por varios años, a quien agradece por ayudarlo a perfeccionar su técnica en el tenis. Así nació su pasión por este deporte, que lo llevó a cumplir su más grande anhelo: estudiar su carrera profesional en una prestigiosa Universidad en Estados Unidos, y a la vez tener la oportunidad de pulir su talento como tenista.

• **¿Cómo es tu patrón de juego?**

Mi patrón es simple. Trato de no fallar, ser muy consistente y paciente con pelotas pesadas y profundas. Trato de esperar bolas cortas para atacar y provocar errores.

• **Actualmente ¿cómo son tus días de entrenamiento?**

En la Universidad entrenamos dos horas de tenis y media hora de acondicionamiento físico a diario, con un día de descanso. Además, como complemento, tenemos sesiones de pesas o crossfit tres veces a la semana.

• **¿Cuáles consideras tus puntos fuertes y por qué?**

Mi consistencia, especialmente con mi derecha, porque es lo que más he trabajado desde niño.

• **¿Qué oportunidades profesionales y personales se te han presentado gracias a tus resultados en el tenis?**

Primero que nada, mi más grande anhelo: conseguir una beca para mis estudios en Estados Unidos. El tenis me ha dado la oportunidad de conocer y convivir con personas de otros países y diferentes culturas, trabajar en equipo con estudiantes de Nueva Zelanda, Australia, India y EU. Estar en este equipo me ha enseñado a exigirme todos los días e implica sacrificios en varios sentidos, y sé que a futuro esto me va a beneficiar mucho.

• **¿Hay algún partido que destaca dentro de tu trayectoria?**

Cada partido que juego es especial, pero uno que recuerdo muy bien es contra Western Michigan en mi primer año, donde gané en la Súper Muerte del tercer set al haber tenido cuatro *match points* en contra.



**EN CORTO**

Años de práctica:  
**15**

Marca de raqueta:  
**Babolat Aeropro Drive**

Categoría:  
**NCAA División 1**

Número de torneos/competencias:  
**De 25 a 30 por año**

Especialidad:  
**Singles y Dobles**

Tenista favorito:  
**Roger Federer y David Ferrer**

• **Sabemos que gracias al deporte obtuviste una beca en la Universidad de Butler, ¿en qué consistió?, y en lo personal, ¿qué significa ese logro?**

La beca cubre mis estudios al 100%, por lo cual estoy muy agradecido con Dios, mis papás, mi coach y la Universidad que me brindó esta oportunidad. Igualmente estoy agradecido con cada uno de los entrenadores que he tenido. También quiero reconocer el esfuerzo de mis padres, a quienes les debo todo lo que he logrado, gracias a su gran apoyo incondicional desde el inicio hasta ahora.

Esta beca significa todo el esfuerzo y dedicación de las miles de horas de entrenamiento y cientos de torneos que me prepararon para llegar aquí. Implica muchos sacrificios que han valido la pena. Me llena de satisfacción haber logrado esto, porque estoy estudiando dos carreras, Ingeniería en Energía y Licenciatura en Economía, al mismo tiempo que hago lo que más me gusta: jugar tenis.

• **¿Qué crees que es lo más importante para lograr un excelente desempeño en el deporte?**

Como mis papás siempre me han inculcado, para mí lo más relevantes es proponerse metas

a corto plazo para cumplir otras a largo plazo. Sacrificio y esfuerzo es algo que me han enseñado desde niño para cumplirlas, y me ha ayudado mucho dentro y fuera de la cancha. Algo que también considero fundamental es ser perseverante y dedicado con lo que me propongo. Siempre trato de dar mi 100%, enfocarme en esfuerzos en vez de resultados. Aunque no gane un partido, con tal de darlo todo en la cancha, es suficiente, ya que los resultados se irán presentando solos.♥

**PLAYERS Brief**

**Competencias:**  
**Torneo de Conferencia Big East-Flushing Meadows, New York City**  
(5to lugar)

**Partidos contra Universidades como:**  
Ohio State University, Indiana University, University of Iowa y Western Michigan, entre otras

**Supercopa Nacional Toluca, Estado de México** (Subcampeón en Dobles)

**Nacional por Equipos representado a Coahuila, Cuernavaca, Morelos** (Subcampeones Nacionales)



# LUIS DÁVALOS RODRÍGUEZ FRANCO

# DANIEL ROSAS FRANCO DE EJECUTIVO A EMPRESARIO

**D**esde que eligió la Licenciatura en Administración de Empresas por la Universidad Iberoamericana tenía muy clara su meta: institucionalizar el negocio familiar que empezó su padre Humberto Rosas Macedo hace más de 15 años. Para lograr este objetivo era necesario aprender a trabajar dentro de una organización para llenarse de experiencias y enfrentar nuevos retos personales, y después poner en la mesa sus ideas frescas y procedimientos operacionales.

Al egresar decidió formar parte de una compañía reconocida, su primera opción fue Soriana, por la gran admiración que tiene hacia el trabajo del Licenciado Ricardo Marín Bringas quien llevó a la empresa familiar hacia la gran organización que es hoy. Su talento emprendedor le abrió las puertas para en el 2008 ser Subgerente en Torreón, puesto que desempeñó con éxito por más de un año, adquiriendo herramientas para operar una unidad de negocio con orden y procedimientos bien establecidos.

Después le ofrecieron un puesto en Cozumel, donde estuvo por dos años y gracias a su buen trabajo, resultados y disponibilidad en la empresa, le dieron la oportunidad de ingresar al Área Comercial en el Corporativo Soriana en la ciudad de Monterrey, donde estuvo un año en la compra de Pescados y Mariscos, para ascender como Comprador de Cárnicos para 600 tiendas por un periodo de dos años.

Formar parte de una compañía como Soriana por más de siete años le valió gran reconocimiento por parte de su familia y le dio lo necesario para tomar el control de la empresa familiar. HR Transportes no le era territorio desconocido, ya que durante su periodo universitario tuvo la oportunidad de colaborar en el área de mantenimiento, lo cual le fue muy útil para aplicar todos los conocimientos que iba adquiriendo en clase. Del 2014 a la fecha se desempeña como Gerente General, al frente de 17 personas. Disfruta de planear nuevos proyectos y tener una visión clara del rumbo de la empresa.

► **¿Cuáles son las principales funciones de su actual puesto?**

**“Hay que aprender a trabajar duro e involucrarte en tu negocio para después desarrollarte como un buen líder; el conocimiento da mucho poder”**

El autotransporte de carga general es un negocio muy absorbente. Mi responsabilidad es supervisar que todo opere correctamente. Nuestra principal ruta es Torreón-El Paso. Superviso el tráfico y a los operadores, así como a las áreas de mantenimiento y administrativa, y de igual forma administro las finanzas de la empresa.

► **De las decisiones que ha tomado dentro de HR Transportes, ¿cuál considera que ha sido la más importante?**

Todos los días tomamos decisiones importantes, el giro de la empresa es muy operativo, y se necesita decidir con rapidez, siendo concreto y simplemente hacer que todo funcione.

► **¿Qué retos enfrentó al iniciar su labor?**

Mi experiencia más reciente estaba relacionada con el autoservicio, la compra de pescados, mariscos y carnes. El transporte y la mecánica de los tractocamiones es algo completamente diferente. El personal estaba consciente de esto. Fue difícil, pero de la misma manera que aprendí rápido sobre pescados y carnes, lo hice en el negocio del autotransporte.

► **A lo largo de este proceso, ¿cuál ha sido su experiencia más significativa?**

No dejo de agradecer todo lo que aprendí en Soriana, la importancia de haber vivido lo que es tener un jefe, reportarle, rendirle cuentas, justificar el puesto, seguir instrucciones y ser parte de una organización tan reconocida, me ayudó a ser un líder centrado, que sabe escuchar y ser responsable en HR Transportes.

► **Para usted, ¿qué aptitudes caracterizan a una persona exitosa?**

Reconocer el bien. Mi Director Comercial de Perecederos, el señor Jesús Pámanes, en Soriana siempre me decía: “Si usted hace las cosas bien, es responsable, se levanta temprano y es honesto, le aseguro que le irá bien, porque usted está haciendo las cosas correctas”.

► **¿Hacia dónde se encamina en este momento, con perspectiva a futuro, dentro de la empresa?**

A fortalecer y hacer una empresa estable, para tener la capacidad de diversificarnos. ♦



# RICARDO LÓPEZ & SAMIR CHAMÁN

## ASESORANDO PARA UN FUTURO MÁS SEGURO

**E**l camino a convertirse en una de las agencias de seguros con mayor competencia en La Laguna es difícil, implica una serie de compromisos y valores para ofrecer un inigualable servicio a los clientes, mediante un juicio y discernimiento del mercado.

Ricardo inició en el año 2000 y Samir en el 2002 como Agentes Independientes uniéndose a Grupo Nacional Provincial en la Dirección de Agencia 112. A partir del 2004 empezaron a compartir algunos gastos administrativos y vieron la posibilidad de unir esfuerzos,

ya que gozaban de un mercado muy similar, y no es sino hasta el año 2007 que unificaron sus ideas en López & Chamán, basándose en tres objetivos principales: brindar mejor servicio a sus clientes, optimizar el gasto administrativo y tener la posibilidad de contratar a un equipo humano con excelente preparación.

Los retos siempre están presentes al comienzo de un gran proyecto, y para ellos no fue la excepción. Al momento de asociarse hubo desafíos, como el acomodo de la gente que aportarían para hacer sus operacio-

nes más sencillas y orientadas al servicio, y aunado a esto, distinguieron como reto principal detectar las necesidades de cada uno de sus clientes para ayudarlos a cuidar su patrimonio con la mejor selección de productos existente en el mercado.

Su crecimiento se dio gracias al potente servicio que ofrecen los Planes Personales de Protección y Ahorro, así como los Planes de Gastos Médicos Mayores, que se han posicionado como sus productos de mayor demanda. Para el sector empresarial cuentan principalmente con los Seguros de Gastos Médicos Grupales, Vida Grupo, Flotillas para Automóviles y/o Camiones y Transporte de Mercancías, así como todo tipo de seguros Empresariales.

Actualmente están orgullosos de dirigir un despacho compuesto por 13 personas expertas en su área y de llevarlo en dirección ascendente.♥

**“El crecimiento que hemos tenido nos ha permitido generar más empleos, dando como resultado la oportunidad de especializar a todo nuestro equipo en sus áreas, con el claro objetivo de convertirnos en el despacho con el mejor servicio en La Laguna”**

### CONVERSACIONES EN PRIVADO CON LÓPEZ & CHAMÁN

**¿Cómo se preparan para ser personas de éxito?**  
Trabajando duro y con mucho enfoque. Apegados al valor de la honradez, con vocación de servicio y una constante preparación.

**¿Qué aprendizaje de vida o profesión los ha convertido en personas tan persuasivas?**  
En la vida hay que manejar tu trabajo con honestidad, y hacerlo con conocimiento y gusto, así los resultados se darán por sí solos.

**¿Hay alguna filosofía de un líder de ventas que los haya motivado?**  
Tony Gordon es uno de los vendedores más importantes y exitosos del mundo en nuestro ramo. Hay una frase de él que dice “Success is not a matter of chance, but a matter of choice. We can all choose the level of success we want for ourselves”.

**¿Qué consejo les gustaría dar a los jóvenes que están a punto de emprender en el mundo de los seguros?**  
Que lo que emprendan en la vida lo hagan con orgullo y profesionalismo.

**¿Por qué es importante contar con un seguro?**  
En nuestro entorno tanto personas como empresas estamos expuestos a ciertos riesgos que en caso de ocurrir pueden afectar gravemente al patrimonio, por eso es importante considerar la contratación de un seguro.





# MARISOL CORONA DE PAPADOPULOS

## FOMENTANDO UNA CULTURA DE VALORES

Involucrada en varios apostolados y movimientos de formación durante 24 años, fue parte de la mesa directiva de FAME en la región y actualmente Presidenta de ANSPAC (Asociación Nacional Pro Superación Personal, AC), donde ha encontrado un compromiso enorme con la sociedad lagunera y el ideario de hacer cambiar a familias enteras a través de la inculcación de valores con resultados satisfactorios.

La Asociación inició su labor hace más de 40 años por la iniciativa de cinco mujeres, esposas de empresarios de la ciudad de Monterrey, quienes vieron la necesidad de inculcar los valores en la sociedad y se lanzaron a dar pláticas y formación a esposas de los trabajadores de los negocios. La Laguna cumple 30 años de exitosas formaciones humanas y morales, con un equipo de trabajo muy sólido y comprometido con el bien social.

ANSPAC cuenta tres programas muy importantes y atiende a todos los sectores de la sociedad, el hogar y el trabajo, al igual que a los jóvenes, todos con la misma visión, pero enfocados a diferentes grupos sociales, por la manera en que se enseña y transmite la información, por eso hay personas clave en cada uno, que pueden transmitir sus inquietudes y entender mejor las problemáticas por las que pasan, y así combatir las mediante su ideología y experiencias.

El principal objetivo es sembrar una semilla llena de valores, pasando la responsabilidad de dar mantenimiento a cada uno de los que reciben esa semilla. Esto se logra con su gran equipo de trabajo, el cual cuenta con animadoras que en sus inicios fueron personas que por medio de empresas, tomaron los cursos y al ser testigos de los grandes cambios que se logran con los programas, se convirtieron en maestras de esta metodología. Se trata de mujeres enamoradas de la obra que realizan, quienes junto con Marisol, entre-

gan su corazón para impartir cursos, promover iniciativas, encontrar los modos de atraer gente, generar concursos a nivel internacional y talleres en parroquias. Se capacitan una vez al mes donde tratan la esencia de los temas desarrollándolos con dinámicas y exposiciones cuatro veces al mes.

Su mayor reto es cumplir con un trabajo de tanta responsabilidad como permear a las personas en el hogar y la sociedad, fortaleciendo a los pilares fundamentales de cada familia, orientando a los jóvenes al bien social y personal, logrando una mancuerna de unión y mayor empatía dentro del área laboral. Es una red que trabaja exitosamente, porque está bien pensada y sistematizada.

La labor de Marisol le permite observar el crecimiento que se da en la Asociación y ha visto muy positivo el compromiso de las personas que toman el curso, las que perseveran muestran un verdadero porcentaje de interés en el programa y continúan sin interrupción, mejorando la dirección en la que va su nueva forma de vida. Es un círculo de energía en crecimiento, que contagia a más personas, comprometidas con su vida y mejoras como seres humanos con facultades que nos permiten vivir en plenitud.

Menciona que lo más gratificante es el sentimiento de fraternidad dentro de la Asociación, pues quienes colaboran en ella se convierten en familia, amigos, personas que están en la misma lucha que ellas, con amor a la causa y energía positiva, formando un grupo muy comprometido. Por todo esto, nos invita a conocer más de la Asociación, sus programas, la gran familia que son y el círculo de confianza que va por un gran objetivo: hacer evolucionar a ANSPAC con mayores retos, transformando a más empresas y familias que puedan crecer junto con su visión.♥

**“Las animadoras de ANSPAC son el corazón y alma, ese gran equipo está formado por las heroínas de la historia”**



Fotografía por Edmundo Isais  
Diseño de imagen Waldo Parredes



# ORDUÑA RODOLFO SOLTERO

AMANTE DE LOS AUTOS Y HOMBRE DE NEGOCIOS

Por Fernando M. González Ruiz

**H**ay personas que desde su niñez definen claramente su vocación, tal es el caso de Rodolfo Orduña Soltero, quien nació para ser mecánico automotriz, actividad a la que dedicó su vida entera. Nació en Parral, Chihuahua, el 27 de enero de 1916; hijo de Luciano Orduña Álvarez y Ángela Soltero, quienes procrearon a Eva, Elisa, Rodolfo, Aurora, Emma y María Cruz. Cursó sus estudios en la Escuela Centenario de Torreón.

Muy joven entra a trabajar en Garza Hermanos como lavacoches, con el consentimiento de Don Filemón Garza, socio propietario de la empresa; su natural inquietud por la mecánica lo lleva a aprender el oficio y pronto alcanza el puesto de Jefe de Taller, cargo que le permite perfeccionar sus habilidades naturales

como mecánico. Experiencia que a mediados de 1942 lo motiva a abrir su propio taller: Servicio Orduña, ubicado en Juárez 28 oriente, y en 1948, en la misma calle, pero en el número 65, inaugura su sala de exhibición al convertirse en concesionario de las prestigias marcas norteamericanas Oldsmobile y GMC, y muy pronto también de Vauxhall de Inglaterra y Opel de Alemania.

Es importante considerar que de 1943 a 1946 no hubo producción de automóviles en Estados Unidos y Europa debido a que la segunda guerra mundial demandaba urgentemente vehículos militares. Al término de la actividad bélica y una vez estabilizada la industria metalmeccánica, la producción de automóviles retomó gran importancia.

Rodolfo era apasionado de los autos y no dejaba escapar cuanta oportunidad tuviera de venderlos o arreglarlos. Así, ante la inexistencia de distribuidores de la marca Cadillac en

México, se podían vender en todo el país sin restricción alguna, por lo que logra colocar una buena cantidad de estos vehículos no solo en La Laguna, donde el auge del algodón producia nuevos millonarios cada año (incluso se veía a algunos que entraban a sus ranchos en Cadillac), sino en la ciudad de México, donde encontró una mina de oro.

Tal fue su éxito, que en una convención nacional de Cadillac le entregan un reconocimiento como el mejor vendedor de la marca en el país. A ese evento acudió Don Filemón Garza, quien declaró: “Celebro a Rodolfo por su logro, y más porque ahora es un competidor nuestro, que demuestra que en Garza Hermanos tuvo una buena escuela”.

Rodolfo contrae nupcias con la Señorita Francisca Rodríguez el 26 de diciembre de 1941, con quien procrea a sus hijos Rodolfo, Rosa Velia, Jesús Humberto, Martha, Francisco Javier, Sonia Mayela y María de los Ángeles. Hogareño y muy cariñoso con la familia, era el mejor padre, pero el peor jefe en el trabajo, ya que exigía el doble a sus hijos que a los demás empleados, buscando que se formaran lo mejor posible. Era piloto privado, y gustaba practicar la natación y los clavados. Bien entonado, le gustaba cantar música romántica, así que la bohemia era una de sus grandes pasiones. Fue miembro de la Cámara Junior de Torreón, AC.

Una de sus frases que lo enmarcan como un buen lagunero y hombre de trabajo es: “Debemos impulsar el fomento de la educación pública como medio para formar mejores ciudadanos y elevar nuestro nivel de vida regional y nacional; impulsar la industrialización, generar vías de comunicación y lograr comprensión armónica entre gobernantes y gobernados”. Fue uno de los impulsores para establecer la Cámara Nacional de la Industria de Transformación en Torreón, ya que los talleres de servicio que contaban con torno eran considerados como una sección de esa cámara empresarial.

La crisis económica que azotó a la región lagunera en 1964, principalmente por la afectación en el cultivo y el bajo precio del algodón, obligó a Rodolfo a cerrar definitivamente su taller de servicio y la concesionaria. Fallece el 22 de noviembre de 1992 de un infarto, causando su muerte consternación en la Comarca Lagunera, a la que dedicó su trabajo como un excelente mecánico automotriz.♥



Fuente: Rodolfo y Jesús Orduña Rodríguez, apuntes familiares.

# CON EL MANIQUÍ CIMACO

## ¡PON A PRUEBA TU DESTREZA!

### Y DESCUBRE UNO DE LOS 85,000 OBSEQUIOS QUE CIMACO TIENE PARA TI!

ADemás PARTICIPA EN EL SORTEO DE  
5 AUTOMÓVILES VENTO 2015



SORTEO  
**cimaco**<sup>®</sup>  
ANIVERSARIO 5



1



**POR CADA \$1,500 DE COMPRA, PARTICIPAS PARA GANAR 1 DE LOS 5 AUTOMÓVILES VOLKSWAGEN VENTO 2015\*.**

2



**DEPOSITA TU TALÓN DEBIDAMENTE LLENADO EN LA URNA.**

3



**PON A PRUEBA TU DESTREZA Y ENGANCHA UNA ETIQUETA DEL MANIQUÍ, PUEDES RECIBIR UNO DE LOS 85,000 OBSEQUIOS QUE CIMACO TIENE PARA TI.**

4



**SI TU ETIQUETA ES GANADORA, CANJÉALA CON EL PERSONAL DE APOYO.**



PLAZA CUATRO CAMINOS | HIDALGO  
[www.cimaco.com](http://www.cimaco.com)

**cimaco**<sup>®</sup>  
Años De Ofrecer Lo Mejor Para Vivir Bien

\* Consulte restricciones. Participan las notas de compra realizadas del 28 de Agosto al 31 de Diciembre de 2015 en Cimaco. No participan notas re-impresas, abonos a cuenta, recarga de tiempo aire via telefónica, vinos, licores, cerveza y tabaco. No participan empleados de Cimaco, promotores externos, ni concesionarios, así como toda persona relacionada o involucrada a la mecánica del Maniquí Cimaco. Participan restaurantes La Terraza, El Agave, La Patata, Deli y Gourmet Cimaco. Las notas de Cimaco en Línea no participan en la dinámica del Maniquí, sólo en el sorteo de los automóviles. Permiso SEGOB de Sorteo 85 Aniversario: 20150411PS02. Consulte nuestra política de privacidad en [www.cimaco.com](http://www.cimaco.com)



# SCUDERIA

# FERRARI

## STREET DEMO

Llegó a nuestro país una demostración de **tecnología, rapidez y sonido**, proveniente desde lo más profundo de la casa creada en 1929 por el **piloto Enzo Ferrari**.

