

www.playersoflife.com

PLAYERS

OF LIFE
TORREÓN

MARZO 2018
\$40 MEX \$2.50 US \$3.50 CAN
7 503007 253002 143

THE Landscape ARTIST

La vida y obra de Rafael Aguirre a través de sus 40 años de trayectoria como reconocido artista plástico

GENIOS DE LA MERCADOTECNIA

Te presentamos a los especialistas en estrategias de marketing y campañas publicitarias

LOCAL E-COMMERCE

Conoce diferentes negocios que están utilizando plataformas digitales para manejar las ventas de sus productos online

telcel
P.8Y9



LA NUEVA ETAPA DE



Me gusta para vivir.

VISÍTANOS

Paseo de Las Villas No. 1, Residencial Las Villas, Torreón, Coah. CP 27105
Lunes a Viernes de 9 AM a 2 PM y de 4 a 7 PM | Sábados de 9 AM a 2 PM

✉ ventas@lasvillas.com.mx

☎ (871) 750-9780

f [@elcardenhal](https://www.facebook.com/elcardenhal)

🌐 Visita: lasvillas.com.mx



El Cardenchal^{MR}

RESIDENCIAL

CALIDAD DE VIDA, AL ESTILO LAS VILLAS

A un costado del fraccionamiento Las Villas, nace El Cardenchal, una nueva etapa de este desarrollo residencial que es sinónimo de calidad, exclusividad y seguridad. Las Villas cuenta con los fraccionamientos de mayor plusvalía en La Laguna, la inversión más rentable.

El Cardenchal continúa con la tradición de excelencia que ha dado a los fraccionamientos de Las Villas, el liderazgo del sector inmobiliario de lujo en La Laguna. Ofrece una gran calidad de vida para tu familia, atmósfera campestre, orden, conveniencia y seguridad, el sello de la casa.

TERRENOS DESDE 420 HASTA 1,840 m²

PASIÓN POR ^{la} carne





¡SABEMOS LO QUE
TE GUSTA!

SERVICIOS

Planeación Estratégica
Campañas de Publicidad
Manejo de Medios
Creatividad, Arte y Diseño
Estrategia Digital
RRSS Management
Producción de Audio y Video
Fotografía publicitaria, comercial e industrial
Logística, coordinación y cobertura de eventos

Dejamos marcar en nuestros clientes



Laguna

Valle del Guadiana 490, Parque Industrial
Lagunero, Gómez Palacio, Durango.

Monterrey

Fray Rafael J Verger 2004-B.
Colonia Obispaño 64060.



PLAN TELCEL Max Sin Límite

5000



5000^{MB¹}

UBER



SIN LÍMITE²

por
\$499^{AL MES}

Telcel la mejor Red con la mayor Cobertura



SONY
Xperia XZ1

MOTOROLA
Moto Z2 Force

SAMSUNG
Galaxy Note8

Equipos no incluidos

1) Los Megabytes (MB) incluidos en el Plan contratado podrán ser utilizados estando en México, E.U.A. o Canadá. Agotados los MB incluidos en el Plan, se aplicará el cobro por KB adicional establecido para el Plan Tarifario. La navegación en Internet en E.U.A. o Canadá dependerá de la capacidad y tecnología ofrecida por el operador extranjero. El servicio estando en E.U.A. o Canadá no es compatible con la navegación en Internet a través del APN de BlackBerry. Aplica Política de Uso de Servicios Sin Frontera disponible para consulta en www.telcel.com/sinfrontera. 2) Los usuarios nuevos que contraten o renueven su plazo mínimo de contratación con los Planes Telcel Max Sin Límite 3000 en adelante recibirán por promoción el uso nacional ilimitado sin costo adicional de datos en el servicio de acceso a Internet para el uso de las aplicaciones Facebook, Messenger, Twitter, Instagram, Snapchat y UBER; así como, el uso ilimitado en México, E.U.A. y Canadá de la aplicación WhatsApp. El uso de las aplicaciones mencionadas está referido únicamente a las aplicaciones oficiales propiedad de Facebook, Inc., Twitter, Inc., WhatsApp, Inc., Instagram LLC, Snapchat Inc. y UBER Technologies, Inc. Se entiende como aplicaciones oficiales las que Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Snapchat y UBER han liberado bajo su propia marca. NO ESTÁ INCLUIDO: 1) La carga y descarga de fotos fuera de las aplicaciones oficiales de Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Snapchat y UBER; 2) La reproducción y funcionalidad para compartir, reproducir, cargar o descargar videos fuera de las aplicaciones oficiales de Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Snapchat y UBER; 3) El redireccionamiento a cualquier liga (link) o URL fuera de las aplicaciones oficiales de Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Snapchat y UBER, aun cuando la liga haya sido compartida y/o accedida a través de éstas; 4) El servicio de llamadas (servicio de voz) o video llamadas (audio y video asociados) a través de las aplicaciones oficiales Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Snapchat y UBER; 5) La transmisión de video en tiempo real "Live Video Streaming", así como, la reproducción de video en tiempo real a manera de espectador aun y cuando éste se haga a través y/o desde las aplicaciones oficiales de Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, Snapchat y UBER; 6) Compartir una ubicación o consultar la ubicación de cualquier contacto, aun cuando esta haya sido compartida o accedida a través de las aplicaciones oficiales de Facebook, Twitter y WhatsApp; y 7) Cualquier funcionalidad no señalada como incluida. El uso de las aplicaciones Instagram y Snapchat sin límite aplica únicamente durante la vigencia del plazo forzoso contratado. El uso de las aplicaciones Facebook, Messenger, Twitter, WhatsApp y UBER aplica únicamente estando dentro del Territorio Nacional. El uso de las aplicaciones estando en E.U.A. o Canadá se debitará de los Megabytes (MB) incluidos en el Plan para navegación libre; al término de éstos, bajo demanda conforme a la tarifa por Kilobyte (KB) adicional establecida para el Plan contratado o del Paquete de datos adicional que el usuario haya contratado. Si la línea es cancelada por el usuario o por falta de pago los beneficios se perderán. Si el usuario realiza un cambio de Plan a otro no participante, los beneficios se perderán. Compatible con equipos BlackBerry con sistema operativo 10 en adelante. Aplica Política de Uso de Redes Sociales y Mensajería Instantánea disponible para su consulta en www.telcel.com/redessociales. No acumulable con otras promociones que otorguen el uso de redes sociales. Información en www.telcel.com, Centros de Atención a Clientes y Distribuidores Autorizados Telcel. Los precios publicados incluyen 16% de IVA. Equipos no incluidos. Consulta el costo de los equipos Galaxy Note8, Moto Z2 Force y Xperia XZ1 al contratar un Plan Telcel Max Sin Límite 3000. Los servicios de voz y datos se prestan con base en los lineamientos de calidad establecidos en el Plan Técnico Fundamental de Calidad del Servicio Local Móvil vigente. Registro Público de Telecomunicaciones: Folios 116908, 116886, 116890 y 117780. Vigencia al 31 de marzo del 2018.

 **telcel** M.R.



MEGACABLE®

E M P R E S A S

**Cambia y
Crece**



30 Mbps



SOLUCIONES CLOUD

FACTURACIÓN ELECTRÓNICA / CUENTAS DE CORREOS ILIMITADOS
RESPALDO / DOMINIO WEB / ANTIVIRUS



TELEFONÍA ILIMITADA  2 Líneas

GRATIS

Contratación, Instalación
1 Equipo telefónico

\$429

TARIFA PROMOCIONAL por 2 meses
A PARTIR DEL 3ER MES PAGA SÓLO \$500

Contrata al 690 0090

megacable.com.mx

Consulta términos y condiciones en www.megacable.com.mx. Al partir del 3er mes la mensualidad del paquete doble se ajustará al tarifario vigente de la localidad donde se contratan los servicios. Contratación de velocidad de Internet sujeta a disponibilidad en la colonia. La contratación gratis aplica pagando \$100 pesos abonados a primera mensualidad, firmando un compromiso de permanencia de 6 meses. Paquetes con 30 Mbps o mayor velocidad de Internet incluyen una línea adicional gratis con llamadas locales y nacionales ilimitadas. Los servicios Cloud que se incluyen gratis son los del Paquete Cloud 1. Vigencia de la promoción al 31 de marzo de 2018.



CONTRATA **GRATIS**

	NEGOCIO20	NEGOCIO30	NEGOCIO50
INTERNET	Hasta 20 Mbps	Hasta 30 Mbps	Hasta 50 Mbps
TELEFONÍA ILIMITADA Local, nacional, EUA, CAN, fijos y celular	1 línea ●	2 líneas ● Incluye teléfono	2 líneas ● Incluye teléfono
SOLUCIONES CLOUD	Cloud UNO	Cloud UNO	Cloud DOS
TARIFA PROMOCIONAL POR DOS MESES	\$ 379	\$ 429	\$ 629
TARIFA FINAL	\$ 450	\$ 500	\$ 700

 **phone GRATIS** CON TU LÍNEA MEGACABLE EMPRESAS

No importa donde estés, mientras tengas acceso a una red WiFi habla ilimitadamente.
Porta tu número telefónico y obtén una tarifa promocional por 3 meses más descuento de \$100 mensuales por 3 meses



TERRA GRAPPLER™

New Grappler™

DURA GRAPPLER

COMPRA
2 ó 4 LLANTAS NITTO
Y LLEVATE HASTA

\$2000*

PESOS DE DESCUENTO
SIN REGISTROS! DIRECTO EN FACTURA

UBICA TU SUCURSAL MÁS CERCANA

NITTO
REVOLUCIÓN

Calle Nº 46
Col. Felipe Angeles, C.P. 27268
Torreón, Coahuila

Lunes a Viernes 9:00 am a 7:00 pm
Sábado: 9:00 am a 3:00 pm

203 30 06 /
732 69 72 /

GOODYEAR SUC. MARIANO

Mariano López Ortiz No. 1040 nte.
Col. Centro Torreón Coahuila.
Lunes a Viernes 9:00 am a 7:00 pm
Sábado: 9:00 am a 3:00 pm

722 45 24 /
722 45 25 /

GOODYEAR GÓMEZ PALACIO

Fco. I. Madero No. 736
Col. Centro, Gómez Palacio, Dgo.
Lunes a Viernes 9:00 am a 7:00 pm
Sábado: 9:00 am a 3:00 pm

723 05 06 /
210 01 69 /

AVANTE
BOD. TORREÓN

Lunes a Viernes 9:00 am a 7:00 pm
Sábado: 9:00 am a 3:00 pm

Diagonal Reforma Nº 1650 Ote.
Col. Centro C.P. 27000
Torreón, Coahuila

722 00 34 /
793 82 97 /



AVANTE

Llantas & Rines

INVO™

NEO GEN®

NT420S



AVANTE

SUC. INDEPENDENCIA

Lunes a Viernes 9:00 am a 7:00 pm
Sábado: 9:00 am a 3:00 pm

**718 75 58 /
718 76 65 /**

Bvd. Independencia N° 1496 Ote.
Col. Navam C.P. 27010
Torreón, Coahuila.



AVANTE

SUC. FCO. I. MADERO

Lunes a Viernes 9:00 am a 7:00 pm
Sábado: 9:00 am a 4:00 pm

872- 7731730

BVD. LUIS DONALDO
COLOSIO N° 2 COL. NUEVO
LINARES DEL SUR
FRANCISCO I. MADERO,
COAHUILA. C.P.: 27900



AVANTE

DIST. AUTORIZADO

Lunes a Viernes 9:00 am a 7:00 pm
Sábado: 9:00 am a 3:00 pm

713 89 37

Calzada Lázaro Cárdenas
No. 417, Col. Jardines de California,
Fte. a la federal 2.

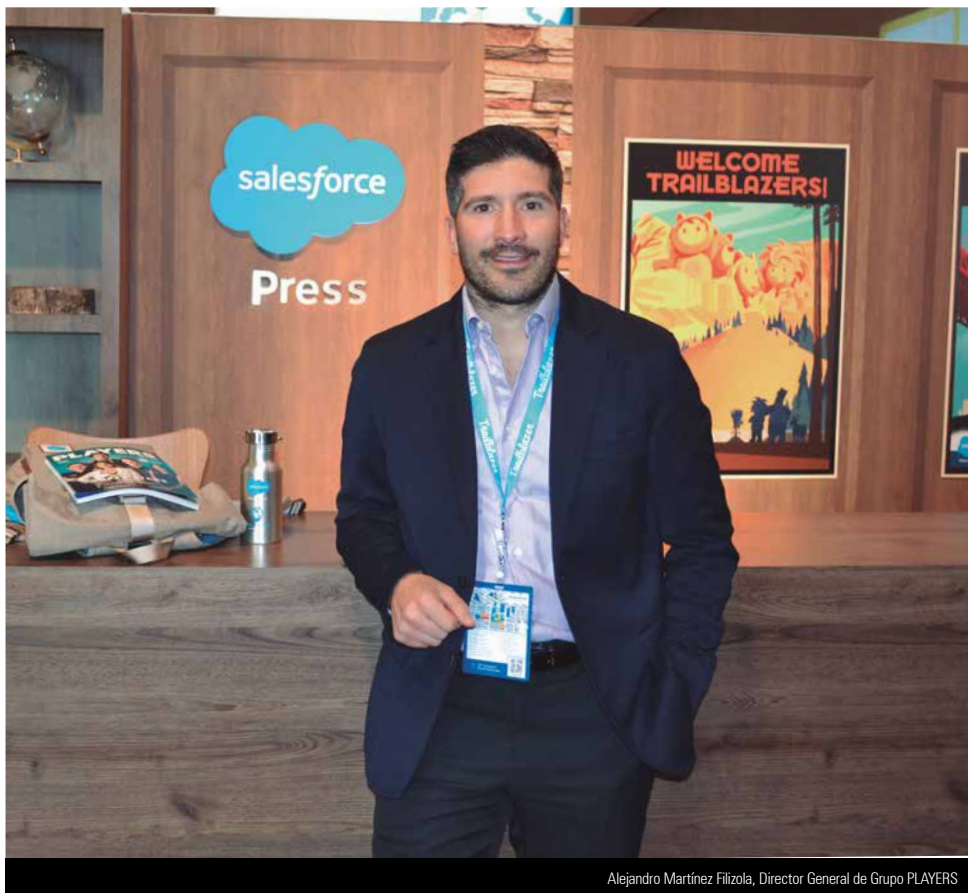
info-usa@avante.com

Mas tiendas a nivel nacional e internacional

01800-911-1007 **CALL CENTER**

www.avante.com.mx

* Válido al 31 de Marzo del 2018 o agotar existencias. Consulte terminos y condiciones en Sucursal



Alejandro Martínez Filizola, Director General de Grupo PLAYERS

Desde nuestros inicios como especie el intercambio de objetos con determinados fines ha estado muy ligado a nosotros: ofrecer o pedir algo, cubrir alguna necesidad, etc. Así es como podemos mencionar actividades tan ancestrales pero presentes aún en nuestros días, como el trueque, presente en prácticamente todas las culturas de nuestro mundo; o el comercio, del que probablemente todos hemos sido parte, de una u otra manera.

El capitalismo en sus primeros años se centraba en la producción; a mayor producción, mayores ventas. Sin embargo, en la convulsiva época de los 70, en la cual acontecieron muchísimos eventos a nivel mundial que dieron un giro a varias de las cosas establecidas por años, la mentalidad del comerciante dejó de estar centrada en la producción y se enfocó en el cliente y las necesidades de este. Es el concepto principal en la llamada evolución del marketing, estudiada a profundidad por el padre del marketing moderno, Philip Kotler.

Si bien vivimos en una época de transición de lo tradicional a lo digital, siguiendo las nuevas tecnologías que apuntan a un marketing de la persona, 100% personalizado, la realidad es que agencias tradicionales y digitales conviven en un mismo plano y en esta edición conocerás aquellas que destacan por sus grandes campañas publicitarias o que han logrado conjuntar lo mejor de ambos mundos.

En esta edición tenemos en portada a Rafael Aguirre, destacado paisajista lagunero quien gracias a sus creaciones ha logrado maravillar a miles de personas alrededor del mundo. Conoce su vida y obra en esta maravillosa entrevista y sesión de fotos realizadas en su estudio, un espacio que inspira a la creatividad y la expresión.

“Renovarse o morir” reza la frase popular y no carece de razón. Adaptarse a los nuevos tiempos y utilizar los recursos propios de dichos tiempos es lo mejor que cualquier empresa, agencia o persona puede hacer, si lo que quiere es persistir en su ámbito de conveniencia.♥

PLAYERS OF LIFE TORREÓN

DIRECTOR EJECUTIVO

Octavio López **e:** octavio.lopez@playersoflife.com

GERENTE COMERCIAL

Raúl Ontiveros **e:** raul.ontiveros@playersoflife.com

ASESORES COMERCIALES

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

Alexis Navarro **e:** alexis.navarro@charmlife.com.mx

Daniela Garza **e:** daniela.garza@playersoflife.com

GERENTE EDITORIAL

Benito Argüjo **e:** benito.argujo@playersoflife.com

GERENTE DE DISEÑO

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

GERENTE EDITORIAL DIGITAL

Yovanna García **e:** yovanna.garcia@grupoplayers.com.mx

GERENTE DE DISEÑO DIGITAL

Edna Escamilla **e:** edna.escamilla@playersoflife.com

COORDINADORA DE MARKETING

Pamela Tirado **e:** pamelatirado@playersoflife.com

ASISTENTE ADMINISTRATIVA DE CRÉDITO Y COBRANZA

Griselda Woo Escamilla **e:** griselda.woo@charmlife.com

ASISTENTE ADMINISTRATIVA

Mariana Sánchez **e:** mariana.sanchez@playersoflife.com

FOTOGRAFÍA SOCIALES

Claudia García

LOGÍSTICA

Omar Piña



Busca el ID: 13269



Descubre otros artículos en nuestra página web
www.playersoflife.com/torreon

TOTALMENTE NUEVA EXPEDITION 2018

MÁS PODEROSA QUE NUNCA.



Ford
Ford Gómez Palacio



EXPERIENCIA

Al servicio de los Laguneros.

5^k 10^k
Surman

PRIMERA EDICIÓN

15 | 04 | 18

1^k
KIDS

www.carrerasurman.com

Grupo Surman | surman.com

f Ford Gómez Palacio t /fordgomez.p i Grupo Surman | surman.com



FORD GÓMEZ PALACIO

BLVD. MIGUEL ALEMÁN No. 211 ESQ. CON
COAHUILA COL. LAS ROSAS, GÓMEZ PALACIO,
DURANGO. TEL. 7493000

FORD SERVICIO

BLVD. MIGUEL ALEMÁN Y GUANACEVÍ
S/N PARQUE INDUSTRIAL LAGUNERO,
GÓMEZ PALACIO, DGO.
TEL. 7493011

FORD GALERÍAS

PERIFÉRICO RAÚL LÓPEZ SÁNCHEZ #6000
COL. EL FRESNO, TORREÓN, COAHUILA.
TEL: 752-67-77

FORD TRIANA

BLVD. RODRÍGUEZ TRIANA S/N
COL. RESIDENCIAL CEDROS,
TORREÓN, COAHUILA.
TEL: 222-69-25



GÓMEZ PALACIO



DIRECTORIO CORPORATIVO

DIRECCIÓN GENERAL

Maurice Collier de la Mariere
e: maurice.collier@grupoplay.com.mx
t: @MauriceCollier

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

EDITORIAL

GERENCIA EDITORIAL PRINT
Rocío Castillo
e: rocio.castillo@grupoplay.com.mx

CORRECCIÓN DE ESTILO
Edgar Llanas
e: edgar.llanas@grupoplay.com.mx

GERENCIA EDITORIAL DIGITAL
Cecilia Coronado
e: cecilia.coronado@grupoplay.com.mx

DISEÑO

GERENCIA DE DISEÑO
Edgar Esparza
e: edgar.esparza@grupoplay.com.mx

GERENCIA DE DISEÑO DIGITAL
Edna Escamilla
e: edna.escamilla@playersoflife.com.mx

ADMINISTRACIÓN

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

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

ASISTENTE DE DIRECCIÓN GENERAL
Olympia Hernández
e: olympia.hernandez@grupoplay.com.mx

MERCADOTECNIA

GERENCIA DE MERCADOTECNIA
Harumi Esparza
e: harumi.esparza@grupoplay.com.mx

GERENCIA DE DISEÑO MKT
Fernanda Lazalde
e: fernanda.lazalde@grupoplay.com.mx

MEDIOS DIGITALES

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

AUXILIAR DE SISTEMAS CORPORATIVO
Elias Guzmán
e: elias.guzman@playersoflife.com

COMERCIAL

DIRECCIÓN COMERCIAL
Javier Martínez
e: javier.martinez@grupoplay.com.mx

RECURSOS HUMANOS

GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS
Giovanna Alanís
e: giovanna.alanis@grupoplay.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

GUADALAJARA
Tels: (33) 80.00.06.10
Iza BC Skalia
Av. De los Empresarios 135, Col. Puerta de Hierro
Zapopan, Jalisco

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

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

REPRESENTACIONES DE VENTAS

CIUDAD DE MÉXICO
Fernando Castro e: fernando.castro@grupoplay.com.mx
Tel: (55) 5260 0906 Cel: (045) 871 126 0224

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

Impreso en:
Celsa Impresos
CERTIFICACIÓN ISO 9001:2015

PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 12 No. 143. Fecha de publicación: 1 de marzo de 2018. Revista mensual, editada, publicada y distribuida por Grupo PLAYERS. Av. Ocampo 240 ote., Col. Centro, 27000 Torreón, Coahuila, México. Editor responsable: Rocío Castillo Carpio. Reserva de derechos: 04-2009-092408373300-01. Reserva de título INDIAUTOR: 04-2012-053009512000-102. Certificado de Licitud de Título y Contenido: 15631. Título de Registro de Marca: 1005840. Publicación inscrita al Padrón Nacional de Medios Impresos. Impresa en México. Grupo PLAYERS investiga sobre la seriedad de sus anunciantes, pero no se responsabiliza de la publicidad y ofertas relacionadas con los mismos. Cada uno de los colaboradores es responsable directo de la información que facilita para ser publicada. Todas las colaboraciones reciben corrección de estilo. Prohibida su reproducción parcial o total. IMPRESA EN MÉXICO - PRINTED IN MEXICO TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. ALL RIGHTS RESERVED.

www.playersoflife.com

PLAYERS
OF LIFE

11 AÑOS
CUBRIENDO
LOS MEJORES
EVENTOS



INVÍTANOS
A CUBRIR TUS EVENTOS

ESCRIBE
eventos.tor@playersoflife.com

LLAMA
(871) 192.34.34

DISFRUTA
www.playersoflife.com

SIN GUERREROS
NO HAY SANTOS

NÉSTOR ARAUJO





Agencias de Publicidad Tradicional

54	MarketinGlobal	68	Grupo Punto
55	Chicle Marketing Integral	70	Insurgente
56	Whiteroom		Comunicación Integral
58	Levels	72	Innovatio La Salle
60	Big Bang Agencia	74	Redzpot
62	Enmedio Asociados ^{MR}		
64	Chulerías		
66	Red Consultores en Publicidad S.A. de C.V.		

Agencias de Marketing Digital

76	Dolce Social	78	Plexiz Inbound Marketing
77	Código Cero	79	AMÁ Producciones

Local E-Commerce

80	ShadeBox	84	Memorick
82	Drones Torreón	86	Vincture

Spotlight

- 22** Orgullosos hombres y mujeres líderes en su ramo profesional y empresarial

Inside

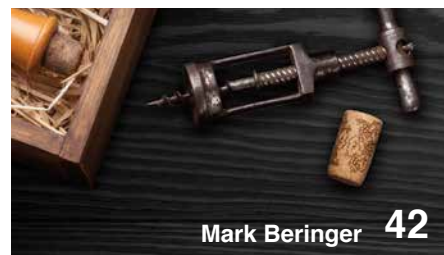
- 40** Temps
Hublot
- 42** Delicatessen
Mark Beringer
- 46** Sport & Technology
Gadgets para ejercitarse

Actualízate

- 98** Rumbo a las elecciones
¿Qué elegiremos en Coahuila en 2018?
- 100** Advance
Abre Soriana gasolinera
- 114** Inbound Marketing
5 Claves para un marketing efectivo



Hublot **40**



Mark Beringer **42**



Gadgets para ejercitarse **46**



TOTALMENTE NUEVO

ACCORD 2018

EL AUTO QUE SIEMPRE QUISISTE.



Honda Independencia
www.hondamilenioindependencia.com.mx

Honda Oriente
www.hondamileniooriental.com.mx

HondaMilenio





ROBERTO GONZÁLEZ

Co-Founder Plexiz.com Inbound Marketing | CEO MarketinGlobal.
[torodragon](#) [rgl@plexiz.com](#) [rgl.mg](#)



EDGAR TEJADA

Asesor Financiero Independiente. Fundador de Finances Security & Saving.
[www.finsesa.com](#) [finsesaasesores](#)



LILIANA ACUÑA

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



CARLOS G. RAMÍREZ

Abogado y Perito Valuador. Catedrático en la Universidad Iberoamericana Torreón.
[cgramir](#)



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).



HUMBERTO GUAJARDO

Director del Instituto para la Mejora de las Actitudes. Capacitador certificado.
[mejoratuactitud@hotmail.com](#)
[mejoratuactitud](#) [mejoratuactitud](#)



ALEJANDRO JUAN-MARCOS

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



ROBERTO SOLANO

Analista y Estratega Bursátil de Monex Casa de Bolsa. [www.monex.com.mx](#)
[jrsolano@monex.com.mx](#)



CADA VEZ ES MÁS FÁCIL INVERTIR EN FITNESS

Los conceptos se diversifican y la búsqueda de experiencias aumenta.

Desde estudios de cycling, box o pilates, gimnasios boutique, centros wellness o el gimnasio más completo en equipo, áreas de entrenamiento funcional y tecnología...

TRÁENOS TU IDEA TE AYUDAMOS A HACERLA REALIDAD!



