

PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & LIFESTYLE

EDICIÓN DE ANIVERSARIO

**MKT EN
MÉXICO Y TORREÓN**

ANTONIO
GONZÁLEZ-KARG •
DE JUAMBELZ

**ORGANIZA
TU EVENTO**

RICARDO VENTURA
MARTÍNEZ •

GRANDES LÍDERES DE LA COMUNICACIÓN

**PLAYER
DEL MAÑANA**

JULIO ALFONSO
LÓPEZ TERMINEL •

TORREÓN

ABRIL 2013

\$40.00 MEX \$2.50 US \$3.50 CAN



7 503007 253002

GUSTAVO MENDOZA
AMÉZQUITA •

— VEN A VINOTECA —

Y comprueba que somos *la casa más grande* de vinos, licores y productos delicatessen de las mejores marcas.

COLUMBIA CREST

WALTER CLORE

Acompáñelo con *carnes rojas, quesos de mediana potencia, pavo y pollo condimentado.*



LAPOSTOLLE CANTO DE APALTA

Aroma a *especias, fruta madura roja y negra con toques a tabaco y chocolate.* Para carnes y platos elaborados.



Vinoteca Torreón

Bld. Independencia #1111 L-26
Col. Granjas de San Isidro

T. 718 1997 y 717 2338

hazlaprueba.com

vinoteca.com

ANTINORI TIGNANELLO

Acompañe con *cortes de carne, platos poderosos y quesos fuertes.*



MALLEOLUS DE VALDERRAMIRO

De gran riqueza y complejidad con el tiempo en botella.



BERINGER KNIGHTS VALLEY

Vino de color rojo intenso para acompañar *carnes rojas, cordero, venado, quesos fuertes y vegetales.*



La distinción es no excederse.

Estas vacaciones lleva todo en tu *telcel* con uno de los equipos exclusivos que sólo nosotros tenemos para ti

BlackBerry.



BlackBerry Z10
- SO BB10.0
- LTE
- Pantalla Fulltouch
- Cámara BMPX
- Multitask realtime
- Video Full HD
- Sistema Inbox unificado

SAMSUNG



Samsung SIII LTE
- Android OS v4.0 (Ice Cream Sandwich)
- Cámara de BMPX
- Memoria Interna 32GB
- Pantalla 4.5"
- Procesador Dual Core 1.5GHz

SONY



Sony Xperia ION LT25i
- SO Android OS, v4.0 (Ice Cream Sandwich)
- Procesador Snapdragon S3 1.5 GHz
- Cámara 12 MPX
- Pantalla 4.6" HD
- Tecnología NFC
- Memoria interna 32GB

MOTOROLA

LG



LG Nexus 4
- SO Android OS, v4.2 (JellyBean)
- Tecnología tactil Zerogrip y cobertura Corning Gorilla Glass 2
- Cámara BMP traseira con led con samsung photoSphere y 1.3 Mp frontal
- Comunicación NFC
- Experiencia Google Now, google play & películas

NOKIA



Nokia Lumia 920
- WindowsPhone 8
- TOUCHSCREEN
- Snapdragon Dual Core S4
- Cámara 8.7 MEGAPÍXELES Traseira & FRONTAL 1.3 MEGAPÍXEL
- Memoria interna 32GB

SAMSUNG



Samsung Galaxy Camera GC100
- Android OS v4.0 (Ice Cream Sandwich)
- Zoom 21X
- Dropbox e Instagram preinstalados
- Funciones de edición en Paper artist Photo Wrap y Video Maker
- Touch Screen
- Acceso a Redes Sociales
- Hasta 64GB de memoria



Motorola RAZR HD LTE XT925
- OS Android 4.0.4 (Ice Cream Sandwich)
- Cámara de BMPX
- Memoria de 32GB
- Procesador Dual Core 1.5GHz
- Pantalla de 4.7" HD

Telcel la mejor cobertura a máxima velocidad

www.telcel.com

telcel M. F.

ALGUNAS RAZONES PARA ESTAR CON *telcel*

- ✓ Los planes Telcel Plus **tienen la misma tarifa estés donde estés, en cualquier parte del país.**
Y tus minutos sirven para llamar a cualquier operador, móvil o fijo.
- ✓ El **mayor número de marcas y modelos de equipos celulares** en el país.
- ✓ Recuerda que con Telcel tienes **la mayor cobertura del país en ciudades, poblaciones, carreteras e incluso en el mar.**
- ✓ Contamos con el plan de recompensas **Círculo Azul** con el cual **recibes increíbles beneficios.**

**¡Contrata con nosotros!
Bienvenido a Telcel**

www.telcel.com/4GLTE

 **telcel**
M.R.



“Los mejores anuncios vienen de las experiencias personales”

David Ogilvy

La imagen de una empresa y su presencia entre el nicho de mercado al que se dirige, hacen que todas las estrategias enfocadas en estos aspectos hayan cobrado tal relevancia, que hoy constituyen campos altamente especializados. Por ello, en la edición que aquí te entregamos decidimos tocar el tema de Especialistas del MKT y Medios de Comunicación, junto con el de Organiza tu Evento, pues son áreas de acción relacionadas. Conoce a los profesionales de estos ámbitos en nuestra región, así como el estatus de desarrollo de dichas industrias a nivel nacional.

Sin dudar, los niños son nuestra mejor garantía de que como seres humanos y sociedad podemos superarnos y adquirir los comportamientos para una vida más productiva, llena de valores y armonía. Creamos la sección PLAYER del Mañana, donde te acercamos al sentir y pensar de algunos representantes del sector infantil en La Laguna, que nos comparten su peculiar y fresco modo de ver la vida, dándonos relevantes lecciones.

En portada te presentamos a cuatro líderes de la comunicación de los principales medios en La Laguna, quienes en Historias de Éxito nos

comparten su valiosa experiencia: Antonio González-Karg, Director de El Siglo de Torreón; Ricardo Ventura Martínez, Director de Televisa Laguna; Julio A. López Terminel, Director de Grupo Imagen, y Gustavo Mendoza, Director de la nueva cadena Radio 3.

Los planes para tomar un constructivo descanso son un elemento permanente en la vida de todo PLAYER, así que en All Inclusive, contenido que hemos preparado en esta oportunidad, te brindamos información práctica acerca de relevantes opciones de algunos de los mejores hoteles todo incluido ubicados en atractivos destinos de nuestro país.