La calle más representativa del corazón del país fue el marco ideal para que la Scuderia Ferrari presentara el evento Street Demo, una demostración de la capacidad de asombro que nos puede hacer sentir la empresa de Maranello. El evento conjugó la historia y tradición con el talento y pasión de los pilotos mexicanos Esteban Gutiérrez y Ricardo Pérez de Lara, ambos pertenecientes a las filas de Ferrari en la Fórmula Uno.

Con un público que superó las 50 mil personas, los asistentes disfrutaron de las maniobras que el regiomontano compartió, siendo por mucho el preferido en el evento. El rugido del motor lo llevó desde la fuente de la Diana Cazadora hasta la Glorieta de La Palma, observando el bólido en que ha convertido su Ferrari F60.

Como parte de la demostración de lo mucho que se podrá apreciar en noviembre, la Scuderia realizó maniobras de cambio de neumáticos, un show para los asistentes, ya que los reemplazos eran colocados en un tiempo de apenas cuatro segundos.

Ricardo Pérez de Lara, nacido en la capital del país, fue el otro piloto que evidenció la razón por la que se convirtió en campeón mundial AM de Ferrari Challenge 2014. En esta ocasión compartió con los aficionados de nuestro país las envidiables características de su Ferrari 458 Challenge.

Con este evento la Fórmula Uno da un paso más rumbo al Gran Premio de la Ciudad de México, que se llevará a cabo los días 30 y 31 de octubre y 1 de noviembre en la pista del mítico Autódromo Hermanos Rodríguez de la Magdalena Mixhuca.



elcostenito.mx

MARISCO FRESCO Y MAR  
**COSTEÑITO**  
ponte bien *playa*

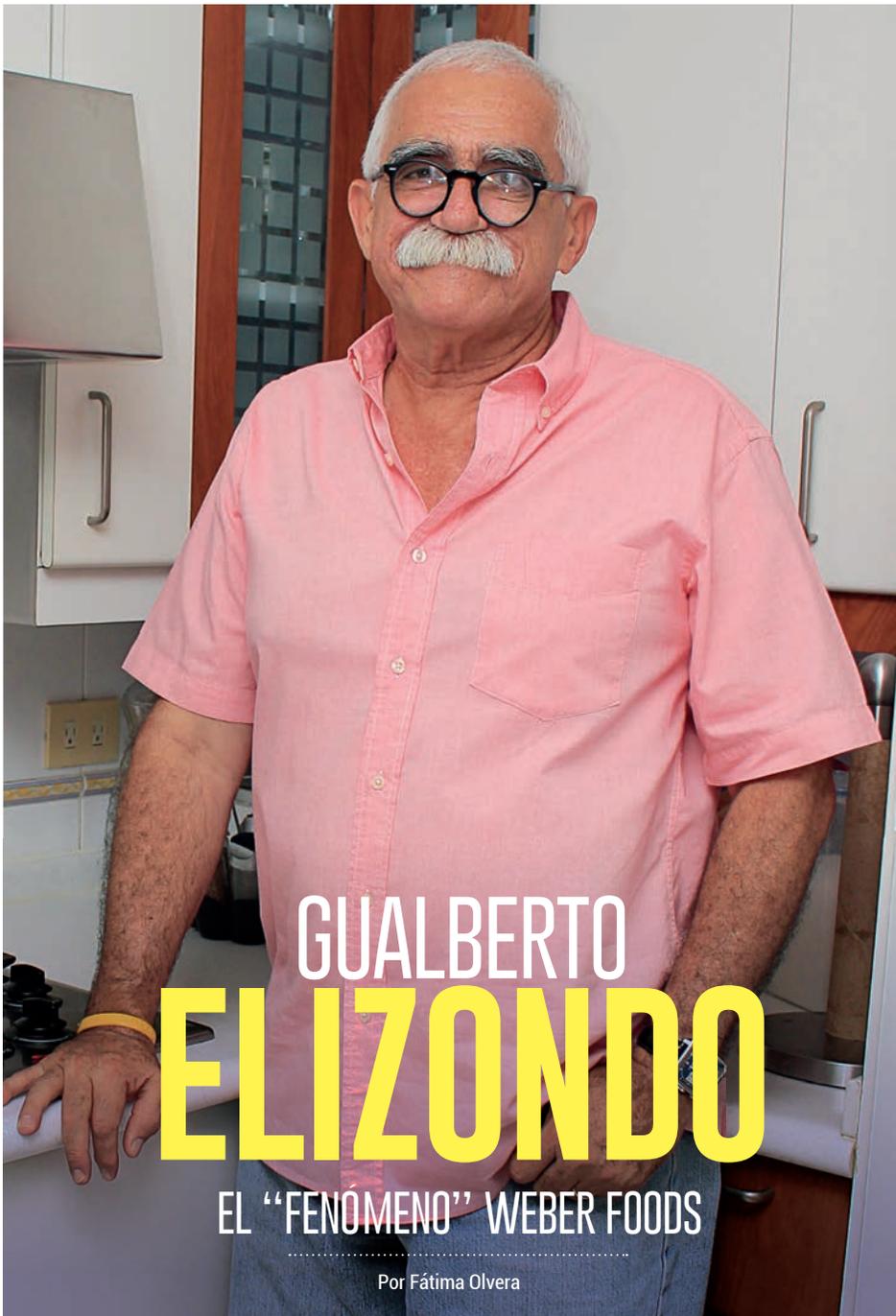
# ponte bien *playa*

mezcalita de jamaica

INDEPENDENCIA  
INTERMALL  
CUATRO CAMINOS  
GALERÍAS LAGUNA  
GÓMEZ PALACIO

taco torero





# GUALBERTO ELIZONDO

EL "FENOMENO" WEBER FOODS

Por Fátima Olvera

## ¿Cómo nació Weber Foods?

Un día viendo en redes sociales (Instagram), encontré unas fotos increíbles de cocina, empecé a seguir cocineros de todo el mundo que me gustaban. Un día subí una foto y tuvo 16 likes. Esto me llevó a pertenecer a la sociedad Gastronómica de Monterrey, me hice amigo de ella gracias a Instagram, y también de otros chefs reconocidos de toda la República. Nunca imaginé que iba a tener más de seis mil 300 seguidores en tan poquito tiempo, es una cuenta muy activa.

## Háblenos del famoso "Patio de La Lumbre".

Es un lugar de mi casa donde tengo todos mis asadores y ahí cocino normalmente. Me gusta más afuera que la cocina, aunque cualquier forma de cocina me agrada, pero me fascina el reto que te da la lumbre o el fuego, donde no tienes el control de subirle y bajarle, sino que debes manejar el fuego, luchar contra él para obtener lo mejor, y aprovechar los aromas y sabores que nada más el fuego da.

## ¿Qué es lo que más disfruta de cocinar?

Puedo decir que me gusta más la cocina que todo lo demás, porque en la mesa se platica, se da el corazón cuando sirves; la mesa es increíble y es lo más reconfortante que pueda haber en una casa. Si quieres hacer un amigo nuevo, invítalo a comer o a cenar.

Tacos de horquilla



**D**e entrada no se considera chef porque no se dedica a la cocina. Más bien Gualberto Elizondo es un apasionado de la buena comida y sobre todo, de aquello que puede cocinarse en la lumbre.

La cuestión de la cocina la aprendió de sus abuelas y sus padres, pues siempre ha sido muy observador y disfrutaba salir de excursión y poner atención cuando su padre cocinaba.

Desde hace 44 años pertenece al Auto Club, ya que otra de sus grandes pasiones son los autos, grupo que fijó los miércoles como día de la cena. "Normalmente pedíamos hamburguesas. Luego compramos un asador y empecé a hacer la carne asada. Después fue cada vez más complicado, hasta hacer platos complejos de tres a cuatro tiempos. Comencé a cocinar en mi casa viendo a mi mujer hacer paellas buenísimas, y documentándome encontré algunas otras formas más ortodoxas de prepararla, inicié con eso y luego con otro tipo de cocina norestense, que es la que más me gusta, porque me recuerda a mis orígenes y me trae muchas vivencias, pero me fusiono con cualquier plato que me encuentro. No estoy casado, ni peleado con ninguna cocina ni con ninguna técnica", manifestó.

# PLIEGO GENÉRICO

**A**  
**AXALTA**  
**Pinturas**

**Imlar**®



**MATRIZ**  
Diagonal Las Fuentes 92  
Col. Villas La Merced, Torreón, Coah.  
(a media cuadra del Palacio de Justicia)  
Tel. (871) 763-8080

COMERCIALIZADORA  
**Saulo**  
S.A. de C.V.

**SUCURSAL LA MARINA**  
Calzada Abastos 333 Int. 2025  
Col. Estrella, Torreón, Coah.  
(Plaza La Marina)  
Tel. (871) 747-9705

**SUCURSAL LA 12**  
Mariano López Ortíz  
#1420 Nte. Col. Centro  
(Entre Lerdo de Tejada y  
Gómez Farías)  
Tel. (871) 793-1237

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

Esta es una publicación de Axalta Coating Systems México, S. de R. L. de C.V. (Axalta)





# ALFREDO MURRA FARRÚS

## CONFESIONES DEL HOMBRE QUE CRECIÓ EN LOS PASILLOS DE CIMACO

*Por José Alejandro Antunes | Fotografías Edmundo Isais*

Hablar de Cimaco es sencillamente pensar en la tienda departamental icónica de La Laguna, que hoy, después de 85 años de historia, se refresca con el liderazgo de un hombre que posee una visión global enfocada en los detalles, la atención personalizada y la calidad comparable con las tiendas de New York, París, Londres o la ciudad de México.

En una entrevista en exclusiva, Alfredo Murra Farrús nos detalla la historia, el recorrido y la visión que como hombre de negocios tiene para incrementar el éxito que por más de ocho décadas ha sustentado a Cimaco. Conoce la ideología y formación de valores heredada de su abuelo y sus padres, la amabilidad y atención característica de los Murra, una vida de trabajo y constancia que ha puesto a la empresa en el lugar que se merece.



## EL LEGADO

### ¿Cuáles han sido los momentos de crecimiento más importantes de Cimaco?

Muchos han sido significativos, creo que entre lo más destacado está la planeación y construcción de Plaza Cuatro Caminos, inaugurada en noviembre del 2001. En ella se encuentra la tienda Cimaco con más metros de piso de venta. La expansión ha sido otro de los grandes logros de la empresa, la apertura de las sucursales de Saltillo y Mazatlán que se inauguraron en noviembre de 2001 y 2013, respectivamente.

### Después de más de ocho décadas, ¿cómo ha afrontado las diferentes crisis económicas y sociales el Grupo?

Con cautela, midiendo los riesgos para tratar de minimizarlos. Consensuando con los Consejeros y Directivos sobre las acciones a tomar, pero al mismo tiempo con el optimismo de saber que una crisis no dura para siempre.

### ¿Quiénes considera Cimaco que han sido sus pilares?

Los fundadores: mi abuelo Elías Murra Marcos y sus hermanos Juan, Alberto, Jacobo y

Óscar Manuel, al igual que su tío Carlos Issa Marcos; mis tíos Fernando, Roberto y Rogelio, y nuestro Presidente del Consejo, mi papá Eduardo Murra Marcos; mi hermano Eduardo, que a su paso dejó muchas de las bases de los sistemas de informática y mi hermana Nuria, que ha estado colaborando en el Área Comercial, al igual que mi tía Mariví y mi mamá que ha aportado su creatividad en el Área de Restaurantes. Suena mucha familia, por ello Cimaco es un negocio familiar; pero también hay una importante cantidad de directivos y colaboradores que han sumado mucho.

Quiero mencionar a algunos de los Directivos actuales de Cimaco que son ahora el pilar y el agente de los cambios que se están dando: Lic. Carlos Eduardo Abraham Murra Marcos, Presidente del Consejo de Administración; CP Cecilia Ramírez Hamdan, Directora Administrativa; Lic. Carlos Bracho González, Director Comercial; Nuria Farrús de Murra, Gerente de Área de Gastronomía; Lic. Eugenio Tumoine García, Gerente de Operaciones; CP David Vega de la Torre, Gerente de Crédito y Cobranza; Ing. Jesús Mesta Ramírez, Gerente de Sistemas; Sr. David Montelongo Sánchez, Gerente de Recursos Humanos; Lic. Oscar Rodríguez Valenciano, Gerente de Distribución y Logística; Lic. Nuria Murra Farrús, Gerente de Compras; Lic. Diana Fernández, Gerente de Mercado; Ing. Carlos Fernández Salas, Gerente de Abastecimiento; Lic. Javier Pérez Bracho, Gerente de Plaza Cuatro Caminos; entre muchos otros directivos y colaboradores que han aportado enormemente a la empresa.

### ¿Cuáles son las fortalezas de Cimaco que le han permitido superar diferentes competidores durante tantos años?

El enfoque al cliente, la búsqueda de la mejora continua y la capacidad de transformarse. Al inicio solo se vendían radios, poco tiempo después se agregaron algunos otros artículos para el hogar y fue hasta 1986 que se empezaron a manejar los departamentos de perfumería y ropa.

### ¿Cuál es el recuerdo del Cimaco de ayer más peculiar que haya escuchado de sus abuelos y padres?

Los clientes recuerdan mucho a Don Jacobo, hermano de Don Elías, quien personalmente atendía a la clientela. Los laguneros decían que todos le debían a Cimaco.

**El nombre de Cimaco** proviene del conjunto de las iniciales del socio fundador **Carlos Issa Marcos Company**



#### **LA TRAYECTORIA**

**¿Cuál fue su primer acercamiento formal a Cimaco como parte de un equipo de trabajo?**

Entré a colaborar al Área de Compras, como Comprador Jr. de la Señora Lourdes Ramírez, quien era la Compradora de línea blanca, ella era mi jefa directa y a su vez le reportaba al Señor Gabriel de León, quien tenía el cargo de Gerente de Compras.

**Háblenos acerca de su formación profesional y de la manera en ha continuado preparándose.**

Soy titulado de la carrera de Administración por el ITESM Campus Laguna, he tomado nueve diplomados y talleres, entre los que puedo mencionar como más provechosos el de Administración y Planeación Estratégica del Comercio Detallista y el de Finanzas.

**Al día de hoy, ¿cuál ha sido el logro del que se siente más orgulloso?**

Son dos los principales que podría mencionar: uno es la transformación del Área Comercial de Cimaco, hacerla más profesional implementando contratos y ordenando formatos y procedimientos, haber establecido el financiamiento a proveedores con la plataforma de Cadenas Productivas de Nafinsa y otros bancos, las negociaciones con



proveedores y marcas importantes. Otra fue el análisis, selección e instauración de un sistema WMS (Warehouse Management System), que nos ha permitido dar mejor servicio en recibo y entrega de mercancía. Estos relevantes logros han sido posibles gracias a los equipos de trabajo de Cimaco.

**¿Cómo ha conseguido una conexión con cada líder de área de Cimaco?**

Con reuniones y revisiones periódicas de indicadores de desempeño. También una vez

al año tenemos una sesión de dos días, donde nos detenemos un poco de la operación diaria, para realizar dinámicas de integración y planeación estratégica.

**¿Qué funciones de dirección son las más relevantes que aprendió de su padre?**

Ser muy analítico e imparcial al tomar una decisión significativa para el negocio. La organización, pues él es muy ordenado con los documentos, lleva un expediente físico para cada asunto.



#### LA NUEVA ERA

**Cimaco tiene más de 85 años de trayectoria, experiencia y éxitos, ¿cuál es su camino próximo a seguir?**

Queremos abrir más sucursales y seguir impulsando la venta en línea desde [www.cimaco.com](http://www.cimaco.com)

**Es notorio que han tenido un desarrollo destacado en la representación de grandes marcas, ¿se espe-**

#### **ran más comers exclusivos para Cimaco?**

Estamos por aperturar la boutique de las marcas colombianas Color Siete y Rosé Pistol en Cuatro Caminos, y nos encontramos en negociaciones con otras importantes marcas de accesorios de lujo.

**¿Cómo festeja Cimaco su 85 aniversario? ¿Qué eventos tienen planeados?**

Con el sorteo de cinco automóviles VW Vento,

modelo 2015, uno por cada sucursal, y adicionalmente estaremos obsequiando 85 mil artículos, entre los que habrá monederos Cimaco de cinco mil pesos, serán 85 cada mes, de septiembre a diciembre. Estos artículos se estarán regalando dentro de una dinámica divertida, donde podrán participar todos los integrantes de una familia, sin importar su edad.♥

### PLAYERS Brief

Emplea a **mil 519 personas** (al cierre de julio 2015).

Cuenta con **cinco tiendas departamentales**

En Coahuila dos en Torreón y una en Saltillo; una en Ciudad Juárez, Chihuahua y una en Mazatlán, Sinaloa

Tiene **siete restaurantes**

Café Cimaco Hidalgo, La Terrazza, Gourmet Cuatro Caminos, Gourmet Saltillo y Gourmet Mazatlán, La Patata y El Agave, **así como el módulo de comida para llevar Deli ubicado en Cuatro Caminos**

Cerca de **40 marcas de lujo**

están presentes, entre las cuales destacan Hugo Boss, Chanel, Swarovski, Mont Blanc, Pineda-Covalín, Brooks Brothers, Adolfo Domínguez, Tommy Hilfiger, Calvin Klein, BCBG y Facconable

Se encuentran instaladas **boutiques de cosméticos MAC y de ropa de la marca U por Adolfo Domínguez**

# THIS IS THE MOMENT

to be classy and fabulous



[f /OpticadelRosario](#)

EN LA COMPRA DE UN ARO  
oftálmico con micas premium

## GRATIS

un par de micas monofocal

**15% DE DESCUENTO**  
*en armazón solar*

— 0 —

**10% DE DESCUENTO**  
*y meses sin intereses.*

  
**Óptica  
Del Rosario**



City Club Torreón / City Club Gómez Palacio



Paseo de la Rosita #915

# XTREME WHEELS

Bichara Marcos | Alan Reed | David González | Jesús González  
Fotografías por Edmundo Isais  
Entrevistas por José Antunes



# ADUÉNATE DE

# LA CARRETERA

ATRÉVETE A VIVIR NUEVAS EXPERIENCIAS  
¡TENEMOS PLANES DE FINANCIAMIENTO!



Harley-Davidson®

**LAGUNA HARLEY-DAVIDSON®**  
BLVD. INDEPENDENCIA 3425, COL. EL FRESNO, TORREÓN, COAH.  
WWW.HARLEY-DAVIDSON.COM · (871) 299 4000



Harley-Davidson  
Finance®

# BICHARA MARCOS

## MELO

PROFESIONALISMO  
CON RIESGO



**P**ara Bichara las características esenciales de esta práctica son alta velocidad, riesgo y exigencia, algo que puede ser agotador, pero con resultados muy satisfactorios. A los cinco años experimentó su primer acercamiento y le surgió la inquietud de manejarla, originando que le compraran una motocross a esa edad. En el 2008 tuvo la oportunidad de participar en el Campeonato Nacional de Velocidad en varias ciudades del país. Definiéndolo como un deporte serio y exigente, donde competir implica mucho profesionalismo, dedicación y sobre todo, entrenamiento, ya que un error puede costar la vida.

**“Uno de los mejores sentimientos que existe es cuando estoy arriba de la moto”**

- ▶ **Años de práctica:**  
21
- ▶ **Tiempo de dedicación semanal:**  
10 horas
- ▶ **Modelo de moto:**  
Yamaha YZ250F 2009
- ▶ **Experiencia memorable:**  
Correr la final del Nacional en el Autódromo Hermanos Rodríguez en la ciudad de México, donde logré romper mi récord personal de velocidad máxima





# POLARIS®



*La espera terminó, llegó el*

## **RZR XP Turbo EPS**

*Tenemos planes de financiamiento.*

\*Consulta con tu distribuidor autorizado los modelos participantes. Aplica restricciones. BNP PARIPAS Personal Finance.



**POLARIS LAGUNA**  
BLVD. INDEPENDENCIA 3444 OTE. INT. A COL. EL FRESNO, TORREÓN, COAHUILA.  
TEL: 5 00 2700

# ALAN REED

## SERHAN

LÍMITE FÍSICO Y MENTAL



**S**u gran pasión por el motociclismo inició a la temprana edad de cinco años. Observar a su padre en importantes carreras lo inspiró a dedicarse a practicar uno de los deportes extremos más completos, exigentes y divertidos. Definiéndolo como “una actividad que lo lleva al límite de su físico y su mente” por la gran concentración que conlleva junto a la demanda corporal que le exige un entrenamiento duro. Gracias a su talento heredado, ha participado en carreras locales de motocross y supercross, así como en el Circuito de la ANEN (Asociación Nacional de Endureros del Norte).

**“Practicar este deporte es algo que llevo en la sangre, está en mis genes”**

► **Años de práctica:**

24

► **Tiempo de dedicación semanal:**

15 horas

► **Modelo de moto:**

KTM250sx 2015

► **Experiencia memorable:**

Compartir mis primeras rodadas con mi padre, quien me enseñó desde a darle mantenimiento a mi moto hasta a divertirme con ella



DAVID

GONZÁLEZ

ZAMBRANO

UN ESTILO DE VIDA  
SOBRE RUEDAS



**“Percibo el significado de Harley Davidson, sin duda, como vivir la magia de transportarse al pasado en tiempo real”**

► **Años de práctica:**

22

► **Tiempo de dedicación:**

Una vez por semana

► **Modelo:**

XL883N Sportsner Iron 2013 Edición Limitada

► **Experiencia memorable:**

Viajar con mi esposa desde Torreón hasta Milwaukee, para la celebración del 110 aniversario de Harley Davidson

**E**l sentido de aventura le viene como herencia de su abuelo. Ser endurero por más de 15 años lo llevó a explotar ese lado y lo fue transportando, desde el 2013, rumbo a su etapa actual: el mundo Harley. Para él esta práctica es una inspiración hacia un estilo de vida, además de que le permite compartir su pasión sobre ruedas, con la compañía de su esposa e hijos.