Equipo Fitness para Gimnasio y el Hogar

Paseo San Pedro (junto a los cines), Av. Vasconcelos No. 402,
Loc. 230-232, Col. del Valle, C.P. 66220, San Pedro Garza García, N.L.
Tel. 01 (818) 378•6766 / 01 (818) 378•6771

   
[sportfitness.mx](https://www.sportfitness.mx)

Tel: 01(800)509•6758 al interior de la República
ventas@sportfitness.mx

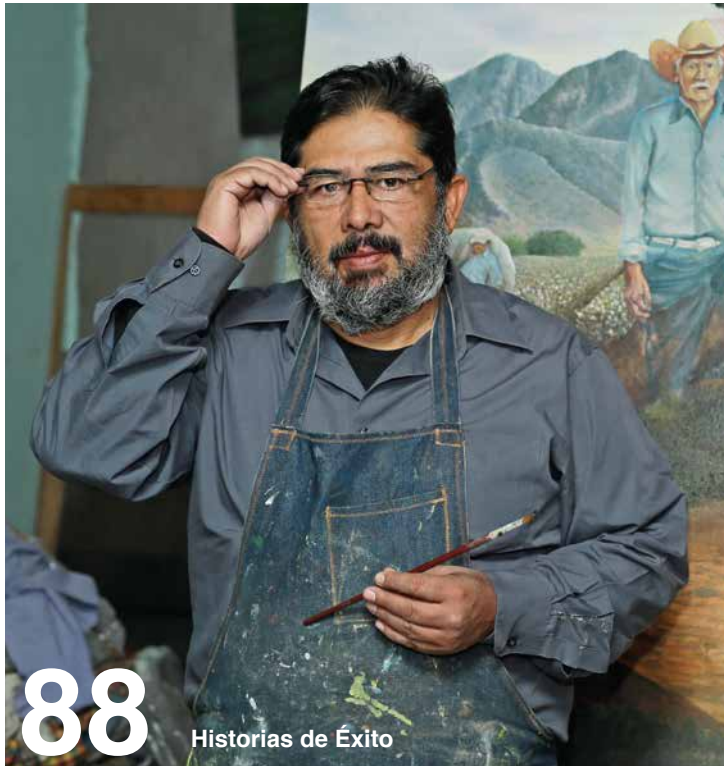


©2018 Life Fitness, es una división de Brunswick Corporation. Todos los derechos reservados.

Si estás interesado en una franquicia, te apoyamos con socios de negocio

Spotlight

Las personalidades
más destacadas de la región



88

Historias de Éxito

Rafael Aguirre

Conoce la vida y obra del reconocido artista plástico Lagunero a través de sus más de 40 años de trayectoria.



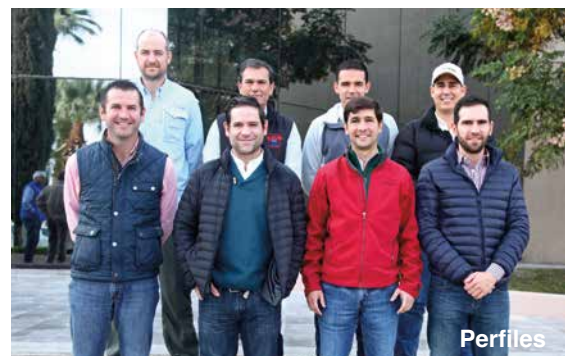
As bajo la manga

Marinés Carrillo 24



Compromiso Social

Cecy Cardiel 26



Perfiles

Jorge Fernández 28



Player del ayer

Alonso Gómez Uranga 30



GALERÍAS
LAGUNA



METE GOL CON GALERÍAS

¡Compra, registra y participa!
Por cada \$800 de compra, recibe un boleto y participa
por uno de los tres viajes dobles a la fiesta del fútbol.

Vigencia del 12 de febrero al 4 de mayo del 2018. Bases, restricciones y canje en el Módulo de Atención y Servicio. Consulta términos y condiciones.
"METE GOL CON GALERÍAS". Permiso SEGOB. 20180005PS07. Las imágenes son para uso ilustrativo únicamente.

galerias.com/GaleriasLaguna





THERE WILL BE SHOTS

¡Uno, dos, María Inés!

Lograr una expresión hasta en el más duro de los personajes no es tarea fácil, desde empresarios hasta novias, pasando por deportistas, niños y familias completas, la maratónica

labor de un fotógrafo comprende desde el momento del primer acercamiento con el cliente hasta la sonrisa de satisfacción que genera ver el producto final, sea impreso o digital.



Divertida, sociable y carismática, María Inés Carrillo ha logrado a través de su personalidad y talento hacerse un nombre en el mundo de la fotografía en la Comarca Lagunera. Invitada por PLAYERS, gracias a su excelente trabajo, la fotógrafa lagunera tiene en su currículum fotografías de distinguidos empresarios de La Laguna, además a lo largo de su carrera se ha desenvuelto con éxito trabajando para empresas de renombre en México y a nivel internacional como Pilgrims, Microsip y LEGO, con estos últimos colaborando en el evento “Build the Change”, programa para niños de escasos recursos que tiene como objetivo inspirar a los niños mediante el uso de su imaginación en un ambiente de gran interacción social y aprendizaje. Son precisamente este tipo de experiencias las que han forjado y han ido complementando la formación de Marinés como fotógrafa, convirtiéndola en una completa profesional de la lente.

“He sentido una gran evolución de mi trabajo a la par con mi experiencia de vida, así como maduro yo, lo hace también mi fotografía”, nos comparte Marinés sobre cómo ha cambiado a lo largo de su trayectoria el estilo de su foto. “En la actualidad tengo un proyecto muy interesante, The Portrait Project, mediante el cual invito a personalidades de la región que a mi punto de vista son interesantes con el objetivo de captar su esencia, ser capaz de contar historias a través de la fotografía”.

Un curso de fotografía en San Francisco, la invitación de su tío “Pato”, a quien agradece su interés por esta profesión, y haber trabajado con Neto Sosa son momentos determinantes en su formación. “A los 14 años entré a un curso de fotografía análoga en donde aprendí a revelar y trabajar fotografías. En realidad siempre fui la que andaba con la cámara en fiestas y con mis amigas, hasta que decidí profesionalizarme cuando la gente me empezó a llamar sin buscarlo. Literal empecé fotografiando a mis sobrinas”. María Inés agradece mucho el apoyo de sus colegas de la región, de quienes menciona ha aprendido bastante, “por supuesto que una siempre tiene una ilusión de sobresalir en este mundo, diría que una de las fotografías que más me gustan en la actualidad es Annie Leibovitz, me encantan sus retratos”.

En medio de la amena charla, realizada en su estudio fotográfico, que dicho sea de paso es un lugar agradable y muy ameno, *ad hoc* con su personalidad, Marinés finaliza con un mensaje que la reta a seguir trabajando. “Tengo mucho por hacer en el mundo de la fotografía, me encantaría hacer bodas de destinos, ser una fotógrafa multicultural, amaría que así como tú dices tengo un Picasso, la gente diga, tengo un Marinés, que pasen los años y las personas logren ver que he captado su esencia, algo que sin duda perdurará por muchos años”.♥

“Mi sueño más grande es montar una exposición en algún museo internacional como el MoMA en Nueva York”

#DREAMBIG
#ALWAYSFORWARD
playersoflife.com/playerstalks

PLAYERS
TALKS '18



EL RETO DE LA INCLUSIÓN

15 años de Cecilia Cardiel al frente de Ver Contigo

Ver Contigo tiene como objetivo primordial buscar la inclusión de las personas con problemas visuales en todos los ámbitos de la sociedad, desde lo escolar hasta lo laboral. Una lucha que ha representado esfuerzo y labor de concientización por parte de los fundadores hacia maestros e instituciones. En la actualidad la asociación tiene 15 años, motivo por el cual plati-

camos con su fundadora, Cecilia Cardiel, quien amablemente nos recibió para conocer más a fondo sobre la enfermedad ROP (Retinopatía del Prematuro), que causa que el 64% de los bebés prematuros desarrollen ceguera o visión baja severa por desprendimiento de retina, su prevención, atención y cómo ha sido la travesía con Manolo, su hijo.



Junto a su esposo, Ignacio Lastra, se percató que no existía en nuestro país una institución que atendiera a los bebés y niños de manera personalizada, fue por eso que tuvieron que trasladarse a España, lugar donde la ONCE (Organización Nacional de Ciegos Españoles) les abrió las puertas a un abanico de posibilidades para atender a su entonces bebé, Manolo, a quien le detectaron ROP a los cuatro meses de nacido. Fue precisamente esa fundación, la que los apoyó, ayudó y orientó para compartir con otros padres lo vivido con su hijo y consolidar el proyecto “Ver Contigo”, asociación que empezó con la atención personalizada únicamente a bebés y jóvenes.

“Nos convertimos en especialistas en atención de bebés con ceguera y visión baja, han llegado a nosotros personas desde Monterrey, Ciudad Juárez, San Luis, Querétaro, familias que desconocen el problema y nosotros hemos estado ahí para orientarlas. Nuestra labor se ha avocado, además, a sensibilizar y concientizar a maestras e instituciones”. Comenta Cecy que han logrado establecer la diferencia entre una persona ciega y una con visión baja, situación que ha logrado potencializar el trabajo de los niños. Se consolidan al recibir acreditaciones por transparencia por CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía), al impartir diplomado a nivel nacional en Visión Baja en Infantes y la publicación Recomendaciones y manuales para padres y madres sobre el desarrollo de su hijo con discapacidad visual 1ª y 2ª edición en coparticipación con Fundación para Ayuda de América Latina, de Madrid, España.

Hay muchos momentos que han llenado de satisfacción a Cecilia y a la asociación, tanto así que describir uno sería imposible. Sin embargo, uno de los momentos que más recuerda con cariño es cuando fue invitada por la ONCE de España, junto a Manolo, a representar todos los proyectos de América Latina que apoya la fundación, tuvieron oportunidad de presentarse ante los reyes, dar testimonio de su vida y sobre todo ser distinguida por el presidente de la fundación. Nos platica con orgullo que en el diario *El País* escribieron un reportaje sobre Manolo, su familia y la trascendencia que ha tenido “Ver Contigo”.

15 años de esfuerzo y dedicación

- Talleres de concientización a más de 800 instituciones educativas
- +60 mil terapias de rehabilitación sensorio-motoras
- 5 mil terapias visuales para detectar afecciones visuales en 3 mil personas con y sin discapacidad visual
- Mejorar la calidad de vida de más de 2 mil 500 familias mediante el asesoramiento y las múltiples experiencias sensoriales

Algunos logros hacia la comunidad mediante propuestas, acciones y alianzas han sido mediante su participación como ciudadana en:

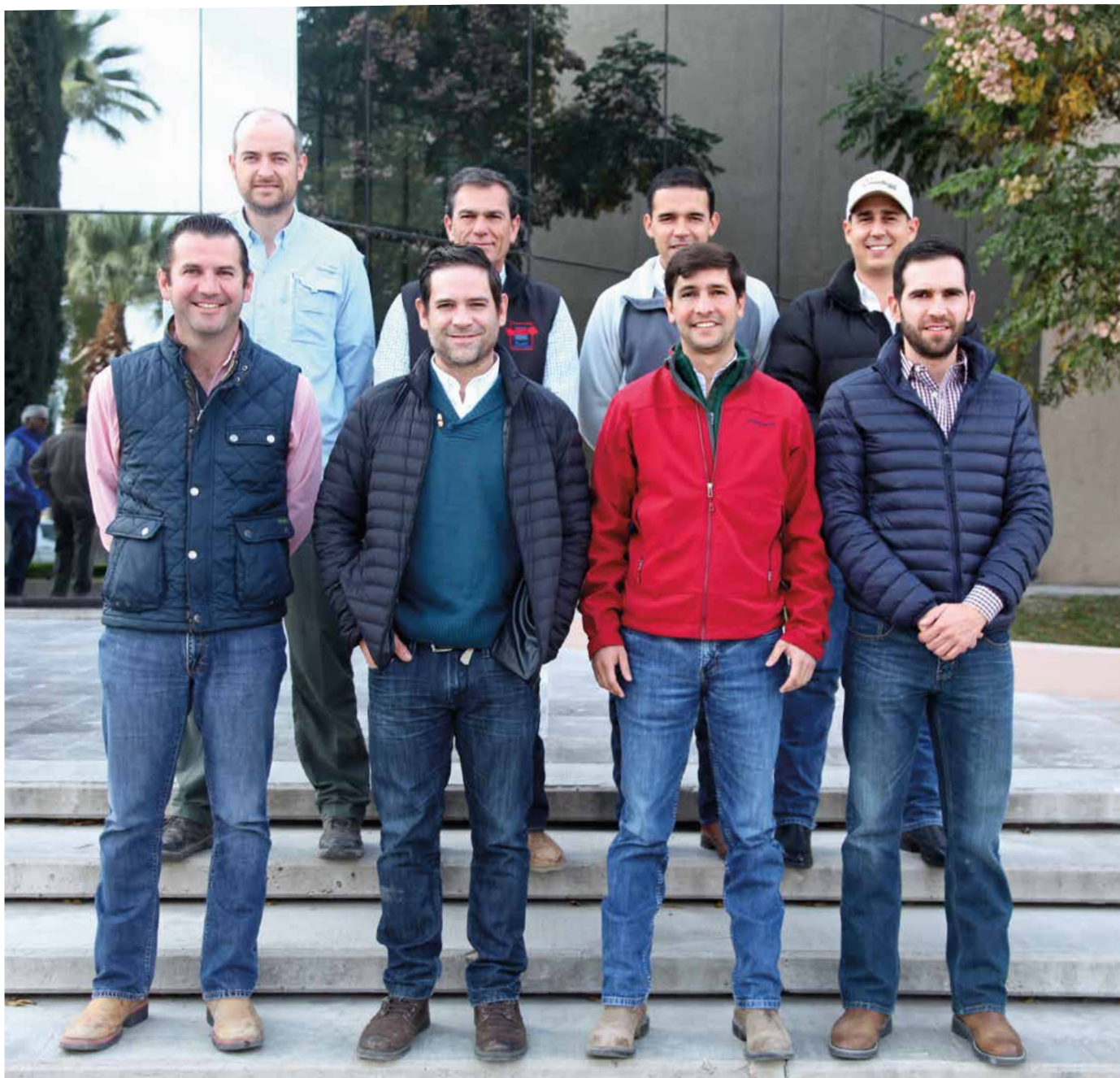
- Presidenta del Consejo de ONGs de La Laguna, 2010-2014
- Consejera de Derechos Humanos del estado de Coahuila, 2013-2019
- Consejera Instituto Planeación y Competitividad de municipio de Torreón, (IMPLAN) en la Comisión de Desarrollo Social 2011 a la actualidad
- Consejera de la Dirección de Educación Municipal, 2012
- Consejera de Vialidad Municipal, Comisión Grupos vulnerables, accesibilidad de personas con discapacidad, 2012 a la fecha
- Consejera IFE-INE Distrito 06 Jornadas Electorales, 2012, 2015 y 2017
- Consejera Vocal Integración de personas con discapacidad CANACINTRA, 2012-2014
- Asambleísta representante del estado de Coahuila ante consejo consultivo del Consejo Nacional para el Desarrollo y la Inclusión de Personas con Discapacidad SEDESOL - CONADIS, Ciudad de México, mayo 2017 hasta diciembre 2017

“Tenemos el enorme reto de prevenir y evitar la ceguera para el 2020 en toda la población por medio de la cultura del ‘cuidado de la salud visual’, situación que hoy en día van en aumento por causa de la diabetes, la fijación por uso continuo de equipo electrónico y la compra de lentes que la gente sola se prescribe. Otro reto es seguir creando conciencia para lograr ciudades incluyentes y accesibles para todos. Que personas con discapacidad salgan a la calle sin el miedo a que les atropellen, concientizar a más escuelas y les reciban sin condicionamientos; que gobierno, museos y restaurantes cuenten con la información pública en braille, las empresas se abran a la inclusión laboral a la DV, que ‘un perro guía’ ingrese con su ‘binomio’ sin problema a todos los lugares públicos y privados, entonces como madre, como ser humano, habré contribuido como ciudadana y como mexicana a que la Comarca Lagunera sea una metrópoli y nuestro México sea un país para ¡todos!”, finaliza Cecilia.♥

“Mi sueño es montar una editorial en braille para que niños con discapacidad visual vean mis fotografías y lean la descripción en prosa de mi padre; así como sus cuentos y los de mis hijos”

#DREAMBIG
#ALWAYSFORWARD
playersoflife.com/playerstalks

PLAYERS
TALKS¹⁸

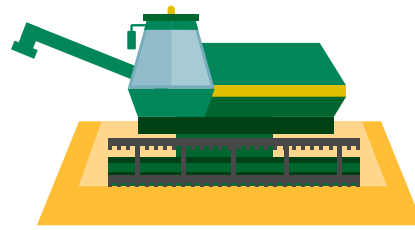


LA XXVI EDICIÓN DEL ENGALEC

Charla con Jorge Fernández Martínez, Presidente del Comité Organizador

El ENGALEC tiene como misión el establecer una perspectiva del futuro de la actividad agropecuaria, promocionar a la Comunidad Lagunera a nivel nacional e internacional como una de las cuencas lecheras más importantes del país, generar

un ambiente adecuado para la compra-venta de productos y servicios relacionados con el sector agropecuario y apoyar al Tecnológico de Monterrey, Campus Laguna.



Dentro de sus objetivos está la difusión de las nuevas tecnologías para los productores del sector agropecuario, el intercambio de experiencias y casos de éxito, la exposición de maquinaria e insumos y el contacto con las principales autoridades de cada sector y convivencia entre los gremios.

Jorge Fernández, nuevo presidente del comité, nos comenta que para este 2018 contarán con conferencias de alto nivel en los diferentes sectores: bovinos leche, bovinos carne, capricultores y agricultores; así mismo expondrán sus ideas líderes empresariales y académicos que presentarán lo último en manejo y procesos productivos. “Como conferencia magistral tendremos la presencia del analista político y económico Rodrigo Pacheco con la conferencia ‘Escenarios de México en 2018’; así mismo tendremos el juzgamiento de vaquillas por los expertos de la Holstein, la subasta de las mismas y el sábado contaremos con talleres de bioseguridad, finalizando con la escuela de manejo de los niños en una fiesta familiar”.

Sobre los principales retos que enfrenta la industria ganadera en la actualidad, Jorge menciona que los impactos macroeconómicos, la paridad del peso frente al dólar, el aumento de los insumos, que muchos de ellos se compran en dólares, los han hecho ser cada vez más eficientes en la producción pecuaria. “Debemos cumplir con las demandas de nuestros clientes al producir alimentos altamente nutritivos y saludables”, puntualiza.

Hace énfasis al liderazgo mostrado en las anteriores ediciones por Alberto Valdés, por lo que el reto y el esfuerzo se seguirá enfocando en la movilización

de las nuevas generaciones que han ido integrándose para seguir haciendo de este evento uno de alta calidad académica, con la presencia de altos funcionarios de gobierno y el acompañamiento de una institución como el Tecnológico de Monterrey, Campus Laguna. “Los jóvenes estamos tomando la estafeta con el legado de nuestros padres y abuelos, estamos trabajando en equipo para lograrlo. El éxito es la vinculación de la triple hélice de la competitividad: universidad, empresa y gobierno. Unidos seguimos impulsando a la región lagunera”.

Sobre el papel en específico de los jóvenes comenta: “En este ENGALEC estamos trabajando en los tradicionales comités por sector, solo que en esta ocasión un joven ganadero está al frente de ellos y tiene tareas específicas, por lo que aquí todos estamos participando activamente, lo cual facilita el trabajo y contribuye al éxito. Es un evento de alto nivel de complejidad en su organización por lo que se requiere el consejo y acompañamiento de los ganaderos consolidados, los jóvenes y la universidad, representada por el Tecnológico de Monterrey quien nos brinda el apoyo y la experiencia”.

Aprovecha el espacio para brindar un último mensaje a la comunidad lagunera: “En esta ocasión el tema central del evento será ‘Desarrollo del sector agropecuario: México frente al mundo’. Los esperamos en el evento, estoy seguro que encontrarán lo último en tecnología, en innovación de productos y la mejor exhibición de maquinaria y equipo, así como conferencias de alto nivel académico, nos pueden contactar en el Tecnológico de Monterrey, Campus Laguna”.♥



ALONSO GÓMEZ URANGA

Uno de los grandes personajes en los medios de comunicación laguneros

Por Fernando M. González Ruiz

La noticia se publicó de inmediato en los diversos medios de comunicación regionales: A la edad de 78 años, 63 de los cuales dedicó a los medios de comunicación, el 14 de febrero de 2008 falleció don Alonso Gómez Uranga, locutor y periodista lagunero.

Alonso Gómez nació el 28 de marzo de 1929 e inició su carrera en los medios de comunicación a los 15 años. Participó en radio, televisión y prensa escrita tanto local como de circulación nacional. Entrevistó a personalidades como Agustín Lara, María Félix y Pedro Infante, famosos deportistas así como políticos nacionales y locales, entre ellos a presidentes del país. Desde temprana edad Alonso participaba en la escuela como maestro de ceremonias de todos los eventos, lo que lo motivaba a llegar a ser parte de los medios de comunicación, objetivo que cumplió cabalmente al desempeñarse como comentarista, analista y conductor de muy diversos programas y noticiarios que lo ubicaron siempre como una persona confiable y honorable por su ecuanimidad y objetividad frente a los micrófonos.

De magnífica voz, Alonso era “la voz” de firmas comerciales en las campañas publicitarias. Siempre atento y dispuesto, grababa los anuncios en la XETC Radio Mayrán, empresa dirigida por su padre, Alonso Gómez Aguirre, con quien lograron convertir esa estación en la primera radiodifusora de frecuencia modulada, cuya programación estaba orientada a música fina. En el deporte Alonso se convirtió en el cronista oficial del equipo de fútbol “Torreón Cataluña”, después “Torreón”, que al vestir uniforme blanco lo llamaron “Los Palomos”, apodo que no fue del agrado de los aficionados, por lo que Alonso los bautizó como “Los Diablos Blancos del Torreón”, mote que conservaron hasta su desaparición.

Alonso recibió numerosos premios y reconocimientos a lo largo de sus 63 años en activo. Trabajó inicialmente a los 16 años incursionando en la emisora XETB, luego pasó a la XEBP para trasladarse a Durango en “La Voz de Durango”, regresando en poco tiempo a la XEDN, en la cual transmitía un programa de gran audiencia llamado “Aficionados de los Ejidos”. Una faceta poco conocida de Alonso fue como compositor, alcanzando fama con la canción *Nos separa el destino* que encumbró al ahora famoso Lorenzo de Monteclaro. En 1950 se incorpora al diario *La Opinión*, fue corresponsal durante 25 años de *Excelsior*, *Ovaciones* y *Vanguardia* de Saltillo. En la televisión Alonso inició su trayectoria en 1961 en Canal 4 de Televisa en un noticiario vespertino de gran audiencia, permaneciendo a cuadro por más de 30 años. Le tocó ser parte de la transición de Canal 4 a Canal 9 de Multimedios Laguna.

Alonso casó con la señorita María del Carmen Vizcarra con quien procreó a sus hijos Carmen Haydee, Humberto Alonso, Sandra Gabriela, Lorena Verónica y Claudia Luisa. Como autor de este artículo, quiero manifestar que durante muchos años Alonso fue la voz de varias de mis cuentas publicitarias, como “Decoración”, “Casa Garza” y “Palsa”, entre otras, lo que nos generó muchas oportunidades de trabajo y espacios de amable charla que, con su voz ronca y profunda y su simpatía natural, se convertían en momentos muy agradables entre el frenesí del trabajo publicitario.

Sin duda, Alonso Gómez Uranga ha sido uno de los grandes comunicadores que ha dado nuestra querida Comarca Lagunera.♥

(FUENTE: Apuntes familiares y fotografía por Alonso Gómez Vizcarra)



DISFRUTA ESTAS VACACIONES CON BUICK ENCORE



PRIMERA EDICIÓN

15 | 04 | 18

www.carrerasurman.com

© Grupo Surman | surman.com



SURMAN SATURNO

BLVD. RODRÍGUEZ TRIANA NO. 1882 COL. LA MERCED, 27276
TEL. 705 9090 WWW.BUICKGMCTORREON.COM.MX



BUICK

dreamforce® 2017

La conferencia de software
más grande del mundo



Salesforce, líder global en CRM, presentó en Dreamforce la conferencia de software más grande del mundo y los nuevos servicios de plataforma que permiten aprovechar el poder de la 4ª Revolución Industrial. Ahora, todos los pioneros, los cientos de millones de personas y sus empresas que utilizan Salesforce para impulsar la innovación, desarrollar sus carreras profesionales y transformar sus compañías podrán brindar experiencias digitales más inteligentes y personalizadas que coloquen al cliente en centro de su compañía.

Alejandro Martínez Filizola, Director General de Grupo PLAYERS, estuvo el pasado noviembre en este gran evento de talla mundial que se realizó en San Francisco y tuvo la oportunidad de charlar con Enrique Ortégón, Director General de Salesforce para Caribe y América en donde de manera exclusiva nos da una entrevista para los lectores de PLAYERS of life.

¿Qué es un CRM, es un software?

En nuestro particular punto de vista, lo consideramos como una metodología para relacionarse con los clientes. Salesforce es una empresa líder, tenemos apenas 19 años en el mercado. Nos reconocemos por ser pioneros en entregar software empresarial a través de la nube. Hacemos la plataforma de éxito a través de los clientes, permitiendo que por medio del CRM se conecten nuestros clientes con sus clientes por medio de canales e interacciones entre ellos.

¿Consideras que el desarrollar relaciones con nuestros consumidores debe de ser parte de la estrategia?

Para las empresas en el mundo, hoy cada día es más importante la relación y contacto con sus clientes, esto se ha convertido en la parte central de su estrategia. En esta transformación las empresas tienen que anteponer al cliente y estar en contacto a través de medios digitales. Actualmente o los estamos convirtiendo a la era digital o ya nacen en ella.

¿Cómo deberían los emprendedores mexicanos mejorar la relación con sus clientes?

Hay dos aspectos claves que los emprendedores deben atender: el primero es la interacción con un cliente. Esta debe estar integrada en todos los aspectos y todos los canales. Ellos los hacen no únicamente presencial, sino a través de sus aparatos, páginas de internet y móviles. El cliente espera que lo conozcamos mejor, lo entendamos y nos anticipemos a sus necesidades, además de darle un trato como si todos los departamentos de la empresa lo conocieran uno a uno y en segunda instancia la simplificación, hay que hacer las cosas simples, la nube es una herramienta que nos ayuda mucho en este punto, para las empresas proveer este tipo de servicios para sus clientes es cada vez más sencillo a través de compañías como Salesforce. Ellos se preocupan por sus clientes mientras nosotros atendemos la infraestructura.

¿Qué tipo de programas implementan internamente para continuar sus procesos de creatividad e innovación?