Estamos orgullosos de cumplir un año más manteniéndote informado acerca de los más importantes acontecimientos internacionales, de México y locales, a través de las secciones de análisis con los artículos de nuestros colaboradores expertos y nuestro equipo editorial, que siempre busca darte a conocer los eventos de social business que marcan el rumbo de los negocios y la sociedad en la Comarca. Esperamos continuar con nuestra labor, siempre creciendo en calidad y encontrándonos contigo en el punto de reunión de nuestras páginas. ♥

José Alberto Arriaga Wiley
Director Ejecutivo

@pepearriaga

DIRECTORIO CORPORATIVO

DIRECCIÓN GENERAL

Maurice Collier de la Marliere / Alejandro Martínez Filizola
e: maurice@grupoplayers.com.mx / e: alejandro.martinez@grupoplayers.com.mx @AlexMtzfili

GERENCIA EDITORIAL

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

SUBGERENCIA EDITORIAL

Ana Cristina Sánchez Hinostraza e: cristina.sanchez@grupoplayers.com.mx

GERENCIA CREATIVA

Victor Blankense e: victor@grupoplayers.com.mx

GERENCIA DE DISEÑO

Edgar Piña Ontiveros e: edgar.pina@grupoplayers.com.mx

ASISTENTE DE DISEÑO

Roberto Carlos Luján Flores e: roberto.carlos@grupoplayers.com.mx

GERENCIA ADMINISTRATIVA

Mónica Álvarez Carrillo e: monica.alvarez@grupoplayers.com.mx

SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA

Mario Rivera e: mario.rivera@grupoplayers.com.mx

GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

Pamela Reyes e: pamela.reyes@grupoplayers.com.mx

GERENCIA DE MARKETING

Mara Fajer Alonso e: mara.fajer@grupoplayers.com.mx

SUBGERENCIA DE MARKETING

Natalia Arratia Gurza e: natalia.ariatia@grupoplayers.com.mx

GERENCIA DE MEDIOS DIGITALES

Barbara González e: barbara.gonzalez@grupoplayers.com.mx

PLAYERS OF LIFE TORREÓN

DIRECTOR EJECUTIVO José Alberto Arriaga Wiley e: jose.arriaga@playersoflife.com

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

EJECUTIVOS COMERCIALES

Bibiana Villagrana e: bibiana.villagrana@playersoflife.com

Karina García e: karina.garcia@playersoflife.com

Mariana Lozano e: mariana.lozano@playersoflife.com

GERENTE EDITORIAL Alejandra Izaguirre e: alejandra.izaguirre@playersoflife.com

ASISTENTE EDITORIAL Gabriela García e: gabriela.garcia@playersoflife.com

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

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

ASISTENTE ADMINISTRATIVO DE CRÉDITO Y COBRANZA Martín Urbina e: martin.urbina@playersoflife.com

FOTOGRAFÍA Arturo Morán

FOTOGRAFÍA SOCIALES Javier Salas

LOGÍSTICA Juan Pablo Martínez Reyes

COLABORADORES

Fernando M. González Ruiz / Manu Boesch / Bárbara González / René Galache / Linda Tello Bernardo Saviñón / Jorge López / Edgar Tejada / Israel Garza / Bernardo Barrera / Sergio Aguirre Reyna / Pilar González / Press-Club Pfizer / Armando Magaña Cobos / Humberto Guajardo / Raúl Blackaller / David Pérez / Judith Hernández Sada

VENTAS Y SUSCRIPCIONES ventas@playersoflife.com / suscripciones@playersoflife.com

TORREÓN Tels: (871) 192 34 34, (871) 192 47 67, (871) 228 00 30 y 31 Ocampo 24 ote., Col. Centro 27000 Torreón, Coahuila

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

CHIHUAHUA Tels: (614) 200 37 08 / 09 Lateral Ortiz Mena 1607 2°Piso Colonia Residencial Campestre 31238 Chihuahua, Chihuahua

LEÓN Tels: (477) 293 8820 / 21 Blvd. Juan Alonso de Torres 2303 Int. 6, Col. Panorama, 37160 León, Guanajuato

QUERÉTARO Tels: (442) 295 2886 / 87 Bernardo Quintana 124 Col. Carretas, 76050 Querétaro, Querétaro

REPRESENTACIÓN EN CANCÚN Tel: (998) 848 2271

Calle Crepúsculo 2, Residencial Alborada, 77156 Cancún, Quintana Roo
Nadia González e: nadia.gonzalez@playersoflife.com

REPRESENTACIÓN EN MÉXICO, DF Cel: (55) 3522 3564

Carr. México-Toluca 2846, Col. Vista Hermosa, 05100 México, DF
Martha E. Ortiz e: martha.ortiz@playersoflife.com

PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 8 No. 85. Fecha de publicación: 1 de abril de 2013. Revista mensual, editada, publicada y distribuida por Grupo PLAYERS. Ocampo No. 24 Col. Centro, 27000 Torreón, Coahuila, México. Editor responsable: Mariana de los Angeles Ramírez Estrada. 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: 1005040. 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

www.celsaimpresos.com.mx
ventas@playersoflife.com
(871) 159 1135 / 36 01 800 CELSA (23572)

Celsa Impresos



**¡MÁS DE
\$400,000
EN PREMIOS!**

2º TORNEO DE GOLF PLAYERS OF LIFE

VIERNES 19 DE ABRIL \ COUNTRY CLUB LAGUNA

¡Un AUTOMÓVIL para HOLE IN ONE, grandes premios para 3 O'YES! y SORTEO de maravillosos obsequios: estancias en Cancún, pantallas LCD, equipo deportivo, botellas y más!

◆ SISTEMA DE JUEGO

PAREJAS A GO GO, al 50% de hándicap de marzo 2013, sujeto a verificación. Se jugará de acuerdo a las reglas de la Federación Mexicana de Golf y reglas locales del club.

◆ CATEGORÍAS

PRIMERA: 0 - 12 Hándicap Strock Play
SEGUNDA: 13 - 24 Hándicap Strock Play
TERCERA: 25 - 36 Hándicap Strock Play
Se premiará con trofeos para la pareja, a los tres primeros lugares de cada categoría.

◆ INSCRIPCIONES

\$1,200 por persona.
Incluye kit de bienvenida, torneo, bebidas en el campo, cena de premiación y sorteos. Inscripciones abiertas hasta el 18 de abril. Cupo limitado a 144 jugadores.
PLAYERS of life: Tel. 192 34 34 / contacto@playersoflife.com
Country Club Laguna: Tel. 750 74 90 / golf@countryclublaguna.com

A BENEFICIO DE:



www.playersoflife.com

[f /players.torreon](https://www.facebook.com/players.torreon)

[t @playerstorreon](https://twitter.com/playerstorreon)



40 ALL INCLUSIVE



48 EXPERTOS DEL MKT

- 52 Globo México
- 54 Chicle Marketing Integral
- 56 4G Add Group
- 58 Fábrica Gráfica
- 60 Switch Publicidad
- 62 Grucom
- 64 Mango
- 66 Abeja Marketing
- 68 White Room



ORGANIZA TU EVENTO 76

- Gourmet Banquetes 78
- R&B Lounge 80
- Marriott 82
- Montebello Golf & Resort 84
- Casino Condesa Real 85
- Manola Eventos 86
- La Española 88
- Centro de Convenciones
- Hotel Crowne Plaza 90
- Hotel Real Inn 91

MEDIOS

- 70 Televisa Laguna
- 72 Adictivo
- 75 Redzpot



10 SPOTLIGHT

INSIDE

- 26 **ESTILO & GENTLEMAN**
Business men whit style



- 30 **DELICATESSEN**
Best selection



ACTUALÍZATE

- 114 **TECHNO & BUSINESS**
Próximo lanzamiento de Google, tiendas al detalle
- 120 **EL DIVÁN**
Minoristas en ascenso tangible

VITAL

- 130 **SALUD**
¿Alergia o resfriado?
- 132 **PAREJA**
Cuando ambos padres trabajan

PODER

- 134 **MÉXICO HOY**
Periodismo y violencia

PLAYERS of Life-Revista: Torreon:
PLAYERS of life recolectó 21.7 ton de papel y 15 mil 819 libros y revistas, en Torreón, Mty, Chihuahua y León, logramos rescatar 480 árboles, entérate cómo en www.playersoflife.com >>**Ricardo Vega** - Excelente

David Burgos Excelente edición de marzo PLAYERS, la sección de PLAYERS Verde quedó fantástica; al igual que el contenido que ha ido puliéndose mes con mes; enhorabuena y a seguir innovando ¡Felicidades!