# JESÚS GONZÁLEZ CAMPOS

MÁXIMA RESISTENCIA



**E**l motocross es un deporte de contacto y alto riesgo, que exige 100% del estado físico y mental del piloto, ya que siempre está expuesto a accidentes. Jesús heredó la pasión por este gran deporte extremo desde joven, a partir de los 12 años de edad ha participado en importantes carreras que le ayudan a detonar su gusto por la adrenalina. Lo esencial para él es mantener un excelente nivel de competencia, lo cual logra pulir con las rutinas de entrenamiento que realiza, generando una gran condición y sentido de alerta para cualquier situación.

**“Practicar motocross significa libertad; es lo mejor que hago que me sale natural”**

- ▶ **Años de práctica:**  
13
- ▶ **Tiempo de dedicación semanal:**  
12 horas
- ▶ **Modelo de moto:**  
KX250F
- ▶ **Experiencia memorable:**  
Al recibir mi licencia de la FMM (Federación Mexicana de Motociclismo) en el 2003





# SOMOS MÁS QUE UN TALLER DE SERVICIO



Estética  
automotriz.



Mecánica  
en Gral.



Enderezado  
y pintura



Valuación  
profesional.



Atención 100%  
personalizada.



Instalaciones  
de primera calidad.

Además ofrecemos  
atención y servicio a  
**CLIENTES PARTICULARES**



Todo nuestro personal  
esta **ALTAMENTE CAPACITADO**  
para ofrecerte un servicio  
100% de calidad

Trabajamos con las mejores  
aseguradoras de México



**Automotriz 911, Torreón**

Av. Lerdo de Tejada No. 1548 Ote.  
Col. Centro, Torreón, Coah.

**Teléfonos**

• 713 3  
• 718 3  
• 717 7

**911**

Automotriz 911  
San Pedro Garza García

Av. Benito Juárez No. 810 Nte.  
Col. Centro, San Pedro Garza García, N.L.

**Teléfonos**

• (81) 8338 1911  
• (81) 1939 7544

# PLANTAS ARMADORAS DE AUTOS

Auge de su instalación  
en México

**H**ace 80 años, en 1935, GM instaló su primera planta automotriz en nuestro país, y en los años posteriores del siglo XX varias firmas también llegaron a tierras mexicanas con sus áreas de producción, entre ellas Chrysler (hoy FCA) en 1938 y Volkswagen en 1964 son las de mayor antigüedad.

En la segunda década del siglo XXI, derivado del nuevo modelo económico global, se ha vivido un auge sin precedentes en la industria automotriz nacional. Uno de los principales motivos de esta tendencia es que producir localmente posibilita que las marcas ofrezcan precios más competitivos y un mejor servicio posventa, lo primero porque el costo de la logística, que en promedio representa 10% del valor de un producto, se suprime; y en cuanto al servicio, se optimiza al contar con las refacciones “en casa”.

A partir del 2016 entrarán en operación las líneas productivas de marcas como Audi (Puebla), BMW (San Luis Potosí), Kia (Nuevo León) y Daimler/ Nissan (Aguascalientes), las cuales ya iniciaron la contratación de personal, cambiando las estadísticas de

empleo en México, que de acuerdo con el Inegi creció 6.3% de enero a abril de este año, en comparación con el mismo periodo del 2014.

Por lo anterior, en esta ocasión te presentamos reveladores datos acerca de algunas de las empresas automotrices que operan en la República y pueden calificarse como transformadoras de su industria.

## Cifras para recordar



Actualmente el **85%** del mercado mexicano está dominado por siete marcas

- Al finalizar el 2015 serán **más de 30 las marcas de vehículos ligeros** con presencia en el mercado mexicano.

Fuente: Manufactura, [www.manufactura.mx](http://www.manufactura.mx)

- De acuerdo a la perspectiva de los analistas especializados en el sector automotriz, las unidades vendidas en el mercado nacional para el 2015 oscilarán **entre un millón 196 mil 930 y un millón 280 mil.**

Fuente: El Financiero, [www.elfinanciero.com.mx](http://www.elfinanciero.com.mx)

Fuente: Asociación Mexicana de Distribuidores de Automóviles, [www.amda.mx](http://www.amda.mx)



**FCA MÉXICO**  
**77 AÑOS DE PRESENCIA**



**Bruno Cattori**  
Presidente y CEO de FCA México

Inició operaciones en 1938. Su edificio corporativo y Centro de Ingeniería Automotriz se ubican en la ciudad de México. Cuenta con una red de 290 distribuidores de Chrysler, Dodge, Jeep, Ram, Fiat, Alfa Romeo y Mitsubishi. Da empleo directo a más de 10 mil personas en tres zonas del país: DF, Estado de México y Coahuila. Tiene un centro de distribución de autopartes (Mopar) en Toluca y siete plantas: Ensamble y Estampado (Toluca y Saltillo), Motores Sur y Norte, y Ensamble Saltillo Van. Al cierre del 2014 exportó 465 mil 718 unidades.



Inversión en planta más reciente (2013): Ensamble de Saltillo Van  
**1,085 mdd**

**10 mil**  
empleos

**9,009\***  
unidades vendidas

**modelos fabricados**

Dodge Journey, Fiat (Freemont y 500) y Ram (1500, 2500/3500, Mega Cab, 3500 Chassis Cab, 4500/5500, ProMaster y 4000)

\*Durante julio de 2015 (mejor mes del año)

En 1984 el corporativo de Honda buscó establecer su séptima planta productiva fuera de Japón, eligiendo Jalisco (El Salto) como el mejor sitio de nuestro país para instalarla, iniciando en 1985 la producción de motocicletas y partes metálicas de automóviles para el mercado de las refacciones. En 1995 una planta adyacente empezó a producir autos con el Accord y en el 2007 la CR-V. La planta de Celaya, Guanajuato comenzó a operar en el 2014, dedicándose al modelo Fit y a partir de este año arrancó la producción de HR-V.



Inversión en planta de Celaya, Guanajuato (2014)

**800 mdd**

**3,200**  
empleos directos en la planta de Celaya

**800 mil**  
unidades producidas al año en El Salto y Celaya

**modelos fabricados**

Accord, Fit, CR-V y HR-V



**HONDA DE MÉXICO**  
**THE POWER OF DREAMS**



**Isamu Yamaki**  
Presidente y Director General de Honda México



En el 2014 la automotriz japonesa inició la producción de vehículos en nuestro país en su planta de Salamanca, Guanajuato. Los modelos que fabrica son Mazda2 y Mazda3, y en su primer año de operaciones produjo cerca de 102 mil unidades, dirigidas tanto al mercado nacional, así como a Europa, EU, Canadá, Centro y Sudamérica. La instalación de esta planta fue una coinversión entre Mazda (70%) y el consorcio nipón Sumitomo (30%). Se espera que para el 2016 alcance 250 mil unidades.

Inversión inicial  
**770 mdd**

**5,200**  
empleos

**140 mil**  
unidades fabricadas

**modelos fabricados**

Mazda2 y Mazda3

**La planta producirá también 50 mil autos subcompactos Toyota**

\* Producción estimada para el 2015

## MAZDA MÉXICO VEHICLE OPERATION



Miguel Barbeyto  
Director Senior de Mazda de México

La marca tiene 80 años de operar en nuestro país y emplea alrededor de 15 mil personas de manera directa. Cuenta con instalaciones en Toluca, Estado de México; Silao, Guanajuato; Ramos Arizpe, Coahuila; San Luis Potosí, SLP, y oficinas corporativas en la ciudad de México. Comercializa productos de las marcas Chevrolet, Buick, GMC y Cadillac.

Inversión inicial  
**5 mil mdd**

**15 mil**  
empleos

**27,939\***  
unidades fabricadas

**modelos fabricados**

Aveo, Sonica, Captiva Sport, Trax, Silverado (1500, 2500 y 3500), Avalanche, Sierra, Escalade EXT y SRX SUV

**En el periodo 2013-2018 la inversión se destinará a la expansión de plantas Toluca, Ramos Arizpe, Silao y San Luis Potosí**

\*Periodo enero-mayo 2015



**GM  
DE MÉXICO**



Ernesto Hernández  
Presidente y Director General de GM de México

La primera planta de Nissan fuera de Japón se abrió en México en 1966, ubicada en Cuernavaca para producir el Datsun Sedán Bluebird. La marca también cuenta con dos plantas en Aguascalientes (1982 y 2013), en las cuales se produce en exclusiva para la ciudad de Nueva York el NV200 Taxi, Tiida y March, y en 2014 se anunció la construcción de una tercera en alianza con Renault y Daimler; en ese mismo año se lanzó al mercado mexicano el 100% eléctrico LEAF. En 2015 por sexto año consecutivo Nissan Mexicana es líder de ventas en nuestro país.



Inversión en planta de  
Aguascalientes

**mil 50 mdd**  
(2009-2013)

**14 mil 500**  
empleos

**500 mil\***  
unidades producidas  
con energías renovables

**modelos fabricados**  
Tiida, March, NV200 Taxi y LEAF

\*En lo que va del 2015



**NISSAN MEXICANA**  
**INNOVATION THAT EXCITES**



Airton Cousseau  
Presidente y Director General de Nissan Mexicana



**FORD MÉXICO**  
**GO FURTHER**



Gabriel M. López  
Presidente y Director General de Ford de México

Su primera planta en México se localiza en Cuautitlán y fue inaugurada en 1964 y reabierta en el 2010 después de una remodelación; tiene un área de ensamble y otra de operación. La marca cuenta con cuatro plantas más en nuestro país: dos en Chihuahua (1983 y 2009), Hermosillo (1986) e Irapuato (2005). Ford de México produce para el mercado nacional, así como para Europa, Asia y África, y exporta a EU, Canadá, Colombia, Argentina y Brasil. En abril del 2015 anunció la remodelación de una de sus plantas de Chihuahua, la apertura de una nueva en la misma entidad y otra en Guanajuato.



Inversión inicial

**2 mil 500 mdd**

Ampliación y apertura de planta en Chihuahua y apertura de planta en Guanajuato

**3 mil 800**  
empleos directos con  
las nuevas plantas

**308 mil 730\***  
unidades vendidas  
en total

**modelos fabricados**  
Fiesta y Fusión (Ford) y Lincoln MKZ

\* Durante el 2014



**TOYOTA MOTOR  
MANUFACTURING  
MEJORES MOMENTOS**



**Jim Lentz**  
Presidente de Toyota Norteamérica

Comenzó a operar en el 2004 como la primera planta de Toyota en nuestro país, ubicada en Baja California, generando 760 fuentes de empleo, con una nómina de 1.2 millones de dólares y una inversión actual de 170 millones de dólares; en ella se produce el modelo Tacoma (50 mil unidades) y cajas para pick-up (200 mil unidades). El pasado mes de abril se anunció la apertura de una nueva planta de la firma en Celaya, Guanajuato, con una inversión de mil millones de dólares y que a partir del 2019 producirá 200 mil unidades del modelo Corolla.



Inversión en planta de Celaya, Guanajuato (2019)

**Mil mdd**

**760**  
empleos actuales,  
más **200 mil** por  
nueva planta

**50 mil**  
unidades  
producidas

**modelos fabricados**

Tacoma y Corolla (a partir del 2019)

La empresa se constituyó en 1964, iniciando sus operaciones en Xalostoc, Estado de México. Al siguiente año inició la construcción de su planta en Puebla y en 1967 se produjo el primer Sedán. También se produjeron en ella los modelos Safari (que en 1973 comenzó a exportarse a EU), Combi, Brasília, Caribe, Golf, Derby, New Beetle, Jetta y Bora. La planta se amplió a partir del 2010 con el Segmento Poniente y una pista de pruebas. En el 2013 en las instalaciones de VW en Silao, Guanajuato se empezaron a fabricar motores. El año pasado la marca automotriz celebró 50 años de presencia en nuestro país.



Inversión más reciente en planta de Puebla

**7 mdd**

**16 mil**  
empleos directos en  
la planta de Puebla

**600 mil**  
unidades en  
promedio al año

**modelos fabricados**

Jetta (en sus diferentes versiones), Clásico, Golf 7 y Tiguan (2016)



**VOLKSWAGEN  
DE MEXICO  
DAS AUTO**



**Andreas Hinrichs**  
Presidente del Consejo Ejecutivo de Volkswagen de Mexico



Westinghouse



Hasta **24.5 SEER**

*Sistema de Confort iQ Drive<sup>®</sup>  
Aire Acondicionado y Manejadora*

*5 y 8 años de Garantía  
En todos sus componentes*

*Clima Controlado y  
Asociados S.A. de C.V*

Paseo del Tecnológico # 1380,  
Fracc. Sta Anita CP 27294

Tel. 730 04 39

Usted puede estar seguro... si es Westinghouse



# MÉXICO ON WHEELS



## RUMBO DEL SECTOR AUTOMOTRIZ

Independientemente de las opiniones y percepciones de expertos y comunicadores que día a día vemos en la televisión, escuchamos en la radio o leemos en los medios impresos, la realidad es que este año el crecimiento en la comercialización de automóviles ha aumentado en comparación con el 2014.

POR VICTOR BLANKENSE

**C**on un logro histórico, durante el primer semestre del año la industria de automotores comercializó en el país 609 mil 825 vehículos, es decir, un aumento que supera las 109 mil unidades en comparación con el 2014.

La diferenciación de resultados en venta de producto nacional e internacional durante este primer semestre tuvo la siguiente colocación: creció 20.4% en las ventas internas, lo cual equivale a 282 mil 940 unidades. Por su parte las del exterior aumentaron 23.1%, en comparativa con el año anterior son 61 mil 429 más.

Las asociaciones encargadas de reportar las ventas internas mencionaron que durante mayo se presentó el tercer crecimiento más alto en lo que va del 2015.

Existen muchos motivos que permiten el crecimiento estabilizado del sector, sin embargo, el de mayor consideración es el incremento en créditos por parte de las instituciones financieras, un elevado nivel de confianza del consumidor al adquirir bienes duraderos y los diferentes actos que han limitado la importación de automóviles usados vía amparos.

### Ventas acumuladas (1er semestre 2015)

MARCA	VENTA DE UNIDADES	VAR % (2014-2015)	MARCA	VENTA DE UNIDADES	VAR % (2014-2015)
NISSAN	189,136	25.2	PEUGEOT	3,962	20.6
GENERAL MOTORS	137,523	19.2	MINI	2,963	37.2
VOLKSWAGEN	189,136	25.2	KIA	1,499	N.C.
FCA MÉXICO	55,943	15.8	ACURA	1,346	12.7
FORD MOTOR	48,556	11.2	LINCOLN	1,046	5.8
TOYOTA	41,413	20.7	INFINITI	939	32.4
HONDA	37,871	28.7	LAND ROVER	851	-6.7
MAZDA	30,429	46.1	SUBARU	824	4.7
HYUNDAI	13,551	350.2	VOLVO	754	38.3
RENAULT	12,473	-1.1	ISUZU	722	14.8
AUDI	7,726	6.9	PORSCHE	638	31.8
SUZUKI	7,189	6.9	SMART	616	-22.2

La japonesa Nissan sigue liderando el mercado al poseer 26.3% de las ventas de autos totales en México, con sus modelos Versa, Sentra y Tsuru; le siguen General Motors, con 19.1%, al vender su modelo estrella: el Aveo; Volkswagen, con 13.6% por el Jetta; FCA cuenta con 7.7% de participación y Ford con 6.8%.

La marca que mayor crecimiento tuvo en este primer semestre es Hyundai, con 350.2% superior al año pasado, una cantidad incomparable con las demás por su reciente estreno en el país. En el primer trimestre del 2014 vendió tres mil 10 unidades y durante el mismo periodo del

2015 superó las 13 mil 500. Es seguida por Mazda con una venta acumulada de 30 mil 429 vehículos (+46.1%), Volvo con 754 (+38.3%), Mini con dos mil 963 (37.2%) y Honda con 37 mil 871 unidades (+28.7%).

Del otro lado se encuentran las marcas que han mostrado una caída en sus ventas durante el primer periodo del 2015, las de mayor atención son: Jaguar con -22.5% (de 102 unidades vendidas en el primer semestre 2014, bajó a 79 este primer periodo), Smart con -22.2% (176 vehículos por debajo del primer semestre 2014) y Land Rover con -6.3% (61 unidades menos que en el 2014).

## EXPECTATIVA DE CRECIMIENTO

Los especialistas en economía del sector privado, consultados por el Banco de México en su encuesta del pasado julio, han indicado una expectativa de crecimiento anual del PIB de 2.55% para 2015, inferior a la anunciada al inicio del año (3.29%). Mientras que la expectativa de inflación general es de 2.82% para 2015 y 3.33% para 2016.

Los analistas señalan como los principales factores que podrían obstaculizar el crecimiento económico de nuestro país: problemas de inseguridad pública, debilidad del mercado externo y la economía mundial, así como la plataforma de producción petrolera.

## VENTAS NACIONALES

El mercado interno de vehículos ligeros continúa creciendo de forma importante, durante julio 2015 se presentaron los mejores niveles históricos tanto para el mes como para su acumulado. En el séptimo mes del año se vendieron 111 mil 714 unidades, cifra 16.1% superior a la de julio de 2014. Con esto el acumulado enero-julio de 2015 suma 721 mil 539 vehículos comercializados, para un crecimiento de 20.9% en relación con el mismo periodo de 2014.

La venta en el mercado mexicano durante los primeros seis meses se integró en 47% con vehículos producidos en nuestro país y 53% de origen extranjero.

## PRODUCCIÓN TOTAL NACIONAL

Durante el séptimo mes del año se produjeron 254 mil 312 vehículos ligeros, 2.0% por debajo de las 259 mil 634 unidades producidas en julio del 2014. No obstante, en el acumulado enero-julio del 2015 se registró la fabricación de un millón 881 mil 869 vehículos ligeros, la cifra más alta para un mismo periodo, que representó un incremento de 6.7% respecto de los vehículos manufacturados en el mismo periodo de 2014.

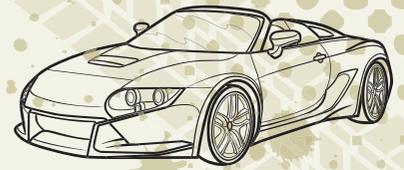
## EXPORTACIÓN

En julio de 2015 la exportación de vehículos ligeros fue de 226 mil 511 unidades, con un decremento de 2.3% en relación a las 231 mil 934 unidades exportadas en el mismo mes del año previo. Mientras que en el acumulado a julio se registró el nivel de exportación más alto para un mismo periodo al enviarse un millón 631 mil 969 vehículos al extranjero, para un crecimiento de 8.4% comparado con el total exportado en el mismo acumulado del 2014.

## Producción Total (1er Semestre 2015)

MARCA	VENTA DE UNIDADES	VAR % (2014-2015)
NISSAN	472,699	0.6
GENERAL MOTORS	390,766	19.2
FCA MÉXICO	189,136	0.7
VOLKSWAGEN	281,195	15.8
FORD MOTOR	269,992	1.8
MAZDA	117,825	215.1
HONDA	106,317	78.1
TOYOTA	50,080	21.6

# SALE. VEHÍCULOS 1ER SEMESTRE 2015



## RESULTADOS DEL PERIODO



## VENTAS TOTALES DE VEHÍCULOS LIGEROS POR SEGMENTO

SEGMENTO	2014	2015	VALORACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
SUBCOMPACTOS	164,598	224,727	60,129	36.50%
COMPACTOS	132,013	148,623	16,610	12.60%
DE LUJO	28,765	30,502	1,737	6%
DEPORTIVOS	2,816	4,421	1,605	57%
USOS MÚLTIPLES	101,458	120,084	18,626	18.40%
CAMIONES LIGEROS	70,046	80,601	10,555	15.10%
CAMIONES PESADOS	664	867	203	60.60%
<b>TOTAL</b>	<b>500,360</b>	<b>609,825</b>	<b>109,465</b>	<b>21.90%</b>

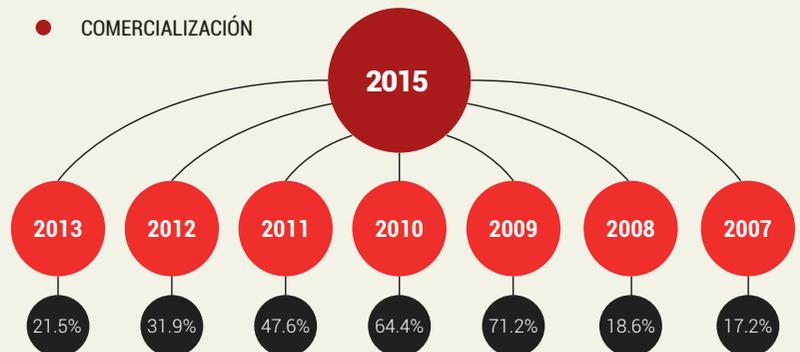
## VENTAS TOTALES DE VEHÍCULOS LIGEROS POR MARCAS

MARCA	2015 (% EN TOTAL)	2014 (% EN TOTAL)	UNIDADES	VALORACIÓN ABSOLUTA
NISSAN	26.30%	25.50%	160,579	32,945
			127,634	
GM	19.10%	18.90%	116,251	21,628
			94,623	
VOLKSWAGEN	13.60%	15.10%	82,969	7,265
			75,704	
FCA	7.70%	8.20%	46,934	7,265
			41,050	
FORD	6.80%	7.30%	41,308	4,702
			36,606	
RENAULT	1.70%	2.20%	10,436	-428
			10,864	
LAND ROVER	0.10%	0.20%	757	-40
			797	
JAGUAR	0.00%	0.00%	71	-40
			88	

## TASA DE CRECIMIENTO DE ENERO A JUNIO 2015



## COMERCIALIZACIÓN





LA VINÍCOLA  
RESIDENCIAL



LA VINÍCOLA

Terrenos Residenciales de 450M<sup>2</sup>-1000M<sup>2</sup>



LA VINÍCOLA



OFICINA DE VENTAS  
Plaza 505 Autopista  
Torreón-San Pedro #505  
Fracc. Sta. Bárbara, local 1-211

 [www.lavinicola.com](http://www.lavinicola.com)  
 La Vinícola Residencial  
 [lavinicolaresidencial](https://www.instagram.com/lavinicolaresidencial)

Teléfono +55 (871) 750 90 40



**Mario Alberto Vega Espinosa**  
Gerente General

No trabajamos, nos divertimos y hacemos que nuestros clientes formen parte de esta gran familia Porsche.