En Salesforce a nivel global y en Latinoamérica, hay cuatro valores que guían nuestra organización. La primera es la confianza, entendemos que nuestros clientes nos confían sus negocios. El segundo es el crecimiento, si los clientes son exitosos y crecen, nosotros lo hacemos por igual. El tercero es la innovación, nosotros tenemos que enfocarnos en que los clientes tengan lo último en tecnología, por

ello entregamos tres versiones nuevas de nuestro software al año. La cuarta es la equidad, en Salesforce consideramos que la fortaleza viene de la diversidad. Tener personas con diferentes contextos, experiencias de vida, géneros y razas, crean un ambiente de ideas mucho más diversidad y poderosas, que se transforman en innovación y crecimiento.

Además, en Latinoamérica estamos invirtiendo muchísimo, y como resultado hemos tenido un crecimiento constante que nos ha llevado a cambiar de oficina dos veces durante el último año. Tenemos como objetivo que nuestros socios crezcan a nuestro ritmo, que estén habilitados, empoderados en función de lo que nosotros queremos que sean que es una extensión de la familia de Salesforce, la que nosotros denominamos Ohana.

¿Qué programas maneja Salesforce para la retención de su talento humano?

Los empleados hoy en día, esperan tener una experiencia con sus empleadores, como esperan tener una con cualquiera de las otras empresas con las que interactúan. Nos relacionamos con nuestros empleados utilizando nuestra plataforma, entonces se convierte en una experiencia similar a la que nuestros clientes sienten. En lo personal como líder de la región aprecio con gran valor el programa de regresar algo a nuestra comunidad.

Somos pioneros en el programa 1,1,1. Es decir, el 1% de nuestro producto, el 1% de nuestro tiempo y el 1% de nuestro capital se dona a causas de beneficencia pública. Si se traduce el 1% pareciera poco, pero el resultado es que nuestros empleados tienen cada uno, ocho días al año destinados a actividades de voluntariado, asesorías o cualquier pasión en beneficio de la sociedad. Tan solo el trimestre pasado, hicimos más de 550 horas de voluntariado con la organización. Eso a la fuerza laboral le inspira, no solo es llegar a trabajar, sentarse en el escritorio, esperar a que les digan qué hacer y pagarles, nos centramos en generar trabajos en el que el equipo se sienta realizado como seres humanos. Tienen una experiencia digital con la compañía que los emplea y además tienen la oportunidad de regresa-le a la sociedad algo de lo mucho que les da.

¿Me puedes mencionar tres valores agregados de Salesforce?

1.- Nuestro Modelo Tecnológico. Nuestro modelo de gerencia múltiple en la nube permite que todos nuestros clientes en el mundo tengan el acceso a los estándares de seguridad, desempeño y disponibilidad. Para nosotros todos nuestros clientes son iguales, desde el dentista que tiene cinco personas contratadas en la oficina, hasta el cliente más grande en el mundo.

2.- Nuestro Modelo de Negocio. Debemos ganarnos la confianza de nuestros clientes todos los días.

3.- Modelo de Aprendizaje. Nosotros empoderamos a nuestros clientes a través del aprendizaje del uso de la plataforma.

Esto nos ayuda a crear una economía de Salesforce que creemos va a sobrepasar los 600 mdd de impacto en el PIB para el 2022. Exclusivamente en México va a crear más de 80 mil empleos.



Estamos viviendo el momento más importante de nuestras carreras. El momento que estamos viviendo de nuestros clientes nos lleva a entender que cada vez ellos demandan más cosas, es la era de la experiencia. El avance tecnológico y las capacidades que nos da esta, va a permitir a los CEOs y a los emprendedores hacer cosas completamente revolucionarias en muy poco tiempo. Yo invito constantemente a la gente y empresas a que vean la transformación digital como prioridad para la sobrevivencia de las organizaciones. La tecnología está habilitando y empoderando a los seres humanos, es el papel de ella ayudar a las empresas a identificar las necesidades. La 4ª Revolución Industrial es la era de la experiencia"

¿Cuál es su proyecto más ambicioso para el 2020?

Continuar con el éxito que estamos teniendo en la organización. En Salesforce tenemos la idea de que siempre mejoramos, y mejoramos, y mejoramos, pero nunca somos mejores.

Estamos orientados en la agenda para ayudar a nuestros clientes en la interacción con sus clientes para que sean cada vez más personalizados a través de la inteligencia artificial. Es una agenda muy agresiva en la que estamos comenzando a rasgar la superficie del poder de esta 4ª Revolución Industrial. Somos la empresa número uno de CRM a nivel global y de las cinco de más rápido crecimiento.

¿Cómo se preparan para atender a las nuevas generaciones?

Siempre estamos en la búsqueda del liderazgo de las siguientes revoluciones. Fuimos los líderes en la evolución de la nube, las redes sociales corporativas, el uso de móviles, dispositivos inteligentes, internet de las cosas, y ahora somos los líderes en la 4ª Revolución Industrial e Inteligencia Artificial. Buscamos seguir teniendo una organización que se caracteriza por crear el futuro, y ser líder de opinión no solo en nuestra industria, sino en el mundo entero. Una de nuestras iniciativas es igualar los salarios. Hemos invertido más de 6 millones de dólares para igualarlos en nuestra organización, además seguiremos liberando iniciativas de equidad. Cuando eres una empresa líder no nada más por lo que haces, sino por la manera en que lo haces, nos convierte en un referente para que las nuevas generaciones nos vean no solo como un lugar donde trabajar, sino donde hacer una diferencia. Mark Benioff, nuestro CEO Global afirma que "el negocio de los negocios es hacer el mundo un lugar mejor".



PLAYERS TALKS '17

-Foro de líderes-

Entre los meses de mayo y junio se realizaron los PLAYERS TALKS en las ciudades de Torreón, Guadalajara y Monterrey, evento que sirvió como una plataforma de conectividad entre líderes especializados, comunidad empresarial, ejecutiva y emprendedora. Un espacio donde líderes expertos en los temas más relevantes de actualidad compartieron su vivencia, talento y sueños.♥



Resumen

Alcance en Livestreaming
565,531



+ 40 patrocinadores



3 paneles



+ 1000
asistentes



14 speakers



El formato de la presentación fue **foro central**, donde el **speaker** mantuvo **cercanía visual** con todos los asistentes al evento. La **duración** de cada presentación tuvo un tiempo máximo de **25 minutos**, en los que hubo apoyo de **equipo audiovisual**, se transmitieron ideas de forma **clara y precisa**.

Decídete a ganar



Acumula el mayor número de participaciones automáticas para ganar una de las camionetas o ¡hasta \$50,000 pesos en efectivo!



		Participaciones electrónicas
	Al abrir tu cuenta o inversión	+ 5
	Al activar cada uno de tus canales: ScotiaWeb®, ScotiaMóvil® o tu Tarjeta de Débito ScotiaCard®	+ 5
	Por cada operación que realices en: ScotiaWeb®, ScotiaMóvil® o la Tarjeta de Débito ScotiaCard® ¹	+ 1
	Al cambiar tu nómina a Scotiabank	+10
	Al incrementar el saldo en tu cuenta	+ 1
	Si cuentas con Scotia Nómina® o eres parte del segmento Premium o PyME, obtienes el doble de participaciones	x 2

Participa en Gana Gana

Tú decides, nosotros te asesoramos.™

scotiabank.com.mx/ganagana

Síguenos en: ScotiabankMX



ScotiaWeb® y ScotiaMóvil® requieren previa activación.

¹Con tu tarjeta de débito, participas por cada \$500 pesos en compras o consumos.

Scotia Nómina® Clásica, Plus y Premium son productos protegidos por el IPAB, hasta por 400 mil UDIs (Unidades de Inversión). Consulta: www.ipab.org.mx
Permiso SEGOB 20170682PS06. GANA GANA 2018. Vigencia: 02/01/2018 al 18/07/2018. Se sortearán en total 7 camionetas Mazda CX-3 i2WD, Modelo 2018, con un valor de \$297,507 pesos cada una, en dos sorteos, el 14 de marzo de 2018 (una camioneta) y el 18 de julio de 2018 (seis camionetas) y 40 premios en efectivo con un valor total de \$750,000 pesos, en Blvd. M. Ávila Camacho #1, Col. Lomas de Chapultepec, C. P. 11009, Ciudad de México. Los ganadores se publicarán los días 17 de marzo y 21 de julio de 2018, en: scotiabank.com.mx y en los periódicos Reforma y El Universal.

Consulta términos, condiciones, requisitos de contratación, comisiones, bases y mecánica del sorteo en: scotiabank.com.mx

La fotografía del premio es ilustrativa. Productos y servicios ofrecidos por Scotiabank Inverlat S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Scotiabank Inverlat.

Guillermo del Toro

Porque soy mexicano...

Es el mexicano del momento. Todos hablamos de él. Monstruosamente fascinante y orgullosamente mexicano. Nacido en la famosa ciudad mexicana Guadalajara, Jalisco, Guillermo del Toro aprendió a lidiar con aquellos monstruos que, como a cualquier niño, nos aterran cuando nos visitan por las noches. Sin embargo, Guillermo logró hacerse amigo de ellos, supo escucharlos, y lo supieron escuchar: se entendieron. Encontró la manera de sacar provecho de ellos. Los hizo suyos. A partir de entonces, del Toro ha convivido, día y noche, con esos monstruos que, más allá de generarle temor, le generan amor. Incluso, estas criaturas fascinantemente espantosas, rescataron su vida en varias ocasiones, como él mismo lo ha manifestado.

Desde muy joven, el tapatío sintió la atracción por el séptimo arte. Supo representar mediante la cinematografía a todos sus monstruos, creando el reconocidísimo repertorio que le conocemos, y que, si bien lleva años fuera de su patria, conserva ese arrojo que solamente siendo mexicanos podríamos entender.

“Su obra maestra” ha declarado su amigo González Iñárritu, con relación a la última de las joyas de Guillermo, mundialmente aclamada y múltipremiada, *La forma del agua*. En resumen: ha ganado los premios más importantes en los festivales más importantes.

En una entrevista después de ganar el Globo de Oro como Mejor Director, se le preguntó: “¿Cómo encuentras el balance entre crear monstruos y ser feliz?” a lo que respondió: “Porque soy mexicano”, una respuesta que a todos fascinó.

Solamente alguien Hecho en México, puede llegar a ser tan grande como Guillermo del Toro.

¡Felicidades, Guillermo!

Filmografía



2017 La forma del agua

2015 Crimson Peak

2013 Pacific Rim

2008 Hellboy 2: el ejército dorado

2006 El laberinto del fauno

2004 Hellboy



2002 Blade II

2001 El espinazo del diablo

1997 Mimic

1993 Cronos

1986 Doña Herlinda y su Hijo



GRAND LUXXE®

RESIDENCE CLUB

NUEVO VALLARTA | RIVIERA MAYA



Auténtico lujo en dos increíbles destinos



COMIENCE A PLANEAR SUS VACACIONES



Si desea más información, contáctenos en:

Sergio Cid 📞 (81) 8656 8089

sergiocidperez@vidavacationsca.com

VidaVacations.com

Criptomonedas y Blockchain

¿De qué va todo eso?



Por Manuel Alejandro Flores Rojas

Director de TI en Xoles Consultores, Hacker ético certificado por Ec-Council, Investigador especialista en criptomonedas y tecnología blockchain, Fundador de la Comunidad de Bitcoin Monterrey, Engagement Officer del Blockchain Educación Network y Colaborador líder de comunidades Meet-roopers/Talent Network zona norte

En los últimos años, muchos habremos escuchado de estos temas con familiares, amigos e incluso personajes importantes en ámbitos empresariales, políticos, tecnológicos y financieros.

Estas nuevas tecnologías prometen cambiar la forma en que funcionan los sistemas financieros y de confianza en el mundo.

Mediante la ayuda de matemáticas puras, estos sistemas pueden servir para la descentralización de procesos y decisiones, transferencias de valor sin intermediarios, transparencia de procesos, disminución de costos, e inmutabilidad de información, entre algunos puntos destacables. Todo esto con la más alta seguridad y con afectaciones en sectores como la salud, gobierno, industrias 4.0, *fintech*, derechos de autor, educación, fondeo de proyectos, licencias de contenidos, y mucho más.

Por esto es que en los últimos seis años se ha invertido más de \$5.6 billones de dólares en *startups* que mediante la utilización de *blockchain* y/o criptomonedas, prometen cambiar radicalmente muchos de los procesos de hoy en día. Cualquier proceso que actualmente requiere de intermediarios para asegurar el cumplimiento de dos o más partes en un intercambio de valores o información, que requiera transparencia, administración de acceso a información sensible o inmutabilidad de datos, es un área de oportunidad para la implementación de estas tecnologías.

El impacto potencial de estas tecnologías que muchos

califican como aún mayor que la creación de internet, hace que grandes empresas tecnológicas comiencen a investigar cada vez más sus posibles usos y beneficios.

Si bien todo comenzó con un simple *whitepaper* técnico de apenas nueve páginas publicado de manera anónima hace nueve años, hoy en día se ha desarrollado toda una nueva economía donde encontramos nuevos modelos de negocio.

Hoy en día tenemos 12 industrias principales especializadas en estas tecnologías: *exchanges*, minería, carteras digitales, nuevos servicios financieros, servicios de pagos, infraestructura, innovaciones en *blockchain*, *big data*, confianza, apuestas, medios informativos, y servicios especializados. Estos a su vez podrían simplificarse en criptomonedas, herramientas para desarrolladores, soberanía, *fintech*, intercambios de valor (fungibles y no fungibles), información compartida, autenticidad y otros.

Claro está que la parte económica ligada a las criptomonedas es la que más ruido ha causado en el mundo, provocando documentales especializados, menciones en películas, series, libros, cómics y cualquier medio imaginable. Causando que los gobiernos e instituciones financieras trabajen a marchas forzadas para aprender sobre esto y buscar cómo proteger su existencia y a sus clientes que, con base en la poca información del tema, caen en esquemas fraudulentos o inversiones mal elaboradas.

Así que, aunado a empresas tecnológicas, podemos encontrar diversos bancos e incluso gobiernos sumándose a la investigación e inversión en proyectos relacionados.

Innegablemente nos encontramos ante un cambio de paradigma que es importante seguir de cerca.

En siguientes ediciones abordaremos más a fondo, los aspectos financieros por parte de las criptomonedas y los tecnológicos que nos trae el *blockchain*.♥

PRIMAVERA
2018

ELEGANCIA y TRADICIÓN

La esencia de México en Hilton Puerto Vallarta.



Hilton

PUERTO VALLARTA RESORT






HUBLOT



Techframe Ferrari Tourbillon Chronograph



Como fruto de una colaboración intensa y única entre diseñadores de alta relojería y coches, la casa relojera Hublot junto con la marca italiana Ferrari, han presentado una original colección para conmemorar el 70 aniversario de Ferrari: el Techframe Ferrari 70 years Tourbillon Chronograph, marcando el comienzo de un nuevo capítulo en la alianza entre Hublot y Ferrari.

Tomando como inspiración el diseño de Ferrari, Hublot aplicó sus conocimientos especializados de ingeniería, materiales y manufactura de relojes para garantizar la viabilidad de los conceptos estéticos y técnicos para otorgar fidelidad a la filosofía y esencia de la marca italiana.



Esta colección, presentada con tres modelos: King Gold, PEEK Carbon y Titanium, está manufacturada con una caja de titanio brillante, King Gold brillante microgranallado o PEEK Carbon unidireccional. Su esfera es de zafiro con realce en barniz negro mate y su cristal igualmente es de zafiro con tratamiento antirreflejos. La corona se presenta con el logotipo de Ferrari grabado y está manufacturada de diferentes materiales, desde el titanio brillante microgranallado, King Gold brillante microgranallado o titanio PVD negro microgranallado. La hermeticidad es de 30 metros, con una reserva de marcha de 115 horas. Además, su correa de caucho negro liso e intercambiable, le añade versatilidad y audacia con un estilo altamente deportivo y moderno.

Disponible en:

emwa

www.emwa.com.mx
[f emwamx](https://www.facebook.com/emwamx)

MARK BERINGER

El legado continúa

www.vinoteca.com

vinoteca_mexico

Con más de 100 años de tradición los que brindan a la casa vinícola Beringer su alta fama alrededor del mundo. Desde la segunda mitad del siglo XIX, a lo largo de generaciones y de manera ininterrumpida, Beringer es un emblema de la producción de vinos en California.

Beringer Vineyards fue fundada en 1876, con el deseo de producir vinos de clase mundial, por los hermanos alemanes Beringer quienes descubrieron en uno de sus viajes a California, la riqueza del suelo y el clima ideal para el cultivo de la vid y además de notar la similitud de condiciones a su natal valle del Rhin que también es muy reconocido dentro de la producción vinícola alemana.

Esta famosa bodega vitivinícola es considerada la más antigua en Napa Valley, y que además representa el legado de una de las regiones dedicadas al cultivo de la vid más emblemáticas del estado de California. Hoy en día el espíritu Beringer es sinónimo de historia, calidad y tradición vinícola.

Mark Beringer es quien actualmente se encarga de dirigir esta compañía con reconocido legado vinícola. El tataranieta de uno de los hermanos fundadores de esta famosa bodega, estuvo inmerso en el mundo de los vinos desde el momento en que nació en el corazón de Napa Valley. Él sabía desde una edad temprana que seguiría los pasos de sus antepasados, al ser un descendiente directo del primer fabricante

de vinos Beringer y uno de los nombres de familia más icónicos en la historia del vino en Napa Valley.

Desde joven trabajó arduamente en la tienda de vinos de su familia en St. Helena, lo que le dio una basta experiencia sobre vinos, al mismo tiempo que adquirió una apreciación para vinos lejos de la famosa región que lo vio nacer.

Mark se unió a Artesa como vicepresidente y enólogo de vinos en 2009, donde supervisaba miles de hectáreas en la propiedad y mejorando notablemente la calidad y el reconocimiento del portafolio. Mark regresó “a casa” en 2015, cuando se unió como enólogo en jefe, siguiendo los pasos de la aclamada enóloga emérita Laurie Hook.



Knights Valley Cabernet

Napa Valley Chardonnay

Private Reserve Chardonnay

Private Reserve Cabernet Sauvignon





STRIPED SHIRT. HUGO BOSS

HUGO BOSS

13 ways to welcome spring

Marzo es el mes preferido para cambiar tu look y en esta ocasión te presentamos opciones que no pueden faltar en tu clóset

Para elegir las mejores prendas es necesario tomar en cuenta un considerable número de detalles y elementos, desde lo básico como es el tamaño, hasta lo selectivo como son el corte y diseño de cada prenda. En este 2018 recibiremos la temporada con los tonos adecuados, telas que permitan mantener una temperatura cómoda y estilo que te haga todo un experto del buen vestir. Recuerda que cuando te veas en el espejo, nada debe faltar ni sobrar, justo ahí está tu look perfecto.

SUNGLASSES. L.G.R.

PANTALÓN CHINO GRIS. MASSIMO DUTTI

PLAYERA TIPO POLO. LACOSTE



FRAGRANCE. COACH FOR MEN



DUFFLE. SALVATORE FERRAGAMO



SALVATORE FERRAGAMO



BLAZER. GIORGIO ARMANI



SALVATORE FERRAGAMO



DENIM JACKET. GIORGIO ARMANI



ZAPATOS. COLE HAAN



Los mejores gadgets para hacer deporte

GoPro Hero5

Captura los recuerdos de tu carrera con una mejor calidad. Esta cámara resistente al agua puede usarse sin carcasa hasta 10 metros de profundidad. Cuenta con GPS y control de voz, toma fotos en formato RAW, graba videos en 4k, así como opciones avanzadas, útiles al capturar imágenes como balance de blanco, ISO y color.

Aftershokz 2s

Cuenta con audífonos de conducción ósea con Bluetooth que te permiten escuchar tus canciones favoritas sin aislarte del exterior. Resistente al sudor y las salpicaduras, este gadget se carga por micro USB y su batería dura hasta 6 horas.

Pebble Core

Wearable concebido para deportistas, que cuenta con lo más importante para las sesiones de entrenamiento y competición: un GPS para posicionarnos y un módem 3G para comunicarse. Además, ¡carga Spotify!

Garmin ForeRunner 35

Reloj ligero y delgado, ideal para correr. Cuenta con medición del kilometraje, GPS, ritmo promedio, alertas por vibración, programa de intervalos y contabilizador de pasos. Cuenta con un pulsómetro en la muñeca que permite medir la frecuencia cardíaca.

Motiv

Anillo que permite monitorear tu rendimiento con la información más relevante para el corredor como: kilometraje, ritmo, calorías consumidas, frecuencia cardíaca, etc. Mide la calidad del sueño y se conecta directamente con tu smartphone.

“La **innovación** es lo que distingue
al **líder** de los seguidores”

- Steve Jobs

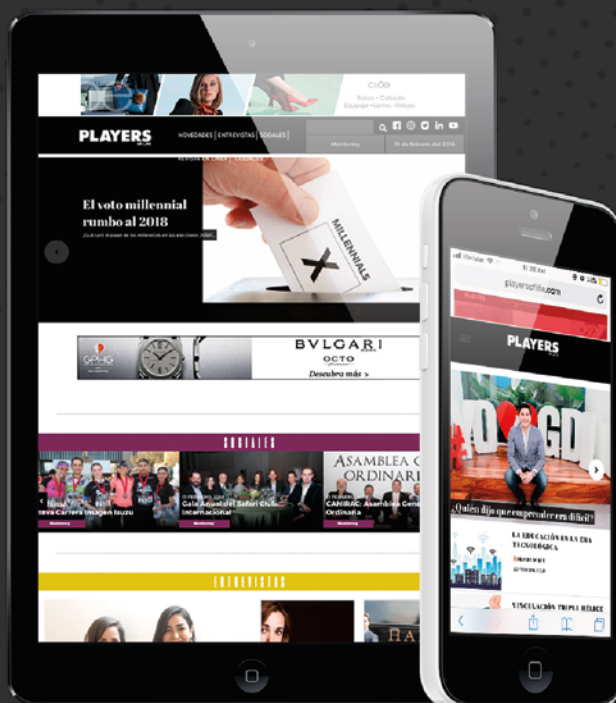


NUEVA
WEB
2018

www.PLAYERSoflife.com



Suscríbete a nuestro newleter



Síguenos en nuestras redes sociales

/players.torreon

@playerstorreon

/players_torreon

/players.mty

@players_mty

/playersmtty

/players.gdl

@players_gdl

/players_gdl

DE LA PAZ A CABO

Las aventuras de Hernán Ramos, en bici por México

Fueron varios días los que estuve en Baja California Sur. Quizá fueron 16. Llegué a La Paz un día de octubre, armé la bici, y fui a tomar posesión de su malecón, ese malecón que ve circular en el andador y en la ciclopista, a una población que te abraza con su forma mística de pueblo de mar, y en donde no se ve un abismo social en ninguna parte, sino más bien un pueblo reunido y viviendo vibrante la ciudad y su mar de Cortés.

Pienso que hay ciudades de mar, más unas que otras, en donde se ha heredado milenariamente la importancia de una vida junto al mar, y esto ha llevado a que se desarrollen dinámicas muy positivas entre la población, corrientes de pensamiento y consensos de bien; y se entiende, porque teniendo al mar como testigo, cómo te podrías atrever a fallarle. Siempre el mar te va a hacer reflexionarlo, posiblemente te lo cobre de alguna manera, seguro así lo dice la leyenda popular. Además, siempre el mar reúne a “compas” interesantes, ya sea en la Costa Chica, o en San Carlos.

“Vamos a rodar a Balandra”, eso pensé hace meses en que decidí planear este viaje. Dirección Balandra, es dar un rol al norte de La Paz, pasando por las playas de Pichilingue y del Tesoro. Balandra es una playa que debería estar en los libros de la SEP, en la portada, ¡qué buen lugar!, ahí pasé el día y la noche, debajo de una palapa, con un mosquitero improvisado, dentro de un saco de dormir ligero, Balandra, una noche estrellada. Un problema en las llantas me hace perder parte del día, regreso a La Paz, y resuelvo el tema con Oman, “compa” que tiene una tienda de bicis. Aprovecho para enviar un bulto a San José del Cabo, para

ir más ligero, la idea es llevar solo lo estrictamente necesario.

Salí de La Paz en dirección a Ventana, no sin antes hacer parada primero en unas carnitas, y luego en Taco Fish La Paz, ambos lugares me dieron la proteína necesaria para empezar el pedaleo, y vaya que lo iba a necesitar. Ese día desperté tarde, además el tema de mandar el bulto a San José me retrasó. Por eso a las 12 en punto estaba rodando con el sol encima, las últimas subidas de ese trayecto a Ventana tan espectacular, en donde en cuanto llegas a la parte más alta del trayecto, en mi caso ya muy atizado por el sol, se ve al fondo a la izquierda el grandioso mar de Cortés, con su isla Cerralvo.

Desde ese punto más alto, encima de mi bicicleta, disfruté una de las bajadas más lindas que he hecho como ciclista. Una recta como de 5 km de largo con la inclinación perfecta, sin automóviles prácticamente, en donde solo existíamos la bicicleta y yo. Siempre vigilante, el mar de Cortés.

Ventana es un pueblo de mar que todo “mexa” debe conocer puesto que ahí suceden varias cosas muy interesantes. Es la puerta de acceso a la Sierra de la Laguna. Cuenta con pintura rupestre alrededor. Es sitio importante para practicar kitesurf o windsurf. Personas de todas las nacionalidades se reúnen de noviembre a marzo para disfrutar de los vientos del norte. Además, se practica la pesca deportiva. Hay una gran rodada en este pueblo de Ventana, rumbo al norte, pasando el Sargento, hay que ir siempre pegado al mar y la vereda te va llevando por unas colinas de cactáceas, subibajas de brisa costeña, en donde hay que parar y apreciar la inmensidad del desierto y del mar.

Había que seguir andando y por ello dejé Ventana en dirección a Barriles. El camino a Barriles se toma pasando el pueblo de Planes, donde la carretera hace una desviación hacia Bahía de los Sueños, lo que hay que hacer es seguir recto por la terracería que te lleva directo al cruce de unos cerros rumbo al mar, en el mapa se ve clara la terracería que hace ese cruce, la cual tiene la gran sorpresa de que es prácticamente toda de bajada para volver a hacer contacto con la costa.

A partir de ahí y hasta el final del recorrido en San José, el camino es principalmente de terracería en donde hay que ir cruzando constantemente riberas de mar, con bajada y subida para entrar y salir de ellas de forma transversal, en donde hay que tomar vuelo para salir rápido en la subida pero también hay que tener cuidado con la arena que se reúne en la parte más baja de La Ribera, un rosón al freno de adelante, y vas para abajo.

Con el sol encima de mí llegué a Barriles, lugar en donde también se practican mucho los deportes de viento, yo viajé en esta ocasión con un hombro lesionado por lo que me es imposible entrarle a estos deportes y me tengo que conformar con ver cómo estos papalotes multicolores van adornando las costas de Barriles, con piruetas en todos los niveles.