@playerstorreon

RunSportRunning: ¡Felicidades, Alfredo Alemán y equipo Promotora Atlético Laguna! Reconocimiento a su labor en @playerstorreon

@Carlost23: @playerstorreon excelente revista, 100% recomendable, suscríbanse

raulblackaller: Lee mi artículo en @playerstorreon escribo sobre el SNTE, como una premonición de lo que sucedería

@charmeza: @playersoflife la mejor sección de este mes: Advance



@gabylabas: Muy buena la entrevista con @CarlosLoret en la #MejorRevistaDeMexico @playersoflife @ROMOEN





SHIFT_

NISSAN
370Z

- Potencia
- Excelencia
- Sofisticado

EL DEPORTIVO POR EXCELENCIA
de 0 A 100 pulsaciones en un segundo.



Motor VQ37VHR con 332 HP



Sistema de Cambio de velocidades en Volante



Sistema de Control de Transmisión Automática



www.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



SPOTLIGHT



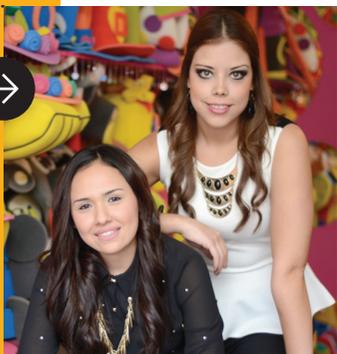
100

HISTORIAS DE ÉXITO

Antonio González-Karg de Juambelz
Ricardo Ventura Martínez
Julio Alfonso López Terminel
Gustavo Mendoza Amézquita

12

AS BAJO LA MANGA
Zaira Yáñez y
Rose Cruz



20

FINISH
Alicia Fernández



14

EJECUTIVOS EN ASCENSO
Fernando Fernández



16

COMPROMISO SOCIAL
Mario Iturbide



18

PLAYER DEL AYER
Joaquín García Cruz

22

PERFILES
Carlos Lira



24

SEMBLANZAS
Carlos Kasuga



93

PLAYER DEL MAÑANA

Victoria Juan Marcos
Fernanda Luna
Selím Yacamán
Rodolfo González
Alex Coss
Benjamín Díaz





mazda

NUEVO Mazda6 2014
OTRA CLASE DE EMOCIÓN
ZOOM-ZOOM



魂動

KODO: SOUL of MOTION

- Totalmente rediseñado
- Tecnología SKYACTIV®
- Desde \$314,000*

Bld. Independencia 3500 Ote, Torreón, Coah. Tel.: 749-1800
ventas@mazdalaguna.com



01 800 01 MAZDA (62932)

REVIVE EL ZOOM-ZOOM

MAZDA.MX

Foto meramente ilustrativa. *Precio de contado en Moneda Nacional, válido para la República Mexicana, sujeto a cambio sin previo aviso. Incluye IVA e ISAN. Precio referente al MAZDA6 i Sport con transmisión automática modelo 2014.



Zaira Yáñez y Rose Cruz

Creadoras de Guateque



Fotografía por Arturo Morán

Tras haber concluido la carrera de Diseño Gráfico, Zaira Yáñez y Rose Cruz se concentraron en idear un negocio en el que pudieran aprovechar las habilidades obtenidas.

“La idea surgió al ayudar a una amiga cercana en la planeación de su boda, cuando buscábamos, ese *algo* que diferenciara su fiesta de las demás. Pensamos en las opciones que harían más divertida y especial una boda, y encontramos la respuesta en los accesorios, aprovechando esta tendencia de compartir fotos creativas y diferentes en redes sociales”.

Con 25 y 24 años de edad respectivamente, estas jóvenes emprendedoras son propietarias de un negocio que lleva ya dos años dándole a las fiestas un toque especial. Guateque, que significa fiesta, es el nombre de esta creativa opción, la cual fabrica sombreros de todo tipo.

“Nuestros sombreros son un resultado de la dedicación, son hechos a mano con diseños personalizados, de acuerdo al gusto de nuestros clientes, cuidando siempre la calidad del trabajo”.

A lo largo del camino Zaira y Rose se

“No cerrarse a la idea de *no puedo hacerlo*, y mejor pensar en cómo lograrlo”

han enfrentado a retos y obstáculos que las han hecho aprender nuevas aptitudes para superar esos obstáculos y encontrar soluciones a sus problemas.

“Desde el inicio nos topamos con varios retos, en un principio lo fundamental fue planear un proceso adecuado de pintura y mano de obra para la fabricación de nuestros sombreros en tiempos razonables. Ahora, a dos años de vida del negocio, hemos logrado un método estandarizado que nos permite elaborar sombreros a grandes volúmenes. Estamos conscientes de que los retos seguirán apareciendo, pero creemos que lo más importante para superarlos es el compromiso, la dedicación, la actitud positiva y la pasión por lo que estamos haciendo”.

A pesar de las dificultades que se les puedan presentar, estas jóvenes siempre encuentran la manera de ver las cosas de una forma positiva y disfrutar de lo que

hacen, ya que Guateque es un negocio que les permite expresar su estilo creativo y darles a sus clientes un toque de diversión.

“Algo que disfrutamos mucho es poder plasmar nuestro sello personal en cada uno de los sombreros, pero lo que más nos llena de alegría es observar las fotografías donde se aprecia a los invitados divirtiéndose con ellos”.

Pese a su corta edad, ya se han dado a conocer nacional e internacionalmente; incluso elaboraron un pedido para Marbella, España, evento al que fueron invitados personas de la realeza, y según les cuentan los anfitriones, sus sombreros fueron todo un éxito.

“Lo más importante que hemos aprendido, es que a pesar de que existan obstáculos, uno siempre debe perseguir sus sueños con una actitud positiva y no cerrarse a la idea de *no puedo hacerlo*, y mejor pensar en cómo lograrlo”.

Definitivamente las vidas de Zaira y Rose dieron un giro importante con la creación de Guateque, pero lo más admirable es que han sabido conseguir el éxito de una manera sencilla, teniendo en mente que esto no sería posible sin el esfuerzo constante del día a día.♥

▲ YO PUEDO
TÚ PUEDES

Swing
ROCK!