# PORSCHE LAGUNA

## BUSCANDO CLIENTES TOTALMENTE SATISFECHOS

**E**stablecida en la región el 1 de diciembre del 2005, cuatro veces ganadora del primer lugar por conseguir el mayor número de ventas a nivel nacional y con el reconocimiento por parte de Volkswagen Bank por obtener el mayor número de créditos a través de Porsche Financial Services.

En el 2015 el nuevo Macan está galardonado como el automóvil del año, posicionando a Porsche sobre todas las marcas premium con este segmento de Compact SUV.

- SERVICIOS**
-  CONFIGURACIONES EXCLUSIVAS DE COCHES
  -  REPARACIÓN DE AUTOS CLÁSICOS
  -  VENTA DE ACCESORIOS EXCLUSIVOS



PORSCHE



Bld. Independencia 2702 ote.  
Col. Magdalenas  
27010 Torreón, Coah.

☎ (871) 705-9191 a 94  
✉ arantxa.martinez@porsche-laguna.com.mx  
📱 /Porsche Laguna



**Adrián Zamora**  
Gerente Comercial

Hoy a nivel mundial vivimos un renacimiento, encamando nuestra visión del lujo inteligente con el lanzamiento de la XC90.



## SERVICIOS



### SERVICIO 2.0

Seis beneficios gratis que incluyen un año de asistencia en el camino.



### SEMINUEVOS

Toman a cuenta el Volvo de sus clientes para que estrenen un modelo del año.



### CINCO DIFERENCIADORES

Ambiente premium que incluye cristal y agua seca, sonido y ambiente, y café Nespresso.



### GARANTÍA

Única marca premium con garantía de defensa a defensa por cinco años.

# SUECIA CAR LAGUNA

## UN NUEVO COMIENZO

**E**n Suecia Car Laguna todo lo que hacen tiene un mismo principio y un mismo fin: las personas. Por este motivo el compromiso con un día a día más fácil, seguro y cómodo, integra su forma de ser. Hoy continúan tan comprometidos como siempre con tres grandes valores: seguridad, calidad y respeto por el medio ambiente. Protegen lo que realmente importa: las personas a bordo y alrededor de un Volvo, así como contribuir a convertir el mundo en un lugar mejor para todos. Los llena de gran orgullo saber que sus coches sean los más seguros del mundo. Su visión 2020 es que ninguna persona tenga un accidente mortal a bordo de un Volvo.

Blvd. Independencia 2323 ote.  
Col. San Isidro, Torreón, Coah.  
☎ (871) 747-3340

✉ ventas@sueciacarlaguna.mx  
🌐 sueciacarlaguna.mx  
📱 /Suecia Car Laguna  
📧 @volvomexico



GRUPO  
**ELFER**



**StarClass Laguna:**  
Tan bueno como el primer día

El programa de vehículos seminuevos de lujo garantiza la calidad de los vehículos mediante un riguroso proceso de certificación. Su principal objetivo es ofrecerlos garantizados con base en los lineamientos y estándares establecidos por Mercedes-Benz con atractivos planes de 24/0.



# MERCEDES-BENZ LAGUNA

## LO MEJOR O NADA

En la búsqueda continua de mejorar para sus clientes y ante la visión de Grupo Valmur de contar con productos que satisfagan el segmento de lujo en la región, en 2003 se inaugura Mercedes-Benz en La Laguna. La marca de lujo más valiosa del mundo, gracias a su coherente estrategia de innovación, lidera el ranking de su segmento. Con más de 125 años de innovación, la pasión por inventar no tiene fin, y así se verá reflejado en los próximos lanzamientos de la marca para el último trimestre del año: GLC, AMG GT y el totalmente nuevo GLE Coupé.

La llegada de la Fórmula 1 a México será un acontecimiento muy importante para la marca, que cuenta con el piloto campeón de 2014 y la escudería que al momento encabeza el campeonato en 2015, lo que reforzará el liderazgo y diseño automotriz que han despertado la fascinación del público durante más de un siglo.

### SERVICIOS



**MERCEDES ASSIST**  
Programa que incluye tres años de mantenimiento, tres años de garantía, cinco años de respaldo en el camino, Mercedes Express Service y Concierge.



**MANTENIMIENTO**  
El propietario puede disfrutar de una atención personalizada más allá de lo convencional en el Taller de Servicio.



**ESTÉTICA AUTOMOTRIZ**  
El mejor equipo de especialistas encargados de detallar y consentir cada vehículo.



**ACCESORIOS Y COLLECTION**  
Artículos que satisfacen las más altas expectativas en diseño y calidad.



Mercedes-Benz

Bld. Independencia 1000  
Col. Centro  
☎ (871) 747-5700

Facebook: /Mercedesbenzlaguna  
Twitter: @Mercedesbenzlaguna  
LinkedIn: Mercedesbenzlaguna



# StarClass 24/0

**Encuentra los Seminuevos de Lujo con el mejor plan de financiamiento.**

\*Consulta Términos y Condiciones

## StarClass.

Certified Pre-Owned Mercedes-Benz.



**Mercedes-Benz**  
Lo mejor o nada.

01 800 0024 365 La fotografía que aquí aparece es usada como referencia y puede ser modificada sin previo aviso. Mercedes-Benz México, S. de R.L. de C.V. se reserva el derecho de cambiar las especificaciones, equipos, términos y condiciones antes mencionados en cualquier momento sin necesidad de previo aviso. "Mercedes-Benz" es una marca de Daimler.

**StarClass Laguna**  
Blvd. Diagonal Reforma No.2251 Ote.  
Tel. (871) 717 45 51 / 713 91 71

Síguenos   Mercedes-Benz Laguna



**Montserrat Farrús Rubies**  
Gerente General Audi Center Laguna

Tener un Audi es la combinación perfecta entre tecnología e innovación para rebasar los límites, diseños increíbles y elegancia de acuerdo a tu estilo.



# AUDI CENTER LAGUNA

## LIDERAZGO POR TECNOLOGÍA

Como concesionario de Audi desde 2001, su servicio y atención son altamente reconocidos por el cada vez mayor número de clientes, lo cual le ha valido ocupar los primeros lugares en las rigurosas calificaciones de la prestigiosa marca. Actualmente ha logrado el mayor parque vehicular en la región dentro del segmento premium.

Su extensa gama de clientes lo prefiere sobre todo por el esfuerzo de sus colaboradores, por exceder sus altas expectativas y por ello son su mejor recomendación. Un producto de alta calidad como sus autos también requiere del mejor servicio y atención, por lo que no escatima en esfuerzo para dejar complacidos a sus clientes de la venta a la posventa, lo que se traduce en clientes leales que cada vez que piensan en adquirir un automóvil regresan a la concesionaria.

### SERVICIOS



**AUDI PLUS**  
Lo extremadamente valioso es digno de permanecer perfecto.



**AUDI ASSIST**  
El respaldo de la marca, en todo lugar y momento.



**ACCESORIOS ORIGINALES**  
Diferenciarse de los demás no es arrogancia, sino personalidad.



**AUDI FINANCIAL SERVICES**  
La llave a tu movilidad.



**WORKSHOP TEST**  
El servicio es clave en la imagen de la marca, por eso asegura procesos impecables.



Bvd. Independencia 220 pte.  
Col. Centro, 27000 Torreón, Coah.  
(871) 749-1500  
gerente.general@audicenterlaguna.com  
www.audicenterlaguna.com.mx  
/Audi Center Laguna

Audi  
Liderazgo por tecnología



# Audi TTS. Eleva tu audacia.

Siente la potencia de 285 HP del nuevo TTS  
y la extraordinaria estabilidad de la tracción quattro®.



**Audi Center Laguna**  
Blvd. Independencia No. 220 Pte.,  
Col. Centro, C.P. 27000, Torreón, Coah.  
Tel.: (871) 749 1500  
[www.audicenterlaguna.com.mx](http://www.audicenterlaguna.com.mx)

Equipamiento varía según versiones.  
Imagen de carácter ilustrativo.

#ElevaTT



**Linda Fernández González**  
Gerente General

Para Surman Motors cada cliente es único, especial y diferente. Estamos comprometidos en ofrecerle la mejor experiencia BMW.



# SURMAN MOTORS SA DE CV

## EL PLACER DE CONDUCIR

**S**urman Motors nace en junio de 1999 como distribuidor de BMW, primera marca premium en la Comarca Lagunera. Con la preferencia de sus clientes y el arduo trabajo de quienes conforman la agencia, ha alcanzado los objetivos propuestos, logrando posicionarse como líder de su segmento en la región, obteniendo varios reconocimientos por parte de BMW Group, con premios como M Awards y Distribuidor Top Ten, entre otros. El personal está altamente capacitado y certificado por BMW University, con el objetivo de ofrecer una mejor experiencia de compra y atención a sus clientes. Además cuenta con los mejores planes y herramientas de financiamiento, con lo cual se vuelve más accesible adquirir alguno de los productos para cada uno de sus clientes.

### SERVICIOS



#### REFACCIONES

Solo piezas originales, con asesoría por parte de los expertos en BMW.



#### ACCESORIOS

Originales BMW, que transmiten un mensaje claro de individualidad y estética deportiva.



#### BMW SERVICE INCLUSIVE

Mantenimiento total sin costo por tres años o 60 mil km en vehículos nuevos.



#### BMW MOBILE CARE

En caso de avería, prestaciones de movilidad cubiertas durante el periodo de garantía.



Bvld. Independencia, esq. con Río Álamos s/n, Col. Las Magdalenas  
(871)749-4000

[linda.fernandez@surman.com](mailto:linda.fernandez@surman.com)  
[www.surman.com](http://www.surman.com)  
/Surman Motors

# SIERRA ACADIA 2015

## TECNOLOGÍA PARA ENFRENTAR LO INESPERADO



**GMC**<sup>®</sup>  
PROFESSIONAL GRADE



**BUICK/GMC INDEPENDENCIA**  
BLVD. INDEPENDENCIA NO. 3444  
COL. EL FRESNO, TORREÓN, COAHUILA.  
TEL: 222 6919

**BUICK/GMC TORREÓN**  
BLVD. RODRÍGUEZ TRIANA NO. 1882  
COL. LA MERCED, TORREÓN, COAHUILA.  
TEL: 705 9090

**BUICK/GMC GÓMEZ PALACIO**  
BLVD. MIGUEL ALEMÁN NO. 400  
COL. CENTRO, GÓMEZ PALACIO, DURANGO.  
TEL: 175 0218 Y 175 0228





**Toyota Prius**  
El Híbrido #1 en el Mundo

Toyota presenta una manera inteligente de aprovechar al máximo la energía de un motor a gasolina, almacenarla y utilizarla después en un motor eléctrico. Prius es sinónimo de armonía entre hombre, máquina y naturaleza.



# TOYOTA LAGUNA

## LA MARCA MÁS RECONOCIDA A NIVEL MUNDIAL POR SU CALIDAD

Con la entrada al país de la marca Toyota, Grupo Valmur obtuvo la distribución para la ciudad de Torreón gracias a su prestigio y experiencia en el ramo, abriendo las puertas de su agencia en el 2003. Bajo la filosofía de "Pensar global y actuar local" Toyota siempre ha demostrado su compromiso con el medio ambiente, la sustentabilidad y la satisfacción de sus clientes. En todas las etapas del proceso de producción un Toyota tiene que responder a los más estrictos estándares de QDR (Quality, Durability, Reliability). La marca se encuentra en mejora constante para ofrecer experiencias al consumidor y cuidados al medio ambiente.



### SERVICIOS

#### CITA Y RECORDATORIO DE SERVICIO

Programa con el cual se asegura que el cliente será atendido a la hora establecida.



#### SERVICIO EXPRESS

Para comodidad de sus clientes, tiene la modalidad de agendar una cita y esperar el vehículo en la agencia, disfrutando de un momento agradable en la cómoda área de snack.



#### ALINEACIÓN Y BALANCEO

Para que el vehículo permanezca en óptimas condiciones y prolongue su vida útil.



Blvd. Independencia 2200 ote.  
Col. Estrella, Torreón, Coah.  
(871) 747-2700

www.toyotatorreon.com.mx  
/ToyotaLaguna  
@ToyotaLaguna  
ToyotaLaguna



# LLEGÓ PARA CAMBIAR TU MUNDO



HR-V te ofrece un amplio y cómodo espacio, que te permite configurarlo de diferentes maneras.

SPACE VOLUME

Motor de 4 cilindros, 1.8 litros, 16 válvulas, SOHC i-VTEC®.

Además de un desempeño sobresaliente, optimiza el rendimiento del combustible y reduce la emisión de gases contaminantes gracias al Sistema Eco Assist®.\*

#### INCREÍBLE TECNOLOGÍA

- HondaLink™\*\*
- Smart Start Engine

\*Sólo en HR-V Epic.

[www.hondamilenioindependencia.com.mx](http://www.hondamilenioindependencia.com.mx)  
[www.hondamileniooriental.com.mx](http://www.hondamileniooriental.com.mx)

## TOTALMENTE ÚNICO HR-V



# NISSAN ALAMEDA

## INNOVATION THAT EXCITES

**D**esde marzo de 1965 Nissan Alameda se ha caracterizado por brindar a sus clientes experiencias de compra únicas y satisfactorias que engrandezcan su vida. Se distingue por ofrecer un servicio de excelencia en cada parte del proceso de compra, permitiendo al cliente contar con asesoría personalizada para tomar la mejor decisión, basado en sus necesidades y expectativas.

Actualmente consolida su sexto año consecutivo como la marca automotriz número uno en ventas en territorio lagunero, ofreciendo la gama más amplia del mercado, con más de 25 vehículos diferentes para cada tipo de cliente. Cuenta con cinco puntos de venta que incluyen autos nuevos, seminuevos, centro de servicio, refacciones, y hojalatería y pintura.

### SERVICIOS



#### CREDINISSAN

Entidad financiera de la marca para autos nuevos y seminuevos.



#### SEMINUEVOS GARANTIZADOS

Vehículos seminuevos certificados con garantía de tres años o 60 mil km a partir de la compra.



#### FLEET SOLUTIONS

Sistema integral para la adquisición, mantenimiento y gestión de flotas.



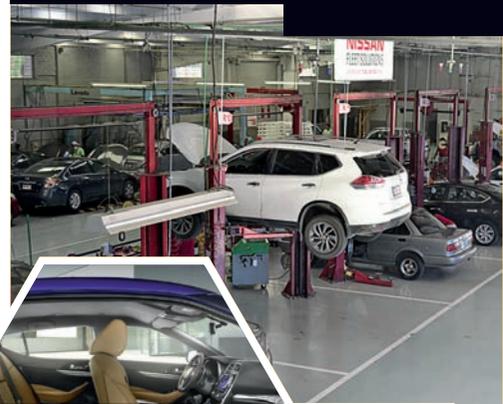
#### CARROCERÍA Y PINTURA

Amplias instalaciones de clase mundial con más de 40 años de experiencia.



El primer y único automóvil 100% eléctrico en México.

Nissan LEAF



Bvd. Independencia 20 pte.  
Col. Ampliación Los Angeles  
(871) 705-5555  
envios@autosalameda.com

www.nissanalameda.com.mx  
/nissan.alameda  
@nissan\_alameda  
@nissanalameda



Innovation  
that excites®

# TOTALMENTE NUEVO NISSAN MAXIMA.

NO TE JUSTIFIQUES. LO HACES POR TI.



Modo de manejo  
Normal/Sport.



\*Aceleración de  
0 a 100 km/h en 6.3 s.



\*\* Interiores Premium  
(Insertos en Alcántara).



## NissanConnect®

\*NissanConnect es un servicio que permite sincronizar un Smartphone con el vehículo. Utiliza NissanConnect solo cuando su uso sea seguro. No todos los teléfonos móviles son compatibles. Este servicio depende de un plan de datos. Servicio gratuito por 3 años a partir de la compra del auto. Consulta aplicaciones y detalles en [nissan.com.mx/connect](http://nissan.com.mx/connect)

Consulta equipamiento y aditamentos especiales por 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



Equipo Autopop

**Compromiso de Servicio:**  
En Servicio Volkswagen tenemos un compromiso con usted al momento de recibir su auto, durante la entrega y después del servicio.



Equipo Autocentro

# AUTOCENTRO Y AUTOPOP

## DONDE ES MÁS FÁCIL COMPRAR UN VOLKSWAGEN

**C**omo distribuidor de la marca de automóviles Volkswagen, hace 33 años llegó Autocentro a La Laguna y Autopop hace 48, ambas formando parte del Grupo Artec. Líderes en el mercado mexicano, han logrado satisfacer y retener a sus clientes, ofreciendo un servicio excelente, con un equipo de colaboradores competentes, comprometidos y satisfechos.

### SERVICIOS



#### VOLKSWAGEN FINANCIAR SERVICES

Planes de financiamiento y arrendamiento puro con los cuales es posible recibir su auto nuevo al instante.



#### GARANTÍA EXTENDIDA

Las mejores formas de mantener su Volkswagen como nuevo por más tiempo.



#### RESPALDO VOLKSWAGEN

Desde que se adquiere un vehículo y durante los siguientes tres años contará con un servicio integral de asistencia vial.



#### THINK BLUE

Acciones eco-amigables generadas por Volkswagen para asegurar un futuro puro.



**Autocentro**  
Rodríguez Triana



**Autopop**  
Gómez Palacio

GRUPO



**Autocentro**  
Blvd. Gral. Pedro Rodríguez Triana 111  
Torreón Coah.  
(871) 729-3700

marketing.auxiliar@vw-autocentro.com.mx  
www.vw-autocentro.com.mx  
/Autocentro Torreón

**Autopop**  
Blvd. Miguel Alemán 500 pte.  
Gómez Palacio, Dgo.  
(871) 175-0500

marketing.auxiliar@vw-autocentro.com.mx  
www.vw-autopop.com.mx  
/Autopop Volkswagen

# Jetta

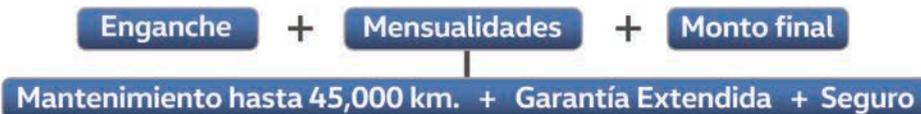


**Premium Credit**, forever young.

Si buscas un financiamiento inteligente, Autocentro y Autopop tienen la solución.

Premium Credit es el financiamiento inteligente de Volkswagen Leasing que te permite renovar tu Volkswagen las veces que desees.

Este flexible esquema de financiamiento consiste en un enganche, mensualidades donde puedes incluir los servicios de mantenimiento y el seguro de tu auto, y al final un último pago con el que podrás cubrir parte del enganche del próximo Volkswagen que desees renovar.



Con Premium Credit podrás planear la renovación de tu Volkswagen de manera inteligente

Aplica únicamente para autos nuevos. El total de la comisión de la contratación o apertura de Premium Credit es del 2.0% + IVA M.N. (importe fijo).

\*Estos servicios adicionales podrán ser solicitados únicamente al inicio de su contrato y sujetos a los requisitos establecidos por el producto seleccionado. Los servicios de mantenimiento podrán financiarse hasta los 60,000 km únicamente para modelos Volkswagen.



## Autocentro

Blvd. Gral. Pedro Rodríguez Triana  
No. 111. Torreón, Coah.  
Tel. (871) 729 37 00



[www.vw-autocentro.com.mx](http://www.vw-autocentro.com.mx)

Escanea y cotiza



## Autopop

Blvd. Miguel Alemán No. 500 pte.  
Gómez Palacio, Dgo.  
Tel. (871) 175 05 00



[www.vw-autopop.com.mx](http://www.vw-autopop.com.mx)

Escanea y cotiza





Mantenimiento AUTOLASA

Servicio integral a sus clientes para conservar el vehículo en óptimas condiciones, con una excelente atención en el departamento de Refacciones y Servicio.



# AUTOLASA

## SIETE DÉCADAS DE EXPERIENCIA

**E**n 1940 inició actividades Automotriz Lagunera, siendo una de las primeras distribuidoras Chrysler de México. Tiene más de 70 años de experiencia en la venta de vehículos Chrysler, Jeep, Dodge y Ram, ofreciendo a sus clientes entera satisfacción a través de atención profesional y personalizada, brindada por un equipo de gente capaz y comprometida. A partir de 2010 Chrysler de México es responsable de la distribución de los productos Fiat en el país, debido a que esta armadora tomó la administración de Chrysler Group, fortaleciéndose aún más.