Luego de una buena comida con unos amigos con los que coincidí, importantes escaladores laguneros que estaban en Barriles para iniciar una travesía caminando hacia la Sierra de la Laguna, me dirijí a Cabo Pulmo. Este recorrido te va llevando por la costa en dirección al sur, pasando por La Ribera, pueblo de mar que me recibe a brazos abiertos. Voy rápido a rendirle un homenaje a Cabo Fierro, revolucionario de la región que fue fusilado aquí en La Ribera y que tiene un corrido famoso.

Ya es de noche y no llego a Cabo Pulmo, voy rodando sobre un camino de terracería, ya con la lámpara encendida, y de pronto una camioneta se detiene frente a mí, en plena oscuridad, hay que mantener la calma, una mujer desciende y me grita: -¿Estás bien? yo respondo que sí.

-¿Necesitas ayuda?, reviró. -No, muchas gracias por detenerse, le contesté. Bonito y seguro el mar Cortés.

Lo que no concluye es el camino a Cabo Pulmo. Empiezo a alucinar con la idea de que fuera un pueblo fantasma y que el GPS telefónico me empezará a jugar una mala pasada de no ubicarme bien en el mapa, de perderme para siempre entre estas colinas de mar en donde no existe nada, no existe Cabo Pulmo, y yo quedaría ahí, perdido. Por suerte esto no fue cierto, y tras una curva pedaleada ya con los últimos esfuerzos del día, llegué.

Al llegar a los bungalós en donde me hospedaría, mientras acomodaba mi bici, de entre las plantas que dividen el bungalow contiguo, salió una voz que me preguntó: -¿Eres el "compa" que acaba de llegar en su bici? -Así es señor, a sus órdenes, contesté. -¿Tienes hambre? Yo no sé este amigo "qué come que adivina", porque yo llegué a Cabo Pulmo con hambre y con sed.

Resultó ser un "compa" de California de nombre

TOP 10 BAJA CABO ESTE



Solo dos pares de calzado, tenis y chancas, no se ocupan los clips. Te ahorras un par.



3 shorts, el de rodar, uno pa' bañarse y otro para *hangear*/dormir. Bajo esta dinámica y considerando que al rodar se lleva puesta una licra que se lava (poco) durante la vacación, en realidad no se ocupa trusa.



3 camisetitas, la de rodar (Santos) y 2 camisetitas para el descanso.



Bocina, se ponen intensas las largas rectas en terracería en donde solo sabes que vas por múltiples riberas, momento hipnótico, y también fantástico en cuanto empieza a sonar la mejor guitarra en la travesía.



Slime, este líquido que va en las llantas para evitar las pinchaduras, un básico.



Bloqueador, y evitar rodar con el sol encima por periodos largos de tiempo.



H2O, no te puede faltar agua en ningún momento, aunque el Cabo Este no requiere demasiada por no ser tramos tan largos, con 3 o 4 l estás hecho.



Cerveza, porque no podría ser de otra manera. Aquí la que rifa es Pacífico.



Sombrero, ayuda a proteger la "choya", por lo que es buen elemento para el Cabo Este.



Hambre de probar diversas comidas regionales con la especialidad en pescados y mariscos pero también con buena carne por su cercanía con Sonora.



Kent, a todo dar el "man", dueño de los Baja Bungalós desde hace 15 años. Me invitaron a cenar a su bungalow, estaba con una amiga muy simpática, pasamos una noche muy suave, conversando de México y sus rincones extraordinarios, del mar, y de él con una amiga.

Durante los siguientes dos días me dediqué a hacer el mayor esfuerzo para no hacer nada. Pasé mucho tiempo en la hamaca, contemplando el mar y el desierto, combinación "matona" que me dejó soñado. También estos dos días se los dediqué al buceo. ¡Qué gran lugar para bucear es Cabo Pulmo! Parque Nacional desde el año 2000, con un arrecife muy bien cuidado y protegido (te metes en serios problemas si se te ocurre tocarlo), y con una vida marina infinita. Cualquier descripción sería limitar la inmensidad de lo que se respira por debajo de este mar tan hermoso en donde nos tocó vivir.

Arranqué temprano por el Cabo Este en dirección a San José del Cabo. Esta última parte del recorrido es muy lindo. Se trata de un camino de terracería que va siempre pegado a la costa y que pasa por playas muy suaves, en donde hay la oportunidad de echar un remojón para soportar mejor el calor y el sol. Esta parte del recorrido se puede hacer en moto o en jeep, y es un recorrido lleno de paisajes y de aventura.

Ya con la puesta del sol, con las últimas pedaleadas, llegué a San José del Cabo. Aquí concluyo este recorrido por todo el Cabo Este del mar de Cortés, de La Paz a Los Cabos. Sin duda un viaje que llevaré siempre en la memoria. Se trata de una zona de México con una belleza única, y las personas que habitan en esta región, gente de gran amabilidad, siempre puesta para la conversación y para la broma, te reciben en todos lados con los brazos abiertos. ♥



CAMARONES

al Curry



f Gualberto Elizondo
@Weberfoods

Ingredientes:

- 15 camarones 16/20 pelados y limpios con cola
- 100 g de tocino cortado pequeño
- 100 ml de leche de coco
- 4 cebollas de rabo cortadas en rodajas finas
- 3 dientes de ajo bien picaditos
- 2 cucharadas de curry de su elección
- 40 g mantequilla
- Aceite de oliva
- Sal y pimienta

Elaboración:

En un sartén con aceite de oliva se fríe el tocino ya hecho, se agregan los camarones dos minutos por lado; se retiran y se desglasan con la mantequilla, cebolla, el ajo y se agrega el curry y la leche de coco. Se rectifica sal y pimienta, se reahogan los camarones y se sirven sobre arroz blanco.

VINOTECA®

Comienza a saborear
LA PRIMAVERA



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 @vinoteca_mexico @vinoteca_mexico www.vinoteca.com

Imágenes meramente ilustrativas

Vinoteca es una marca registrada

Evita el exceso

GENIOS DEL MKT

El reto de generar interacción entre las empresas y sus audiencias meta

El día de hoy, cada empresa o marca lleva a cabo estrategias de marketing, ya sea para su posicionamiento o para incentivar la venta de cierto producto y/o servicio, todo a través de canales tradicionales o digitales que les permitan dialogar con sus respectivas audiencias.

Desde su concepción, las agencias de marketing *offline*, o tradicionales, se han caracterizado por desarrollar campañas con mensajes unilaterales, capaces de tener una cantidad de impactos cuantificables y de ser dirigidos hacia un punto de venta en específico; mientras que las áreas o agencias de marketing *online* (digital), con estrategias planteadas para que el usuario interactúe directamente con la marca, se han convertido también en una alternativa muy medible y enfocada para las empresas.

Sin embargo, la diversidad de plataformas y medios de interacción supone un reto aún mayor para lanzar una campaña de marketing, pues los directores de estas empresas o los gerentes encargados de estas áreas en específico, muchas veces desconocen qué tipo de estrategia, servicio o agencia es la que necesitan para alcanzar a su audiencia meta, y es entonces que se recomienda recurrir al *expertise* de un genio del marketing.

El objetivo de cada agencia de marketing debe estar en usar herramientas integrales que dialoguen con el cliente y el usuario por medio de distintas vías, es decir, que apuesten por campañas y estrategias que funcionen a un nivel multiplataforma. Más allá de la innovación y la tecnología, las marcas y las empresas deben encontrar qué es lo que les funciona a ellos, qué es lo que les hace falta, o qué necesitan en ese momento para que sus clientes y clientes potenciales los vean e interactúen con ellos.

Según un estudio realizado el año pasado por la empresa Michael Page, una de las principales tendencias en las organizaciones es la incursión en el desarrollo de un área digital o de *e-commerce*, ya que las estrategias sustentadas en estos nuevos canales tienen la ventaja de considerar presupuestos menores que el marketing *offline*, y de contar con una mejor estrategia de segmentación de mercados.

Además, las tendencias de compra en línea son cada vez más comunes y el consumidor muestra una mayor aceptación de los procesos digitales. De hecho, los principales actores que están moviendo este mercado de oportunidad y talento son las *startups*, las compañías de servicios digitales y las empresas de desarrollo de tecnología.

México apuesta por el e-commerce

Las ventas *online*, que funcionan de manera muy diferente al canal tradicional, son ahora parte importante de los planes de negocio para la expansión en la mayoría de las empresas. Se están creando puestos especializados que requieren habilidades y conocimientos necesarios para desarrollar estrategias y sistemas para la comercialización de productos vía internet. Un ejemplo es la posición de gerente de *e-commerce*.

(Estudio de Remuneración 2017 en México de Michael Page Group)

La tendencia digital a la alza...



En 2016, se esperaba que la empresa promedio destinara el 30% de su presupuesto de marketing a internet, y el pronóstico es que esta tasa crezca al 35% para 2019.



Las inversiones en redes sociales crecerán, como parte del porcentaje global de los gastos en internet, pero solo representarán alrededor del 15% del gasto total *online*.



El marketing en buscadores (SEO y SEM) captará la mayor parte de los gastos en internet.

(Datos del Informe Forrester Research sobre la asignación estimada de los fondos de marketing, tanto en *offline*, como en los canales digitales)



“Conocemos el Mercado”
Estudia Dirección Comercial
y Mercadotecnia



#IberoTransforma

Con creatividad
**ESTAMOS
TRANSFORMANDO
AL MUNDO**

Próximos exámenes de admisión:
9* y 10** de marzo, 13* y 14** de abril
(*psicométrico, **conocimientos)

iberotorreon.edu.mx

Informes: T. (871) 705 1098 ☎ 871 136 7214
admision@iberotorreon.edu.mx



MarketinGlobal

Ideas en acción

Cada cliente de MarketinGlobal recibe asesoría estratégica sobre cómo construir su marca y sumarle valor, definir su *target* y su imagen comercial, elaborar una campaña con el mensaje correcto y seleccionar los medios ATL-BTL adecuados para difundirla.

MarketinGlobal se fundó hace 17 años, en los cuales ha aportado ideas a decenas de marcas, participando en cientos de casos de éxito, permitiendo tener una visión amplia y versátil para lograr los objetivos de cada cliente. Servicio estratégico de 360 grados: Asesoría, Gestión de Proyectos y Diseño Gráfico.



SERVICIOS



- Asesoría en mercadotecnia
- Estrategias de branding
- Campañas de publicidad y promoción
- Administración de contratos de patrocinio
- Organización de eventos

CLIENTES



- Soriana
- Frikko
- Heatwave
- Las Villas
- AR Médica



Roberto González Lobo
Director General

MENSAJE DEL DIRECTOR

"Nuestra pasión es construir marcas fuertes, distintivas y líderes del mercado. Nos gustan las relaciones de ganar-ganar-ganar-ganar, donde gana nuestro cliente, gana el cliente de nuestro cliente, ganan nuestros proveedores, ganamos nosotros y el resultado es lo único que importa".



marketingglobal

Los Viñedos #274
Col. Los Viñedos 27016
Torreón, Coahuila
☎ (871) 764 1550
✉ contacto@marketingglobal.com
🌐 www.marketingglobal.com
📺 ideasmg
📱 marketingglobal.mx



Chicle Marketing Integral Torreón – Los Cabos Mascando Ideas

Chicle Marketing Integral, más que una agencia de publicidad, es un grupo de creativos que buscan llevar tu marca al siguiente nivel. Con sede en Torreón y Los Cabos, 32 personas trabajan de manera integral las áreas de Marketing, Comunicación y Social Media.

Casi 12 años los respaldan como empresa líder en el giro de mercadotecnia. Hacen lo que más les apasiona, creando el balance perfecto entre creatividad y estrategia, provocando que las mejores cosas sucedan.

Con la gran demanda de eventos dirigidos al sector deportivo, surge Chicle Sport; una unidad de negocio especializada en este ámbito, donde crean metas claves y estrategias de comercialización para llegar a las personas correctas; con lo que logran posicionarse como una agencia de marketing deportivo a nivel nacional.

Les gusta introducirse en la mente de las personas, conocer realmente qué es lo que buscan, qué les interesa, lo que compran, qué no les gusta y con ello crear su magia.

¿Por qué Chicle? Porque buscan siempre superar las expectativas de sus clientes.



SERVICIOS



Se especializan en:

- Mercadotecnia
- Producción en Diseño Gráfico
- Marketing Deportivo
- Social Media
- Estrategias y Eventos Especiales

CLIENTES



Cuentan con un amplio portafolio de clientes con diferentes giros tales como: Salud, Belleza, Construcción, Gastronomía, Turismo, Construcción, Deportes, Moda, Asociaciones Civiles, Política, Educación y muchas más.



Rodrigo Méndez
Director General Chicle

MENSAJE DEL DIRECTOR

En Chicle hemos hecho realidad muchos de nuestros sueños en estos casi 12 años, hemos tenido nuestros altibajos, como cualquier empresa, pero hemos aprendido a levantarnos de las adversidades y hoy estamos más fuertes que nunca... *por eso es importante que siempre empecemos por lo imposible, ¡que es ahí donde los demás se detienen!*

CHICLE
MARKETING INTEGRAL
Torreón • Los Cabos

Bld. Independencia #746
oriente
Col. Nueva Los Ángeles Plaza
Punto Colorines Local 16
Torreón, Coahuila
☎ (871) 193 8001-02

Bld. M. Castro #3110, L12
Plaza Los Portales, Zona
Hotelería San José del Cabo
Los Cabos, Baja California Sur
☎ (624) 147 7601

✉ info@mascando.com
🌐 www.mascando.com

📘 Chicle Marketing Integral
/ Chicle Sport



White Room

Pasión absoluta

Fundada en 2008, bajo el lema Design as a religion, White Room nace con la misión de ofrecer al mercado proyectos con alto valor estético y por supuesto, funcionales en el ámbito del diseño. Este rasgo es una ventaja que ha caracterizado a la agencia, además del cálido trato a sus clientes. De manera natural, con las necesidades publicitarias del mercado, evolucionó de ser una agencia de diseño a una agencia creativa. Y es así como su nuevo lema fue una sencilla consecuencia: Pasión absoluta; una frase que refleja el compromiso, el gusto y el gran talento vertido en cada proyecto.

SERVICIOS



- Desarrollo de marca
- Diseño de producto y empaque
- Campañas publicitarias
- Diseño de locales comerciales
- Diseño de stands

- Diseño de personajes y mascotas
- Fotografía publicitaria
- Video publicitario y corporativo
- Diseño web y de aplicaciones
- Social Media Optimization

PREMIOS O RECONOCIMIENTOS



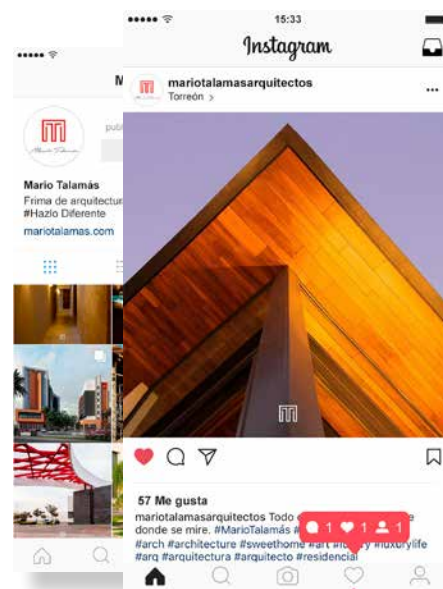
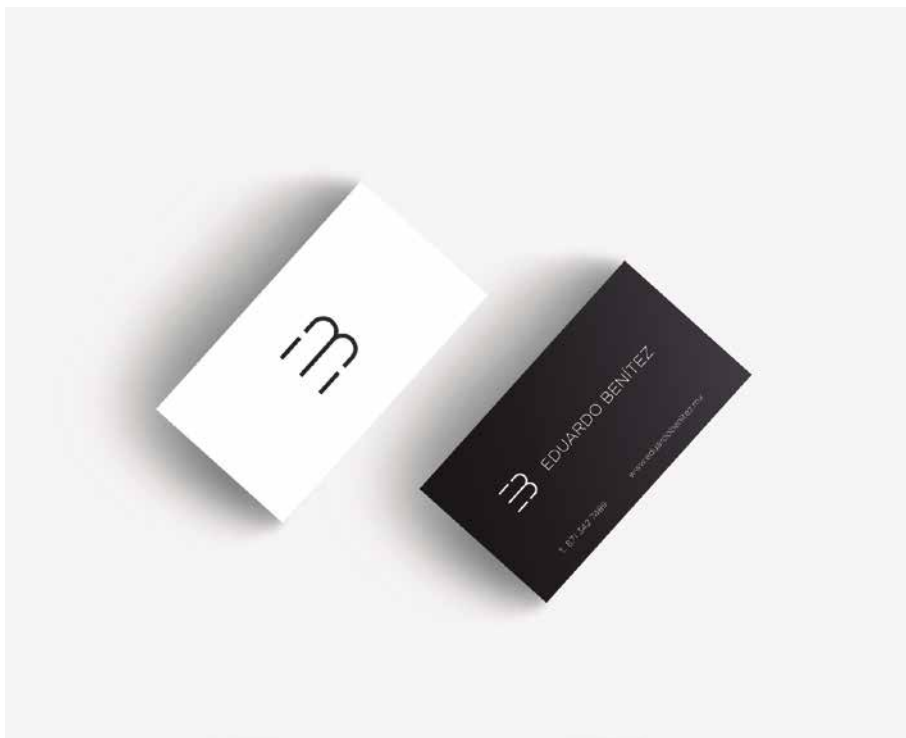
Premio a! Diseño en categoría de Identidad, y numerosas menciones plata en dicho certamen.

En este momento, la agencia se encuentra nominada en cuatro categorías: editorial con El Siglo de Torreón, empaque con La Condenada, stand, con Causa y publicidad con Grupo GR, en los Premios a! Diseño, compitiendo con marcas nacionales e internacionales.

CLIENTES



- Sanatorio San José
- Colegios Madison
- Causa Perforaciones Mineras
- Mario Talamás
- Helados Willy
- Tersura
- Eduardo Benítez



ANIVERSARIO



40 años en la industria de la perforación
minera nos respaldan, y vamos por más.

40 AÑOS



CASO DE ÉXITO



Es una satisfacción para White Room la colaboración con Causa Perforaciones Mineras, con quien a lo largo de un año y medio se ha trabajado de manera sostenida la imagen de la compañía. Desde la identidad corporativa, hasta campañas internas y publicitarias, como diseño de stands para las convenciones del ramo; la agencia ha apoyado a la empresa en sus planes de expansión y comercialización de la marca, logrando así, llegar a más clientes.



América Perales
Directora de White Room

MENSAJE DEL DIRECTOR

“Crear en cada proyecto, apasionarse por él, esmerarnos en cada detalle, verter nuestro talento y experiencia; esa es nuestra forma de hacer que la magia suceda. Nuestro compromiso es siempre con nuestro cliente y sus clientes, su éxito es nuestro éxito, y nosotros estamos para hacerlos ganar”.



Domo 267: Escobedo 267 Ote., Col. Centro,
Torreón
(871) 713 4226
hello@whiteroom.com.mx
www.whiteroom.com.mx
WhiteRoomEstudios
@WhiteRoomEst
@WhiteRoomEstudios



Levels

Marketing on demand

LA EVOLUCIÓN

Durante 6 años operaron como agencia de marketing enfocada sobre todo en generar ventas y posicionar marcas. Primero como Reco, después como Consultoría Creativa, siempre han sido una agencia vanguardista y la innovación es parte de su ADN. Creen firmemente que todas las marcas tienen el potencial de hacer marketing de calidad a un precio justo.

El mundo está cambiando, vivimos en una época en la que todo está a un clic y hecho a la medida, esto lo han entendido bien y han evolucionado convirtiéndose así en la primera agencia en México de marketing *on demand*.

SERVICIOS



- Investigación de mercados
- Planeación y consultoría
- Publicidad
- Marketing digital
- Diseño

CLIENTES



- Sanatorio Español
- UAL
- Interventas
- Rentco
- Wet Laguna
- ConInglés
- Ramirov
- Arhansa
- Finlag

LO QUE DICEN SUS CLIENTES



A partir de su asesoría Rentco se ha visto beneficiada con incremento en cotizaciones a través del sitio web y una mayor proyección a nivel regional.

Director General Rentco

Acompañan al cliente en la consecución de cada proyecto hasta el final. Altamente recomendables, están actualizados en las últimas técnicas de marketing y son muy conscientes en materia de precios.

Director General Interventas

Tenemos alrededor de cuatro años trabajando con ellos en estudios de mercado, esto nos ha ayudado en decisiones estratégicas. Es una empresa muy profesional y seria, siempre comprometidos con los tiempos de entrega y con la credibilidad.

Gerente de Mercadotecnia Sanatorio Español



Omar Cabrera



Daniel Cruz



Av. Londres 1003
Colonia San Isidro
C.P. 27100, Torreón, Coahuila
(871) 268 5015
hola@levels.mx

Una nueva forma de hacer marketing ha llegado.



LEVELS | MARKETING ON DEMAND

www.levels.mx



Big Bang Agencia

Despegamos tu negocio

Con 13 años de experiencia y más de 100 campañas publicitarias realizadas en México y Estados Unidos, Big Bang desarrolla campañas bajo la filosofía del *Design Thinking*, proyectos fundamentados en el marketing, con resultados medibles en el incremento de las ventas.

Big Bang Marketing es una empresa que surge después de concluir con la sociedad de PCP Agencia, empresa que se consolidó a lo largo de 12 años por la Lic. Teté Mayoral García-Luna y el Lic. Javier Avelino Hernández, comenzando en Tamaulipas, y expandiendo territorio al paso de los años hacia la Ciudad de México, área metropolitana y Monterrey.

La empresa inicia operaciones en La Laguna hace un año ofreciendo responsabilidad, precios accesibles y creatividad a sus clientes.

En estos años de aprendizaje y crecimiento se tuvo la oportunidad de trabajar para empresas como: HP, Camel, Johnnie Walker, Casas Homex, Casas Ara, Berumen y Asociados, gobierno de la república, TV UNAM, gobierno del Estado de México, CONACULTA, gobierno del DF, Hispanic Television Network, entre otros.

SERVICIOS



- Estrategias de Marketing
- Eventos y Logística
- Diseño
- Social Media
- Producción

- Elaboración de material de punto de compra
- Creación de páginas web

PREMIOS O RECONOCIMIENTOS



- Lic. Teté Mayoral, Socia Fundadora del Estado de México de AMMJE (Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias)
- Lic. Tete Mayoral, parte de la mesa directiva de EXATEC Campus Laguna

EMPRESAS CON LAS QUE HAN COLABORADO



- Carnes Finas el Andén
- ALCODM
- AEMNSA EXPRESS
- Centro Oncológico Hospital Angeles
- COPARMEX





CAMPAÑA



- **Ciente:** La Ruta Camel
- **Necesidad:** A partir de 2003, se eliminó la publicidad de tabaco en radio y televisión, y de alguna manera, las tabacaleras empezaron a buscar opciones para promocionarse.
- **Solución ofrecida:** Una opción exitosa fue la Ruta Camel, en la cual los participantes patrocinados por la tabacalera enfrentaban una serie de desafíos en la Riviera Maya.
- **Resultados:** Se convirtió en un *challenge* popular que se repitió durante cuatro años.



Lic. Teté Mayoral García-Luna

MENSAJE DEL DIRECTOR

Tomar la decisión de regresar de la Ciudad de México no fue nada sencillo; sin embargo, algo me decía que regresar a mi tierra era lo correcto. Tenía miedos de no poder tropicalizar lo aprendido en la jungla de asfalto.

Pero Torreón me recibió con los brazos abiertos, y la calidez y confianza que los empresarios han depositado en mí y en mi trabajo han empezado a rendir frutos, con más de 20 cuentas atendidas actualmente y un personal calificado, Big Bang Agencia continúa despegando negocios.



Carlos López Sosa #322
Fraccionamiento Los Viñedos
Torreón, Coahuila
☎ 01 (871) 688 7117
☎ (871) 781 5021
✉ tete@bigbangmarketing.com.mx
🌐 www.bigbangmarketing.com.mx
📌 Big Bang Agencia
📌 Big Bang Agencia



Enmedio Asociados MR

Publicidad Chida

Enmedio Asociados, marca registrada como Agencia de Marketing Integral, certificada por Google y Facebook, con más de 200 campañas para ganadores, acreedores de un Reed Latino 2017 y con 30 profesionales de excelencia, apasionados y locos; COMUNICAN TU MARCA PARA GANAR.

Su filosofía de trabajo es hacer redes sociales vibrantes, que tu marca este siempre presente en primera posición de Google, la elección precisa para tu segmento y *target*, una estrategia que atrape en suma con la realización de un *Cross-media Marketing* contundente.

Sus especialistas de área, atienden las necesidades concretas de los clientes: Arte, Video, Foto, Animación, Social Media, Marketing, AdWords y BTL.

Por 20 años, han operado marcas nacionales en varios estados de la república, a través de campañas y eventos con la satisfacción de resultados CHIDOS.

Si eres un GANADOR, Enmedio es la agencia PARA TI.

SERVICIOS



- Marketing político
- Campañas y estrategias
- Redes sociales
- Publicidad en Google
- Event marketing
- Arte publicitario
- Animación y producción audiovisual

PREMIOS O RECONOCIMIENTOS



- En Marketing Político, Ganadores BRONCE en Reed Latino Awards 2017.
- Certificados por Google y Facebook.
- Conferencias en Museo de los Metales y Universidades.

CLIENTES



- Políticos y Entidades
- Coppel
- Peñoles
- Museo de los Metales
- Arocena
- Leche Bell
- Laboratorios Norvet
- ARG
- Luiz Guillén
- GR Y GR FRESH EEUU



Lic. Adolfo Rodríguez

MENSAJE DEL DIRECTOR

Entendemos que el Marketing es cambiante ante la tecnología, nuestra responsabilidad es actualizarnos para otorgar resultados de éxito. Esto lo podemos realizar con la excelencia profesional de nuestro equipo, sobre todo con grandes seres humanos. Hacemos campañas para clientes ganadores.



Calle Naranjos #124
Col. Torreón Jardín 27200
Torreón, Coahuila
☎ (871) 793 0230 y 31
☎ Lada Nacional: 01 (800) 000 8834
✉ info@enmedioasociados.com
🌐 www.enmedioasociados.com
📱 enmedioasoc
📺 enmedioasociados

Reed Latino
AWARDS

Mejor pieza gráfica en
Campaña Gubernamental.