Fernando Fernández

*Director de Promoción Nacional e Internacional
México Calidad Suprema, AC*

Originario de Torreón Coahuila, a sus 13 años Fernando ya desempeñaba actividades básicas dentro de los establos de leche del negocio familiar.

Posterior a eso y con algunos años más de experiencia, emprendió junto con sus hermanos el negocio de crianza y compra-venta de borregas.

“A los 21 años decidí comenzar una nueva etapa en mi vida y me vine a vivir a la ciudad de México, donde emprendí un negocio de importación y venta de disfraces, al mismo tiempo que cursaba mi carrera universitaria”.

Antes de graduarse como Licenciado en Contaduría Pública y Finanzas por el Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, decidió vender su tienda de disfraces para incursionar en el ámbito laboral dentro de una empresa de nivel internacional.

“En ese tiempo recibí una propuesta laboral por parte de un banco en el área de créditos para agronegocios, más adelante, tuve la oportunidad de entrevistarme con la Directora General de México Calidad Suprema. Esta entrevista se desarrolló muy satisfactoriamente y recibí una mejor propuesta, por lo que acepté el puesto de Director de Promoción Nacional e Internacional de México Calidad Suprema, AC”.

Tomando la decisión de dejar a un lado el negocio familiar e incorporarse a empresas independientes, a sus 25 años Fernando se enfrenta a un mundo nuevo de retos y desafíos que no conocía, pero que su visión emprendedora, le abre las puertas a este nuevo mundo.

“Uno de los principales retos que enfrenté como Director de Promoción fue desempeñarme como vocero de la asociación civil en ruedas de prensa internacionales en países como Inglaterra, Francia, Holanda y Bélgica, así



Fotografía por: Arturo Morán

“Considero que los elementos clave para ser una persona prometedora en una organización son la perseverancia y el compromiso”

como otras actividades importantes que requerían de mucha preparación previa y tenían que ser ejecutadas de inmediato”.

A lo largo de este proceso de crecimiento le ha tocado experimentar cosas nuevas que lo han enriquecido para convertirse en una persona más íntegra y preparada.

“Parte fundamental durante mi desarrollo personal y profesional ha sido el contar con el apoyo incondicional de mis padres, abuelos y hermanos, lo cual me ha permitido absorber sus experiencias y compartir con ellos mis retos y logros”.

Encaminado hacia el futuro, Fernando confiesa que trata de conjuntar las oportunidades profesionales de alto nivel que le proporciona México Calidad Suprema, pero sin dejar a un lado sus expectativas y proyectos personales.

“Contribuir con mi país en la apertura de nuevos mercados a través de la promoción y difusión de los productos certi-

ficados del campo mexicano, y conjuntar la experiencia de todas aquellas personas que contribuyen en mi día a día con el desarrollo de mi trabajo, son las dos cosas que más me llenan de satisfacción en mi trabajo”.

En su fase de profesionista, Fernando nos menciona que siempre busca la mejor estrategia para tener un desempeño exitoso en todo lo que hace, proactivo a las oportunidades y retos que se le presentan en el camino para tener un crecimiento constante tanto en su vida laboral, como en la personal.

“El éxito en una organización se logra con base en el esfuerzo y dedicación de cada una de las personas que la conforman, ya que no hay nada mejor que un trabajo en equipo, y personalmente considero que los principales elementos clave para ser una persona prometedora en una organización son la perseverancia y el compromiso”.

LOS SANTOS SE VUELVEN ÁNGELES



**EL HOSPITAL OFICIAL
DE SANTOS LAGUNA**





Mario Iturbe

Fundador de Hogar de Niños la Fe



Fotografía por Arturo Morán

“Mi mayor satisfacción es ver que algunos de los niños son ahora adultos sin vicios, con madurez emocional y que han aprendido a ser felices”

Contador público y actual conferencista de temas de desarrollo social, humano, motivacional y de prevención de adicciones, Mario Iturbe ha trabajado por más de 24 años en darle hogar a niños desamparados y en situaciones vulnerables. Aquí nos relata los inicios de la labor que cambió su vida.

“La madrugada del 9 de enero de 1989 mi esposa y yo vimos a seis niños que se tapaban con cartones y periódico en la central camionera, los invitamos a que pasaran esa noche en nuestra casa, al día siguiente los mismos niños llevaron a otros más y es así como inició el Hogar de Niños la Fe en la colonia Antigua Aceitera. Cabe mencionar que un año y medio antes había nacido mi hija Nayeli con problemas muy severos de salud, creo que eso nos sensibilizó para invitar a esos niños”.

El resultado de esta generosa acción de Mario y su esposa terminó convirtiéndose en una tarea permanente que por más de 20 años ha ofrecido asistencia a menores entre cuatro y 16 años, en situación vulnerable, como violencia, maltrato físico y emocional, y falta de re-

ursos económicos. A estos pequeños se les otorga la asistencia necesaria para su desarrollo físico, académico, psicológico, moral y espiritual, así como asistencia médica cuando lo requieren, para que así logren tener una mejor calidad de vida. Actualmente atiende a 40 menores a través de seis personas de planta, además de los alumnos de servicio social que colaboran con la institución.

“Es importante trabajar con estos niños porque se tiene la oportunidad de cambiar los patrones de desarrollo social que tienen y poderles dar una formación más integral en todos los aspectos de su vida.”

El Hogar de Niños la Fe obtiene recursos mediante donativos en efectivo o en especie, y además cuentan con recibos deducibles de impuestos que pueden otorgar a las personas que lo soliciten. Asimismo, cualquier tipo de donativo como ropa, zapatos, muebles, juguetes, etc., les sirve mucho para el bazar que realizan cada año y les ayuda a procurar fondos.

“La sociedad es la que más apoya a las organizaciones, los obstáculos los presenta el Gobierno con escaso respaldo. El municipio solo nos ayuda con

poco y todo lo demás lo generamos a través de donativos y actividades que realizamos”.

En 2008 fueron registrados en la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, en 2011 se vincularon con la organización Top Tenis, donde los pequeños entrenan en la deportiva de lunes a viernes de 10:00 a 12:00, y en septiembre del 2012 fueron oficialmente aceptados en la Red de Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas.

A comienzos de este año Mario Iturbe pasó a ser el administrador de esta organización y ahora la dirección está a cargo de su hija Nayeli, quien además les ofrece atención psicológica a los niños. Su visión es que en 10 años puedan tener la infraestructura adecuada para atender a 100 niños.

“Debemos valorar la bendición de tener una familia, pues muchas veces no lo hacemos porque no conocemos los sectores más vulnerables de nuestra comunidad”.



WEAR YOUR VOICE.

KENNETH COLE NEW YORK



PLAZA CUATRO CAMINOS | HIDALGO
www.cimaco.com

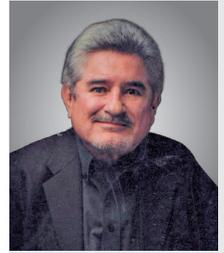
 **cimaco**[®]
Lo Mejor Para Vivir Bien



Joaquín García Cruz

Fundador de Norte Publicidad

Además de reconocido publicista en La Laguna, fue poeta, escritor, actor y promotor cultural.