Dodge se coloca a la vanguardia de las armadoras de volumen gracias a un sobresaliente desempeño en el proceso que involucra la experiencia de compra y entrega de un vehículo nuevo. Chrysler ha sido la marca más vanguardista en innovaciones de ingeniería y este año ha sido uno de los Grupos con mayor crecimiento en EU, por lo que el mercado siempre ha estado pendiente de los cambios aplicados en los vehículos que Autolasa distribuye.

### SERVICIOS



#### SERVICIO EXPRESS

Para ofrecer siempre lo mejor, este programa se brinda a través de citas de servicio para revisiones en el menor tiempo posible, con todos los estándares de seguridad y calidad.



#### SEGUROS Y CONTRATOS DE SERVICIO

Venta de pólizas para asegurar el vehículo y planes de protección hasta por siete años o 100 mil km.



#### HOJALATERÍA Y PINTURA

Taller propio para dar un servicio completo a sus clientes, con la calidad que lo distingue.



Bld. Independencia 1000  
Col. Centro  
(871) 747-2600

www.autolasa.com.mx  
/AutolasaLaguna  
@AutolasaLaguna

# RAM 700 2015

VERSIÓN CLUB CAB

 **RAM** | A TODO. CON TODO.

“PORQUE LA VIDA ES UNA AVENTURA”



GRUPO  
**VALMUR**

Bld. Independencia 1000 Ote. Col. Centro, Torreón Coah.  
Tel.: (871) 747 26 00

Linked    autolasatorreon

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

 **UTOLASA**





# MAZDA LAGUNA

## REVIVE EL ZOOM ZOOM

Inició operaciones en noviembre de 2007, con la misión de ofrecer a sus clientes el dinamismo en el manejo que caracteriza el Zoom Zoom de los autos Mazda. Su enfoque también está centrado en la atención a clientes, tanto en la venta como en la posventa, y ofrece uno de los costos más bajos del mercado en servicio. Recientemente ha lanzado su gama de modelos con tecnología Skyactiv, donde el rendimiento y desempeño se encuentran para ofrecer el máximo placer de conducción con el máximo aprovechamiento de combustible. Ha sido galardonada en tres ocasiones con el distinguido President's Award por su crecimiento en ventas y nivel de atención a clientes.

### SERVICIOS



**COSTOS DE MANTENIMIENTO**  
De los más bajos del mercado y se realizan cada 10 mil km.



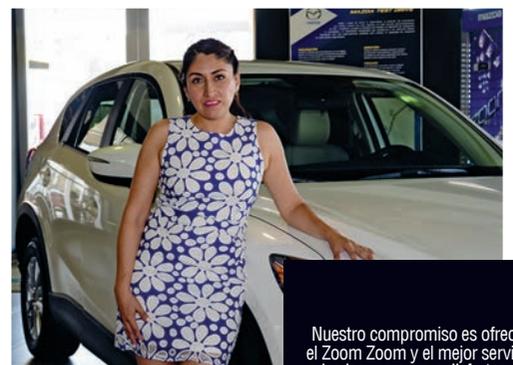
**EXTENSIÓN DE GARANTÍA**  
Con la opción de alargar la garantía de planta hasta seis años o 125 mil km.



**TRASLADO A DOMICILIO**  
Traslada a los clientes de servicio a su oficina o domicilio entre 8:30 am y 11:00 am.



**PRUEBAS DE MANEJO**  
Autos demo listos para que los clientes los manejen al instante.



**Yesica L. Arreola Correa**  
Gerente Comercial

Nuestro compromiso es ofrecer el Zoom Zoom y el mejor servicio a los laguneros que disfrutan del buen manejo.



Blvd. Independencia 3500 ote.  
Col. Residencial El Fresno, Torreón, Coah.  
☎ (871) 749-1800  
✉ ventas@mazdalaguna.com

🌐 www.mazdalaguna.com  
📘 /Mazda Laguna  
📧 @MazdaOficial  
📺 mazdaoficial



**Azucena Buen Abad**  
Gerente Comercial

La marca japonesa más segura de México. La tecnología que necesitas en todos los caminos para cualquier situación.



## SERVICIOS



**SERVICIO Y REFACCIONES:**  
Almacén de refacciones y técnicos certificados.



**ACCESORIOS**



**CINCO AÑOS DE GARANTÍA**  
Única marca japonesa que lo ofrece en México.



**ALL-AROUND SAFETY (SEGURIDAD TOTAL) DE SUBARU**

Los numerosos galardones recibidos en las evaluaciones de seguridad a través de los años son un testimonio del historial de conducción segura desarrollado durante décadas.

# SUBARU LAGUNA

## CONFIDENCE IN MOTION

La marca japonesa con más de 50 años de trayectoria y de ofrecer una tecnología diferente: Motor Boxer, Symmetrical All Wheel Drive y transmisión Lineartronic. Con herencia de rally, concede máxima seguridad para las familias mexicanas gracias a las siete bolsas de aire con que cuenta en toda la gama, además las pruebas de seguridad en colisión de Subaru obtienen las máximas calificaciones en todo el mundo, haciendo que la marca sea acreedora de numerosos galardones recibidos por los organismos oficiales de seguridad. Este es el enfoque que adopta All-Around Safety (Seguridad Total) de Subaru.

Blvd. Independencia 2333 ventas@subarulaguna.com  
 (871) 747-3330 www.subaru.com.mx  
 /Subaru laguna





**César Gustavo Flores Violante**  
Gerente de Ventas

¡Con Surman, Puedo Más!



# HYUNDAI LAGUNA

## NEW THINKING NEW POSSIBILITIES

Iniciando operaciones en agosto del 2015, Hyundai Laguna tiene como visión innovar en la forma de interactuar con cada uno de sus clientes y convertirse en un estilo único de vida para ellos, mediante estrategias de negocio concretas y planes de acción sólidos.

Actualmente se perfila como una de las marcas favoritas en La Laguna y en nuestro país debido al diseño, altos estándares de calidad y excelente desempeño de los diferentes modelos que integran el portafolio de Hyundai México.

### SERVICIOS



**FINANCIAMIENTO**  
Los mejores planes, acoplándose a las necesidades del cliente.



**REFACCIONES**  
Piezas originales para garantizar la calidad y durabilidad de sus autos.



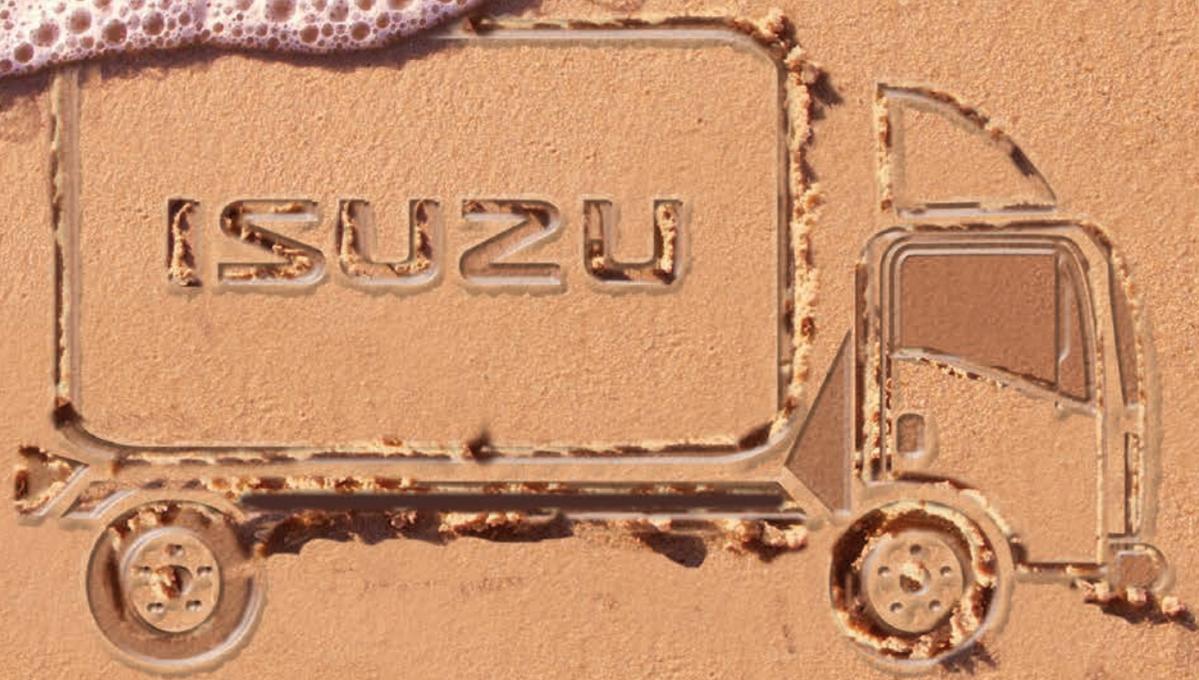
**ACCESORIOS**  
Amplia gama, para personalizar cada auto.



**GARANTÍA**  
La mejor del mercado, con cinco años o 100 mil km.



Bldv. Independencia 999  
Col. Granjas San Isidro  
☎ (871) 705-3800  
✉ gustavo.flores@surman.com



# ¡Llegó el Verano!

Llegó un verano de 10,  
y con él, los mejores planes de financiamiento  
y de contado que mejor se adaptan a tus necesidades.

## ISUZU FINANCE

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

**ISUZU**

**SURMAN TRUCKS**

BLVD. RODRÍGUEZ TRIANA No. 1890 OTE.  
COL. SANTA ELENA. TORREÓN, COAHUILA  
Tel. 238 60 61  
[surman.com](http://surman.com)

 **Surman.**

# INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

Por Luis Ortiz  
Managing Partner en London Consulting Group  
luis.ortiz@londoncg.com

## Desafío

Ante un mundo globalizado la industria automotriz se enfrenta a diferentes retos, como mantener precios competitivos, innovar en tecnología y conservar un crecimiento sostenible. La eficiencia en los procesos es un factor primordial para generar una ventaja competitiva, desde la manufactura hasta la distribución y comercialización de autopartes y automóviles.

## Testimonios

"Reconocemos en London su profesionalismo y capacidad de adaptación a nuestro negocio, dicha fortaleza ha resultado clave para el éxito del proyecto..."

Ricardo Roux  
VP Ejecutivo de FASA (Panamá) / ROI 3 a 1

"El trabajo de London no se limita a emitir recomendaciones de mejora, sino a colaborar en conjunto con nuestro personal para diseñar e implementar hombro a hombro los cambios en la organización. Por lo anterior nos es grato recomendarlos como un grupo de profesionales idóneo para realizar este tipo de proyectos, encaminados al incremento de la competitividad de las empresas"

Sergio Cruces  
Director General de Grupo Cruces (México) / ROI 3 a 1

"Cabe resaltar la metodología de London Consulting Group como uno de los factores clave del éxito del proyecto, en la que destaca el manejo del cambio, la implementación hombro a hombro y el involucramiento de todos los niveles de la organización para generar un cambio de cultura en la gente que opera el negocio"

Samir Mansur  
Director General de Grupo Surman (México) / ROI 3 a 1



## Compras / Inventario

### DETALLE DE SOLUCIÓN

- ▲ Diseño de herramientas y procedimientos para calcular los pedidos.
- ▲ Definición de políticas y herramientas para asegurar la rotación continua del inventario.
- ▲ Diseño del modelo de reposición de inventario de repuestos.

### BENEFICIOS

- ▲ Disminución de costos financieros por baja rotación de inventario.
- ▲ Mejora en la satisfacción del cliente.
- ▲ Reducción de inventario obsoleto.
- ▲ Aumento de confiabilidad del inventario.



## Venta autos / Operación taller / Venta repuestos

### DETALLE DE SOLUCIÓN

- ▲ Diseño de modelo de atención a clientes asegurando los pasos del proceso de venta.
- ▲ Modelo de prospección: identificación, clasificación y seguimiento.
- ▲ Venta de productos de valor agregado.
- ▲ Modelo de venta fuera de la agencia.
- ▲ Diseño de junta de seguimiento diaria.
- ▲ Seguimiento a trámites de financiamiento.
- ▲ Diseño de seguimiento de pedidos en taller.
- ▲ Implementación de equipos de producción avanzada en taller.
- ▲ Diseño del layout de patio y taller.
- ▲ Modelo de identificación vehicular.

### BENEFICIOS

- ▲ Incremento en ventas de autos, taller y repuestos.
- ▲ Aumento de la utilidad promedio por vehículo.
- ▲ Control y clasificación de clientes prospectos.
- ▲ Crecimiento en la productividad de técnicos.
- ▲ Mayor satisfacción de clientes.
- ▲ Disminución en los tiempos de entrega.
- ▲ Incremento en la factura promedio.
- ▲ Aumento en las citas activas.



## Recurso humano y estructura organizacional

### DETALLE DE SOLUCIÓN

- ▲ Definición de planilla óptima.
- ▲ Estandarización del esquema de remuneración de vendedores y gerentes.

### BENEFICIOS

- ▲ Incremento en rentabilidad al orientar el sistema de remuneración a los factores clave de la empresa.



## Crédito y cobro / Gastos y contabilidad

### DETALLE DE SOLUCIÓN

- ▲ Definición de segmentos para enfocar la oferta de crédito.
- ▲ Definición de metas de cobranza.
- ▲ Modelo de evaluación y aprobación de créditos por la financiera.
- ▲ Modelo de gestión de cobranza.
- ▲ Modelo de presupuesto de gastos.
- ▲ Modelo de gestión y control del gasto.
- ▲ Generación de estados financieros.
- ▲ Modelo de tesorería.

### BENEFICIOS

- ▲ Incremento en la penetración de ventas por la financiera de la marca, asegurando mejores tasas.
- ▲ Aumento en gestión de cuentas por cobrar.
- ▲ Crecimiento en el cumplimiento a las promesas de pago.
- ▲ Reducción de cartera vencida.
- ▲ Disminución de gastos administrativos.
- ▲ Asegurar un flujo apropiado de caja y reducción de intereses moratorios, a través de la definición de procedimientos de tesorería.



Ricardo Pérez  
(Panamá)



Grupo Surman  
(México)



Fasa  
(Panamá)



Corporación  
Maresa  
(Ecuador)



Autonorte  
(Colombia)



Mazda Corp.  
(Puerto Rico)



Gruver  
(México)



Potosina  
(México)



Grupo Gómez  
Malpica  
(México)



LONDON  
CONSULTING  
GROUP



# shape your business

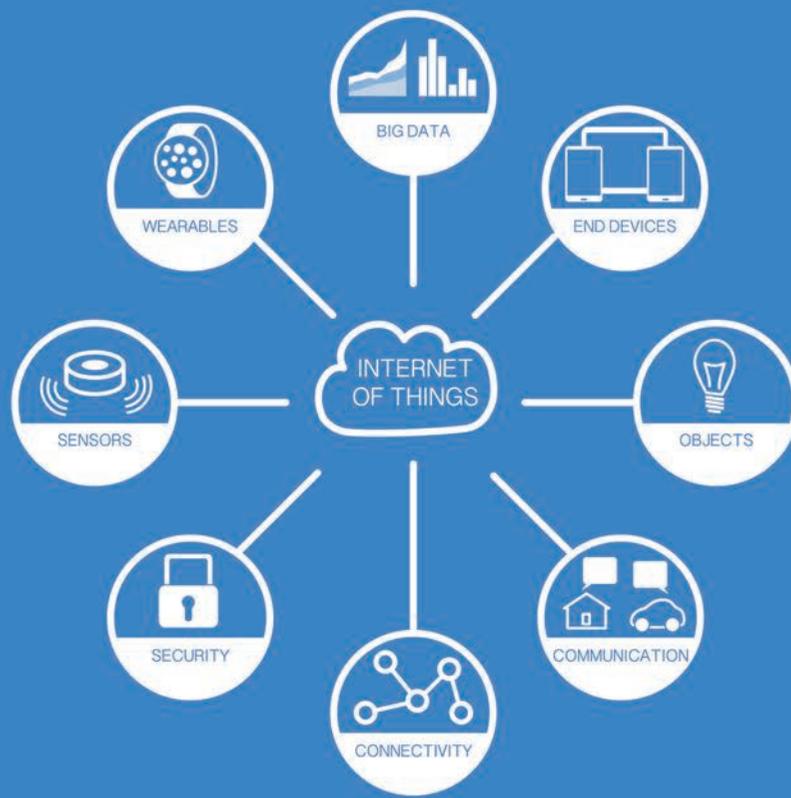
## SHAPE UP!

We know the business game is a strategy game. That's why every decision made is directly linked to results and growth. Every business situation should be approached independently, creating specific, tailor-made solutions to keep growing in size, income, capacity or influence.



North America  
Central America  
South America  
Caribbean

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



## DESAFÍOS Y ÁREAS DE OPORTUNIDAD

### Internet de las cosas: la nueva frontera

Por Américo de la Paz de la Garza  
Socio EY México Segmento Norte

Las conversaciones en torno al internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés) continúan, pues ofrece la capacidad de conectar el mundo físico con una red de enormes posibilidades. El pronóstico indica que el crecimiento del IoT será constante a medida que miles de millones de dispositivos, servicios y sistemas se conectan, impulsados principalmente por la demanda masiva y la adopción de sensores que convierten los datos en contenidos digitales.

Desde los dispositivos móviles a la domótica, el internet de las cosas permite la conexión entre nuevos lugares y cosas, conectividad que podría añadirse a casi cualquier objeto, incluyendo ropa, dispositivos médicos, electrodomésticos, vehículos, y controles industriales y mecánicos.

El IoT ofrece muchas oportunidades para la mejora de la eficiencia y el crecimiento de ingresos en las empresas. Hay una serie de activadores que favorecen la aceptación y adopción de entornos abiertos de la plataforma, así como de estandarización de la conectividad inalámbrica, con el fin de fortalecer la relación entre las capacidades de esta tecnología y los intereses de inversión de las organizaciones.

Sin embargo, mientras la adopción del internet de las cosas crece, cantidades masivas de datos se generan a partir de sensores conectados a los dispositivos y objetos, creando grandes oportuni-

dades para la gestión y el análisis. Las herramientas y plataformas ya están disponibles para procesarlos y traducirlos en información significativa que favorezca la toma de decisiones, lo cual ofrece un escenario de posibilidades infinitas, aunque es importante considerar los desafíos que enfrenta el IoT:

**-Conectividad.** Miles de millones de cosas usan diminutos sensores y video que se gestionan a través de diferentes plataformas y estándares de conectividad inalámbrica, lo que podría crear problemas con la fiabilidad e integración de la red.

**-Seguridad.** Proporcionar esta característica será fundamental. Las vulnerabilidades de código abierto y el marco para la infraestructura inalámbrica presentan un gran reto. Múltiples contraseñas también se convertirían en algo muy difícil de manejar cuando se tiene en cuenta la cantidad de cosas que se conectarán.

**-Modelos de información.** El mundo físico debe traducirse a un formato que el IoT pueda descifrar. La conversión de los datos de una amplia variedad de fuentes exige a las empresas buscar nuevas ideas y tomar decisiones de negocios informadas.

**-Gobierno de datos.** Es vital que exista un consenso sobre políticas en torno a cuestiones relacionadas con privacidad y propiedad de los datos. Habrá un gran debate mundial que requerirá la construcción de confianza y respeto entre las partes para resolver estos problemas.

Tal como sucedió en la era de la computación, los tecnólogos y la industria deben prepararse para hacer frente a estos retos, pues muy pronto el IoT se convertirá en una realidad que abarque cada aspecto de la cadena de valor.▼



Para conocer más sobre las tendencias y temas de negocio que impactan a las compañías de todo el mundo, ingrese a [ey.com/megatrends](http://ey.com/megatrends).

# Licenciatura *en* Música



## Escuela *de* Música

"Hno. José Rubén Sámano y Álvarez"



Universidad  
**La Salle**  
Laguna

# Profesionales

# con Valor

CIESLAG



FIMPES

La **Salle**  
Red de Universidades  
México

INTERNATIONAL ASSOCIATION  
**La Salle**  
UNIVERSITIES



AMIESIC

Tel: 750.2490 y 750.2113 Canatlán 150, Parque Industrial Lagunero Gómez Palacio, Dgo.

 /ulsalaguna

[www.ulsalaguna.edu.mx](http://www.ulsalaguna.edu.mx)

@ulsalaguna

# ACTIVIDADES QUE INYECTAN VIDA

Por María José César

Solemos enfocarnos en las actividades y prioridades diarias, y olvidamos actividades que nos despiertan emoción, alegría y gozo extremo, haciéndonos sentir vivos. El estrés que se genera diariamente debido a las responsabilidades, nos hace dejar de ver lo felices que somos con lo que hacemos y lo mágico de lo ordinario.

Los investigadores del bienestar han descubierto que la realización de las actividades de la vida diaria tienen ciertas características personales que inciden en la toma de decisiones vitales, y que están relacionadas con el bienestar y la vitalidad.

**¿Qué actividades o hábitos nos inyectan bienestar y vitalidad?**

**-Rodearnos de personas felices,** pues la felicidad se contagia.

**-Intentar ser positivo.** Según el *Journal of Positive Psychology* las personas felices siempre observan el panorama positivo de las cosas.

**-Disfrutar los pequeños placeres de la vida diaria que infunden alegría.** Morder una fruta, una buena comida, una caminata al aire libre, escuchar el canto de los pájaros o la música favorita.