Certificados por
Google & facebook

CAMPAÑAS PARA GANADORES.


enmedio
A S O C I A D O S

Redes sociales
Publicidad en Google

Asesoría
en Marketing

Marketing
Político

Arte
Gráfico

Animación, Video
y Fotografía

Torreón (871) 7930.230/31

Monterrey (811) 418.5474

L.N. 01 800 000 88 34

 Enmedio Asociados

enmedioasociados.com



Chulerías

#enchulatamarca
#hazchulotuevento

Con siete creativos que trabajan de base, su ingrediente principal es hacer las cosas con pasión, diferente; es llegar al corazón de sus clientes haciéndolos ganar. Como ellos bien dicen "si ganan ellos, ganamos nosotros".

I Aman lo que hacen! la buena vibra y creatividad que le ponen a cada proyecto hace que las cosas sucedan bien, fomentan una relación muy cercana con cada uno de sus clientes, para convertir sus ideas en un diseño que lo caracterice y lo haga único.

Actualmente capacitan a emprendedores de México y América Latina, por medio del Instituto Académico de Programas y Capacitaciones de América Latina (IIA), apoyando a empresarios en el manejo de su marca, redes sociales y sitios web.



SERVICIOS



- Creación de marca
- Manejo de campaña
- Registro de marca (IMPI)
- Páginas web y redes sociales (creación de contenidos)
- Diseño y organización de eventos

CLIENTES



- Grupo Posada del Río
- Nevarez Show
- Expo Tu Evento, Mi Evento (WTC México)
- Oneday
- Woo

Para llevar una campaña de éxito es básico conectar con tu propia marca, créetela. Si tú tienes la seguridad de quién eres, de tus servicios o productos, tienes el 90% avanzado. Después hay que identificar de manera adecuada a tu cliente y al nicho de mercado a que te vas a dirigir, ya sabiendo todo esto hay que ofrecer soluciones a las necesidades de forma clara, concisa y original. Por último diferenciarte de las demás empresas que ofrecen tu mismo servicio, en la actualidad se agradece vender de manera auténtica y directa.



Ana Cristina Gomez S.
Directora

MENSAJE DEL DIRECTOR

Creo firmemente que la transformación de La Laguna nos corresponde a todos, por eso nuestro compromiso va más allá del cliente, es un compromiso social, haciendo alianzas de cooperación entre emprendedores, empresarios y el comercio local. Que volteen a ver el talento lagunero, esa es nuestra pasión.



Chulerías
DESIGNS & CREATIVITY

✉ crea@chuleriasmx.com
🌐 www.chuleriasmx.com
☎ (871) 232 9554

📘 Chulerías Mx
📷 Chulerías Mx
📱 Chulerías Mx

DISEÑO WEB REDES SOCIALES MARKETING PUBLICIDAD

Nuestros diseños sí que son Chulos.



Chulerias
DESIGNS & CREATIVITY

8712329554
chuleriasmx.com

Instagram Facebook Twitter chuleriasmx

Av. París 929 Int. 3
San Isidro, Torreón, Coah.



RED

Consultores en Publicidad S.A. de C.V.

Son un buró de servicios gráficos formado por seis apasionados de la creatividad que a través de los años han realizado exitosas campañas e imágenes publicitarias donde el principal objetivo es ver a los clientes enamorados de su trabajo.

En el año 1997, como mejores amigas, deciden abrir una agencia de publicidad en donde, hasta la fecha, se han enfocado en dar su máximo como personas y como profesionistas.

Su filosofía está basada en “Hacer lo que amamos y amar lo que hacemos”.



SERVICIOS



- Desarrollo de imagen corporativa
- Publicidad y diseño gráfico
- Manejo de redes sociales
- Servicios de impresión
- Desarrollo de marca

CLIENTES



- Grupo Peñoles
- Grupo Artec (Autocentro, Autopop, Auto Partes Cimaco, Audi, Autoshop, Súper Pinturas)
- Plaza Cuatro Caminos
- Helados Bips
- Ajuar
- Entre otros

Ventajas que los distinguen:

Creatividad, calidad en el trabajo, rapidez, precio justo y atención personalizada y constante.

Sus resultados:

Clientes felices y satisfechos.



**L.D.G. Gabriela Córdova Esparza y
L.D.G. Tahany Jalil Hamdan**
Directoras

MENSAJE DEL DIRECTOR

Nuestro trabajo ha llenado la mitad de nuestras vidas. El secreto de seguir juntas es que lo hemos hecho con gran esfuerzo y dedicación porque simplemente nos encanta hacer esto.

“Escoge un trabajo que te guste y nunca tendrás que trabajar ni un solo día de tu vida” -Confucio



Río Guadalquivir #3636
Col. Magdalenas
Torreón, Coahuila
(871) 722 6466 / 12
contabilidad@redpublicidad.com.mx
Red Consultores en Publicidad



Gracias 20 AÑOS

...FORMANDO PARTE DE NUESTRA HISTORIA

Grupo Peñoles . Autocentro . Autopop . Audi Center Laguna . Cimaco . Plaza Cuatro Caminos . Fresnillo plc
Auto Partes Cimaco . SuperPinturas . Autoshop . IN-K . Helados Bip's . OK Maguey . Ajuar Novias . Ejemex
Cervecería Modelo . Embotelladora de Coahuila . Auto Lavado Picasso . Colegio Inglés . Instituto Británico
Aldafa Transportes . Steak Palenque . Carnes de la Laguna . Gymboree . Megamax Cinemas . Babies
Gourmet Cimaco . Rest. San Miguel . Comarca Motors . Ford Gómez Palacio . BMW . Ruba . Altum . Caterpillar
Go Químicos . Jibe . Selecta . Constructora Rime . Emplea T . La Chula . Delicronut . Kitchen Fair . Dr. José Ramírez
Ruelas . Museo de los Metales . Dra. Sara Rodríguez . Inari . Dr. Ernesto Martínez . Merendero San Pancho
Dulcería Glotón . Femasa . Constructora Estable . Davisa . Llanteras Sago . Moga Joyería . ECH . Vitalab
Formas Spa . Grupo Denim . Productos Lalín . Emyasa . Clean Air . Llantera Alfer . Dasza Logistics . Stil.co y más...





Grupo Punto

Sabemos de comunicación

Es un equipo de expertos y creativos de comunicación y mercadotecnia que trabaja todos los días para responder a la confianza de quien deja en sus manos la reputación de su marca a través de campañas estratégicas y un manejo de medios creativo y eficiente.

Se caracterizan por ser los ojos de sus clientes en el mundo digital, quien trabaja con ellos sabe que lo llevarán a la vanguardia en su estrategia de comunicación y le ayudarán a sacar el máximo provecho de todas sus plataformas online y offline.

El equipo de Grupo Punto es experto en generar contenido de valor para que sus marcas mantengan a sus públicos cerca. Saben que el contenido es el rey, pero la distribución y la conversación son reinas que hacen tendencia y convierten a seguidores en comunidad.

Suelen acompañar a sus clientes en el camino a la innovación con estrategia y creatividad. Saben que el mundo digital crece y ofrece herramientas infinitas, pero la clave siempre será un mensaje adecuado para el público adecuado.

El acompañamiento que ofrecen es ideal para marcas que desean explorar las posibilidades digitales de forma integral y enfocada a la generación de comunidades, prospectos y conversiones. Grupo Punto les ayudará además a replantearse sus ideas de negocio en términos de innovación. Son el equipo con el que toda empresa que busca innovar debe trabajar en su comunicación y marketing.



ESTRATEGIA Y CONTENIDO DIGITAL



REDES SOCIALES

DIDACTI JUEGOS



DISEÑO DE CAMPAÑA

SERVICIOS



- Estrategia de comunicación
- Diseño de campañas
- Estrategia digital: redes sociales, web, ads, contenido

CLIENTES



- Club Santos
- Sanatorio Español
- Teatro Nazas
- Colegio Inglés
- Didactijuegos
- Instituto de Emprendimiento ITESM
- Laguna Yo Te Quiero
- Consejo Cívico de Instituciones
- Observatorio de la Laguna
- Avani

MENSAJE DEL DIRECTOR

Como emprendedora sé que la contratación de una agencia es siempre una apuesta y un voto de confianza. Cada cliente es para nosotros un compromiso y asumimos sus ganas de crecer como nuestras. Después de aprender cómo se hace estrategia de comunicación en el mundo, supe que nuestra región y sus empresas merecen un trabajo estratégico e innovador que nos permita llevar a nuestras marcas a las grandes ligas. Por eso estamos aquí, con el mejor equipo, las mejores ideas y los más fuertes compromisos de planeación, orden y resultados.



comunicación + reputación

www.grupopunto.net
GrupoPuntoTorreón
(871) 296 3124
drtorres@grupopunto.net

Diana Torres

**TODOS LOS DÍAS GENERAMOS
CONTENIDOS PARA MÁS DE 2 MILLONES
DE USUARIOS A TRAVÉS DE LAS
PLATAFORMAS DE NUESTROS
CLIENTES**



PUNTO

**SABEMOS DE
COMUNICACIÓN**

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

DISEÑO DE CAMPAÑAS

WEB

REDES SOCIALES

ESTRATEGIA DIGITAL

GENERACIÓN DE CONTENIDO

PUBLICIDAD DIGITAL

GENERACIÓN DE PROSPECTOS

PRODUCCIÓN MULTIMEDIA

PUBLICIDAD DIGITAL

INBOUND MARKETING

POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL



Insurgente Comunicación Integral

Transformamos Negocios en Empresas

Nació en 2015, producto de la alianza entre Aletza Sánchez y Guillermo Salmón, quienes decidieron unir fuerzas y crear una organización que ofreciera un servicio integral de comunicación. Buscan hacer crecer a las empresas de México y desarrollar ideas y conceptos que lleven un proyecto al éxito económico y profesional. Su sistema de trabajo se enfoca en el desarrollo de los canales de comunicación dentro y fuera de la organización, bajo la premisa de que una empresa que escucha y se hace escuchar tiene una ventaja por sobre su competencia y medio ambiente.



SERVICIOS



- Estudio de mercado
- Análisis interno
- Funcionamiento interno
- Dirección creativa
- Planeación y metas
- Marketing y publicidad
- Diseño gráfico
- Redes sociales

DISEÑO Y BRANDING



El diseño gráfico publicitario es una de sus especialidades, pueden hacer cualquier cosa que los clientes se imaginen y requieran. Saben que este factor puede afectar drásticamente

la percepción de un producto o servicio, por lo que buscan estar siempre a la vanguardia en diseño, creatividad y estilo.

INSURGENTE



Degollado 188 Sur, Centro
Torreón, Coah.
(871) 713 0329
www.insurgente.co
insurgentemx
insurgentemx



UPGRADE TO LUXURY NOW

Pilot Assist (Autonomous System)
Sistema de masaje en asientos delanteros
Premium Sound Bowers & Wilkins

VOLVO XC90



www.sueciacarlaguna.mx

Visita tu distribuidor
Volvo laguna Tel: (871) 747 3340

volvolaguna



Innovatio La Salle

Publicidad al alcance de todos

Innovatio es la primera agencia de publicidad operada por alumnos universitarios y coordinada por expertos en las áreas de Diseño, Comunicación y Mercadotecnia. Con 30 personas ideando las mejores estrategias, busca ofrecer soluciones hechas a la medida de sus clientes.

El Parque de Innovación La Salle Laguna da vida a la agencia en agosto de 2017 ante la necesidad de contar con un equipo creativo que respaldara los proyectos de emprendedores que ahí se gestan y que además reafirmara el compromiso de la institución con la sociedad, brindando un servicio profesional al alcance de cualquier pequeña y mediana empresa, así como alianzas estratégicas con instituciones.

Innovatio permite el desarrollo de los universitarios de Comunicación, Diseño Gráfico y Mercadotecnia en un escenario real, y se aloja en el Observatorio de Tendencias La Salle, otorgando una ventaja competitiva a sus clientes al contar con un *command center* de monitoreo de medios digitales único en la región.



SERVICIOS



- Marketing ATL y digital
- Diseño y servicios de impresión
- Estrategias de comunicación: producción audiovisual
- Monitoreo de medios digitales

PREMIOS O RECONOCIMIENTOS



Ser la primera agencia a nivel nacional que opera con el respaldo de una universidad y que se dirige a pequeñas y medianas empresas.

CLIENTES



- Secretaría de Turismo del estado de Durango
- Universidad La Salle Laguna
- Moníssima Salón
- Bio Laguna
- Danyed's Cake



MENSAJE DEL DIRECTOR

Se busca acercar la estrategia publicitaria a aquellos que la necesitan y que puede ser pieza clave de su crecimiento, aprovechando el talento joven y el acompañamiento de expertos de cada área. Una agencia con carisma social.



Canatlán #150
Parque Industrial Lagunero 35078
Gómez Palacio, Durango
☎ (871) 750 2490
🌐 www.parquedeinnovacionlasalle.com
✉ innovatio@ulsalaguna.edu.mx
f [innovatiolasalle](https://www.facebook.com/innovatiolasalle)

Cursos en línea

- Comunicación efectiva en las organizaciones.
- La comunicación y el acto educativo.
- El campo de la Tecnología Educativa.
- Aprender en la Educación a Distancia.
- Cultura y clima organizacional.
- Elaboración de proyectos.
- Ortografía y Redacción.
- Calidad en el servicio.
- Crecimiento personal.
- Imagen Profesional.



Conoce más
de nuestra
oferta educativa
a distancia

Profesionales
con **Valor**

www.ulsalaguna.edu.mx

Contacto:

 **@ulsalaguna**

 **/ulsalaguna**

Informes:

(871) 750-24-90 ext. 217
educacionadistancia@ulsalaguna.edu.mx



RedZpot

Impulso en imagen

Son una agencia de publicidad establecida en Torreón, Coahuila desde el 2005, ofreciendo a sus clientes servicios publicitarios para impulsar su marca, con la intención de satisfacer sus necesidades y expectativas, brindando un servicio de primera calidad y un paquete publicitario personalizado.

RedZpot inició hace 13 años con su principal servicio publicitario Red Local, son pantallas digitales en puntos específicos de la Comarca Lagunera como son restaurantes, plazas comerciales, gimnasios, casino, universidades, bares, etc. En el transcurso de estos 13 años se han incluido otros servicios publicitarios como pantallas en el estadio de Santos Laguna, espectaculares, banderas, etc. Siempre pensando en las necesidades de sus clientes.

Son la única agencia de publicidad en ofrecer el servicio de publicación de spot en pantallas dentro de establecimientos con más de 130 mil spots mensuales en red local, así como en dos mega pantallas y más de 50 pantallas ubicadas en pasillos de palcos, plateas, club y baños del estadio de Santos Laguna.

SERVICIOS

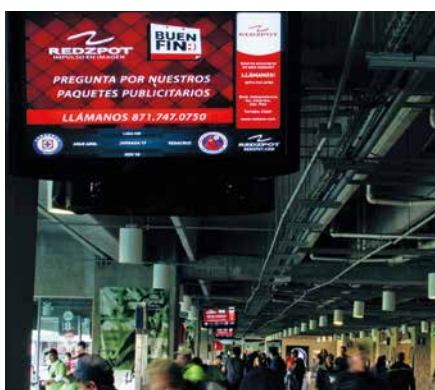


- Red local: spot sin audio
- Estadio del Santos Laguna: Spot con audio / sin audio, volanteo, activación, menciones, exhibición, etc.
- Espectaculares y banderas
- Comunicación interna

CLIENTES



- Mercedes Benz
- Sanatorio Español
- Chilchota
- Las Alitas
- Alta Homes
- Cámara de Senado



Alejandra Peña

MENSAJE DEL DIRECTOR

Agradecemos a nuestros clientes por confiar en RedZpot para impulsar su marca, continuamos innovando y creciendo juntos.

Y a nuestro gran equipo de colaboradores por su esfuerzo, trabajo y dedicación diario.



Bld. Independencia #2448 Ote.
Col. Estrella 27010
Torreón, Coahuila
☎ (871) 747 0750
✉ contacto@redzpot.com
🌐 www.redzpot.com
📌 Redzpot Impulso en Imagen

13 *Aniversario*

IMPULSANDO TÚ MARCA.





Dolce Social Lic. Pamela Murra Emprendamos Juntos



SERVICIOS

- Asesoría y capacitación en marketing digital
- Experiencia especializada en redes sociales en distintos giros de negocio y empresas



EMPRESAS CON LAS QUE HAN COLABORADO

- Corona
- Maratón LALA
- Ibero Torreón
- Laguna Yo Te Quiero
- Procuraduría del Medio Ambiente del estado de Coahuila (PROPAEC)
- Cuauhtémoc Moctezuma
- Promanuez



6

Años de
experiencia

Dolce Social cuenta con talleres en marketing digital, asesoría y capacitaciones a grupos de tres personas o más.

Dolce Social nace en el 2012 con la meta de brindar a empresas la oportunidad de llevar a cabo publicidad digital con sus clientes y mercado.

En Dolce Social han trabajado con más de 100 marcas y empresas, ayudándolos en su estrategia digital. Es a finales del 2017 que en Dolce Social se enfocan en la asesoría y capacitación en manejo de redes sociales para emprendedores y PYMES, con más de 150 personas capacitadas desde el 2016.



¿Por qué las empresas deben apostar por los medios digitales?

Nos han permitido potencializar el alcance de nuestra empresa al aprovechar mejor nuestra inversión y así hacer que nuestra publicidad aparezca en las pantallas del público que elegimos.

Más de 150 personas capacitadas desde el 2016.



Pamela Murra
Directora



Pamela Murra
MARKETING DIGITAL



hola@dolcesocial.mx
www.pamelamurra.com

DolceSocial
DolceSocial



Fabricando ideas

Aquí trabajamos, soñamos, creamos, platicamos, cotorreamos, convivimos, afinamos, nos reímos y lloramos, invertimos, estudiamos, reportamos y programamos, ordenamos y agendamos, investigamos y evolucionamos, conocemos las herramientas y hacemos magia... TODOS LOS DÍAS.

Evolucionamos con la era digital

NUESTRO EQUIPO

Gaby



Jorge



Charly



Nelly



Gaby



Ross



Javier



Jess



Manza



Meli



NUESTROS SERVICIOS



- Redes sociales.
- Branding.
- Producción multimedia.
- Generación de contenido.
- Diagnóstico de redes.
- Capacitación.
- Reputación online.
- Minería de datos.
- Marketing de influencers.



Llama a Gaby Gancz
871 250 64 25
gabygancz@gmail.com





Plexiz Inbound Marketing



SERVICIOS

- Asesoría en marketing digital
- Diseño y programación de sitios web
- Generación de contenidos
- Optimización para buscadores
- Gestión de alianzas



EMPRESAS CON LAS QUE HAN COLABORADO

- Pentair
- Albercas Aqua
- Industrias Macon
- Privarsa
- Progas

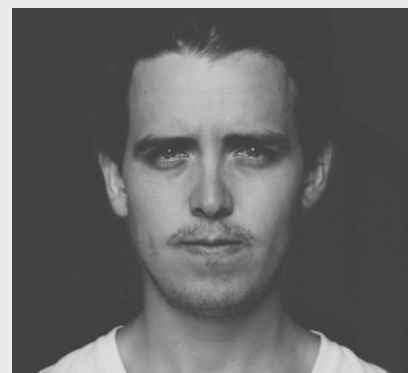


2

Años de
experiencia

Plexiz fue creada a partir de la demanda de servicios de asesoría en el manejo del marketing digital por parte de las empresas de todos los nichos de mercado. El *Inbound Marketing* incluye toda la presencia de las marcas en internet.

Plexiz ofrece a sus clientes un servicio completo de presencia en internet, el cual parte del diseño de un sitio web optimizado, para que pueda ser encontrado por los buscadores cuando un cliente potencial busca sus productos o servicios en la red. La generación de contenido relevante para los *buyer* personas a través del sitio web, redes sociales y aliados estratégicos, es la forma en que las marcas establecen autoridad en su segmento de mercado. El *Inbound Marketing* permite que los interesados en un producto o servicio encuentren una marca en internet, a través de cualquier dispositivo.



Roberto González Grajeda
CEO Plexiz



¿Por qué las empresas deben apostar por los medios digitales?

Nosotros partimos del hecho que todo mundo trae un smartphone en la mano, todo el tiempo, conectado a Internet. Por lo tanto las marcas deben hacerse presentes en las plataformas digitales más utilizadas.

En internet, la atención de las personas no se



puede comprar, sino que debe ganarse. Ya no están obligados a ver los anuncios. El reto es crear contenido que gane su atención. Ese es el juego ahora y es en lo que nos enfocamos.



Albercas Aqua: Caso de éxito

El caso de Albercas Aqua es muy interesante. Desde que optimizamos su sitio web y creamos todo tipo de contenidos, desde *blogs* hasta videos, duplicamos la cantidad de prospectos durante dos años consecutivos.



Los Viñedos #274
Col. Los Viñedos 27016
Torreón, Coahuila

☎ (871) 764 1550
✉ hola@plexiz.com
🌐 www.plexiz.com
📱 plexiz 📺 plexiz



AMÁ Producciones “AMAmos lo que hacemos”



SERVICIOS

- Videos institucionales
- Spots comerciales
- Animaciones
- Cortometrajes
- Video y Foto Aérea con Drones



EMPRESAS CON LAS QUE HAN COLABORADO

- Casas Trio
- Ballet de Monterrey
- Circle B Arena
- Galerías Laguna
- Grupo Grago



4

Años de
experiencia

Comenzaron con la idea de hacer cine y fomentar el talento en La Laguna, pero las circunstancias de la vida los pusieron en el camino de industrial audiovisual, consolidándose como una de las casas productoras más importantes; gracias a eso han trabajado en grandes proyectos, impulsando el negocio de empresas de la región. Su mayor satisfacción siempre será la sonrisa del cliente al ver su video o producto final, eso quiere decir que van por buen camino, se distinguen por disfrutar cada proyecto y darle al cliente la atención que merece, y sobre todo, el cuidado que representa el manejo de su imagen.



¿Por qué las empresas deben apostar por los medios digitales?

Las redes sociales son la principal herramienta, la más usada en la actualidad, teniendo en cuenta que más del 80% de los usuarios prefiere ver videos en redes que en la televisión; las redes son gratis y para nuestro negocio eso es una gran ventaja, porque el cliente solo tiene que invertir en la producción del video.



Caso de éxito

Este año participarán en diferentes festivales de cine nacionales con el cortometraje 77:77 escrito y dirigido por Guillermo Sandoval Yarza y protagonizado por el actor Raúl Méndez y Cristina Rodlo. El objetivo es poder traer a la región más oportunidades para hacer cine, y retomar su filosofía principal de fomentar el cine y el talento lagunero.



Alfredo Treviño Sainz
Director General

Este 2017 cerraron con más de 70 clientes en cuatro años como productora, este mismo año consiguieron su primer cliente internacional con un proyecto en McAllen, Texas. Son un equipo de cinco personas: Jocelyn, Valeria, Chile, Freddy y Memo, pero sobre todo cuentan con grandes alianzas de socios estratégicos y proveedores que ayudan a hacer un mejor trabajo.



Av. Matamoros #1056 oriente
Torreón, Coahuila
(871) 140 3904
info@amaproducciones.com

www.amaproducciones.com
ama.producciones.mx
produccionesAMA



ShadeBox

Fun and Fearless Sunnies

ShadeBox fue fundado en el 2015 con el objetivo de traer lentes de sol que fueran notoriamente *cool*, a un excelente precio; priorizando siempre la calidad del producto y la experiencia del cliente. La empresa se distingue por ser leal, apasionada, misma que la ha llevado a establecer tendencia con sus últimos accesorios que son vistos en innumerables celebridades e *influencers*. ShadeBox se ha convertido en el favorito de los mexicanos para conseguir lentes con una perspectiva fresca y diferente.

Quay Australia, la marca que manejan en ShadeBox, es accesible para hombres y mujeres *millennial* que les hace sentir que son parte de algo más grande que ellos. Más de 5 mil personas han tenido acceso a

estos divertidos, extravagantes y modernos lentes.

ShadeBox nació de la dificultad para encontrar lentes de sol únicos y con estilo a un precio asequible. Karime buscó que las personas tuvieran acceso a diseños diferentes y divertidos. Observó la necesidad de una alternativa a los lentes demasiado caros y decepcionantes que había en el mercado en México.

¿Por qué hacer una tienda digital y no una física?

Una gran ventaja es el alcance que proviene de la interconexión con el resto del mundo. Puedes vender tan fácilmente a alguien a 500 km de distancia como a un cliente que está en tu misma localidad. Además, una tienda en línea ofrece acceso las 24 horas del día, siete días a la semana. Esto lleva a mayor comodidad y una navegación de los productos más sencilla que atrae a los compradores.



MENSAJE DE LA DIRECTORA

Nuestro principal objetivo es la satisfacción del cliente en cada momento, con un servicio al cliente excepcional desde que realizan la compra hasta que tienen el producto en sus manos.

Karime Silveyra Jalife



¿CÓMO COMPRAR?

Elige el producto que deseas comprar y añádelo al carrito, haz clic en "finalizar compra" y llena los datos de envío, selecciona tu método de pago y recibirás un correo de confirmación.