Fernando M. González Ruiz
Licenciado en Comunicación

Creador y desarrollador de procesos de mercadotecnia. Ha publicado varios libros: *25 años Campestre Torreón* (1992); *La memoria, 100 años de Torreón* (2008); *Cuéntame tu historia en la historia de Torreón* (2009); *Historia del Club Activo 20-30 de Torreón* (2009); *UANE, 35 años* (2010), y *Sociedad Cooperativa Agropecuaria de la Comarca Lagunera, 50 años* (2012), entre otros. Colabora en *PLAYERS of life* desde hace tres años.

Uno de los más notables y respetados publicistas en la historia de la región fue Joaquín García Cruz, El Che, como se le conocía. Su talento le permitió manejar las cuentas publicitarias de grandes empresas como La Soriana, Pryca, Centros Comerciales Soriana, Industrias Vinícolas Domecq, Industria Pantalonesa Mexicana, La Risueña, San Feliz y Cía. y Almacenes García, entre otras, para las que creó campañas que se afianzaron en el gusto del público, como la de “Don Pioquinto”, de Paco y Armando Martín Borque.

Joaquín nació en Gualchos, Provincia de Granada, España, el 10 de agosto de 1926. Sus padres fueron el maestro Gumersindo García y Lola Cruz, quienes procrearon 11 hijos más: Gumersindo, Lola, Paquita, Conchita, Manolo, Antonia, Miguel Ángel, José Antonio, Mercedes, Luis y Carlos. Estudió en el internado del Colegio Jesuítico SacroMonte, en Granada y siguió su educación en Publicidad y Comunicación.

A los 20 años abandonó España para ir a Córdoba, Argentina, donde la Compañía de Teatro de Evita Perón lo contrató para trabajar como mago en fiestas y eventos culturales. Años más tarde viajó a Torreón para visitar a un tío que tenía un laboratorio dental en la avenida Matamoros y calle Juan A. de la Fuente. Durante su estancia sufrieron un accidente automovilístico donde su tío falleció y él quedó malherido, debiendo permanecer



unos meses en recuperación. Perdió su trabajo en Argentina, a donde nunca regresó. Radicado en nuestra ciudad, casó con la señorita Electra Martínez Rodríguez, de Almería, España, procreando a Patricia del Carmen, Marisol y Joaquín Alfonso.

En la década de los 50 fundó Norte Publicidad, con Alejandro Vilalta, además de administrar la Plaza de Toros Torreón (hoy Valente Arellano). Como apasionado lector de los clásicos españoles, la guitarra y el órgano, y el teatro, pronto fue invitado a actividades culturales que organizaban Carmen Pámanes de Haces Gil, Rosa Ortiz de Bredec, Elena González de Domene, Alfonso Garibay Fernández y Alonso Gómez Aguirre, con quienes presentó revistas musicales y puestas en escena en el Teatro Mayrán (hoy Alfonso Garibay Fernández). Por su carisma y don de palabra frecuentemente era invitado como maestro

de ceremonias en eventos culturales y políticos. Aficionado al fútbol, llegó a presidir el Club de Fútbol Torreón aún en segunda división en los años 70.

En su administración de la Plaza de Toros presentó grandes espectáculos internacionales como Holiday On Ice y Viva la Gente, así como funciones de box y lucha libre de gran calado, corridas de toros con los figurones de la época, y los circos Atayde y Ringling Brothers. En la radio participó en programas como *El Tenorio Ranchero* y *Don Juan Tenorio* para Café Colón y Estrella 57. Colaboró en el diario *Noticias* y elaboraba los mensajes institucionales de Telecable.

Tenía numerosas amistades: Emilio Herrera Muñoz, Homero del Bosque Villarreal, Enrique Luengo, Sergio Pérez Merodio, Armando Martín Borque, Jaime Alegre, Hugo de la Mora, Jaime Cantú Charles y Blas Sosa Domínguez, entre otros. Con Enrique Luengo fundó la Cofradía del Buen Yantar e Libar, grupo que periódicamente se reúne en el Parque España a comer y beber, cultivando la amistad.

¿Por qué le apodaban El Che? Debido a que aun y cuando era español, desde que estuvo en Argentina nunca perdió ese acento tan particular. Joaquín García Cruz falleció en nuestra ciudad el 16 de abril de 2012, a la edad de 86 años.♥

Fuente: Apuntes y fotos familiares proporcionados por Marisol García Martínez.

RANGER 2013

No hay reto difícil de superar



¡VEN Y MANÉJALA!



TECNOLOGÍA INTELIGENTE



INTERIOR TOTALMENTE REDISEÑADO



AMPLIO ESPACIO INTERIOR



Blvd. Miguel Alemán y Guanaceví
Gómez Palacio, Durango



GÓMEZ PALACIO
Tel. 749-30-00



Alicia Fernández

Apasionada de la equitación

Atraída por esta disciplina desde los nueve años, Alicia nos relata cómo llegó a amar tan emocionante deporte.

Además de ser copropietaria de Yomood y de impartir clases de Diseño Industrial en la Ibero, Alicia le dedica dos horas diarias a la equitación, deporte que practica desde hace 20 años.

“Hace 20 años una prima invitó a mi familia y a mí a un concurso de equitación en Frondoso, ahí fue cuando nos llamó la atención a mis hermanos y a mí, por lo que les dijimos a nuestros padres que éste era el deporte que queríamos practicar y aproximadamente un mes después mi papá nos regaló un caballo para los tres y desde entonces seguimos montando”.

A través de los años ha participado en los concursos estatales de Nuevo León y Coahuila, competencias a nivel nacional en Chihuahua, Guadalajara y el Estado Mayor Presidencial, así como en el Campeonato Nacional de Salto en Balvanera, Querétaro, en múltiples ocasiones.

“Una de mis mejores experiencias fue ganar el primer lugar en una competencia internacional y escuchar el himno nacional”.

Los retos y desafíos que Alicia ha logrado superar en este deporte a través de los años, le han servido para adquirir nuevas virtudes que le han ayudado a superar los obstáculos que se le presentan. “He aprendido que se necesita tener mucha disciplina y paciencia en este deporte, y sobre todo mucha tolerancia, ya que tenemos que entrenar mucho y a la hora de las competencias, uno solo tiene menos de dos minutos para no equivocarse, para concentrarse y para reaccionar ante cualquier eventualidad, lo cual a veces es imposible, ya que son dos mentes y dos personalidades involucradas en el equipo: la del jinete y la del caballo”.

La primer caída y el hecho de volverse a subir, el primer obstáculo que saltó, la primer pista en la que compitió, aprender a controlar sus nervios en las competencias y concentrarse, son algunos de los retos con lo que se enfrentó al participar en esta disciplina.

“Es un deporte que constantemente te está retando, ya que no solo depende de uno y sus habilidades, si no que también depende mucho del caballo y su estado de ánimo”.

El hecho de que la equitación sea el único deporte olímpico en el cual no existe límite de edad y compiten hombres contra mujeres, es una de las cosas que llenan de satisfacción a Alicia y la motivan día a día a dar lo mejor de sí misma, ya que sabe que este deporte ofrece amplias opciones. ♦



Fotografía por Miryam Zarzar

“No hay que conformarse, todos los días debes retarte, y buscar ser mejor que el día anterior”



MANY THINGS TO SEE...
MORE TO SHARE.