**-Ser compartidos y generosos.** Dejar de preguntarnos si ayudamos o no, si compartimos o no, si realizamos o no ese favor. Permitámonos decir sí automáticamente, activando nuestra capacidad de dar y amar.

**-Aprender a escuchar.** Examinemos si escuchamos o imponemos constantemente nuestro punto de vista. Saber escuchar fortalece las relaciones, haciéndolas más satisfactorias, y además brinda una sensación de bienestar.

**-"Estar presente".** Comienza a regalarte 10 minutos del día sin hacer nada, sin querer solucionar los pendientes. Permítete dis-

**"La felicidad se alcanza cuando lo que uno piensa, dice y hace están en armonía"**

frutar del momento y estar en contacto con todos tus sentidos.

**-Desprenderse de la tecnología para disfrutar los momentos de mayor gozo.** Solemos estar con la familia pero no con absoluta presencia, por nuestra adicción a la tecnología. Regálate una conversación sin tu tablet o celular y permítete mirar a los ojos a cada miembro de tu familia.

Deja de concentrarte en buscar la felicidad y realiza actividades que te llenen de vida. La felicidad se nos va dando conforme vivimos al máximo cada momento, lo agradecemos y experimentamos. Cuando dejamos de apreciar todas las maravillas y vivencias que nos inyectan alegría, dejamos de vivir con gozo. Reactiva tu vida estando atento a esos detalles que te provocan sonrisas y te hacen sentir amado, impulsándote a amar y sentirte vivo. ♦





*El orgullo de la cocina mexicana*



Encuentra nuestros productos en:



o en tu tienda más cercana

Informes y Ventas: ☎ (871) 719.16.81(84) 🌐 www.chilchota.com 📱 /ChilchotaMx 🐦 @ChilchotaMx



# LEALTAD DE LOS CLIENTES Y EXPANSIÓN GEOGRÁFICA

## Prioridades estratégicas para los CEO en el mundo

La lealtad de los clientes (86%) y el creciente entorno competitivo (74%) y regulatorio (73%), son los factores que más impactan a sus negocios, según los directores generales (CEO por sus siglas en inglés) a nivel global, de acuerdo con la encuesta Perspectivas Globales del CEO 2015. El crecimiento imperativo en un entorno más competitivo (Global CEO Outlook 2015. The growth imperative in a more competitive environment) realizada por KPMG International, red de firmas multidisciplinarias que brindan servicios profesionales de Auditoría, Impuestos y Asesoría.

**S**e trata de la primera edición de esta encuesta global, en la que se entrevistaron mil 278 directores generales para conocer su visión de negocio a largo plazo, percepción de la economía global, entorno competitivo al que se enfrentan, principales retos y prioridades estratégicas en los próximos tres años y más adelante.

“El mensaje general que hemos obtenido por parte de los directores generales alrededor del mundo es que son optimistas ante sus perspectivas durante los próximos tres años, y buscan enfrentar los desafíos de su negocio”, enfatiza Roberto Cabrera, Socio Líder de Industrias y Mercado de KPMG en México.

### Crecimiento global: confianza en el mercado

• **Prevén la creación de empleos:** 78% de los directores generales esperan incrementar su plantilla en los siguientes tres años; 17% espera incrementos por encima de 11%, y 35% en el rango de 6% a 10%

• **Los CEO son optimistas en cuanto a la economía:** 69% de los CEO en Europa tienen más confianza que el año pasado en cuanto al crecimiento y la economía global en los próximos tres años; comparten esta perspectiva 66% de la región Asia-Pacífico y 52% de Estados Unidos.



• **Optimismo en el desempeño de las empresas:** al evaluar las perspectivas de crecimiento de sus propias empresas, 70% de los directores generales de empresas en Europa, 68% de la región Asia-Pacífico y 19% de Estados Unidos, señalan que tienen más confianza que hace un año.

En opinión de Roberto Cabrera, para el caso de México: “Cabe destacar que, de acuerdo con el reciente estudio Perspectivas de la Alta Dirección en México 2015, 60% de los directivos en nuestro país cuentan con una perspectiva positiva ante el entorno económico, y consideran que no caeremos en una recesión”.

### Entorno competitivo

• A 86% de los directores generales les preocupa la lealtad de sus clientes.

• 74% de los encuestados se preocupan por los nuevos competidores que alteren su modelo de negocios; 72%, por estar al día con las nuevas tecnologías, y 68% comenta que su preocupación es la capacidad que tienen sus competidores para quitarles cuotas de mercado.

• 66% se enfoca en la relevancia de sus productos o servicios en tres años.

En el caso de la encuesta en México, una de las cinco estrategias principales de las organizaciones para mejorar competitivamente es incrementar la satisfacción del cliente (69%), teniendo como estrategias más importantes para lograrlo:

• Construir relaciones cercanas con clientes existentes (programas de lealtad y servicio al cliente).

• Desarrollar nuevos productos y servicios.▼

¡Una gran experiencia,  
se convirtió en la  
mejor aventura de  
nuestras vidas!  
Durango...  
¡Átrevete a vivirlo!  
Conóceme y enamórate

Naturaleza



**DURANGO**  
www.visitadurango.mx

f turismodurango

☎ 01 800 624 6567  
www.webcamsdemexico.com/durango.html

t @turismodurango

**México**  
VÍVELO PARA CREERLO  
visitmexico.com



# ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

“En el marketing digital hay que dejarse encontrar”

## Enfocada a resultados

Por Roberto Madero  
CEO de GROU Crecimiento Digital

Por regla general a todos nos molesta que nos llamen constantemente ofreciéndonos cambiar de compañía telefónica, vendernos un seguro de vida o encontrarnos el buzón de casa lleno de *flyers*. En el universo online esto se traduce en correo basura, mensajes no deseados, ventanas y banners irritantes.

No hay otra manera de decirlo más claro: el consumidor ha cambiado, cada vez es más reacio a la publicidad intrusiva, está más formado e informado, y sobre todo, tiene menos tiempo y le gusta ser dueño de lo que ve. Precisamente por eso nos molestan los anuncios de YouTube, a pesar de que pueden omitirse en cinco segundos. En cambio, estamos dispuestos a pasarnos horas buscando información en un blog, opiniones y videos de un nuevo modelo de auto o celular que estamos pensando en comprarnos.

El nuevo marketing digital ofrece un modelo comercial innovador, que nace como una respuesta al actual *modus operandi* de los consumidores: la marca pasa de sujeto a predicado, de perseguir a sus clientes a ser buscada por ellos, a que la encuentren y se enamoren de ella. Ése es el principal objetivo de una estrategia de marketing digital enfocada a resultados: hay que dejarse encontrar.

Estamos seguros de que para garantizar el crecimiento digital, las marcas deben asfaltar el camino, señalizarlo, iluminarlo para que el cliente las encuentre con facilidad y además tenga una motivación, un por qué para iniciar la búsqueda. No es una teoría más de mercadotecnia digital. Está más que probado. Una vez que el cliente nos ha encontrado (a través de *content marketing*), debemos darle razones para que pase un buen rato con nosotros, vuelva a visitarnos y más que nada, sea nuestro mayor embajador; y la próxima vez no venga solo. Los consumidores nada más darán permiso a una empresa para comunicarse con ellos si saben lo que obtendrán a cambio. Cualquier compañía debe compensar a los usuarios, explícita o implícitamente por prestar atención a sus mensajes.

Hoy en marketing y ventas hay una continua lucha por atraer clientes sin ser invasivos, es decir, darnos a conocer respetando su espacio. Para alcanzar este intrincado objetivo, debemos distinguirnos de la competencia, definir una estrategia y tener muy claro dónde jugar y cómo ganar. Hemos desarrollado muchas estrategias digitales con Hubspot México para atraer clientes potenciales a decenas de empresas B2B, porque sabemos que el Inbound Marketing se asienta en cinco pilares perfectamente integrados:

1. Buen posicionamiento en buscadores
2. Marketing de contenidos
3. Inteligentes estrategias de redes sociales
4. Comunicación online bidireccional
5. Reputación online

Las intromisiones publicitarias no son una opción, sino un descarte cada día más patente, una piedra en el camino que debemos apartar. Repítaselo una y otra vez a su equipo: no podemos golpear la puerta del cliente, es el cliente quien debe salir a buscarnos e invitarnos a entrar.♥



# RAMADA

RESORT  
Mazatlán

\*\$1,000 de Regalo para tus consumos en Restaurante Vittore y Restaurante Beach Grill. Válido en temporada baja. \*No aplica en Puentes.

01 800 716 97 00



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



Paquete Más Vacaciones

**\$1,000**  
*¡De regalo!*

3 Días / 2 Noches



Personas

**\$3,200**

Impuestos Incluidos.

# LIVE STREAMING

## Batalla de los servicios

Por Ruddy Joffroy y Verónica Arrieta  
Creative Dreams

**M**ientras que Meerkat le lleva la delantera con más tiempo en la red, Periscope ha ido ganando la simpatía de los usuarios con una interfaz mucho más práctica y amigable. Pero, ¿qué sabemos de estas apps para transmitir en directo? A continuación una comparativa.

A principios del año Ben Rubin y su equipo dieron vida a Meerkat, aplicación disponible para iOS que permite grabar video desde un dispositivo móvil y retransmitirlo en directo en internet. Periscope, su rival más fuerte, llegó justo al siguiente mes con una versión para Android y las mismas funciones.

Para comenzar a streamear solo basta instalarlas, permitir el acceso a tu cuenta de Twitter desde tu dispositivo y en poco tiempo podrás abrirle las puertas de tu vida a la comunidad digital.

### Periscope

Su pantalla principal te recibe mostrándote lo que otros usuarios van compartiendo al momento. Un apartado para comenzar a transmitir en directo y los usuarios más populares para seguir aparecen al iniciar sesión, así como las opciones para habilitar la geolocalización y enlazar videos a tu cuenta de Twitter.

Al iniciar la transmisión en vivo dentro de la misma app se despliega un chat que te permite interactuar con los visitantes. Un swipe hacia abajo en la pantalla te dará la opción de pausar al video o cambiar entre la cámara frontal o trasera de tu dispositivo.

¿Terminaste tu video? Una notificación te indicará la posibilidad de guardarlo en tu dispositivo para repetirlo de nuevo las veces que desees, pero únicamente dentro de las próximas 24 horas de su creación. ¡10 puntos para Periscope!

### Meerkat

La repentina llegada de Periscope a la



Apple Store no derribó a la app creada por la startup Life On Air, pues aún tuvo tiempo de anticiparse y emocionar a su público con un colorido diseño y un icono difícil de olvidar: una curiosa suricata, pequeño mamífero que al tener instalada la aplicación, te recibe con una interfaz sencilla de usar, más para algunos no tan amigable como la de su competencia, pues cuenta con algunas opciones extra que bien podrían ser dispensables al momento de utilizarla.

Al iniciar una pantalla te permitirá escribir el tema que compartirás antes de transmitir. En la parte superior se mostrará un buscador de usuarios y la opción para ver tu propio perfil, donde podrás editar los *hashtag* para tu video, y si decides o no usar el oficial de la aplicación para compartirlo en Twitter.

Aquí compartir contenido es muy sencillo: basta presionar el botón de stream y listo. El chat queda fuera de la app, opción desafortunada, ya que al depender también de una red social, reduce la comodi-

dad al leer directamente los comentarios de tu público.

Finalizando tu transmisión en vivo puedes guardar el video en tu dispositivo y verlo otra vez, igual que en Periscope, pero con la gran diferencia de que terminado el *streaming* solo podrás ver nuevamente los videos de los que hayas formado parte.

### Conclusión

Tanto Periscope como Meerkat tienen un brillante futuro, y aunque la primera opción parece poseer un aire de superioridad debido a que pertenece al mismo bando que una red social, habrá que esperar a que en los próximos meses cada una sume funcionalidades hasta que una domine a la otra en el mundo del *live streaming*.

Lo cierto es que el éxito de ambas apps no podría alcanzar un momento más idóneo: en que todos desean mostrar o ver lo que se vive en tiempo real, cautivando a cualquier usuario para compartir los instantes más destacados del día a día.♥



# Código Cero

Estrategia en Redes Sociales

B U S C A   A   G A B Y   G A N C Z



## ALGO MÁS QUE SOLO RECLUTAR PERSONAL

Por Adrián Canales Martínez  
Socio Director de Integra Capital Humano

**N**ormalmente las empresas solo buscan personal para que realice alguna tarea en específico y si tiene habilidades para dicha actividad, es suficiente para que quede establecido el contrato, sin tomar en cuenta muchos otros factores que influyen en su desempeño.

Hoy es importante que la persona se identifique con la empresa, lo que hace y logra, que se percate de que es parte de un todo y que con su contribución está efectuando toda una cadena de valor. Esto parece simple, y lo es, pero nunca se platica y mucho menos se explica, y sobre todo, si se explotara el sentido de logro de la persona, ésta se sentiría mucho más identificada con la empresa y sus colaboradores, desarrollando un sentido de pertenencia.

Tendemos a pertenecer a grupos por alguna afinidad, bien co-

**“Saber dónde y para qué se está, y cuál es su contribución en la cadena de valor, aunado a sentirse valorado y reconocido, son incentivos muy poderosos que logran mayor permanencia y lealtad de los colaboradores”**

mún, lugar donde vivimos, deporte que practicamos o religión que profesamos, y en todas estas agrupaciones se comparten logros y el gusto de pertenecer. Igual sucede en el trabajo, lo más relevante es la capacidad de adaptación de la persona a la cultura de trabajo de la empresa, al medio ambiente, que entienda y le agrade ser parte de un todo, y se identifique con él.

Ciertamente el dinero ayuda, sin embargo no es un factor determinante que en el mediano y largo plazo le provea al colaborador sentido de pertenencia y aceptación. Saber dónde y para qué se está, y cuál es su contribución en la cadena de valor, aunado a sentirse valorado y reconocido, son incentivos muy poderosos que logran mayor permanencia y lealtad de los colaboradores, en cualquier posición en que se vayan a contratar.▼

# SERVICIO DE RECLUTAMIENTO MASIVO

## DIRIGIDO A EMPRESAS QUE BUSCAN:

- Un continuo flujo de candidatos a una posición específica  
*(ayudantes generales, mecánicos, eléctricos, etc.)*
- Posiciones de alta rotación.
- Arrancar múltiples posiciones para su empresa nueva.
- Mantener una célula o grupo de trabajo con el mismo número de gente.
- Resolver el problema de falta de candidatos.

*Resolvemos a través de la búsqueda continua de candidatos viables de acuerdo a su perfil. Los buscamos hasta que los encontremos.*



**Head  
Hunting**



**Consultoría  
en Ventas**



**Maquila  
de Nómina**



**Reclutamiento  
y Selección**



**Desarrollo  
de Fuerzas  
Comerciales**



**Administración  
de personal**

Cancún • Guadalajara • Hermosillo • México DF • Monterrey • Querétaro • Torreón

C. Leandro Valle 385 Nte  
Centro Torreón, Coah CP 27000  
+52 (871) 204 0907 Conmutador

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

 @integrach

[helpdesk@ich.mx](mailto:helpdesk@ich.mx)

 /integrach

Integrando  
**CAPITAL**  
Humano  
Generando Productividad



# ¿CÓMO SE ENCUENTRA LA SALUD DE TU ORGANIZACIÓN?

Por Jesús E. Pérez  
Director General de Nóvament

**“Una empresa es saludable y exitosa si por medio del equipo correcto, ha alcanzado sus objetivos”**

**P**ara que el ser humano se mantenga en forma y saludable es necesario que su alimentación sea balanceada, conformada por todos los grupos alimenticios. En las empresas y organizaciones ocurre un proceso similar, para sobrevivir necesitan de sus propios nutrientes: visión, estrategia y sobre todo, equipo correcto que las lleve a cabo.

Si lo que deseas es una organización sana, es necesario que esté integrada por un equipo capacitado, que a su vez sea eficiente, proactivo y dinámico para que funcione de manera adecuada y así impacte positivamente en otras partes de la organización.

## ¿Cuál es la complejión de tu organización?

Para llegar a la complejión ideal es fundamental una dieta correcta. En el ser humano, su complejión varía de acuerdo a los nutrientes que se proporcione. Es decir, debe conseguir un balance correcto entre los carbohidratos, cereales, grasas, frutas y verduras que ingiera. En cambio, para que una organización sea “esbelta” y se encuentre en forma, necesita de un equipo alineado a la estrategia y objetivo en común, que la ayuden a lograr su visión.

Lo contrario sucede cuando los nutrientes exceden su capacidad, robusteciendo a la organización. Factores como falta de compromiso/ motivación e insatisfacción en el puesto de trabajo generarán que el equipo no se encuentre alineado, afectando directamente la salud de la organización.

Como líder he observado que la clave para tener una organización saludable es prestar atención al equipo de trabajo. Puedes comenzar por alinearlos hacia un objetivo claro, conocer sus necesidades y sobre todo, observar si está generando un impacto positivo.

## Pasos para que tus nutrientes ayuden a que tu organización tenga un balance perfecto

1. *Enfocarse a lo más importante.* Ayúdalos a priorizar sus actividades para que logren realizar aquellas que aportan más valor en ellos. También pueden establecer indicadores que contribuyan en el logro de sus objetivos y metas.

2. *Alinearlos a un objetivo en común.* Realicen una estrategia en que definan la visión. Es decir, ¿cómo se ven en cinco años?, ¿qué procesos realizarán para lograr la visión?

3. *Trabajen hasta ser un equipo de campeonato.* Analicen sus fortalezas, debilidades, áreas de oportunidad y amenazas para que puedan trabajar en ellas, desarrollando los hábitos y actitudes necesarios que les permitan funcionar adecuadamente.

Una empresa que logre equilibrar todos sus nutrientes podrá obtener un “peso ideal” que la ayude a estar saludable. Es decir, existirá un balance tanto en su bienestar como en su productividad, reflejándolo en excelentes resultados. Recuerda que una empresa es saludable y exitosa si por medio del equipo correcto, ha alcanzado sus objetivos.♥



## LA MEJOR PLATAFORMA DIGITAL CON LOS MEJORES CONTADORES EXPERTOS



2) Declaraciones mensuales y anuales, estatus en regla ante el SAT, cumplimiento de obligaciones a tiempo.



4) Cálculo de nómina, impuestos, altas y bajas en IMSS.



1) Facturación electrónica ilimitada, en un solo sitio y clasificada por estatus de pago, fecha, etc.



3) Administración y clasificación de ingresos y gastos, creación de estados financieros.



**TU CONTABILIDAD ELECTRÓNICA  
DE LA MANO DE CONTADORES EXPERTOS**



5) Asesoría fiscal y contable por parte de contadores expertos siempre disponibles para ti.

TODO ESTO Y **MÁS SERVICIOS CONTABLES PERSONALIZADOS** DE ACUERDO A TUS NECESIDADES POR SOLO:



**REGÍSTRATE PARA RECIBIR ASESORÍA CONTABLE Y UN TOUR DE LA PLATAFORMA COMPLETAMENTE GRATIS**

[www.resuelvetucontabilidad.mx](http://www.resuelvetucontabilidad.mx)



Escanea este código y regístrate más fácil.

**01800 2860 104**

Paseo de la Reforma 39-2, Col. Tabacalera,  
Del. Cuauhtémoc, Ciudad de México 06030.



## ¿HASTA DÓNDE EL TIPO DE CAMBIO?

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

**R**ecientemente hemos visto la cotización de nuestra moneda operando en máximos históricos sobre niveles de \$16.5; en lo que va del año la depreciación ha sido de cerca de 10% y en los últimos 12 meses de más de 20%, ¿A qué se debe? En esta ocasión lo que observamos no es una debilidad de nuestra moneda, sino más bien una fortaleza del dólar frente a una canasta de divisas que incluye al peso mexicano.

Lo que sucede a nivel internacional es que el dólar está ganando terreno frente a otras monedas ante la expectativa de que Estados Unidos pronto iniciará un ciclo alcista en sus tasas de interés, las cuales hasta ahora han estado en niveles mínimos para apoyar al fortalecimiento de su economía. Esta posibilidad ha generado nerviosismo a nivel internacional y la repatriación de flujos de mercados emergentes a mercados desarrollados.

¿Qué podemos hacer? No mucho. La realidad es que el alza en tasas en aquel país será pronto, algunos piensan que este año, otros pensamos que quizá tarde algunos meses más, pero cuando suceda, es probable que veamos algo más de turbulencia en los mercados, particularmente en nuestro tipo de cambio. Para contrarrestar lo anterior, Banxico ha modificado las fechas de reuniones de política monetaria un día después de que el Banco Central de EUA haga lo mismo, con

la finalidad de mantener una política monetaria similar a nuestro vecino país y contener en parte la salida de flujos.

Sin embargo, lo cierto es que nuestra economía continúa estancada y un alza en las tasas locales no es una buena noticia para el crecimiento de México. Otra de las medidas que ha implementado la Comisión de Cambios es incrementar el monto de subasta de dólares diarios con la finalidad de darle liquidez al mercado y evitar mayor volatilidad, esto podría contener, por lo menos en el corto plazo, la fuerte depreciación que ha presentado nuestra moneda.

Hoy en día hay dos escenarios posibles: uno de ellos es que los datos económicos en EUA no respalden la fortaleza económica y que el Banco Central mantenga las tasas bajas por más tiempo, lo cual aunque de corto plazo es positivo, sólo prolongará la agonía, al tiempo de que mandará una señal de que la economía continúa débil, lo cual también tiene un efecto negativo en nuestro crecimiento. El otro escenario es que una vez que EUA eleve tasas, exista mayor certeza de que la economía va mejor, y que no habrá una escalada alcista hasta no ver una mayor recuperación, esto podría generar más tranquilidad

en los participantes y que la atención se centre de regreso en lo fundamental y no en la especulación.