Principales productos:

Lentes de sol Quay Australia



Métodos de pago:

Tarjetas de crédito y débito por medio de PayPal. Depósitos en Oxxo, 7 Eleven y Banamex. Transferencias Bancarias



Cobertura:

Nacional



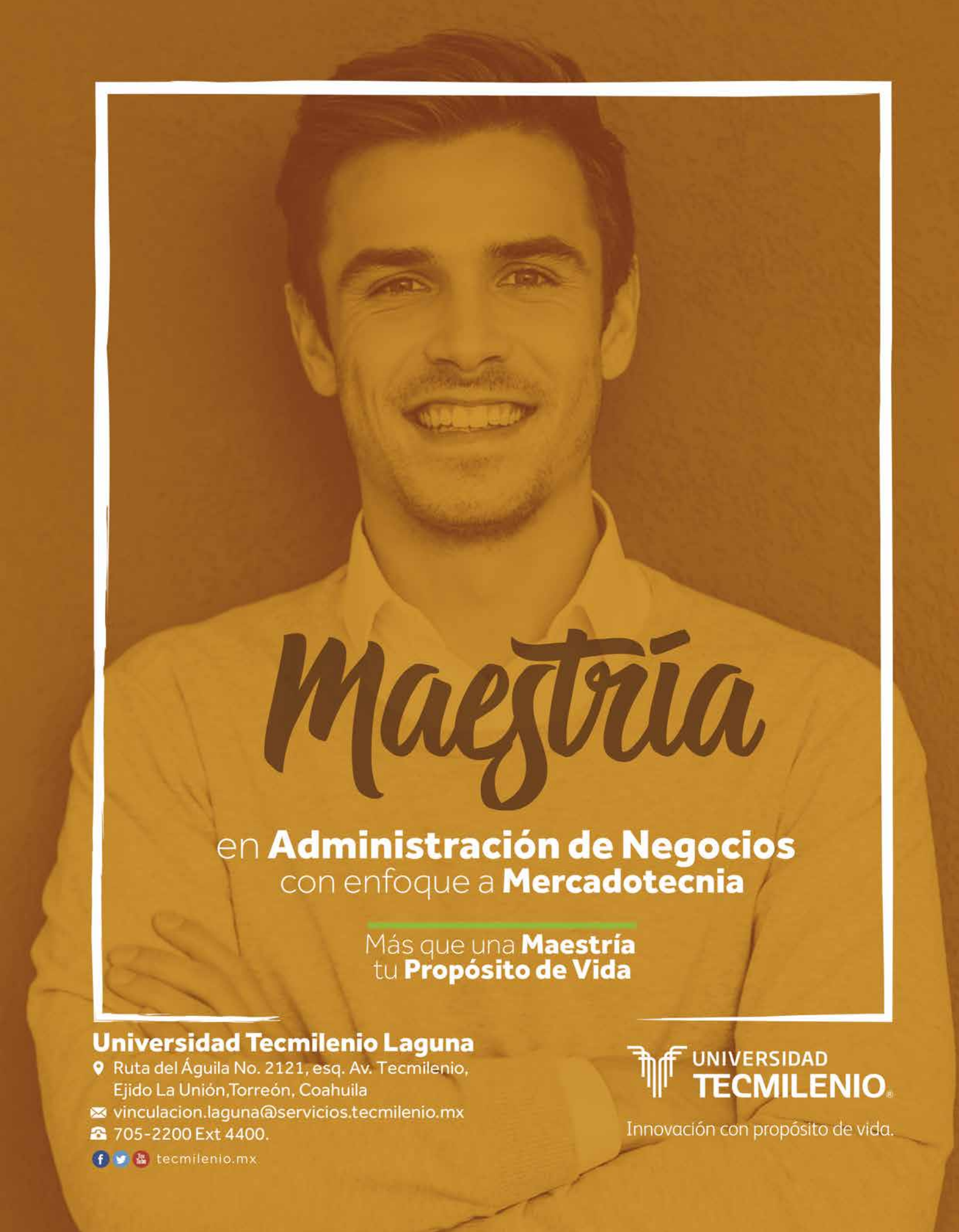
Seguridad:

Certificado SSL para protección de datos personales del cliente y garantía ShadeBox en todos los productos

ShadeBox

(871) 110 0312
www.shadebox.com.mx

shadeboxmexico
shadebox



Maestría

en **Administración de Negocios**
con enfoque a **Mercadotecnia**

Más que una **Maestría**
tu **Propósito de Vida**

Universidad Tecmilenio Laguna

📍 Ruta del Águila No. 2121, esq. Av. Tecmilenio,
Ejido La Unión, Torreón, Coahuila

✉ vinculacion.laguna@servicios.tecmilenio.mx

☎ 705-2200 Ext 4400.

   tecmilenio.mx

 UNIVERSIDAD
TECMILENIO®

Innovación con propósito de vida.



Drones Torreón

Tecnología aérea y visión artística en un solo lugar

Drones Torreón brinda soluciones integrales con tecnologías aéreas en mercados corporativos, de entretenimiento industriales y agrónomos. Ofrecen una perspectiva única y vanguardista por medio de la aplicación de tecnologías aéreas.

En 2015 se sumó al equipo Carlos Balderas Campuzano como socio, para posteriormente desarrollar el video La Magia del TSM para Club Santos Laguna. Han tenido la oportunidad de colaborar con importantes empresas como Simsa, Lala, Gilio Inversiones, Volclay, Interventas, Mobesa, Ventacero, Grupo Inmobiliario Radica, Heliser-vicios, entre otros. Actualmente se encuentran desarrollando soluciones especializadas para el ramo de construcción y agricultura.

Cuentan con más de 200 horas de experiencia en vuelo, una cartera con más de 75 clientes y han desarrollado alrededor de 20 proyectos a lo largo de la República Mexicana. Su flota se ha conformado por nueve drones en estos tres años.

¿Por qué hacer una tienda digital y no una física?

Previo a Drones Torreón Alejandro empezó con el interés por la tecnología con el proyecto de Gallegos Computadoras, empresa dedicada a la venta y reparación de dispositivos electrónicos. Mezclando el interés por la cinematografía y las tecnologías nace la mezcla perfecta: Drones Torreón. Posteriormente reforzó sus conocimientos estudiando en la New York Film Academy en Los Angeles.

MENSAJE DEL DIRECTOR

El interés por la tecnología y por la cinematografía me llevaron a emprender este proyecto. Hacer lo que te apasiona todos los días es la clave para ser exitoso.
Alejandro Gallegos Lugo

¿CÓMO COMPRAR?

Se encuentran presentes en las principales redes sociales y a través de su página web y teléfono de contacto.



Principales productos:
Soluciones Aéreas



Métodos de pago:
Efectivo, Tarjetas, cheque y SPEI



Cobertura:
Nacional



Seguridad:
4 años de experiencia, 200 horas de vuelo y los mejores equipos de la región



www.dronestorreón.com
f Drones Torreón
Drones Torreón

dronestorreón
dronestorreón

FLEETRITE®

LA PIEZA CLAVE PARA TODAS LAS MARCAS



ANTICONGELANTE / BALATAS / BATERÍAS / BALEROS / BANDAS / BOMBAS / COLCHONES
COLISIÓN / CRUCETAS / EMBRAGUES / FAN CLUTCHES / FILTROS / GRASAS / KITS DE REPARACION
LUBRICANTES MINERALES / LUBRICANTES SINTÉTICOS / MATRACAS / PERNOS / RETENES / ROTOCÁMARAS
TAMBOR DE FRENO / TERMINALES / VÁLVULAS / SECADORES / RINES



REFACCIONES
TORREÓN
TEL. 729.70.30

REFACCIONES
GÓMEZ PALACIO
TEL. 175.15.15



Memorick

Stephanie emprendió el proyecto porque le encantan los retos. Memorick conjunta dos de sus más grandes pasiones: viajar y las fotos. Este negocio empezó como un *hobby*; sin embargo, evaluando el potencial del negocio, tomó la decisión de enfocarse 100% en él y probar qué significaba emprender.

Memorick tiene un alcance internacional bajo el modelo de conectar usuarios con proveedores de servicios. Específicamente conectan turistas con fotógrafos locales en más de 150 destinos por el mundo y toman sesiones de fotos de sus viajes a precios accesibles. ¡En tan solo 72 horas los turistas reciben un álbum con más de 50 fotos!

¿De qué manera impacta positivamente en la sociedad?

Impacta positivamente en distintos aspectos; principalmente genera empleos a más de 255 fotógrafos. Por otro lado, con las imágenes que compartimos en redes nos convertimos en una fuente de inspiración para que la gente viaje más y decida crear (y preservar) momentos únicos. Por último, buscamos motivar a gente con espíritu emprendedor a que conozca que existen nuevos modelos basados en las economías de conexiones donde gente independiente se emplea y puede brindar sus servicios y generar ingresos.

Queremos continuar con la expansión internacional donde muchos más turistas extranjeros conozcan Memorick como el complemento perfecto a su viaje, abriendo oficinas de ventas y representación en muchos más países.



MENSAJE DEL DIRECTOR

Los retos nunca van a parar, de hecho, cada día hay más; pero de la mano vienen las satisfacciones al ver tus sueños realizados así que no te puedes rendir. Siempre busca a la gente que ya ha pasado por un camino parecido, observa y aprende de ellos. Recuerda que no hay tiempo que perder. A la vuelta de la esquina hay alguien que puede copiar tu negocio, la competencia siempre va a existir, pero mientras sigas innovando, ofreciendo ideas únicas y un valor agregado, tus clientes te seguirán apoyando y recomendando y con ello el crecimiento del negocio.

Stephanie López



¿CÓMO COMPRAR?

El servicio se puede reservar directamente en la página www.memorick.com, o bien nuestro equipo de ventas puede asesorarte y recomendarte los mejores lugares para tu sesión de fotos a través de nuestras redes sociales en Facebook, Instagram o el WhatsApp de asistencia: 55 3576 8664

Métodos de pago:



el cliente puede separar su sesión con un anticipo y el resto se liquida el día que se toman sus fotos.



Cobertura:

Internacional. Más de 155 destinos en 5 continentes.

memorick

☎ 55 3576 8664
🌐 www.memorick.com

📷 Memorickphotography
📷 [memorick_photography](https://www.instagram.com/memorick_photography)



JULIÁN ÁLVAREZ
Y SU MONTENO BANDA
GIRA 2018

SÁBADO
MARZO 03



LUIS FONSI
LOVE+DANCE
2018 WORLD TOUR

COLISEO CENTENARIO
9 DE MARZO 9PM

Puerto Rico

Ford Elfer
Somos los de casa

ALMA SHOW
PRODUCCIONES

SHOWCASE
PRODUCCIONES

LUPITA
D'ALESSIO
CELEBRANDO 45 AÑOS DE TRAYECTORIA
17 DE MARZO
21:00 HRS



CHRISTIAN
NODAL

SÁBADO 21 ABRIL



LOS PIBES
DEL RANCHO
de Ariel
Camacho

MALIBENO

CARTE
LE
RA

10 años
COLISEO
CENTENARIO

Boletea
TICKETS

www.boletea.com

f/BoleteaOficial @BoleteaMx Boletea

CENTROS DE VENTA

blitzer
4 CAMINOS
GALERIAS LAGUNA
Av. ESCOBEDO - G. P.

JUNO
GARCIA
RDZ TRIANA
MORELOS

MATERIAS PRIMAS
FORN PROTECTORA Y PRODUCTOR
Av. CORREGIDORA 2651
Esq. DIAG. REFORMA

Vincture

Vincture es una línea de decoración de hogar artesanal que busca satisfacer las necesidades de reconocimiento de un mercado muy exigente, con productos de alta calidad, diseñados y producidos en México.

Su propósito es dar trabajo y poder difundir el trabajo de artesanos laguneros.

Uno de los eventos que ha propiciado mayor crecimiento es el desarrollo de su sitio de *e-commerce*, realizado con mucho esmero y cuidado en cada detalle.

Gracias a su sitio web han logrado llegar a la mayoría de los estados de México, asimismo en Torreón pueden encontrar algunos de sus productos en Blacksmith y Cimaco.

¿Por qué hacer una tienda digital y no una física?

Es un hecho que el comercio por internet va creciendo cada año y más consumidores la están considerando como primera opción de compra, también la idea de poder llegar a públicos que no se encuentran en tu misma ciudad e incluso ni en tu país, es parte de nuestro objetivo; y por último poder contar con un servicio abierto las 24 horas del día, los siete días de la semana.

MENSAJE DEL DIRECTOR

"Me declaro un apasionado por los objetos y sobre todo por los detalles de la historia, de su desarrollo y elaboración. Y siento una gran admiración de trabajar en conjunto con los artistas y artesanos."
Carlos Maqueda

¿CÓMO COMPRAR?

El sitio está diseñado de una manera muy segura y fácil de navegar con una amplia calidad visual para resaltar cada pequeño detalle de sus productos. También pueden visitar algunos de sus puntos de venta y enamorarse de sus productos artesanales tanto como ellos.



Principales productos:

Línea de religiosos, portarretratos y mesas ocasionales



Métodos de pago:

Tarjetas de crédito y tarjetas de débito a través de Paypal



Cobertura:

Nacional

VINCTURE

www.vincture.com.mx
vincturehome

Vincture Home
Vincturehome

TOTALMENTE NUEVO
CHEVROLET AVEO®
CON TODO
Y PARA TODOS.



TOTALMENTE NUEVO
CHEVROLET AVEO®

FIND **NEW** ROADS™

VEN Y CONÓCELO.

CHEVROLET 



PRIMERA EDICIÓN

15 | 04 | 18



www.carrerasurman.com

   Grupo Surman | surman.com



CHEVROLET GÓMEZ PALACIO
BLVD. MIGUEL ALEMÁN No. 400
GÓMEZ PALACIO DGO.
TEL: 1 75 02 02

CHEVROLET INDEPENDENCIA
BLVD. INDEPENDENCIA 3444
COL. EL FRESNO. TORREÓN, COAH.
TEL: 7 50 50 02

CHEVROLET COMARCA
BLVD. DIAGONAL REFORMA 2222 OTE
COL. CENTRO. TORREÓN, COAH.
TEL: 7 07 40 40

THE Landscape ARTIST

La vida y obra de Rafael Aguirre

Un bello rostro, un hermoso paisaje o una buena copa de vino mirando el atardecer, son algunas de las principales fuentes de inspiración de Rafael, el reconocido artista plástico lagunero que ha logrado recorrer el mundo e inspirar a través de sus obras a miles de personas que se han deleitado con sus creaciones. Con 40 años de trayectoria como paisajista, nuestro

invitado estelar nos abre las puertas de su maravilloso estudio donde pasa la mayor parte del tiempo creando, imaginando y, por supuesto, pintando. “La gente no me creería si les digo que he llegado a sentarme frente al caballete más de 70 horas al hilo, sin dormir; es una sensación fantástica ser capaz de sacar todo lo que uno se ha contenido a lo largo de los años”.

Por: **Benito Arguijo**

Fotografías: **Jesús Ruiz**

Arte: **Eduardo Torres**

Corrección de estilo: **Edgar Llanas**





La historia de su trayectoria como artista la tiene muy clara; “empecé un 14 de febrero de 1979 a las 7 de la mañana, lo recuerdo bien porque el día 12 me dije a mí mismo: ‘soy artista; esto (mi trabajo actual en ese entonces) no es para mí’. Renuncié un día después. Muchos de mis amigos se convencieron de que sería un bohemio, pendenciero, borracho y que, tarde o temprano, les empezaría a pedir prestado, porque un artista se muere de hambre”. Pero es que siempre tuvo ese don para la pintura, nos comenta que de pequeño le era muy fácil realizar las tareas y los trabajos de la escuela. Se considera autodidacta y le debe una gran cantidad de su éxito al trabajo constante.

Sus primeras obras fueron como retratista; “tuve una etapa en la que me gustaba dibujar fachadas de capillas, callejuelas, ¡vaya! pintaba todo lo que pudiera; sin embargo, en plan convenenciero me incliné por el retrato, por supuesto porque la vanidad siempre paga, tenía que irme a la segura en mis inicios, no contaba con un padrino que me apoyara, mi mecenas es mi obra”, enfatiza Rafael. Ese tipo de obras le funcionaron como *modus vivendi* hasta que

un amigo lo retó a pintar un paisaje y fue ahí donde comenzó su exitosa carrera como paisajista. Fue a rincones hermosos de nuestro país como Amecameca, Nepantla y al pie de los volcanes. En la actualidad la técnica que más le gusta es el óleo, comenta que alguien que sabe leer un lienzo puede saber que pasa con su carácter, estado de ánimo y sentimientos.

Siempre la pregunta normal de cualquier reportero a un artista es qué busca transmitir a través de sus pinturas; con Rafael, un personaje que ha logrado recorrer el mundo y presentarlas en lugares asombrosos traspasando fronteras, no fue la excepción. Nos platica que en estos tiempos donde México se ha visto envuelto en tantos momentos desagradables, donde existe corrupción y violencia, el arte debe ser un oasis donde la gente recupere la energía y el afán de seguir viviendo, observar las cosas bellas para otorgar un momento de alegría en la obra.

Uno de los momentos más significativos a lo largo de esta fabulosa carrera ha sido el mural que logró hacer en Italia, una obra a la que entró media hora antes de que cerrara la convocatoria puesto que era su



“El mundo nos inspira constantemente, a veces solo hace falta un bello rostro o un gran paisaje para hacer una delicada obra de arte, solamente hay que estar atentos”

último día en el país de la bota. Al enterarse como ganador del concurso puso manos a la obra. “La ciudad celebraba 200 años de la liberación del feudalismo, con motivo de ello, la ONU propició la realización de un mural”, nos explica Rafael. Una de las situaciones que más llamaron su atención fue que muchos artistas italianos iban a verlo trabajar en el mural, por supuesto en forma de crítica y envidia; sin embargo, comenta Rafael que esas personas que eran sus acérrimos rivales, hoy en día son sus amigos, habló con ellos y les presentó su forma de trabajo, situación que los maravilló por la forma tan fluida y fácil, muy diferente a la rigidez que presentan los artistas italianos.

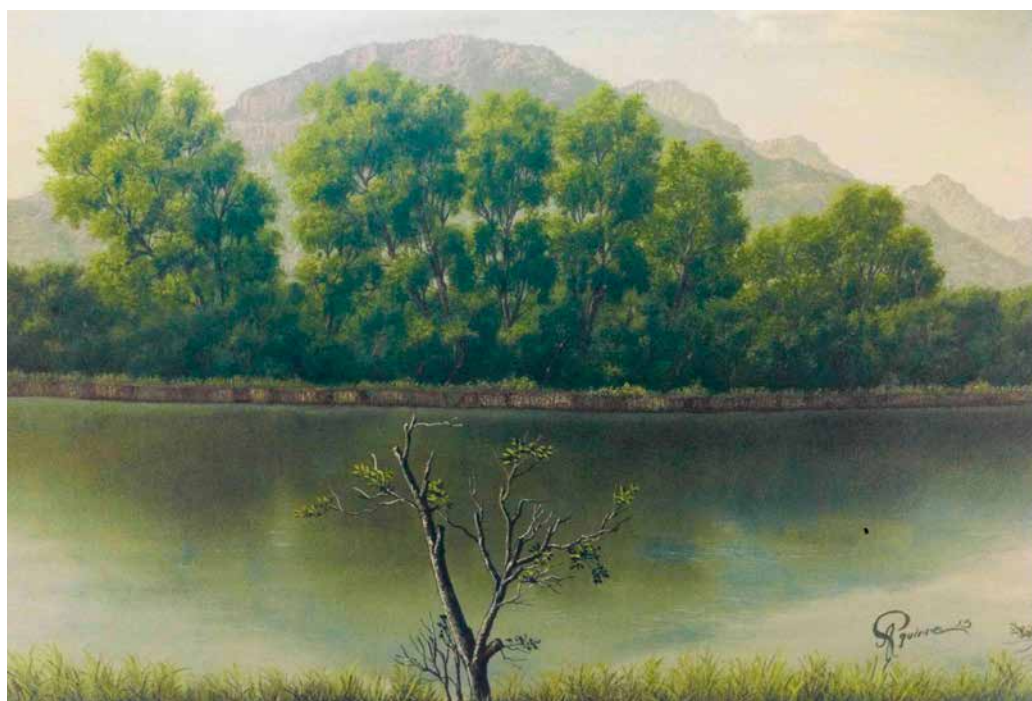
Para la develación del mural se armó el evento más importante de Salerno en toda la historia. No solamente Televisa estuvo presente sino que también RAI, una de las compañías de radiodifusión más famosas de Italia. Mario Moya Palencia, embajador de México, fue invitado por Rafael al evento y asistió, al igual que el secretario de Cultura de Italia. El evento resultó ser más mexicano de lo esperado, estuvieron presentes un trío huapanguero y el ballet mexicano de Cerro

Azul, Veracruz. Además hicieron acto de presencia 16 presidentes municipales y tres gobernadores.

Hablar de sus mejores creaciones es como preguntarle a una madre cuál es su hijo favorito, cada una de sus obras lo ha llevado a descubrir nuevos espacios, por supuesto una es más aplaudida que otra, pero todos son sus hijos. Actualmente podemos encontrar su trabajo en Galería Amart de Torreón, galerías y centros culturales en París, Florencia y Atlanta, así como en San Miguel de Allende y Ciudad de México, por mencionar solamente algunas.

Para celebrar 40 años de artista buscará que todas sus obras lleguen a los habitantes de la Comarca Lagunera y sus alrededores. Comenta que un artista experimenta hasta llegar a su obra definitiva; con él sucedió al revés, empezó a experimentar con el paisaje, le dio un toque diferente y el extra personal. Finalmente otorga un mensaje a los jóvenes talentos de la pintura en México: “de jóvenes nos queremos comer el mundo, traen toda la energía y los sueños, hay que complementarlo con trabajo, es el mejor cauce para lograr tus metas. El trabajo te lleva al éxito”.♥

“A los jóvenes artistas les digo: canalicen su empuje y ganas de comerse el mundo en trabajo, no existe mejor cauce para lograr el éxito y tus metas que el trabajo arduo y constante”





El placer
de conducir



NUEVO BMW X3.

LISTO PARA EL SIGUIENTE RETO.

Surman Motors

Blvd. Independencia
S/N esq. Río Álamos,
Col. Las Magdalenas,
C.P. 27010, Torreón, Coah.
Tel.: 749.40.00

La marca BMW y sus logotipos son marcas registradas de BMW AG y se encuentran licenciadas a favor de BMW de México S.A. de C.V., ubicado en Paseo de los Tamarindos 100-501, en Ciudad de México. Imágenes únicamente ilustrativas. Verifica con tu Distribuidor Autorizado BMW los equipamientos disponibles.

Tus colaboradores,

tus primeros clientes

Por Dafne Navarro

Knowledge Management Great Place to Work® México

Si un cliente se va, difícilmente volverá, pero sería bueno saber el porqué. También es importante saber por qué nuestros colaboradores se van, deciden no volver o incluso dejan de recomendarnos.

“Bien dicen que sin clientes no hay empresa”

Desde el enfoque del marketing se plantea que el activo más importante de una organización no son sus marcas, ni sus productos, servicios, liderazgo o la red de distribución; son sus clientes, sin los cuales no habría crecimiento, ventas y con eso, no habría empresa.

Por otro lado, el enfoque organizacional traza que el activo más valioso de la organización es el capital humano. Sin los colaboradores los procesos serían inoperantes, el liderazgo no sería necesario, carecerían de productos y servicios, dejando por consecuencia una nula cartera de clientes. No existiría razón de ser de la organización.

Jamás sabremos si fue primero el cliente o el colaborador, lo que sí podemos afirmar es que en este momento las organizaciones empiezan a visionar la coalición entre el marketing y el Capital Humano.

Las organizaciones buscan crear mejores sinergias entre estas dos áreas con la intención de lograr una más consistente y holística experiencia de marca para los *stakeholders* internos y externos.

El futuro de las áreas de Capital Humano dejará de centrarse en funciones operativas, transfiriéndolas a nuevas tecnologías, lo cual habilitará la capacidad de gestionar la experiencia de los colaboradores dentro de sus lugares de trabajo.

Paralelamente podemos observar cómo las personas de las generaciones X y millennial son asiduas consumidoras de experiencias.

El verdadero valor de cualquier producto, servicio o necesidad satisfecha se centra en la experiencia; lo que en marketing se denomina “experiencia de marca”, que facilita al consumidor la recuperación de un recuerdo, satisfactorio o no, del consumo realizado e impulsarlo a repetirlo.

Si esto ocurre en el comportamiento de consumo es muy lógico que la tendencia también esté migrando al mercado laboral, en el que las personas han dejado de consumir salarios, seguridad, prestaciones y reconocimiento. Los colaboradores están demandando experiencias laborales que les estimulen a repetir cotidianamente la satisfacción que genera el trabajo.

“¿Por qué debo ‘consumir’ ese trabajo o conformarme con el que tengo?”

La dirección de Capital Humano empieza ya a especializarse en analizar no solamente el comportamiento del mercado laboral, sino también el comportamiento de los consumidores (colaboradores) en los lugares de trabajo, que al fin y al cabo también son personas; y donde se integra una función del marketing interno.

El marketing interno tiene como objetivo estratégico vender la idea de “organización” a los candidatos y colaboradores, lo cual implica un posicionamiento de los valores, la cultura, objetivos y costumbres en la mente del mercado meta.

El marketing interno debería generar un producto de alto valor para los *stakeholders** internos, y ese producto es un buen clima y cultura laboral.

Anualmente organizaciones de múltiples sectores participan en los procesos de certificación Great Place to Work®. A través de la encuesta Trust Index® pueden acceder al conocimiento del comportamiento de sus clientes internos en relación con la organización, sus líderes, los compañeros de trabajo y las prácticas culturales; desde una perspectiva del clima global de la organización hasta las más precisas variaciones de los microclimas en cada *cluster* laboral.

Los resultados obtenidos están siendo sumamente útiles para los gestores del talento humano, y permiten entender a ese consumidor del servicio laboral; desde sus pensamientos, deseos, necesidades, anhelos y preocupaciones.

Según el último estudio de ambiente laboral aplicado por Great Place to Work® México, en empresas de 500 a 5 mil colaboradores y multinacionales, en el 93% de las organizaciones el director de Capital Humano es miembro del Comité Directivo y en 30% ya se está midiendo el ROI de sus programas de Capital Humano.

“Son los líderes quienes deben comprar el producto del marketing interno y funcionar como ejemplo a seguir”

Sin colaboradores no hay organización, y aunque el pensamiento tradicional dicta que en el mercado laboral el nivel de oferta siempre será superior a la demanda; debemos escuchar la voz del pensamiento vanguardista que nos dice, “ahora las personas están siendo más responsables al elegir la experiencia laboral que les satisfaga, o bien cambiar a la competencia”.

Pensar en una estrategia de marketing interno fuera de la caja, inspirará a los líderes y gestores de Capital Humano a salir de su zona de confort para desarrollar su potencial y así obtener resultados incomparables; con el fin de colocar en la mente de sus consumidores internos las ventajas de una marca laboral y un producto que anhelan consumir constantemente en su lugar de trabajo. ♥



***Un grupo de cosas o personas cercanas entre sí.**



Mujeres en el Marketing

Cómo conectar con tus consumidoras sin tanto rollo



Por Ana González, fundadora y CEO de Levadura
Emprendedora de la plataforma Victoria147

Dice Dale Carnegie que “las personas somos seres emocionales”; en definitiva, una realidad que aplica para entender a cualquier consumidor; no obstante, una marca suele llegar lejos cuando encuentra la forma de comunicarse con sus consumidoras. Según datos de consumo, ocho de cada diez productos en el hogar son adquiridos por decisión de una mujer; así como seis de cada diez coches en el mercado han sido elegidos por compradoras.

Es relevante identificar los puntos en común de nuestras tomadoras de decisiones; amén de la tendencia sobre el empoderamiento femenino, las consumidoras de hoy tienen comportamientos que no siempre están relacionados a su rango de edad, sino más bien a su estilo de vida. La demografía mexicana está compuesta en un 51% por mujeres de las cuales más de la mitad pertenece al segmento C y D. Ya sea que tu marca sea un producto de consumo masivo o de nicho, hay señales interesantes para tomar y reproducir en tus campañas creativas que la llevarán a enganchar con mayor facilidad con ellas.