Paseo De La Rosita 915, Campestre La Rosita Tel. 721. 52. 52 | 721.22. 27

BURBERRY®

BOSS
HUGO BOSS

EMPORIO ARMANI



BVLGARI

MICHAEL KORS

CHANEL

DOLCE & GABBANA



GUCCI



MARC
BY MARC JACOBS

 facebook.com/oftalmologiadelosario / Entérate de las MEJORES PROMOCIONES



Carlos Lira

Creador de Didacti Juegos



Fotografías por Arturo Morán

Cuando apenas tenía siete años, su padre le armó unos paquetes de chocolates y lo animó para que los fuera a vender de casa en casa por la colonia en donde vivían. Siendo un poco mayor, trabajó con él en el negocio que tenían, y para ese entonces, él ya había adquirido el gusto por el comercio. “Mi padre era un gran comerciante y es por eso que tal actividad me atrajo en forma natural”.

Egresado de la Licenciatura en Administración de Empresas por el ITESM Campus Laguna, Carlos ahora es propietario de la exitosa y original tienda Didacti Juegos, en la cual se pueden encontrar un sinnúmero de juguetes didácticos y creativos, tanto para niños como para adultos.

“Hacer lo que a uno le interesa y le apasiona, lo llevará al éxito”

“La idea nació cuando mi segundo hijo pidió como regalo de Navidad un cuadrado, un triángulo y un círculo. Mi esposa pensó en algún rompecabezas de madera y se dio a la tarea de localizar dicho juguete, sin embargo, no encontramos nada semejante. Fue en ese momento cuando pensamos en la idea de ingresar al comercio de la venta de juguetes y más específicamente de juguetes educativos, que vimos se encontraba, al menos localmente, desatendido. Fue así que en 1994 inicié como empresa familiar Didacti Juegos”.

Como en todos los negocios, la creación de Didacti Juegos implicó el enfrentamiento a varios retos y desafíos que no fueron sencillos de escalar, pero que finalmente, con esfuerzo y perseverancia, se lograron superar.

“Llegar a conocer los mejores productos, marcas y proveedores tanto del mercado nacional como extranjero, fue difícil, tomó tiempo

caracteriza, ya que en un mismo espacio ofrecen artículos especializados para todas las edades, brindando excelentes marcas tanto nacionales como de importación, y artículos que por lo general son difíciles de encontrar en jugueterías tradicionales, ya que tienen un propósito superior que es enseñar y entretener simultáneamente.

Todo esto, aunado a la asesoría que brindan en el uso de cada artículo que maneja, les da a los clientes la seguridad de estar llevando lo mejor.

“Al ver la reacción de las madres cuando encontraban algo para sus hijos o el agradecimiento de voluntarios que dedicaban su vida a trabajar con niños especiales, nos dimos cuenta de la gran necesidad que había de este tipo de material y la importancia de acercar a nuestros hijos a juguetes inteligentes que los ayuden a desarrollarse”.



po y requirió de un gran esfuerzo, pero ahora vemos que todo valió la pena para que llegáramos a contar con un negocio próspero y que actualmente ya tenemos ofrecido como franquicia”.

En la actualidad, éste concepto ha crecido mucho, y hoy en día, Didacti Juegos es mucho más que una juguetería: es un lugar donde cada miembro de la familia, incluyendo los adultos, pueden encontrar alguna alternativa para jugar, superar retos o simplemente divertirse de una manera creativa y a la vez divertida.

“Siempre tuvimos muy claro que todos los niños son únicos y diferentes, no pensamos en que existieran niños genio, sino que con juguetes y artículos apropiados podríamos incidir en que todos alcancen el máximo potencial de desarrollo, de acuerdo a sus capacidades individuales”.

El concepto original de actividades, no solo de juego o pasatiempo, sino educativas y creativas para todas las edades, es el factor principal que los

“Didacti Juegos me ha proporcionado la oportunidad de contribuir en la mejora de esta sociedad tan complicada en la que vivimos”

Actualmente Didacti Juegos se encamina a un crecimiento nacional mediante el esquema de franquicias, el cual inició hace un año, y que seguramente en poco tiempo se replicará en más ciudades de México. “En lo personal los tres puntos clave que me han servido para seguir adelante han sido la fe en Dios, estar enamorado de lo que hago, y la compañía y apoyo de mi esposa”

El trabajo, la perseverancia y la fe en Dios son las tres cosas que definen la trayectoria de Carlos Lira, y nunca las pierde de vista porque sabe que son la única manera de dar un buen testimonio a su familia y a nuestra sociedad.

“Didacti Juegos me ha proporcionado la oportunidad de contribuir en la mejora de esta sociedad tan complicada en la que vivimos. Pienso que a través de nuestras tiendas, hemos ayudado a que no se pierdan los valores y la convivencia familiar, usando como herramientas juegos y pasatiempos creativos”.♦



Carlos Kasuga Osaka

Presidente de Yakult México



Mexicano, hijo de inmigrantes japoneses, Carlos Kasuga, es presidente del Consejo Directivo de Yakult México, dirige la firma de transporte marino K Line de México y la fábrica de juguetes inflables Distribuidora Kay, asimismo, es conocido por ser un gran conferencista. Ha viajado por nuestro país, Perú y Colombia para hablar sobre su filosofía, la cual se basa en el estilo japonés de calidad total y productividad.

“Hay padres de familia, maestros, empresarios o jefes que están creando triunfadores”

▲ ¿CÓMO SE DEFINE A SÍ MISMO?

Como un empresario, que desearía trascender en los jóvenes para que se vuelvan empresarios.

▲ DE INICIO, ¿QUÉ RETOS FUERON LOS QUE ENFRENTÓ EN SU DESEMPEÑO COMO PRESIDENTE DE YAKULT MÉXICO?

Dar a conocer el producto Yakult, que era totalmente extraño en México.

▲ ¿QUÉ ES LO QUE MÁS LE GUSTA DE SU TRABAJO?

Llevar salud a la población mexicana y crear cientos de fuentes de trabajo.

▲ ¿CUÁL ES EL SECRETO PARA LOGRAR EL ÉXITO EN UNA EMPRESA?

Trabajar más de ocho horas y hacer sentir al personal útil, necesario, respetado y querido.

▲ ¿CUÁL ES SU FILOSOFÍA DE VIDA?

Amar a México y a su gente.

▲ ¿CÓMO CONSIDERA AL SISTEMA EDUCATIVO MEXICANO?, ¿QUÉ LE CAMBIARÍA?

Lo considero deficiente porque solo se da educación de conocimiento y lo que se necesita es dar educación formativa y de valores, con maestros responsables y de excelente calidad personal para formar mejores seres humanos.

▲ ¿CÓMO AFECTA LA INSEGURIDAD EN MÉXICO EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL?, ¿QUÉ SE PUEDE HACER PARA EVITAR UN EFECTO NEGATIVO EN LA EMPRESA?