Adicionalmente, vale la pena señalar que contamos con un crédito con el Fondo Monetario Internacional que podría usarse para contener la volatilidad actual de nuestra moneda mientras se restablece la “normalidad” en los mercados internacionales.

Nuestro país presenta grandes retos para el crecimiento en los próximos años, precios del petróleo bajos (cerca de 50 dólares por barril), menor producción de petróleo, crecimiento modesto, incremento en el déficit, todo esto en medio de un entorno complicado a nivel internacional (China, Grecia, Europa).

Aunque, pese a lo anterior, la realidad es también que nuestro país presenta finanzas públicas sanas y nos seguimos viendo mejor que otros mercados emergentes. De hecho la mayoría de las encuestas entre diferentes corredurías locales e internacionales, así como algunas metodologías que incluyen la paridad de compra entre países, señalan que nuestra moneda debería regresar a niveles cercanos a \$15.0, lo cual ciertamente hoy suena muy optimista. Veamos qué pasa.♥

monex.com.mx

Tel. (871) 747- 4850

## SOMOS MUCHO MÁS QUE DIVISAS

DERIVADOS

CRÉDITO EMPRESARIAL

CUENTA DIGITAL  
MULTIDIVISAS

BANCA ELECTRÓNICA

CASH MANAGEMENT

INVERSIONES

**BANCA DE EMPRESAS**

AGILIDAD PARA QUE EL DINERO TRABAJE

GRUPO FINANCIERO  
**monex**

**30 años**

Bldv. Independencia No. 3545 Oriente, Local 4, Fracc. Residencial El Fresno, C.P 27018, Torreón, Coahuila.

# ¿SABER ES PODER?

¿Te ha pasado que llegas a estresarte o a tomar decisiones equivocadas debido al bombardeo de información confusa que recibimos día a día?

Por Alejandro Juan-Marcos Barocio

**E**n la actualidad muy posiblemente todos hemos sufrido el fenómeno de “sobrecarga de información” sin saberlo. Se trata de un problema que va en aumento y se refiere a cuando recibimos más datos de los que nuestro cerebro es capaz de procesar.

Así es, pareciera como si la gran cantidad de información que recibimos todos los días nos produjera más complicaciones que beneficios. El Psicólogo Daniel Levitin, autor de *La mente organizada*, nos explica que la sobrecarga de información provoca que nos sintamos mentalmente agotados al final de la jornada, ya que nuestros cerebros están programados para afrontar las actividades rutinarias como lo hacían los seres humanos hace miles de años, en la época de los cazadores, y explica que en aquellos tiempos la cantidad de información recibida era mucho menor y llegaba lentamente.

En contraste, actualmente Business Insider reporta que por cada minuto que pasa se realizan dos millones de búsquedas en Google, se crean 571 páginas de internet, se suben tres mil 600 fotos a Instagram, en Facebook hay 41 mil nuevas publicaciones y se cargan aproximadamente 72 horas de video a YouTube.

Para el ser humano es físicamente imposible procesar toda esta nueva información, y más aún cuando mucha de ella se contradice, por ejemplo, un día podemos encontrar en Google un artículo sobre los beneficios de llevar una dieta Vegana y a la semana siguiente leer otro que hable de los riesgos de este tipo de régimen alimenticio, por lo que nos desconcierta distinguir qué es real y qué no, hecho que nos lleva a un estado de confusión y ansiedad.

No obstante, este no es el único problema por el cual pasamos en la era de la información, pues también atravesamos por un proceso llamado “saturación social”, el cual



fue desarrollado por el Psicólogo Kenneth Gergen. Dicho concepto expone que las tecnologías de comunicación nos empujan a relacionarnos con un mayor número de personas alrededor del mundo y conforme creamos más vínculos, vamos cambiando de roles y opiniones, por lo que notamos que nuestra forma de pensar sobre algún tema o incluso nuestros valores, se modifican en periodos muy cortos, ya que al ir recibiendo diferentes opiniones nuestro criterio va cambiando.

Ante este desenfrenado aumento de información, la solución para evitar sobrecargarnos radica en cada uno de nosotros, al asumir la responsabilidad de que cuando ejerzamos el rol de creadores de información tengamos en cuenta que ésta sea de calidad y con ética; y cuando tengamos la función

de receptores identifiquemos el objetivo de nuestra búsqueda, descartando el contenido que nos desvíe de él.

La sobrecarga de información es un problema real que puede afectar nuestro rendimiento y productividad, confundiéndonos sobre lo que es y no es verídico. Recordemos que “consumir” información sin un objetivo definido no nos conducirá a ninguna parte.♥

**“Era el que más sabía...  
Pero el que menos  
entendía”**

**Domingo Faustino  
Sarmiento**

# TORNEO DE GOLF

CONVIVENCIA  
& CLÍNICA CON

LORENA OCHOA

2015  
TORREÓN



## ¡MUCHAS GRACIAS!

A la comunidad Lagunera,  
Gobierno del Estado de Coahuila,  
golfistas, patrocinadores  
y amigos por este éxito.

## ¡NOS VEMOS EN 2016!



Gobierno de  
**Coahuila**

Un Estado con  
**ENERGIA**



**NISSAN**  
ALAMEDA



**PLAYERS**  
OF LIFE



Construcción  
**SAHULO**



**CHICE**  
marketing integral



**JUMEX**



**TORREÓN**  
CIUDAD QUE VENCE



¿CÓMO ES POSIBLE?  
FUNDACIÓN  
LORENA OCHOA



Lic. Óscar Conte Galván  
e Ing. Cutberto Frías Gómez

## EXPO LAGUNA Energía Sustentable

Con el gran propósito de posicionarse como uno de los centros expositores más importantes del país en cuestión de industria solar, Expo Laguna tiene el objetivo servir como punto de encuentro nacional e internacional para el sector, así como presentar e invitar a sus miles de fabricantes, proveedores, distribuidores,

desarrolladores de proyectos, instaladores e inversionistas de diferentes partes del mundo.

Organizado por el Instituto Génesis de Estudios y Capacitación, SC como la primera plataforma de negocios que reúne lo mejor del sector especializado en energías renovables, será un espacio donde los especialistas y expositores de la región podrán hacer gala de sus grandes innovaciones tecnológicas, comercializar sus productos y servicios, permitiendo un encuentro lleno de intercambios

y actualizaciones tanto de conocimientos como de experiencias, para poner al día la competitividad de las empresas en México.

En los últimos años el panorama energético ha cambiado de forma muy importante, el tema de energías renovables está en todas partes, por lo cual no solo las empresas buscan cubrir esas necesidades, sino que se ha ido creando un gran interés en la sociedad para buscar alternativas que les permitan generar energía de una manera sustentable.♥



**“Empresarios laguneros han decidido iniciar un evento que esperan dé lucidez y presencia a La Laguna en los años venideros”**



**Tera Expo Energía Sustentable 2015**  
 Octubre 13, 14 y 15

**Objetivos:**

- Dimensionar el potencial de las energías renovables
- Impulso en la región y unificar criterios de tramitología e instalación
- Intercambio de experiencias y conocimientos
- Promover su comercialización

**¿Por qué en La Laguna?**

La irradiación solar global en México en promedio es de 5 kWh/día/m<sup>2</sup>, sin embargo en nuestra región llega a valores de 6 kWh/día/m<sup>2</sup> o más, convirtiendo a esta zona en un gran espacio de oportunidad.

Suponiendo una eficiencia de 15%, bastaría un cuadrado de 25 km por lado para generar toda la energía eléctrica que requiere hoy el país; por ello, el potencial técnico se puede considerar prácticamente infinito.

**Actividades:**

- **Conferencias magistrales.** Expositores de gran conocimiento y expertos en el tema.
- **Conferencia magistral VIP.** Se realizará con un exclusivo grupo de empresarios interesados en adquirir conocimientos y/o entender más a fondo el ámbito de las energías renovables.
- **Foro empresarial.** Con la participación de una o dos empresas importantes, que

compartirán su experiencia como Socialmente Responsables.

- **Talleres prácticos.** Cursos rápidos orientados a unificar criterios de instalación, normatividad y/o presentación de nuevos productos.
- **Mesas de negocios.** “Green Meetings”, llevada a cabo con la finalidad de realizar encuentros comerciales con inversionistas y obtener posibilidades de financiamiento con apoyos locales e internacionales.



José de la Mora 1128  
 Col. Ampliación Los Ángeles  
 27140 Torreón, Coah.  
 ☎ (871) 228-6882 y 83  
 ✉ expolag.es@gmail.com  
 🌐 www.exposolartech.com





## BENEFICIOS DE UN ENTRENADOR PERSONAL

Por Elsa Tirado  
Personal Trainer en Rocksport TSM

**E**l entrenador personalizado se ocupa de la enseñanza y prescripción de ejercicio físico, brindando a sus clientes un servicio integral en beneficio de su salud, a través de variedad de rutinas con diferentes técnicas de entrenamiento, en este caso con ejercicios de resistencia (pesas).

Con esto estimula el aumento en el desarrollo muscular, tomando consciencia de que incrementando éste se queman más calorías, aun en estado de reposo. La experiencia nos permite conocer cómo cada persona responde de manera única a diferentes sistemas de dietas y ejercicio, por lo cual la tarea del entrenador personal es ayudar a obtener los máximos resultados en el menor tiempo posible.

El entrenador personal profesional comprometido puede ser una gran ventaja, ya que constituye una guía y apoyo en obtener mejor

**“El entrenador personal profesional comprometido puede ser una gran ventaja, ya que constituye una guía y apoyo en obtener mejor condición física”**

condición física, acrecentando fuerza, agilidad y resistencia, elementos básicos para un óptimo funcionamiento diario, sin dejar de recuperar, por supuesto, la estética corporal.

La motivación por medios propios para mejorar la salud física y mental obliga a dejar de lado la pérdida de peso exprés con dietas y rutinas mágicas, practicadas en cortos periodos, aprendiendo a manejar un verdadero estilo de vida con logros, y metas reales y constantes.♥

*La*

# AGENCIA

# CIA

estudio de comunicación -

— // —

PUBLICIDAD \*\* DISEÑO GRÁFICO \*\* SOCIAL MEDIA

Diagonal Reforma 3030 Interior // Torreón, Coah. // (871) 718 0700 // [hola@somoslaagencia.com](mailto:hola@somoslaagencia.com)  
[somoslaagencia.com](http://somoslaagencia.com) // [insta @laagencia.trc](https://www.instagram.com/laagencia.trc) // [face La Agencia](https://www.facebook.com/LaAgencia)

# INMINENTE LLEGADA DE UBER A TORREÓN

**Y**a establecido en el mercado regional, donde ha gozado de gran aceptación por parte de los usuarios, el éxito de Uber se basa en sus tarifas fijas, comodidad y sobre todo, seguridad.

Ante su inminente llegada al estado de Coahuila, específicamente a Torreón y Saltillo, es importante conocer en qué consiste Uber y los servicios que ofrece.

Actualmente Uber tiene presencia en 60 países alrededor del mundo, sin embargo en la República Mexicana solo se encuentra en cinco ciudades: Monterrey, Guadalajara, Distrito Federal, Tijuana y Querétaro.

## ¿Qué es Uber?

Una empresa internacional que proporciona el servicio de alquiler de chofer bajo pedido, haciendo posible solicitar taxis privados a través de dispositivos Android o iPhone. Usar la aplicación es muy sencillo, solamente se requiere registrar los datos personales, así como una tarjeta de crédito a la cual se cargará el monto del viaje una vez finalizado, un plus para cuando no se tiene a la mano dinero en efectivo.

Una vez registrado, se indica la ubicación, seleccionando el tipo de servicio y listo. Otra ventaja es el despliegue de la información de quien estará frente al volante, incluyendo modelo y placas del vehículo.

Hoy la página de Uber Torreón en Facebook cuenta con cerca de dos mil 500 seguidores, aunque su fecha de apertura está por publicarse, se espera que en breve los laguneros disfruten del servicio.

“La empresa internacional que proporciona el **servicio de alquiler de chofer** bajo pedido tiene presencia en **60 países**”



Si tienes algún procedimiento quirúrgico pendiente...

**NO DEJES PASAR MÁS TIEMPO**



**SANATORIO  
ESPAÑOL MR**

Te ofrece 3,6,9 y hasta...

**12**

**MESES SIN INTERESES** con tarjetas de crédito  
participantes   en:

**PROCEDIMIENTOS DE CIRUGÍA (INCLUYENDO AMBULATORIOS) •••**

- Traumatológicas
- Cardiorácicas
- Pulmonares
- Procedimientos vasculares periféricos
- Gástricas
- Pediátricas
- Procedimientos cardiológicos:
- Colocación de stents
- Estéticas
- Ginecobstétricas
- Colocación de marcapasos
- Cardiopatías congénitas



**- PIDE INFORMES, LLÁMANOS HOY MISMO 705-3333 -**

Aplican restricciones, vigencia al 31 de diciembre de 2015, no válido con otras promociones



sanatorioespañol

www.sanatorio.com.mx



@SanatorioEsp





## COMPLEJO CULTURAL Y DEPORTIVO LA JABONERA

Fue inaugurado en Torreón

Con una inversión que en conjunto alcanzará 160 millones de pesos, se prevé que en 2016 el complejo deportivo y cultural quedará completamente terminado.

La Jabonera, ubicado en el poniente de la ciudad, tiene el objetivo de convertirse en un semillero deportivo con la presencia de deportistas sobresalientes.

El nombre de este recinto proviene de un aspecto histórico, pues en el año 1900 funcionaba en ese espacio la compañía Jabonera La Unión. Además el lugar es famoso por el nacimiento del equipo de beisbol Unión Laguna.

Cabe destacar que una vez concluido, el Complejo Cultural y Deportivo atenderá a



### Instalaciones

- Alberca semiolímpica
- Área de baños y vestidores
- Ring de box
- Canchas de futbol uruguayo
- Zona de combate

más de dos mil niños. Por otro lado, la creación de empleos es un tema importante, ya que se abrirán más de 100 plazas laborales, dirigidas por un consejo ciudadano que se formará próximamente para liderar la toma de decisiones.

Se tiene proyectado que el ex futbolista Oswaldo Sánchez sea nombrado Director; aparte de contar con el apoyo de deportistas como el boxeador Cristian Mijares.♥

**El sitio quedará habilitado en su totalidad en 2016, representando una inversión de 160 mdp.**

*síguenos en:*



Instagram



YouTube

# LA DIFERENCIA ENTRE UN EVENTO Y UN GRAN EVENTO

ROBO-LEDS  
ANIMACIÓN  
EQUIPO DE  
ILUMINACIÓN  
PANTALLA LED XL  
MÁQUINAS DE FUEGO  
CORTINAS Y  
MUROS LED  
ROCKOLAS

## LEDS DANCE

EN LOS MEJORES EVENTOS

PISTA DE LEDES  
SALAS LOUNGE  
SONIDO  
DJ & CABINA  
BEBIDAS & SHOTS  
MESAS DE CASINO  
BARRA ILUMINADA  
PERIQUERAS LED

Calzada colón #301, Col. Centro Torreón, México  
Tels. 300 36 28 871 277 9276



# CUIDADO FEMENINO ÍNTIMO

## ¿Cómo saber si se padece una infección vaginal?

Por Dr. Julián Salazar Montoya  
Ginecología y Obstetricia en Hospital Ángeles Torreón

El flujo vaginal normal cumple varias funciones: limpia y humecta, y ayuda a prevenir y combatir infecciones. Si bien es usual que el color, textura y cantidad varíe a lo largo del ciclo menstrual, algunos cambios pueden indicar la presencia de un problema.

En primer lugar debemos aprender algunas de las diferencias entre lo normal y anormal para reconocer los posibles cambios. El flujo puede ser de distinta textura y color, pero debe ser un poco pegajoso y elástico, o pegajoso y espeso; y en cuanto a color, se espera que sea claro, blanco o blanquecino.

### Signos a considerar

Se debe prestar atención a los siguientes puntos que pueden ser indicio de un problema:

Cambios en

-  Olor (en especial si es desagradable)
-  Picazón, ardor, hinchazón o enrojecimiento vaginal
-  Color (si se vuelve verdoso, grisáceo o parecido a la pus)
-  Sangrado vaginal o pérdidas que no corresponden al periodo menstrual
-  Textura (espumoso o semejante al requesón)

### Infecciones

La vaginitis bacteriana, candidiasis (infección por un hongo) y tricomoniasis suelen ser la causa común de flujo vaginal anormal. Algunas infecciones que pueden provocar cambios, como la gonorrea, son de transmisión sexual; otras, como la vaginitis bacteriana o las ocasionadas por hongo, pueden aparecer independientemente de haber tenido relaciones sexuales o no.

Los síntomas de estas infecciones pueden ser muy similares, pero deben considerarse algunas diferencias:

• **Causadas por hongos.** Pueden generar un flujo vaginal blanco y espeso, semejante al requesón. No suelen producir un olor fuerte, pero sí mucha picazón y ardor.

• **Vaginitis bacteriana.** Puede hacer que el flujo tenga un olor desagradable, semejante al pescado. Puede ser poco espeso y grisáceo.

• **Tricomoniasis.** Es una enfermedad de transmisión sexual (ETS) común que puede generar un olor fuerte. El flujo puede volverse entre amarillo-verdoso y espumoso. También suele causar picazón vaginal y dolor al orinar.

Al notar algún cambio en el flujo vaginal o pensar que se tiene algún problema, se debe consultar a un médico lo antes posible.♥





# CUIDAMOS TU SALUD Y ECONOMÍA

APROVECHA HASTA **12** MESES SIN INTERESES CON TARJETAS PARTICIPANTES EN:

- PAQUETES QUIRÚRGICOS
- PAQUETES DE MATERNIDAD
- CHECK UPS
- ESTUDIOS DE LABORATORIO E IMAGENOLOGÍA
- PROMOCIONES VIGENTES EN SERVICIOS



**INFORMES**  
**729 04 00**

**20** AÑOS

**MOMENTOS**  
**CONTIGO**



**Hospital Angeles**

TORREON

[www.hospitalangelestorreon.com](http://www.hospitalangelestorreon.com) · Paseo del Tecnológico 909 · Col. Residencial Tecnológico · Torreón, Coahuila.

\*Pregunta por tarjetas participantes, plazos y montos mínimos. Aplican restricciones



## NORMATIVIDAD EN ODONTOLOGÍA

Por Dra. Liliana Acuña Cepeda

La Medicina es una profesión que tiene como fin cuidar la salud del hombre y la prevención de las enfermedades, con implicaciones humanísticas. La ciencia y la técnica están al servicio de la vida, con criterio ético, el cual regula el respeto al ser humano de forma integral, es decir, la dignidad de la persona.

La Odontología es una profesión de servicio en la comunidad, respetando el marco jurídico mexicano, para una mejor calidad de vida. La relación médico-paciente es una de las más complejas, por eso hay disposiciones normativas que rigen la actuación de las ciencias biomédicas.

La Ley General de Salud es el máximo órgano de reglamentación y normativa en materia de salud. Con fundamento en el artículo 4º constitucional: “toda persona tiene derecho a la protección de la salud”.

En Odontología la Norma Oficial establece criterios científicos, tecnológicos y administrativos obligatorios en el sector salud, es de observancia general en el territorio nacional y sus disposiciones para los prestadores de servicios de atención médica de los sectores público, social y privado. Nos rigen varias normas oficiales relacionadas con la Odontología, encaminadas a tener una buena calidad en servicios, reflejada en nuestros pacientes, quienes al acudir a su atención odontológica, en el medio social o privado, se percatan de los lineamientos que cumplimos, entre otros:

**-Aviso de privacidad.** Acorde con la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, al recabar sus datos personales el profesional de la salud es responsable del uso que se les dé, así como de su protección.

**-Expediente clínico.** Conjunto de documentos escritos, gráficos, fotográficos, modelos de estudio o de cualquier otra índole.

**“La relación médico-paciente es una de las más complejas, por eso hay disposiciones normativas que rigen la actuación de las ciencias biomédicas”**

**-Consentimiento informado.** El paciente debe otorgar su consentimiento para recibir tratamiento, debe conocer la índole y propósito de los procedimientos realizados, en el cual se aceptan los procedimientos estomatológicos, bajo la debida información, riesgos y beneficios esperados.♥

**De igual manera, se aplican las medidas básicas de prevención de riesgo mediante el uso de barreras universales:**

**-Protección ambiental.** Manejo de residuos peligrosos, biológicos, infecciosos.

**-Documentos.** Todos los odontólogos deben contar con título, cédula profesional, cédula de especialidad, aviso de funcionamiento en el Municipio, Secretaría de Salubridad y Hacienda.

**-Atención para todos.** Todo tipo de pacientes, sin importar su situación moral, física, económica, edad y religión, deben ser atendidos, así como aquellos con discapacidad (deficiencia física, mental o sensorial).

**-Interconsulta.** Diversas especialidades de la rama odontológica para brindar una atención integral.

# AHORA EN TORREÓN

Atención de emergencia siempre que lo necesites.