Consumidoras por generaciones

Ocho de cada diez consumidoras en México viven en algún centro urbano, la mayoría de ellas están influenciadas por la información de las redes sociales. Quienes son menores a 25 años pertenecen a la generación *centennial*, ellas han sido nativas digitales, crecieron con la influencia de la tecnología, sus códigos de comunicación son vibrantes e instantáneos, suelen producir mucha información de sí mismas, esta generación siente menos compromiso con las causas sociales, piensan que sus predecesoras *millennials* ya han ganado suficiente te-

rreno para la equidad y la flexibilidad laboral. Las marcas de este segmento pueden generar contenido lúdico con poca profundidad, siempre y cuando sea colorido y cuente historias que enaltezcan el ser “yo misma”. Sus preocupaciones derivan de su estatus social y van creciendo conforme se acercan a sus 30.

Por otro lado, muchas de las *millennials* están iniciando sus familias, las que se encuentran en el segmento C y D van cayendo en cuenta de las dificultades para balancear su vida, por ende, empiezan a ser presa fácil de las compras por impulso. Quienes están en esta misma etapa, pero en los segmentos A y B, prueban diferentes formas de crianza mientras invierten en alimentos orgánicos o veganos, muchas de ellas empiezan a sentir los cuestionamientos sociales sobre su papel como madres. Ambas generaciones son propensas a no identificarse con estereotipos de antaño, aunque ejercen sus roles como madres y compañeras, en muchos de los casos no se identifican con la sumisión o la dependencia. Empiezan a definir su autonomía a través del poder sobre su cuerpo, mientras revaloran su fuerza física, por eso es relevante comunicar mensajes apropiados en este contexto. Las consumidoras observan y deciden en silencio sus marcas favoritas según sus valores.

Las mujeres que rondan los 40 son las *girlbosses* del momento, esas consumidoras urbanas continúan ganando espacios de poder; un buen porcentaje de ellas se perciben autónomas. Quizá sea la generación que más ha cambiado su percepción sobre sí misma. Según las búsquedas de Google, el término “feminismo” fue uno de los cinco más buscados en el 2017. Algunas marcas en la industria de la moda han tomado el empoderamiento como tema para empatizar con las compradoras de este segmento. Aunque en México la tendencia avanza con efecto retardado; en Estados Unidos las campañas publicitarias procuran ser políticamente correctas con el manejo de estereotipos, además de apoyar diferentes causas relacionadas; en nuestro país hablar de feminismo todavía es un camino seguro al ataque cibernético; sin embargo, esta tendencia está avanzando de forma irreversible.

Es una realidad que no hay una definición única para todas las consumidoras, cada marca deberá analizar y encontrar la forma de entablar ese puente de comunicación con su clienta sin olvidar que hoy por hoy, todas las mujeres somos diferentes. ♥



*La escritura abre todo
un mundo de posibilidades.
Compartamos este
preciado don.*

**MONT
BLANC**

UNICEF no respalda o respalda marca o producto. Parte de los beneficios de la Colección Montblanc para UNICEF se donaron a UNICEF y a un proyecto de alfabetización. Montblanc garantiza un importe mínimo de 1.5 millones de dólares.



Hugh Jackman and the Montblanc for UNICEF Collection

Montblanc apoya a
unicef

Con la colección Montblanc para UNICEF, celebramos el don de la escritura y, en colaboración con UNICEF, esperamos mejorar las condiciones de aprendizaje de más de 5 millones de niños aportándoles material escolar de calidad y una mejor enseñanza. Más información en montblanc.com/unicef.
Crafted for New Heights.



📍 PLAZA CUATRO CAMINOS
www.cimaco.com



cimaco
Lo Mejor Para Vivir Bien

¿Qué elegiremos en Coahuila en 2018?

Por Carlos Gregorio Ramírez
Abogado y Perito Valuador @cgramir

México cuenta con un padrón electoral nacional de **90 millones 5 mil 648** y un listado nominal de **87 millones 788 mil 662 ciudadanos**, distinguiendo uno de otro que en el primero se encuentran todos los que solicitaron su inscripción al mismo, con la finalidad de obtener su credencial para votar con fotografía y así ejercer su derecho al voto, y el segundo, es el que contiene a todos aquellos ciudadanos que solicitaron su inscripción al padrón y cuentan ya con su credencial para votar con fotografía vigente.

En Coahuila se tiene enlistadas, aproximadamente a

**2 millones
128 mil 582
personas**



De acuerdo al Instituto Nacional Electoral (INE), en México son



**42 millones
550 mil 270**

Hombres



**45 millones
761 mil 272**

Mujeres

enlistados y con credencial para votar vigente. Esto con corte al 9 de febrero de 2018.



En Torreón son aproximadamente

477 mil 396

Personas

que están en posibilidades de votar, repartidas en **368 secciones y dos distritos electorales federales**, el cinco y el seis.

El proceso electoral federal involucra la elección de 629 cargos: un presidente de la república, 128 senadores y 500 diputados. De los segundos, 64 corresponden al principio de mayoría relativa, 32 al de minoría y 32 al de representación proporcional. De los terceros, 300 son por mayoría relativa y 200 por representación proporcional.

El proceso electoral local, en Coahuila, comprende la elección de alcaldes en los 38 municipios del estado.

El día 1 de julio de 2018 serán las elecciones, después de haber agotado el periodo de precampaña de los precandidatos, que inició el 3 de enero y finalizó el 11 de febrero. Las campañas con los candidatos oficiales iniciarán el 29 de abril para terminar el 27 de junio.

El porcentaje de electores que sufragaron su voto en el 2017 rondó un histórico 60% aproximado respecto de la lista nominal, después de registrar cifras alrededor del 50% en elecciones anteriores.

En la numeralia nacional del proceso electoral federal 2012, el total de votos obtenidos fue de 49 millones 87 mil 446, repartidos en el Partido Acción Nacional: 12 millones 473 mil 106. Partido Revolucionario Institucional: 18 millones 727 mil 398. Partido de la Revolución Democrática: 15 millones 535 mil 117. Partido Nueva Alianza: un millón 129 mil 108. Votos nulos: un millón 191 mil 57 y candidatos no registrados: 31 mil 660. Una participación ciudadana del 63.14% y un listado nominal de 77 millones 738 mil 494 electores.

Coahuila, en el mismo orden aportó 418 mil 386 (PRI); 453 mil 44 (PAN); 227 mil 287 (PRD); 27 mil 342 (PANAL); 21 mil 382 votos nulos y 754 por candidatos no registrados. Participó el 62.07% del listado nominal de un millón 849 mil 664 ciudadanos credencializados.



Coahuila, en este proceso, el distrito cinco de Torreón aportó 130,004 votos , repartidos en		
Partido Acción Nacional 25,642	Partido del Trabajo 1,550	Encuentro Social 2,622
Partido Revolucionario Institucional 62,567	Movimiento Ciudadano 2,854	PRI-Verde 1,505
Partido de la Revolución Democrática 2,821	Nueva Alianza 6,776	Candidatos no registrados 387
Partido Verde Ecologista de México 8,867	Morena 7,803	votos nulos 4,704
	Partido Humanista 1,906	

Una participación ciudadana del **47.572%** y un total de lista nominal de **273 mil 281 ciudadanos**

En el proceso electoral federal 2015, para la elección de diputados, el total de votos obtenidos fue de 39 millones 872 mil 757 repartidos en:	
Partido Acción Nacional 8,379,502	Nueva Alianza 1,486,952
Partido Revolucionario Institucional 11,638,675	Morena 3,346,349
Partido de la Revolución Democrática 4,335,745	Partido Humanista 856,903
Partido Verde Ecologista de México 2,758,152	Encuentro Social 1,325,344
Partido del Trabajo 1,134,447	Candidatos Independientes 225,500
Movimiento Ciudadano 2,431,923	Candidatos no registrados 52,384
	votos nulos 1,900,881

Una participación ciudadana del **47.005%** y un listado nominal de **77 millones 913 mil 406 electores**

Coahuila, en este proceso, el distrito seis de Torreón aportó 133 mil 898 votos, repartidos en el Partido Acción Nacional: 49 mil; Partido Revolucionario Institucional: 43 mil 368; Partido de la Revolución Democrática: 2 mil 372; Partido Verde Ecologista de México: 8 mil 352; Partido del Trabajo: 1 mil 260; Movimiento Ciudadano: 5 mil 048; Nueva Alianza: 5 mil 389; Morena: 8 mil 417; Partido Humanista: 2 mil 300; Encuentro Social: 2 mil 742; PRI-Verde: 1 mil 433; Candidatos no registrados: 106; votos nulos: 4 mil 111. Una participación ciudadana del 45.489% y un total de lista nominal de 294 mil 352 ciudadanos.

En las páginas web del INE y del Instituto Electoral de Coahuila se puede profundizar con más exactitud algunas de las cifras aquí manifestadas. Cuentan en su acervo con información diversa al respecto, y de las cuales tomo una serie de datos mínimos para llamar a un voto reflexionado. Aunque las ofertas no son muy atractivas y parece ser más de lo mismo, es importante destacar que no es el presidente de la república el funcionario con más facultades, son los tres poderes, especialmente el ejecutivo y el legislativo, debiendo entonces cuidar el balance que da el legislativo, que es donde hay que poner atención y cuidado suficiente para decidir por quién votaremos.♥



Abre Soriana gasolinera

En alianza con Grupo Hidrosina

A menos de un mes de que se anunciara la alianza entre Organización Soriana y Grupo Hidrosina, ya se ha dado la segunda apertura de una estación de gasolina. En esta ocasión tocó el turno a la Comarca Lagunera, abriendo en el estacionamiento de la tienda ubicada en boulevard Independencia. Con el característico color rojo de la tienda, se cambió la fachada de la gasolinera, la cual ya tenía varios años operando en el mismo sitio, pero sin la marca Soriana.

Se ofrecerá el suministro de combustible Pemex, tanto Magna como Premium y, de acuerdo con el comunicado de prensa, se tendrán además ofertas especiales para quienes estén registrados en los programas de recompensa Soriana, así como a los titulares de las tarjetas de lealtad de Hidrosina.

Grupo Hidrosina cuenta con 54 estaciones en los estacionamientos de Soriana a lo largo del país, por lo que se espera que este sea solo el inicio de una expansión más grande. La primera gasolinera bajo la marca Soriana abrió en diciembre en San Luis Potosí y la próxima será en Monterrey.

La reforma energética, aprobada a finales del 2013 por el Congreso de la Unión, ha permitido la entrada al mercado nacional de nuevos competidores, terminando con el monopolio de Petróleos Mexicanos (PEMEX) en el sector energético.♥

El consumo de gasolina en México durante 2017



797 mil barriles es el promedio de consumo diario de gasolina



Del consumo de gasolinas, los mexicanos prefieren en un 83% Magna y en un 17% Premium





MetroCarrier®



Mil y un Servicios para que tu Empresa crezca



**Internet
Dedicado Premium**



**Telefonía
Digital/IP**



**Redes Privadas
Virtuales**



**Soluciones
WiFi**



Conmutadores



**Servicios
Administrados**

SERVICIOS EXCLUSIVOS PARA TU EMPRESA

a través de nuestra **Red de Fibra Óptica**

Conoce estos y más Servicios en



metrocarrier.com

 **690 6000**



Duo Impresiones

Duo Impresiones nace hace seis años en una pequeña oficina brindando servicio principalmente a estudiantes, a lo largo del tiempo y gracias a la confianza de sus clientes logró crecer con la intención de brindar una solución a las necesidades de todo tipo de público, negocio o empresa.

Cuentan con presencia en La Laguna con cuatro sucursales, están dedicados a la impresión digital, gran formato y *offset*, contando con una amplia variedad de productos para cualquier giro, buscando siempre la satisfacción en cuanto a precio, calidad, atención personalizada y precio especial a agencias.

Se distinguen por ser de los pocos en La Laguna en contar con una amplia gama de servicios en un

SERVICIOS

- Impresión de lonas, volantes y trípticos
- Papelería corporativa
- Rotulación vehicular
- Anuncios luminosos
- Estructuras metálicas
- Viniles de corte
- Señalética
- Empaques personalizados
- Artículos publicitarios
- Planos
- Pósters
- Tabloides
- Tarjetas de PVC
- Canvas
- Sellos

mismo lugar. Duo Impresiones brinda la seguridad y certeza de realizar tus productos en un solo lugar.♥



☎ 268 0864 y 204 0810
f duo.impresiones



Innovation
that excites®

NUEVO NISSAN SENTRA **NISMO.**
EL LADO MÁS EMOCIONANTE DE NISSAN.



nismo®
NISSAN MOTORSPORTS

DESCUBRE MÁS EN
NissanAlameda.com.mx

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



Promo Plus

Promocionales y uniformes

Cada día la necesidad de permanecer en la mente de los clientes de la mejor forma y por el mayor tiempo posible es más importante. La imagen de su empresa es un factor vital para cumplir sus objetivos de ventas.

Basados en esto, Promo Plus, empresa 100% mexicana fundada en 1983, se especializa desde hace 35 años en artículos promocionales y uniformes empresariales ofreciendo a sus clientes una amplia gama de técnicas de decorado como: serigrafía, bordado, grabado láser, tampografía, entre otras, con las que pueden personalizar su imagen en más de 600 mil productos diferentes nacionales e importados, satisfaciendo así las necesidades de imagen, comunicación y promoción de cualquier marca. La empresa recientemente entró a un proceso de institucionalización llevando a cabo acciones como la creación de un consejo consultivo y la sistematización de procesos.

Con el respaldo de un gran equipo de profesionales y la mejor tecnología, atienden al mercado nacional y extranjero con la calidad y servicio que

les distinguen contando en la actualidad con sucursales en Torreón, Coah., Durango, Dgo., Cd. Juárez, Chih., San Luis Potosí, S.L.P. y San Antonio, Tx.

Este año, Promo Plus cumple 35 años al servicio de tu marca y tiene como misión y compromiso seguir innovando para juntos lograr hacer que tu imagen llegue al siguiente nivel, siempre preocupados por ofrecerte productos y servicios de la mejor calidad, con tecnología de vanguardia y amigable con el medio ambiente.♥

#LlevaTuMarcaAOtroNivel



PromoPlus.
promocionales y uniformes

63

**MUESTRA
INTERNA-
CIONAL
DE CINE**

DEL 9 AL 15 DE MARZO
CINÉPOLIS GALERÍAS



LA CORDILLERA (B)
VIERNES 9 DE MARZO



**EL OTRO LADO DE
LA ESPERANZA (B)**
SÁBADO 10 DE MARZO



THE SQUARE (B15)
DOMINGO 11 DE MARZO



**UNA BELLA LUZ
INTERIOR (B15)**
LUNES 12 DE MARZO



**EN LA PENUMBRA
(B15)**
MARTES 13 DE MARZO



**GOOD TIME: VIVIENDO
AL LÍMITE (B15)**
MIÉRCOLES 14 DE MARZO



POESÍA SIN FIN (C)
JUEVES 15 DE MARZO

CONSULTA HORARIOS
Y SINOPSIS EN:
IBEROTORREON.EDU.MX
CINEPOLIS.COM



Providencia Eco-Park Adventure



Ubicado en la sierra de Durango en el poblado de Llano Grande en el km. 78 de la carretera libre Durango-Mazatlán encontraremos un nuevo concepto en ecoturismo.

Providencia Eco-Park Adventure será un lugar para disfrutar de la naturaleza de formas inimaginables.



Actividades

Campismo
Cañonismo
Rutas de Senderismo Temático
Ciclismo de Montaña
Razer
Cuatrimotos
Paseos a Caballo
Pesca Recreativa
Lanchas de Pedales
Kayak
Rapel
Tirollesa de Circuito
Juegos Infantiles

Instalaciones

Alberca Techada Climatizada
Salones de Juegos
Centro de Convenciones
Gimnasio
Spa
Bar
Restaurante
Capilla



En Providencia podrás disfrutar de la diversidad de la fauna del lugar donde encontrarás venados cola blanca, cóconos silvestres, águilas, gaviñanes, jabalíes, halcones y una gran variedad de especies que en cada visita te sorprenderás.



Plaza Vizcaya Local 25 y 51,
Durango, Durango.
20 de noviembre 1212 Ote.
Col. Nueva Vizcaya
☎ (618) 455 18 87
☎ (618) 159 2255
📍 Providencia Sierra Dgo
✉ providenciadgo@gmail.com

(871) 204 0658
WWW.FINANFORCE.COM.MX

UN BENEFICIO MÁS PARA SUS EMPLEADOS

 CRÉDITOS ATRACTIVOS CON PLAZOS ACCESIBLES

 FINANFORCE



Televisa

**COMUNICA, COMPARTE, CONECTA
COAHUILA Y DURANGO**

Hablando de telecomunicaciones, la empresa Televisa ha sido pionera en los estados de Coahuila y Durango desde hace más de 50 años; trabajan día a día para lograr posicionarse como la televisora número uno, con la mejor propuesta de contenidos para todo tipo de público. El esfuerzo y entusiasmo de quienes integran el equipo humano de Televisa, se traduce en el reconocimiento de su auditorio, así como la preferencia de sus patrocinadores, a quienes ofrecen productos exitosos hechos con el mayor profesionalismo; esto los posiciona como la mejor opción para el televidente, y una excelente alternativa para que sus anunciantes potencialicen y proyecten sus marcas.

La Tele de Aquí, ha sido su proyecto de comunicación más exitoso, con el cual se consiguió un cambio

radical de imagen mediante una fuerte promoción apoyada en diferentes medios, además de activaciones de marca realizadas en puntos estratégicos del estado, logrando un gran “approach” con la audiencia y socios comerciales.

El 2017 marca el comienzo de una nueva etapa para la marca Televisa en los estados de Coahuila y Durango, llevando a mas hogares la señal de Gala-Tv; evolucionan para conquistar la preferencia del teleauditorio, y en el 2018 “La Tele se ve Aquí” conectando Coahuila y Durango, lo que les consolida como una de las propuestas televisivas más fuertes en el norte del país.♥

LA MEJOR OPCIÓN

- Hacen trajes a la medida, creando campañas específicas a las necesidades de sus clientes.
- Son líderes en el desarrollo de contenidos identificados por su profesionalismo y credibilidad ante el consumidor.
- Están cerca de ti y hablan el mismo idioma que tu cliente, logrando una comunicación directa; su señal llega a más de 1 millones de TV hogares de los estados de Coahuila y Durango, impactando a personas de todas las edades y niveles socioeconómicos.
- Ofrecen la mejor barra de contenidos televisivos de la región, destacándose por producir los mejores programas de Noticias, Deportes y Variedades, los cuales se reproducen en diferentes medios digitales, convirtiéndonos así en el aliado perfecto para la implementación de campañas multiplataforma

¿SABÍAS QUÉ?

Ocho de cada 10 personas ven TV abierta.

La TV es el medio que más influye en la decisión de compra de los consumidores.

El consumo promedio por televidente en Coahuila y Durango es de 3hrs 30min.

La TV es el medio más eficaz para captar la atención de la audiencia.

70% de las personas recurren a la TV para informarse sobre algo que desea comprar.



f Televisa Durango



- www.televisacoahuila.tv
- f Televisa Laguna, La Tele de Aquí
- f Las Noticias Laguna
- f Contacto Guerrero
- f Hoy_Laguna
- LasNoticiasLag
- hoylaguna

CONTACTO DE VENTAS
 7931145, ext. 49810 y 49844
 vvillegasra@televisa.com.mx
 www.televisacoahuila.tv

E-commerce, apostando en México

Por Roberto Solano Pérez
Analista y Estratega Bursátil de Monex Casa de Bolsa

Si bien se considera que el *e-commerce* en México parece un mercado poco maduro, podría resultar interesante a futuro, ya que este tipo de venta en línea desde 2009 hasta 2017 ha presentado un crecimiento cercano al 1000%. Pese a que en 2017 se presentó un aumento del 10% del uso del internet respecto a 2016, solo el 56.7% de los mexicanos ya son considerados internautas. En términos de las plataformas en línea, se podría decir que solo el 28% de la población ha efectuado una compra vía internet. Cabe señalar que en México predomi-

“El país podría aprovechar dicha plataforma para canalizar productos hacia otros países, abriendo la posibilidad de darle la opción a los productos locales de conocer nuevos horizontes”

mina el mercado físico de bienes; no obstante, existe día a día una nueva forma virtual para que el consumidor pueda realizar diversas compras.

Tomando en cuenta la diversidad geográfica y el uso exponencial del *e-commerce*, destacamos la región del Centro Sur con el 26% de internautas, seguido del Noroeste con el 16%, mientras que a nivel de estados la Ciudad de México como la entidad donde se realizan la mayor cantidad de compras en línea, seguido del Estado de México y Jalisco.

En términos de madurez de los usuarios, destacaríamos que 7 de cada 10 internautas mexicanos utilizan la herramienta, al menos el internet, desde hace ocho años, que el 52% de los internautas se encuentran conectados en internet las 24 h y que en 2017 se superó el número de minutos en línea respecto a 2016 (ocho horas con un minuto). Podrían parecer cifras interesantes para el *e-commerce*, pero es importante mencionar que las compras en línea ocupan el lugar 11 de las preferencias del internauta, muy por debajo del uso de las redes sociales, escuchar música u otras actividades de entretenimiento.

Dentro de algunas limitantes que se han observado dentro de los usuarios de las plataformas en línea destacan la velocidad de navegación (México ocupa el lugar 68 dentro de 138 países en competitividad), la falta de información y buenas ofertas como principal barrera. Aterrizando lo anterior en cifras, el 31% de los internautas prefieren ir a la tienda física a realizar compras, el 28% no ha sentido necesidad, al 26% no le interesa esa actividad, mientras que a otro 23% no le interesan las ofertas.

Hablando del mayor consumidor del *e-commerce*, destacaríamos al segmento de la población denominados “millennials” (edad entre 22-34), los cuales conforman al 40% de los usuarios que compran vía internet. Si bien parece que la gente joven por el mayor uso de un *smartphone* seguirá manteniendo su apetito por las compras en línea, la gente con mayor edad ha mostrado un interés sobresaliente por acceder a dichas plataformas.

Pese a que el futuro en México abre la posibilidad de observar mayor oferta y demanda de productos en línea, en la actualidad el 75% de las ventas de productos se realizan en establecimientos físicos. Adicional al reto de ganar terreno en cuanto al mercado de *retail*, el principal factor detonante será encontrar una mayor formalidad en la economía, generar un mayor acceso a internet en la población y una mejor cultura para realizar compras mediante este mecanismo. Por último, considero que el país podría aprovechar dicha plataforma para canalizar productos hacia otros países, abriendo la posibilidad de darle la opción a los productos locales de conocer nuevos horizontes.▼

Tel. (871) 747-4850

monex.com.mx



AGILIDAD ES TOMAR DECISIONES OPORTUNAS

Asesórate con nosotros y descubre lo que nuestra agilidad puede hacer para que tu empresa crezca. Descubre todas las soluciones de **Banca de Empresas** para que el dinero trabaje.

GRUPO FINANCIERO
monex

AGILIDAD PARA QUE EL DINERO TRABAJE
BANCA DE EMPRESAS

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

Marketing persuasivo

Por Alejandro Juan-Marcos Barocio
@alejandrojuanmarcos

¿Quieres que tus campañas de publicidad tengan mayor impacto?

La neurociencia te dará la mejor herramienta para llegar a tus clientes.

En pocas palabras, podemos resumir que el objetivo principal del marketing es la de promocionar e incrementar las ventas de productos o servicios (junto con las actividades de investigación de mercados y publicidad). Ya sea que labores en una compañía dentro de esta área, o seas un CEO buscando invertir en publicidad efectiva, la meta a alcanzar es lograr que la empresa esté presente en la mente de los consumidores, y a su vez, potencializar nuestros ingresos.

He visto cómo algunos negocios se “brincan” todo lo relacionado con la mercadotecnia porque la perciben como un gasto innecesario, y confían que la gente se enterará de su producto/servicio por recomendaciones, aunque la publicidad “de boca en boca” suele ser la más efectiva, es vital darnos a conocer y resaltarles a nuestros futuros clientes nuestro valor agregado, especialmente si la empresa está arrancando. “El que no enseña no vende”. Con esto claro, podremos garantizar un mayor periodo de vida de nuestra compañía, ya que si se hace de manera efectiva, el marketing facilitará su expansión.

Independientemente si nos queremos centrar en contenidos de redes sociales, medios impresos, radio u otros canales, es una prioridad estar equipado con los conocimientos y herramientas para que nuestro mensaje a promocionar sea escuchado por las personas adecuadas (nuestro mercado meta). Por lo que a continuación te presento el factor clave basado en la neurociencia para crear e implementar campañas de marketing realmente persuasivas y efectivas.

Empatía: muchos sabemos que generar empatía es un ingrediente crucial para hacer que nuestras palabras tengan mayor poder; este mismo principio aplica para nuestro contenido de publicidad.

¿Qué es lo que se te viene a la mente cuando piensas en empatía?

Asistir a tu vecino, servicio comunitario; por lo general actividades en las que ayudamos a los demás, no obstante, el investigador italiano, Dr. Giacomo Rizzolatti, descubrió que nuestro cerebro cuenta con neuronas espejo, las cuales nos brindan la capacidad de “sentir” el sufrimiento y placer proveniente de otras personas, así que, si pasamos la barrera tradicional de solo buscar ayudar a los demás, obtendremos un mensaje con mayor impacto.

Compartir los sentimientos de los demás es el principal impulsor de algunos de los medios de comunicación más virales en la actualidad. Al lograr cambiar el estado emocional de una persona, esta querrá entonces compartir su experiencia con otros y así transmitirá nuestro mensaje.

A su vez, el psicólogo Dr. Uri Hasson descubrió que cuando nos exponemos a este tipo de anuncios emotivos, nuestro cerebro realiza un acoplamiento neuronal y se sincroniza con el mensaje/narrador de la campaña publicitaria, dicho acoplamiento permite que nos conectemos y relacionemos con su contenido.

¿A dónde nos lleva esto?

Si, como sugiere el Dr. Hasson, “la comunicación es un acto en el que el cerebro del emisor y el de los receptores están tratando de acoplarse y fusionarse”, entonces, hay que asegurarse de no solo promocionar nuestras cualidades; se debe crear una historia y mensaje lo suficientemente persuasivos y emocionalmente excitante, como para que la gente quiera “sintonizar” nuestra señal y así poder sobresalir de la competencia.