Primero, que todos amemos a México, que todas las personas y los medios digamos las ventajas y cualidades de vivir en este país, y entender que la inseguridad ha sido producto de nosotros, los padres de familia y maestros de educación básica, que no supimos formar con responsabilidad y valores a nuestros niños.

▲ ¿CUÁL ES LA MOTIVACIÓN QUE LO IMPULSA A SEGUIR DÍA CON DÍA?

El ejemplo de mis padres, que llegaron a México sin nada, pero trabajaron de 14 a 16 horas diarias y con base en el esfuerzo, honestidad y amor por la tierra donde se vive.



“Haz las cosas bien, sé un buen ser, da a la familia y a la escuela más de lo que recibiste”

▲ ¿QUÉ EXPERIENCIA PODRÍA CONTARNOS QUE HA MARCADO SU VIDA EN EL ÁMBITO EMPRESARIAL?

Haber creado, construido y lanzado los cinco aros de la olimpiada de México, que fueron unos “salvavidotas” de 25 metros de diámetro cada uno; lo que marcó en mi vida es que se pueden lograr las cosas cuando uno tiene un sueño y con la experiencia que dan los fracasos iniciales que tienes al querer alcanzar tus ideales.

▲ ¿QUÉ CONSEJO LE DARÍA A LOS JÓVENES EMPRENDEDORES?

Que amen a México y que tengan el valor de volverse empresarios trabajando de 14 a 16 horas diarias, para crear los empleos que tanto requiere nuestro país.



BUSINESS MEN

with Style

Vestirte para una reunión de trabajo depende de muchas cosas: la ciudad donde vives y lo que se acostumbra, el lugar y la hora de la cita, así como la seriedad de la misma.♥



SACO Y PANTALÓN ZARA

CAMISA MASSIMO DUTTI



CORBATA THOMAS PINK



MANCUERNILLAS CAROLINA HERRERA

LOCIÓN 1 MILLION PACO RABANNE



CINTO Y MALETÍN ERMENEGILDO ZEGNA



ZAPATOS ERMENEGILDO ZEGNA

JUNTA o ENTREVISTA

Para una entrevista de trabajo o una junta muy importante lleva un traje sobrio, evita el negro y opta por los grises y azules, con camisa clara y corbata sencilla que demuestre seriedad, y de color vivo para darle un toque juvenil.



BLAZER
Y CAMISA
MASSIMO
DUTTI



FORMAL RELAJADO

Un look formal relajado, usa este tipo de outfit para llevarlo todos los días al trabajo, para reuniones internas o menos formales. Usa pantalones de vestir con blazer y camisa de rayas, si tu pantalón es oscuro lleva un saco más claro y viceversa.



PANTALÓN
MASSIMO
DUTTI

LENTES Y MALETÍN
ERMENEGILDO
ZEGNA



CINTO
LOUIS VUITTON



PLUMA
CARTIER



ZAPATOS
GUCCI

- www.zara.com //
- www.massimodutti.com //
- www.thomaspink.com //
- www.pacorabanne.com //
- www.zegna.com //
- www.carolinaherrera.com //
- www.louisvuitton.com //
- www.cartier.com //
- www.gucci.com //

CASUAL DE OFICINA

Vestimenta casual de oficina, este estilo es ideal para las comidas de los viernes o lugares muy calurosos donde no se acostumbra llevar saco. Viste *khakis*, siempre casuales y cómodos, combinados con mocasines y camisa de cuadros, rayas o lisa evitando las estampadas.

CAMISA
THOMAS
PINK



LENTE
GUCCI



LOCIÓN
212
CAROLINA
HERRERA



CARTERA
CAROLINA
HERRERA



PANTALÓN
MASSIMO
DUTTI



MOCASINES
MASSIMO
DUTTI

MALETÍN
CAROLINA
HERRERA



CINTO
ERMENEGILDO
ZEGNA

Toma siempre en cuenta que la ropa debe lucir impecable, bien planchada y los zapatos perfectamente boleados, tu imagen es el reflejo de tu persona, además del *look*, no olvides loción, reloj, pluma y maletín.♥

Pier1imports

sears.com.mx

SEARS

Se entiende

Tiendas SEARS (Directorio en sears.com.mx) • Plaza Carso, D.F. • Parque Duraznos (Bosques de las Lomas, D.F.)
• Plaza Cuernavaca • La Isla Shopping Village de Acapulco • **PRÓXIMAMENTE** en Centro Comercial Santa Fé.

[f](#) [t](#) [p](#) [v](#) [u](#) [t](#) [u](#) [b](#) [e](#) [s](#) [e](#) [a](#) [r](#) [s](#) [c](#) [o](#)



IDEALES PARA EVENTOS CORPORATIVOS

El vino y las bebidas son parte fundamental de una reunión, celebración o cualquier ocasión especial, por ello es de suma importancia dedicarle su tiempo a la elección de los que se van a servir, así como al resto de los licores.

Por Maru Boesch, Coordinadora de Eventos Vinoteca
www.vinoteca.com

El papel principal lo lleva el vino tinto. Hoy en día los más buscados son los españoles, argentinos y chilenos. Nuestra recomendación es siempre optar por uno de gusto general, para así agradar a todos los paladares. Algunas combinaciones de uvas, por ejemplo Merlot-Cabernet o Cabernet-Malbec, son de las más solicitadas. En blancos lo más deseable son algunos franceses de Borgoña y californianos de EU.

Una vez seleccionados los tintos y blancos, se puede considerar la opción de ofrecer también vino rosado, una novedad que permite brindar

atención especial a las invitadas, pues ¡a ellas les encanta!

Si tienes planes de ofrecer un banquete, es muy importante mantenerse al tanto de lo que se está acostumbrando en el tema de bebidas. Últimamente se han puesto de moda los cócteles de bienvenida, consistentes en recibir a los asistentes con una copa de alguna bebida suave, como los aperitivos. Los más comunes son martini de pepino, mojitos o una muy refrescante sangría con oporto. Una opción aún más elegante es entregar una copa de champagne o vino espumoso.♥





CATENA

Variedad: Malbec
País: Argentina
Bodega: Catena Zapata

Profundo color violeta opaco. Intensos aromas y gran concentración de sabores. Frutos negros con toques terrosos y aromas especiados de pimienta negra. Intenso sabor a cassis y grosellas, ciruela madura y dejos de chocolate. Perfecto maridaje con cortes de carne de res al grill, cordero, paella, quesos duros y picantes.

DOMAINE DE PELLEHAUT

Variedad: Merlot y Tannat
País: Francia
Bodega: Maison Sichel

De color rosa claro, con una nariz muy aromática y compleja de frutos rojos, fresas con ligero toque de vainilla. Vino semi-dulce con un buen equilibrio entre la frescura y dulzura. Ideal como aperitivo para un atardecer, para acompañar dulces como los macarons, mousse de frutas, chessecake, además de mariscos, ceviche, tartara de salmón y quesos fuertes como roquefort y azul.