**URGENCIAS 24H, LABORATORIO, RAYOS X, ULTRASONIDO  
MÉDICO URGENCIÓLOGO, ELECTROCARDIOGRAMA**



Todo por ti.  
[www.sanatoriosanjose.com](http://www.sanatoriosanjose.com)



**Sanatorio San José**  
Bvld. Senderos 672, Residencial Senderos  
Torreón, Coah.

# GUIÓN DE TELENOVELA

## Los grandes departamentos de comunicación

Sabemos lo importante que es para cualquier servidor público su área de prensa y comunicación, un grupo de personas que deberán demostrar su nivel de inteligencia para transmitir de la mejor forma las situaciones pasadas, presentes o futuras de una figura pública, buscando el mejor rostro. ¿Esto se ha logrado en los últimos sexenios?

Por Maurice Collier de la Marliere  
Twitter: @MauriceCollier

**S**oy mercadólogo de profesión, pero más importante aún, soy crítico, analítico y mexicano, con deseos de un mejor país, por ello me he atrevido a escribir este artículo.

Alguna vez nos hemos preguntado qué es el marketing político y cómo se aplica a nivel federal en nuestro país. Para mayor claridad, definamos: “el marketing político es el proceso por el cual los candidatos a puestos de servicio público y sus ideas son dirigidas a los votantes en orden de satisfacer sus necesidades y ganar su apoyo”, así lo afirma Avraham Shama, experto en marketing de la Universidad Baruch en Nueva York.

Retomando el anterior concepto, me pregunto si esta rama socioeconómica solamente estudia la antesala de una votación o trasciende al periodo de vigencia de un político. La respuesta contundente es que irá desde la formación de una figura pública hasta el futuro de su paso por la carrera política.

¿Cómo han demostrado los expertos en comunicación de los últimos sexenios sus conocimientos para mantener una figura dignificada de los presidentes? Hagamos un recuento del pasado y observemos el presente.

En la actualidad Enrique Peña Nieto ha tenido una avalancha de infortunios en su periodo, sin ir tan lejos, a últimas fechas los noticieros no han dejado de hablar de la dis-



paridad desmedida del peso frente al dólar, que denota al Primer Mandatario como uno de los jefes de Estado al frente de México con menor conocimiento de economía y tomador de decisiones que frenan una desaceleración económica inminente. Ante esto el Presidente y su equipo de comunicación no han encontrado una alternativa contundente que minimice el golpe mediático que conduce al barranco sus niveles de aceptación.

Pero, ¿siempre fue así? Sin duda no. Volteemos un par de años atrás y observemos la figura prefabricada de un candidato que con peinado perfecto, vestimenta casual, sonrisa amigable y del brazo la mujer que hipnotizó la televisión nacional con sus personajes de la pobre joven que encuentra al hombre rico que la convierte en millonaria y poderosa, lo llevó a cautivar a una sociedad sin conocimiento y sedienta de esperanza. Aunque irónico, para la hoy Primera Dama, su trillado personaje se hizo realidad como en cuento de hadas, tanto que hasta una “casa blanca” se integró a su historial. Probablemente asesorada por el equipo de “expertos” de su actual esposo, lanzó un video en el que se deslindaba de un acto ilícito y comprome-

tió su carrera artística, declarando que tenía ganancias millonarias, tan elevadas que las actrices hollywoodenses la envidiarían. ¿Esto fue lo correcto, según los conocedores? Más bien en vez de ayudarlo, la puso en el ojo del huracán al mostrar una imagen falsa y fuera de lugar, con un vocabulario elevado de tono y una postura rígida de molestia. ¿Debería la Señora Rivero estar molesta o sería el pueblo mexicano el que no debería aceptar tales actos deleznable?

Situaciones de esta índole encabezan una larga lista en la que el equipo de comunicación del hoy Presidente Peña Nieto ha dejado al descubierto una intolerable falta de capacidad. Entre ellos destacan las respuestas ante la atroz desaparición de los estudiantes de Ayotzinapan, la fuga del penal de máxima seguridad del capo más peligroso de México que nuevamente se convierte en el más buscado, la burla de los medios al uso indebido de unos calcetines y muchos más que son y serán los actos que sin cuidado alguno conducen al Presidente a la desaprobación general de un país que clama atención.▼

“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](http://www.visatx.com)





des de vigilancia y control de las vialidades que desarrollan los cuerpos de tránsito, actividad que está orientada a preservar valores esenciales como son respeto de las leyes y normas para una adecuada convivencia de las personas en el entorno vial, así como procurar la movilidad segura e integridad física de los usuarios.

La Organización Mundial de la Salud estima que cerca de 1.3 millones de personas en el mundo mueren cada año debido a siniestros de tránsito. Entre 20 y 50 millones resultan lesionadas, algunas de ellas con discapacidad, declarando que los siniestros de tránsito constituyen un problema de salud pública.

Una de las intervenciones sugeridas para la vigilancia y control de tránsito, entre otras, señala que para que exista una movilidad segura y sustentable, debe haber armonía entre diversos factores: culturales, sociales, políticos, económicos, tecnológicos e incluso ambientales, como el uso de suelo.

Un principio aplicable a los sistemas de autoridad refiere que todos los ciudadanos son iguales ante la ley, por tanto debe insistirse en que no haya excepciones, siendo los servidores públicos un ejemplo a seguir.

Por lo tanto, legitimar la figura de los agentes de tránsito debe ser atendida fortaleciendo su imagen a través de corporaciones prestigiosas y con credibilidad; además de incrementar la vigilancia activa, ya que aumenta la percepción de ser sorprendido, pues la sola presencia de patrullas influye en la actuación de los conductores.▼

## DE UN SEGUNDO AL SIGUIENTE

Por Carlos Gregorio Ramírez

**E**sta colaboración surgió a partir de un video que presenta su autor, Werner Herzog (From One Second to the Next), disponible en YouTube, visto a raíz de las publicaciones en medios locales y nacionales relacionadas con accidentes de tránsito, licencias de conducir y vigilancia vial por las autoridades, al igual que la función de los guardas como causa de infracciones.

El documental sensibiliza acerca de las consecuencias de manejar y utilizar simultáneamente el celular para envío de mensajes, y los estragos que ocasiona tanto en las víctimas como en los responsables de los accidentes.

En México, según la Guía de Intervenciones para Vigilancia y Control de Tránsito, publicada por la Secretaría de Salud, las muertes, discapacidad y lesiones por siniestros viales, también llamados accidentes de tránsito de vehículo motor, son asunto grave en materia de salud pública y desarrollo.

Entonces, el desempeño de los policías y agentes de tránsito debe reforzarse en atención a que de ellos se espera la aplicación de medidas concretas, valorando las activida-

**“La Guía de Intervenciones para Vigilancia y Control de Tránsito, publicada por la Secretaría de Salud, señala que los accidentes de tránsito de vehículo motor son asunto grave en materia de salud pública y desarrollo”**



**...NO HACEMOS TRABAJOS BONITOS,  
HACEMOS DE TU IMAGEN ALGO EXTRAORDINARIO...**

[WWW.AMAPRODUCCIONES.COM](http://WWW.AMAPRODUCCIONES.COM)



FACEBOOK.COM/AMA.PRODUCCIONES.MX



@PRODUCCIONESAMA



AMAPRODUCCIONES



YOUTUBE.COM/USER/AMAPRODUCCIONESMX



INFO@AMAPRODUCCIONES.COM



TORREÓN COAHUILA MÉXICO



# SANTOS VS AMÉRICA

Gran partido en el TSM

Gracias a la jornada doble el público lagunero vivió otro emocionante partido en el Territorio Santos Modelo. Desafortunadamente el equipo local no fue capaz de llevarse la victoria al caer 2-0 frente a las águilas del América. ♥

1. Margarita Jaidar, Juan Carlos Carmona, Ileana del Río, Pedro Aguirre y Roberto Murra 2. Dante Elizalde, Dante Elizalde y Priscila Segovia 3. Luis David Villalobos, Fernando Pérez y Alberto Torres



Escanea el código con tu celular o busca el ID:9762 en [playersoffife.com](http://playersoffife.com)

f t #IMAPLAYER #SOCIALITE



SEPTIEMBRE

# ¡AL ESTADIO MIS GUERREROS! ESTE MES EN EL CORONA



DESDE \$130

SANTOS vs ATLAS

Viernes 18/Sep  
9:30PM



DESDE \$100

SANTOS vs DORADOS

Martes 29/Sep  
POR DEFINIR

CONSULTA DÍAS DE VENTA DE BOLETOS EN LOS MEDIOS OFICIALES DEL CLUB



PAQ. 16		PAQ. 19 AP 15 - CL 16	
PAQ. 17		PAQ. 20	
PAQ. 18		<b>3 PARTIDOS DESDE \$430</b>	

YAA LA VENTA

**VENTA DE BOLETOS** En Taquillas TSM, Centros Superboletos, superboletos.com y todas las tiendas Oxxo.  
**VENTA DE PAQUETES** En Taquillas TSM y Centros Superboletos.

Horarios de taquilla de 12 pm a 8 pm / Informes al tel. 293 91 56 / @TSMExperiencia  
[www.clubsantos.mx](http://www.clubsantos.mx)





# EXATEC

## Torneo de Golf

Se celebró la segunda edición del Torneo Anual de Golf EXATEC Laguna en la modalidad a go-go con cinco participantes por equipo. El Club Campestre Torreón fue sede del evento que tuvo como objetivo reunir a egresados para contribuir con una buena causa. ♡

1. Ramón Ávila, Luis de la Rosa, Roberto Villarreal, Javier Valdés y Rodrigo González 2. Ramón Corrales, Germán Madero, Eduardo Tijerina, José Ángel Gómez y Germán Madero 3. Samir Chamán, Ángel Treviño, Salvador Sánchez, Amin y Ricardo Fematt



Escanea el código con tu celular o busca el ID:9723 en [playersoffife.com](http://playersoffife.com)

f t #IMAPLAYER #SOCIALITE





4. Laura Jaime, Elsira Pizarro, Margarita Sánchez-Gavito, Marcela Coghlan y Claudia Fájer 5. Jesús Tumoine, Jesús Tumoine, Saúl Fuentes, Federico Saldaña y Javier Denigris 6. José Haro, Alfredo Mafud, Ricardo Villalobos, Roberto Reza y Luis Roberto Reza 7. Francisco Cruz, Ricardo Garrido, Alejandro Estrada, José Luis Gómez y Benjamín Tumoine 8. José, Fernando, Rogelio, José, Roberto, José, Polo, Mariano y Mariano



# GRAND ATELIER

## Noche de apertura

Con un concepto único en la región, Grand Atelier abrió sus puertas en una de las principales plazas comerciales de la ciudad. Una *concept store* que ofrece artículos exclusivos de grandes diseñadores de moda mexicanos. ♥

1. Federico Sáenz, Lucía Sáenz, Carlos Martínez, Cecilia González e Ignacio Sáenz
2. Marcelo Bremer y Alberto González Domene
3. Karla Talamás, Sory Garza y Janet Giacomán



Escanea el código con tu celular o busca el ID:3540 en [playersoflife.com](http://playersoflife.com)

f t #IMAPLAYER #SOCIALITE



2



3

# RIGBA

## Agradece a tus **clientes** con el mejor **promocional**



te ofrecemos más de  
**10,000**  
artículos promocionales

Tampo  
grafía

Seri  
grafía

Bordado

Láser

Sublimación

Arenado

Nuestros servicios de decorado

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



/rigba.promo



@Rigba\_Promo



RIGBA Group



Rigba Group



RIGBAgroup



RIGBA Group



Rigba Group

Visítanos en  
nuestras  
**sucursales**

Suc. Chihuahua Matriz (614) 413.50.44 [info@rigbapromo.com](mailto:info@rigbapromo.com)

Suc. Hermosillo [hermosillo@rigbaflex.com](mailto:hermosillo@rigbaflex.com)

Suc. Durango [durango@rigbaflex.com](mailto:durango@rigbaflex.com)

Suc. Monterrey [monterrey@rigbapromo.com](mailto:monterrey@rigbapromo.com)

Suc. Juárez [juarez@rigbapromo.com](mailto:juarez@rigbapromo.com)

**Suc. Torreón** [torreon@rigbapromo.com](mailto:torreon@rigbapromo.com)



# EXPERIMENTANDO LA PARRILLA ARGENTINA

Rincón del Bife

Un exquisito menú es la mejor excusa para pasar una gran tarde de fin de semana. El Rincón del Bife contó con la presencia de grupos de amigos y familias que se dieron cita para disfrutar lo mejor de la cocina argentina en la región. ♥

- 1. Fernando Treviño, Daniel Fernández, Farid Micher, José Cantú y Damián Aguilera
- 2. Arturo Gilio y Mauricio Cepeda
- 3. Alejandro Ramos y Ángel Ramos



Escanea el código con tu celular o busca el ID:9731 en [playersoflife.com](http://playersoflife.com)



#IMAPLAYER #SOCIALITE



2



3

# YO CONFÍO EN AR

SERVICIO  
MÉDICO  
OFICIAL



AGUSTÍN  
MARCHECÍN



[armedica.com.mx](http://armedica.com.mx)  AR Laguna

CONTRATA HOY **720-6000**

# EL ÚLTIMO ADIÓS

## En el Coliseo Centenario

La Fiesta Brava presentada en el Coliseo contó con la participación de los novilleros Javier Castro y José María Hermosillo de Aguascalientes, Pérez de Pauloba de Querétaro, y el lagunero Gerardo Solís, quien obtuvo la última ovación de pie. Al finalizar el evento, la familia taurina del Coliseo realizó una última y emotiva vuelta al ruedo. ♡



1



2



4



3

1. Arturo Gilio
2. David González y Gerardo Solís
3. Sebastián, Sebastián, Eugenio y Lety González
4. Javier Roel, Roberto García, Crisanta Roel y Angelina Ruenes



Escanea el código con tu celular o busca el ID:3540 en [playersoflife.com](http://playersoflife.com)



#IMAPLAYER #SOCIALITE



5. Cecy Haro, Liliana Quintero, Diana González y Silvia Leal 6. Ricardo Franco y Ricky Franco 7. Jesús Sotomayor y Arturo Gilio



1

# AMAR Y QUERER

José José en La Laguna

La función del musical *Amar y Querer*, protagonizado por los éxitos del Príncipe de la Canción, José José, se presentó en las instalaciones del Teatro Nazas. Los laguneros disfrutaron de la puesta en escena con una magnífica orquesta en vivo. ♥



Escanea el código con tu celular o busca el ID:9841 en [playersoflife.com](http://playersoflife.com)

1. Benjamín Navarro y Blanca Jáuregui 2. Silvia Leal y Jorge de Anda 3. Cinthia Rodríguez y Agustín Anaya

f t #IMAPLAYER #SOCIALITE



2



3



**COLISEO CENTENARIO**  
EL LUGAR DE LOS EVENTOS

**NO HAGAS FILA, COMPRA EN LÍNEA**



DISPONIBLE EN:



App Store



Google play

**PEPE AGUILAR**

**3 DE OCTUBRE**  
COLISEO CENTENARIO  
9 PM

Showtime presenta

**Ana Gabriel**  
*por ti para siempre*

Sábado **17 OCTUBRE**

GMG ENTERTAINMENT PRESENTA

**MANÁ**  
*CAMA INCENDIADA TOUR*

**18 OCT.**

**CHAYANNE**  
NOVIEMBRE 7

Explanada Coliseo Centenario

OCESA OCESA.COM.MX

**Boletea**  
TICKETS

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

f BoleteaOficial @BoleteaMx Boletea

RockSport  
REFORMA 3030

blitzer  
GALERIAS LAGUNA  
4 CAMAROS  
ESCORDO JOYA OTE  
COL CENTRO GP. DDO.

TÓNICK35  
PASEO DE LA ROSITA #200

LOS 3 GARCIA

CENTROS DE VENTA:



# EL PROFESOR

Con Damián Alcázar

En el Teatro Nazas se presentó la obra *El Profesor* dirigida por Luis Eduardo Reyes, con la participación del actor mexicano Damián Alcázar, quien realizó una excelente interpretación. Cabe destacar que los asistentes ovacionaron de pie a los actores al término de la puesta en escena.♥



Escanea el código con tu celular o busca el ID:9836 en [playersoflife.com](http://playersoflife.com)

1. Blanca Landeros, Jorge Landeros y Carolina de Landeros
2. Susana Estens y Edgar Villarreal
3. Elsa Lechuga y Manuel Díaz de León

f t #IMAPLAYER #SOCIALITE



2



3



**NITROPISO**  
TIENDAS DE FÁBRICA

Pisos y acabados  
para el hogar

**APROVECHA DURANTE TODO SEPTIEMBRE**

DESCUENTOS DESDE: **10%** HASTA EL: **30%**

**ARRIBA 20% DEBAJO**

EN TODAS LAS LÍNEAS DE PISOS Y DECORADOS

QUARTZ 44x44cm (ROJO)

**MATRIZ DIAGONAL**  
Diagonal Reforma #2801 Ote.  
Tel. 228.00.09

**SUCURSAL JUÁREZ**  
Av. Juárez #1664 Ote.  
Tel. 228.80.88

**SUCURSAL PERIFÉRICO**  
Periférico Raúl López Sánchez #9545  
Tel. 733.00.64

PAGA TAMBIÉN CON:



**SUCURSAL MAZATLÁN**

Carr. Internacional al Norte KM. 1202.5  
Col. Bahías (Junto a Ley el Mar), Mazatlán Sinaloa  
Tels. (669) 983.8448 (669) 983.1974



Pisos y Porcelanatos Grifería Tinas y Sanitarios Pegamentos y más...



# LA PASIÓN DE LOS DEPORTES

CALENDARIO DEL MES

Por Sir Games

## US Open, Flushing Meadows, NY 31 agosto-13 septiembre

El cuarto y último torneo del año del Grand Slam de tenis se juega en Flushing Meadows, Nueva York. Se reparten alrededor de 16 millones de dólares entre los participantes, incluyendo aproximadamente un millón al campeón individual varonil y a la campeona femenil. Mi pronóstico es que Serena Williams y Andy Murray serán los ganadores en sus respectivas categorías.

**¿Por qué se llama Grand Slam?** En 1933 el australiano Jack Crawford ganó el Abierto de Australia, Roland Garros y Wimbledon. Cuando estaba a un paso de triunfar en el US Internationals, John Kieran, periodista de *The New York Times* escribió que si Crawford lograba la corona conseguiría un *grand slam* (magnífico golpe). Si bien finalmente el tenista perdió, el nombre de la competencia ha perdurado en el tiempo.

## Clásico Regiomontano 105 Estadio Universitario 19 de septiembre

El clásico regio entre los Rayados y los Tigres se jugará en el "volcán" de Ciudad Universitaria. Los Tigres tienen una victoria más (36) que los Rayados (35) en este tipo de partidos. Mi pronóstico es que habrá un empate de 2-2 entre los equipos de la Sultana del Norte.

**Gol y autogol.** Dos jugadores Ismael Rodríguez de Rayados y Sindy Balderas de Tigres, han tenido la "fortuna" de anotar tanto un gol como un autogol en la historia de los clásicos. El de Rodríguez fue el gol 200 en el historial de estos partidos.



## Arranca la NFL 10 de septiembre

El partido entre los Patriotas de Nueva Inglaterra y los Acereros de Pittsburgh marca el arranque de la temporada 2015 de la NFL, y con esto inician también las ligas de Fantasy Football en las cuales participan millones de personas. En México este deporte virtual ha crecido mucho en los últimos años y tiene miles de seguidores. Mucha suerte a todos los participantes.

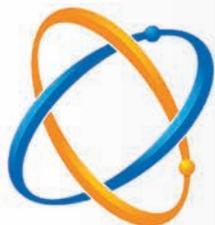
**Super Bowl 50.** Se jugará en Santa Clara, California en febrero del 2016. Es el primer Super Bowl cuya secuencia de edición no será representada por un número romano (L que equivale a 50), sino por uno arábigo. Este cambio es bueno, porque esa numeración cada vez era más difícil de leer, aunque se rumora que para el siguiente Súper Tazón se retomarán los números romanos.

## Gran Premio de Italia, Monza 6 de septiembre

## Gran Premio de Singapur, Singapur 20 de septiembre

## Gran Premio de Japón, Suzuka 27 de septiembre

Para los amantes de la velocidad, septiembre tiene tres grandes premios en su programa. Arranca el mes en Monza, conocida por los italianos como "La Pista Mágica". Dos semanas después se lleva a cabo la única carrera nocturna de la F1 en un circuito urbano en Singapur, cuyo primer ganador fue el español Fernando Alonso en el 2008. Y para cerrar el mes se corre la carrera de Japón en una pista construida en 1962, la cual originalmente se utilizó para pruebas del equipo Honda. Suerte para *Checo Pérez* en estos tres circuitos.



**MetroCarrier**<sup>®</sup>  
COMUNICAMOS TU EMPRESA



## Internet

- Dedicado Ethernet
- Premium
- Soluciones WiFi



## Telefonía

- Troncales Digitales / IP
- Números 800
- Soluciones para Contact Center
- Conmutadores



## Redes Privadas Virtuales



Velocidades **Simétricas**



Compatible con cualquier conmutador



**Paquetes desde 10 líneas** hasta las que se requieran



Conexión de oficina central y sucursales entre sí

- Conexión por **Fibra Óptica** - **Respaldo y Asesoría** de Expertos
- **Las mejores tarifas** del mercado

**690 6000**

**[www.metrocarrier.com](http://www.metrocarrier.com)**



# Las Acacias

RESIDENCIAL



## CONVENIENCIA

A sólo unos minutos de los más importantes centros educativos y comerciales.

ASEGURA TU LOTE

EL NUEVO DESARROLLO DE



A SÓLO **500 m** DE LAS VILLAS



INFORMES EN LAS VILLAS | [lasvillas.com.mx](http://lasvillas.com.mx) | 750-9780



ALFREDO MURRA FARRÚS