COMPARTIMOS, EL PESO DE TUS SUEÑOS, MÉXICO

VENTA ESPECIAL EN PESOS
HASTA EL 31 DE MARZO 2018 ¡APROVÉCHALA!



www.isuzumex.com.mx

☎ 01-800 **Mi ISUZU**
(64 47 898)

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

 **Surman.**

5 claves para un marketing efectivo

Por Roberto González Lobo

Co-Fundador de Plexiz Inbound Marketing | CEO MarketinGlobal
rgl@plexiz.com | www.plexiz.com | @torodragon



¿Qué es marketing?

La palabra marketing, aunque es un anglicismo, realmente lo podemos considerar ya como un sinónimo de la palabra mercadotecnia. Ambas vienen del latín “mercatus”, que es el participio del verbo “mercari”. Curiosamente este verbo tiene un significado amplio que integra las acciones de vender y comprar, de un intercambio de valor en donde se busca obtener un beneficio mutuo.

Marketing es vender y comprar

Estas acciones se pueden entender también como mercadear, comerciar y negociar. El término griego que complementa el origen de la palabra marketing es “téchne”, que significa técnica. Por lo tanto y para simplificar el significado de la palabra marketing, diré que son las técnicas utilizadas para fomentar el comercio, o bien, las estrategias para incentivar la compraventa de bienes y servicios.

El marketing refleja la competitividad

Pero vamos más allá de lo que vemos a simple vista. En realidad el marketing se desarrolla en un entorno complejo donde existen variables que se deben tomar en cuenta si se quiere tener éxito, ya que exigen que las técnicas utilizadas sean cada vez más efectivas, como la competencia, por ejemplo. No es suficiente con tener algo disponible para venderlo, sino que sea mejor, para que lo compren.

Recuerda que nada va a suceder si tú no haces que suceda.

5 factores clave para un marketing efectivo

- No busques vender, sino que te compren. Esto significa que las características, las ventajas, la presentación y el resto de las variables de marketing de tus productos o servicios, deben ser muy atractivas para los clientes, de forma que ellos te encuentren al buscar su beneficio.
- Nunca escatimes en ofrecer el mejor servicio posible a tus clientes. A todos nos gusta, es más, nos encanta que nos atiendan bien, con cortesía, con esmero, como si la siguiente compra de ese cliente dependiera de la experiencia que tenga en este momento, ¡porque así es exactamente!
- Tu marca es el activo más importante de toda la empresa, ya que el esfuerzo de todos los departamentos, así sean de compras, administración, finanzas, recursos humanos, ventas, producción, etc., tienen un efecto en la experiencia del cliente con el producto o servicio. Todos deben entender esto.
- Utiliza los medios que tengan mayor exposición ante tus clientes potenciales, para asociar los principales valores de tus productos y servicios con tu marca, en especial aquellos que son factores de decisión de compra. Al final, todos buscamos obtener los mejores productos y servicios que podamos pagar.
- El marketing es una disciplina de los negocios que toca los aspectos más estratégicos de cualquier empresa, como la calidad, el precio, el mercado, la imagen, la competencia, la publicidad, el servicio, por lo cual debería ser la actividad que determine la filosofía y la cultura de toda la organización.



PRESENTA

INFORME BROZO.

Lunes a Viernes
18:00 a 20:00 hrs.

¡Ya sabes a
que le tiras!

 /informebrozomx

 @InformeBrozo



¿Estamos listos para blockchain?

Por Christian Andreani

Socio de Asesoría en Transformación Tecnológica y Servicios de Ciberseguridad de KPMG en México

asesoria@kpmg.com.mx www.delineandoestrategias.com

KPMG en MÉXICO @KPMGMEXICO KPMGMX

Blockchain es una tecnología que puede ser utilizada tanto por proveedores como consumidores en varios segmentos o procesos; desde cadena de suministro hasta para la generación de reportes regulatorios, administración de hipotecas o criptomonedas, como el *bitcoin*, que fue el pionero en el uso de esta plataforma.

Esta moneda digital ha tenido un crecimiento anual de 100% desde 2010, y este uso asienta la base de que dicha tecnología llegó para quedarse y ser parte del futuro tecnológico de los próximos años. *Blockchain* está basada en el uso de *hashing* (función computable mediante un algoritmo que da como resultado una cadena de longitud fija) y la encriptación de datos.

Se trata de una lista de bloques, transacciones criptográficamente seguras, las cuales son compartidas, validadas y publicadas en una red distribuida de un grupo de personas. El propietario de cada bloque es el único que puede editarlo. Cada dueño tiene la clave privada con la cual generará la encriptación de la transacción y la cual es utilizada para acceder a su bloque.

¿Cuáles son los desafíos?

Ya sea desde el punto de vista de los proveedores o de los participantes, hay muchos temas que aún no tienen una definición o se encuentran sin resolver.

Retos más visibles para los proveedores:

a) Regulatorio: podría volverse inoperable, debido a restricciones regulatorias

b) Confiabilidad: los participantes podrían resistirse a unirse a una relación *blockchain* sin asegurarse previamente sobre la seguridad, privacidad e integridad de sus transacciones y datos

c) Administración del cambio: todos los participantes deben aprobar los cambios que se realicen a la plataforma, impactando de manera negativa la velocidad de la función

d) Administración de accesos de usuarios: al tener participantes de múltiples organizaciones, será más complejo manejar en términos de segregación de funciones por roles y organización

e) Escalabilidad: las plataformas actuales de *blockchain* no han sido probadas con modelos de altos volúmenes transaccionales

Retos más visibles para los participantes:

a) Interfases e interoperabilidad: la integración de tecnología *blockchain* y las plataformas existentes en las organizaciones podría ser costosa y difícil de administrar

b) Auditabilidad: limitaría la posibilidad de entregar información por una situación legal, una investigación forense o para fines de auditoría

c) Administración y gobierno de datos: las transacciones podrían requerir información interna o externa, que no son parte de la transacción *blockchain*

d) Control de participantes: una situación dentro de un grupo de participantes podría otorgar control para lograr consenso sin otros participantes. Esta situación podría bloquear, demorar o modificar una transacción

Consideraciones para su adopción

a) El robo de la clave criptográfica: un atacante con acceso a la llave privada podría realizar transacciones fraudulentas

b) Mal uso del mecanismo de consenso: un atacante podría lograr el consenso que necesita para beneficio propio

c) Anonimato: los miembros de un grupo público de *blockchain* podrían esconder su identidad, haciendo muy difícil la identificación de ataques de seguridad

d) Ausencia de pruebas integrales: pruebas inadecuadas podrían resultar en la no identificación de vulnerabilidades en la codificación de las soluciones

¡YA PUEDES VIVIR LA EXPERIENCIA DE
NUESTRA NUEVA ÁREA DE CARDIO!
SÓLO PARA MENTES **ILIMITADAS**

UNLIMITED CARDIO



Holox Fitness Center

744.0428 / 744.0130

HOLOX[®]
FITNESS CENTER



Actitud

La firma de tu personalidad

Por Humberto Guajardo
Psicólogo

En cualquier trámite que se requiera un proceso formal de identificación, se pide estampar la firma, de tal manera que quede una constancia de que se es quien dice uno que es. De hecho, cuando nos dan una tarjeta de débito o crédito, se sugiere que se firme antes incluso de activarla, puesto que de esa manera se protege. Con lo anterior quiero subrayar la enorme importancia que tiene nuestra firma para identificarnos y la grafología establece que habla mucho de la personalidad de cada quien. Igualmente nuestras actitudes.

En general, la actitud es la disposición o indisposición de ánimo que se manifiesta de algún modo. Es la postura emocional y conductual frente a alguna persona, cosa, idea, evento, situación, incluso uno mismo. Así es, de hecho, mi actitud hacia mí, es la más importante, ya que va a dictar todas las demás actitudes, puesto que la percepción se va influenciando, consciente o inconscientemente de lo que pensamos, no por nada el dicho aquel que reza “el león cree que todos son de su condición”.

“Tu talento puede abrirte las puertas, pero tu actitud te las puede cerrar” leí alguna vez por ahí y estoy totalmente de acuerdo, porque para usted que amablemente nos lee, como para cualquier persona con sentido común, es más importante alguien con intención de mejorar que alguien muy capaz, pero nefasto. Le planteo el siguiente ejemplo: usted tiene un empleado que es muy bueno en lo que hace, tiene mucha capacidad de trabajo, pero llega tarde, es conflictivo y reta la autoridad. ¿Lo mantiene en su



puesto aunque no le interese mejorar? Le recuerdo el caso de Jeremy Clarkson, que, siendo el presentador más importante en la cadena BBC, lo despidieron por una actitud inadecuada en el 2015.

“Yo venía de buenas pero aquí me pusieron de malas”, “es que me estresas”, “es la única cara que tengo”, “por tu culpa yo...” y muchísimas más frases he escuchado en las empresas en que me invitan a colaborar para mejorar las actitudes de los colaboradores, mandos medios y superiores. Esas frases se dan, porque frecuentemente echamos culpas por nuestros comportamientos, nos encanta andar embarrando a los demás de nuestras reacciones y es que, así como nadie puede ver sus propias orejas, si no es a través de un espejo, nadie reconoce sus actitudes, si no es a través de un autoanálisis y solo dígame, quién nos ha enseñado a analizarlos y revisar nuestras reacciones para mejorar.

Yo no sé cuántos de ustedes tuvieron firma a la primera vez que lo intentaron, la mayoría de las personas intentamos una y otra y otra, exactamente así es con la actitud, es una característica que se va puliendo, ya dijimos que con el análisis, pero también con el ensayo y el error. Le invito a que se revise y haga un ejercicio de objetividad y humildad para identificar las actitudes que está manejando, las que crea que son adecuadas, manténgalas, las que crea que hay que mejorar, manos a la obra. Después de todo, siempre podemos aprender de los demás y de nosotros mismos. Cuestión de actitud.♥

C-HR

 **TOYOTA**
Mejores momentos

INSANE ATTRACTION

La Nueva Mini SUV de Toyota.



Sabemos que nuestro potente sistema de audio con pantalla táctil de 7" te atrapará.

Este anuncio es una referencia publicitaria. Las especificaciones de los vehículos pueden variar de acuerdo a las versiones disponibles. Para mayor información pregunta en Toyota Laguna. Las fotos de los autos son sólo referencia.

   **ToyotaLaguna**

TOYOTA LAGUNA. Blvd. Independencia 2200 Ote. Col. Estrella Tel. 747.27.00

www.toyotatorreon.com.mx



La empresa dental

Por Dra. Liliana Acuña Cepeda

Hace tiempo cuando se iniciaba con un proyecto como la apertura de un consultorio odontológico, no se consideraba que era una empresa sino solamente como aquel espacio en donde atenderíamos a nuestros pacientes (paciente significa que “padece algo”, no que espera, ni que es cliente) y donde desempeñaríamos nuestra disciplina profesional enfocados en las necesidades de salud bucal en forma preventiva o rehabilitativa. Como profesionales independientes uno de los imperativos en nuestra labor es conservar la “humanización” y la sensibilidad. Asimismo, nos percatamos de que también éramos empresarios, en donde se requiere brindar servicios, con planeación, organización, habilidades administrativas y con implementación de recursos para el desarrollo de estas actividades, entre ellos el marketing (mercadeo, promoción de los servicios odontológicos).

Uno de los puntos más importantes es establecer vínculos permanentes entre la empresa (consultorio) y los pacientes (clientes) con el objetivo de generar “clientes de por vida”. Los que tenemos tiempo trabajando en esta honorable y hermosa profesión hemos dado cuenta de eso, pues familias y generaciones completas nos han otorgado su confianza.

Por otro lado, como profesionales de este ámbito, hemos realizado una labor para educar a la población sobre la salud bucal y hacer conciencia de lo importante que es conservarla y gozar de los beneficios que

nos otorga; ya sea por medio de artículos en revistas o periódicos, entrevistas en la radio y televisión, etc. Esto no lo considerábamos como marketing, para nosotros significaba hablar solamente sobre los tratamientos orales, que sirviera como herramienta útil y de provecho para la población; sin embargo, era justamente eso, marketing. Sabemos de antemano la versión negativa de lo que el odontólogo significa (dolor, sufrimiento, y costoso), pero con el paso del tiempo las personas se han dado cuenta que esa concepción estaba equivocada, que los tratamientos son efectuados con buen trato personal, con afecto y respeto, y en ambientes agradables. Este cambio de percepción, ha generado que un alto porcentaje de personas vea su utilidad, por ello acuden con mayor frecuencia a los consultorios dentales dadas sus ventajas, y de esta manera, y hablando en términos de desarrollo económico, se genera un beneficio para todos: sociedad, personas, la odontología y nuestro país.

Los tiempos que vivimos nos exigen, como interés principal tanto personal como de muchos de mis colegas, establecer y mantener contacto por medios escritos o electrónicos con la población en general, para continuar dejando en claro la importancia de la salud bucal; porque habrá mayor número de odontólogos en el país, pero los estragos de la enfermedad periodontal y la caries dental persiste aún en la sociedad mexicana.

Philip Kotler define el marketing como “un proceso social y administrativo mediante el cual individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando e intercambiando productos y valor con otros”. Atendiendo esta máxima del marketing, nuestras expectativas como odontólogos son erradicar la caries dental, enfermedad número uno de México.♥



- Fabrica de paletas para dos moldes



- Conservadora de helados tipo italiano



- Máquina de helado en forma de Spaguetti

Prepara tu negocio para el calor, todo lo encuentras con nosotros.



El mejor negocio, para tu negocio.

MATRIZ

Blvd. Revolución 1855
Ote. Centro 27000 Torreón, Coah.
(871) 222.70.50 / 713.13.09
aldape@aldapesa.com

DELICIAS CHIH.

Av. 6ª Nte. 404 Centro 33000
Delicias, Chih.
(639) 472.08.10 / 474.10.79
aldaped@prodigy.net.mx

aldape

Venta y distribución de equipo para:

CAFETERÍAS • RESTAURANTES • HOTELES • HOSPITALES
COMEDORES INDUSTRIALES • COMERCIOS EN GENERAL

www.aldapesa.com

 Aldape y Asociados SA de CV

L.N. (01 800) 010 1111

Sordera y pérdida de la audición

Por Dr. Regino Montoya Valdez
Otorrinolaringólogo, Hospital Angeles Torreón

Más del 5% de la población mundial (360 millones de personas) padece pérdida de audición discapacitante (328 millones de adultos y 32 millones de niños).

Se entiende por pérdida de audición discapacitante, a una pérdida de audición superior a 40dB en el oído con mejor audición en los adultos, y superior a 30dB en el oído con mejor audición en los niños. Aproximadamente una tercera parte de las personas mayores de 65 años la padece.

Se dice que alguien sufre pérdida de audición cuando no es capaz de oír tan bien como una persona cuyo sentido del oído es normal, es decir, cuyo umbral de audición en ambos oídos es igual o superior a 25 dB. Esta puede ser leve, moderada, grave o profunda.

Por lo general las personas con discapacidad auditiva pueden utilizar como ayuda audífonos, implantes cocleares y otros dispositivos.

Causas de la pérdida de audición y la sordera

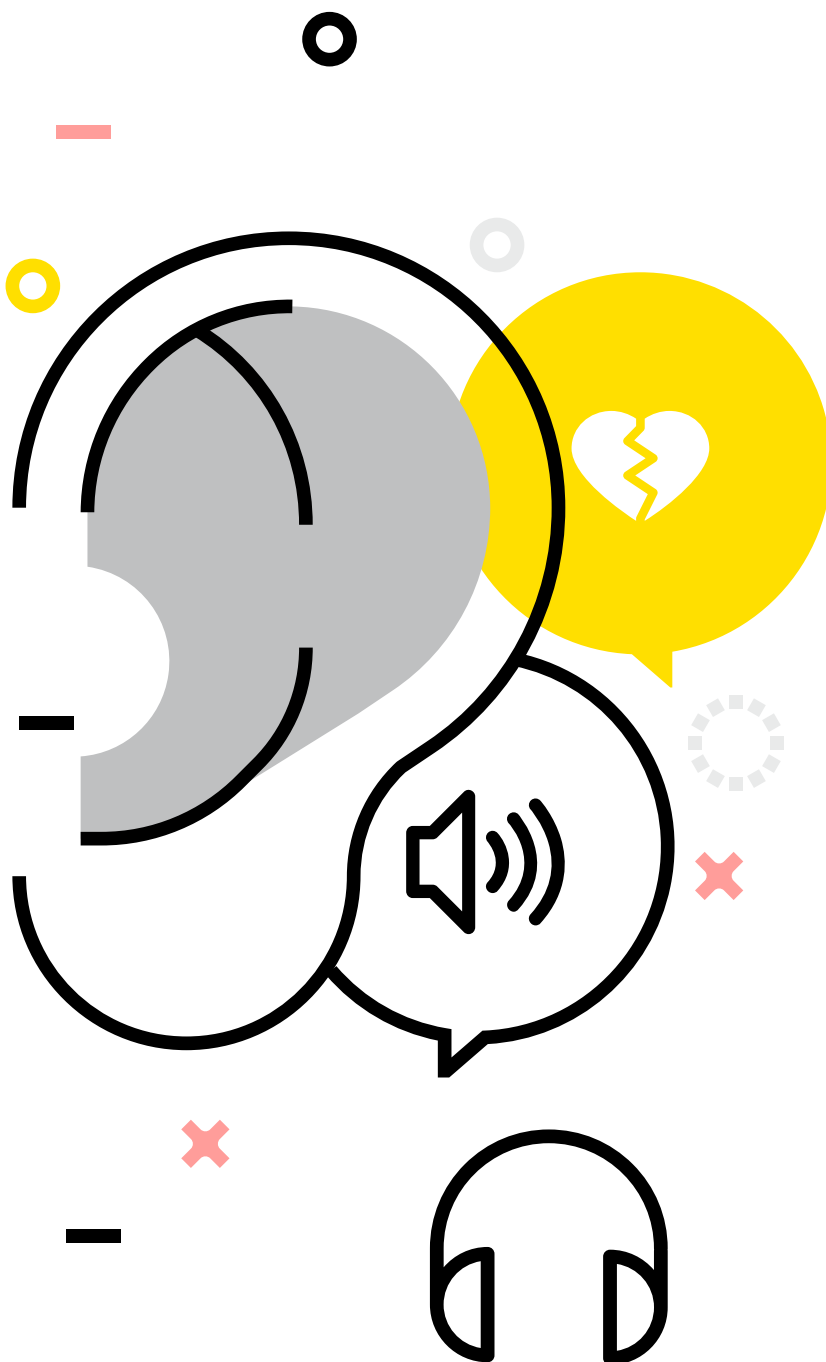
Causas congénitas

Pueden determinar la pérdida de audición en el momento del nacimiento o poco después. La pérdida de audición puede obedecer a factores hereditarios y no hereditarios, o a complicaciones durante el embarazo y el parto.

Causas adquiridas

Pueden provocar la pérdida de audición a cualquier edad. Algunas enfermedades infecciosas que pueden afectar el oído son el sarampión, parotiditis, gripe común, amigdalitis y adenoiditis en niños, el uso de algunos medicamentos que son tóxicos al oído y traumatismos craneoencefálicos.

Otras causas son la exposición crónica al ruido excesivo, por ejemplo, en entornos laborales en los que se trabaja con maquinaria ruidosa o se producen explosiones, la exposición a sonidos muy elevados durante actividades recreativas, como el uso de aparatos de audio personales a un volumen elevado durante periodos prolongados de tiempo, o en bares, discotecas, conciertos y acontecimientos deportivos.



Prevención

En general cabe presumir que la mitad de los casos de pérdida de audición pueden prevenirse a través de medidas de salud pública.

Según la Organización Mundial de la Salud(OMS), 32 millones de niños en el mundo sufren sordera, una enfermedad que se puede prevenir con una detección temprana. Los estudios más comunes para diagnosticar la pérdida auditiva son desde el tamiz auditivo en recién nacidos hasta cualquier edad escolar, así como una audiometría tonal.♥

La primavera sabe mejor con



Encuentra nuestros productos en:

o en tu tienda más cercana

Producto sujeto a disponibilidad en tiendas

Informes y Ventas: ☎ (871) 719 16 81(84) 🌐 www.chilchota.com 📱 📧 ChilchotaMx



IMEF Laguna

Ratifican mesa directiva

El Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, IMEF, ratificó su mesa directiva la noche del jueves 18 de enero en un evento realizado en las instalaciones del Campestre Torreón. Carlos Tohme seguirá presidente del instituto. ♥

1. Juan José Tinoco, Othón Zermeño, Fernando López, Ricardo Moreno y Carlos Tohme
2. Jorge y Lulú Cepeda
3. Fernando Pérez, Rodrigo Pérez, Claudia Valdéz, Priscila Hernández y Alejandro Ramos



Escanea el código con tu celular o busca el ID:10540 en playersoflife.com



#IMAPLAYER #SOCIALITE



ESTRENAMOS CENTRO QUIRÚRGICO

Nueva área de Quirófanos y
Terapia Intensiva, tecnología,
vanguardia y profesionalismo
para ti.



 **San José**
SANATORIO

SENDEROS
**URGENCIAS
MÉDICAS^{24H}**

Torreón
Urgencias Médicas Senderos
Blvd. Senderos 672
Tel. 204 4151

Gómez Palacio
Av. J. Mina 245 Norte
Tel. 705 1910
www.sanatoriosanjose.com



Club Sembradores Laguna

Cambia directiva

El Club Sembradores Laguna efectuó el cambio de su mesa directiva. La sesión se llevó a cabo en conocido salón del Campestre Torreón. ♥



1. Othón Zermeño y Maribel Martínez de Zermeño
2. Maru García de Madero y César Madero
3. Fernando Marroquín y Pilar González
4. Maruca de Villarreal y Héctor Villarreal
5. Héctor González, Sofía de González, Verónica de Wong Sánchez y Miguel Wong Sánchez



Escanea el código con tu celular o busca el ID:16540 en playersoflife.com



#IMAPLAYER

#SOCIALITE

PLAYDOIT.MX

Casino & Sportsbook

**ENTRA
A GANAR**

**BONO \$ 300
AL REGISTRARTE**

CASINO EN LÍNEA

**TU PAGO EN
MENOS DE
1 HORA**

SEGOB
SECRETARÍA DE
GOBERNACIÓN



+18

ACEPTAMOS TARJETAS BANCARIAS VISA, MASTERCARD Y AMERICAN EXPRESS
JUEGA EN LÍNEA LAS 24 HORAS PERMISO SEGOB DGAJS/SCEVF/P-02/2005 JUEGO RESPONSABLE



Super Bowl LII

Gran convivencia de la socialité lagunera

Amigos y familiares se reúnen en uno de los domingos más especiales del año con motivo del Super Bowl LII, el evento es uno de los más vistos en todo el mundo y la socialité lagunera no se quedó atrás con su ambiente y buena vibra. ¡No pierdas detalle de las fotos!♥



1. Eduardo Villarreal, Gerardo Castrellón, Salvador Sánchez, Carlos Alatorre, Tato Humphrey, Diego González y Lalo
2. Alberto Díaz de León, Paula Díaz de León, Andrea Marroquín, Astrid Valenzuela y Andrés Espada
3. Luis Salmón, Fernando Bustos, Humberto Garibaldi, Gerardo Salmón y Luis Bartheueuf
4. Adolfo Fernández, Marco Villarreal, Gabriel Curiel, Polo García y Gris Garza
5. Paulina Garza, Alejandro Madero y Alejandro Madero



Escanea el código con tu celular o busca el ID:16540 en playersoflife.com



#IMAPLAYER

#SOCIALITE

LED'S DANCE

EN LOS MEJORES EVENTOS

síguenos en:



Instagram



YouTube



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



Club Santos Laguna

Mucha actividad en La casa del dolor ajeno

Santos sigue dando de qué hablar en el torneo. Con la mira en el campeonato, los Guerreros no aflojan el paso y siguen con marca positiva en el Estadio Corona. Con una afición más metida que nunca los dirigidos por Robert Dante Siboldi ilusionan, una vez más, a la fiel hinchada lagunera. ♥



1. Raúl Allegre recibiendo reconocimiento, junto a su familia
2. Alberto Alegre, Alberto y Rodrigo Tueme
3. Eduardo y Eduardo Carmona
4. Jaime Valdez y Nayeli Fernández
5. Javier Rodríguez, Javier Rodríguez y Renata Abusaid



Escanea el código con tu celular o busca el ID:16540 en playersoflife.com



#IMAPLAYER

#SOCIALITE

PRÓXIMOS ENCUENTROS DE LOCAL | MARZO



J11 SANTOS VS MONTERREY

DOMINGO 11 DE MARZO 6PM

ORIENTE	\$240
CABECERAS	\$370
PONIENTE	\$560
PLATEA ELITE	\$785
PLATEA FEDERATIVA	\$875
TERRAZA HOLOX	\$675

*SUJETO A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO

¡APOYA A NUESTRAS GUERRERAS!

PRESENTA TU ABONO O EN LA COMPRA DE UN BOLETO PARA ESTE PARTIDO MÁS \$10 PESOS, LLÉVATE TU BOLETO PARA SANTOS LAGUNA FEMENIL



LIGA MX FEMENIL

J11 SANTOS VS LEÓN

LUNES 19 DE MARZO 9PM

PONIENTE \$20

*SUJETO A CAMBIOS SIN PREVIO AVISO

PRESENTA TU CREDENCIAL DE ESTUDIANTE EN TAQUILLAS TSM.
*SOLO UNA PROMOCIÓN POR CREDENCIAL.

2X1*
ESTUDIANTES

EVITA FILAS
¡CONTACTA A NUESTROS ASESORES!

CÉSAR	87 11 60 65 61
CITLALLI	87 11 66 75 45
DIEGO	87 11 65 52 02
HUGO	87 11 54 59 69
SANDRA	87 11 54 63 28

A LA VENTA EN
TAQUILLAS TSM,

CENTROS SUPERBOLETOS [INNOVA SPORT Y CIMACO],
SUPERBOLETOS.COM Y TODOS LOS OXXO* DE LA LAGUNA
*CONSULTA PUNTOS DE VENTA POR PARTIDO.

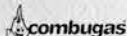
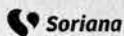
MÁS INFORMACIÓN:

WWW.CLUBSANTOS.MX

293.91.56 TSM OFICIAL

TSMEXPERIENCIA@CLUBSANTOS.MX

CUALQUIER TRATO REALIZADO CON UNA PERSONA AJENA
A LOS ASESORES NO SERÁ RESPONSABILIDAD DEL CLUB



Be **somebody**,
nobody thought
you could be.



CORPORATIVO
VALMAR



📍 BUENOS AIRES #200 NVA. SAN ISIDRO

☎ OF. (871) 747 9748