BE TEMPTING RED BLEND

Variedad: Cabernet Sauvignon, Zinfandel y Syrah
País: Estados Unidos

Mezcla roja compuesta de cinco variedades de uva, donde Cabernet Sauvignon presta sabores de mora del oeste norteamericano, y Zinfandel y Syrah entregan baya encantadora y notas especiadas.

SIMONNET-FEBVRE

Variedad: Chardonnay y Pinot Noir
País: Francia
Bodega: Simonnet-Febvre

Con tono amarillo paja y reflejos dorados. Aromático con notas cítricas, minerales y de rayadura de limón. Sabores intensos a manzana y tarta de limón, todo balanceado con una perfecta acidez y mineralidad. Marida con bocadillos, mariscos y carnes blancas.

BERINGER SPARKLING

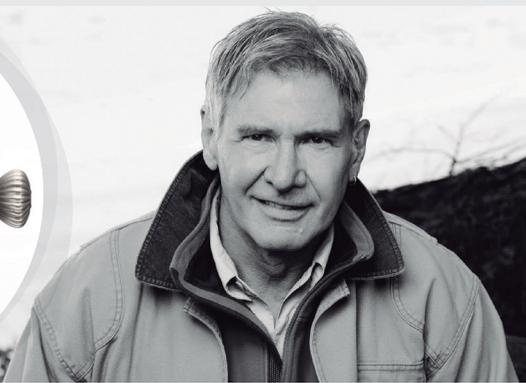
Variedad: Zinfandel
País: Estados Unidos
Bodega: Beringer

Rosado con tintes anaranjados; limpio, nítido, brillante y de buena densidad. Intenso en aromas, mucha dulzura, sobresalen frutas rojas y muy cítricas. Cuerpo medio, buena acidez y equilibrio, sabores escarados agradables de la frambuesa, profundidad y final medios. Adecuado con entradas y canapés, además de platillos especiados y con poco picante.



CELEBRITIES AND THEIR WATCHES

Han sido muchos los famosos que han revelado su amplio gusto por la relojería y las joyas, además de ser reconocidos por sus iminentes carreras dentro del mundo del deporte, la cinematografía y la música, entre otros. Estas grandes personalidades, forman parte de la imagen de las casas relojeras más destacadas del mundo. Conoce los diseños que orgullosamente portan tan talentosos caballeros.



HAMILTON KHAKI PIONEER

Harrison Ford – Actor
Movimiento automático
Cristal zafiro
Caja de acero
Brazaletes en piel café

MARVIN
Sébastien Loeb – Piloto de Rally
Ed. Limitada 777 piezas
Movimiento automático
Cronógrafo
Cristal de zafiro
Caja de acero y PVD negro
Brazaletes en caucho negro



ORIS DIVERS

Carlos Coste – Apneísta
Ed. Limitada 2000 unidades
Movimiento automático
Cronógrafo
Cristal de zafiro
Caja y brazaletes de titanio
Bisel de cerámica
Resistente al agua 500 metros



GHIBERTI
www.ghiberti.com.mx
(81) 8368-4811



AUDEMARS PIGUET
Royal Oak Offshore Diver



BAUME ET MERCIER
Clifton



IWC
Ingenieur Collection
Carbon Performance



JAEGER LECOULTRE
Jubilee Collection
Antoine LeCoultre

SIHH GINEBRA 2013 GRAN PRESENTACIÓN

En su 23ª edición, el Salón Internacional de la Alta Relojería de Ginebra (SIHH) se llevó a cabo el primer mes de este año, trayéndonos la creatividad y experiencia de 16 casas relojeras que exhibieron sus nuevas colecciones en el centro Palexpo Geneva. El SIHH se ha convertido en el evento más importante de la relojería a nivel internacional, en esta ocasión recibió de forma privada a 13 mil invitados de los cinco continentes y cerca de mil 200 periodistas.



PANERAI
Luminor 1950 Regatta
3 Days Chrono Flyback



PARMIGIANI
Bugatti-Vitesse



PIAGET
Emperador Coussin



CARTIER
Ronde de Cartier
Mysterious Double Tourbillon

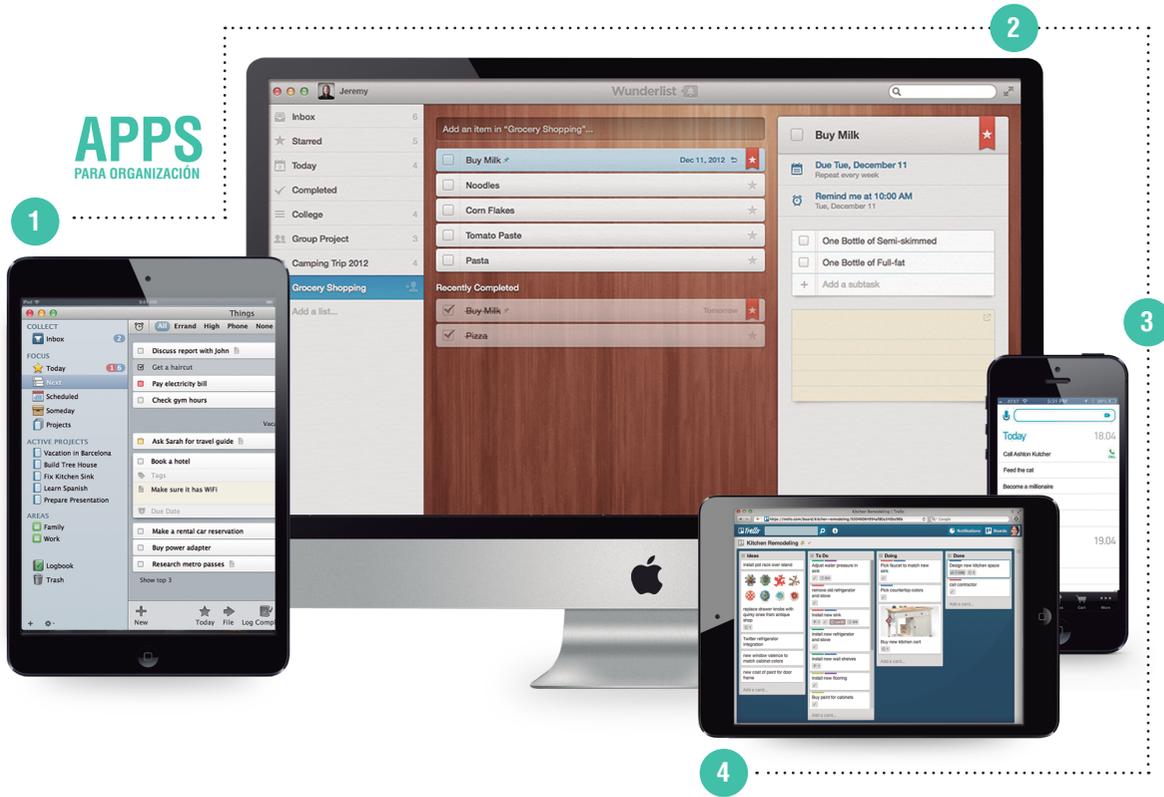


PLANNERS

LOS MUST DEL EJECUTIVO

POR BÁRBARA GONZÁLEZ, ESPECIALISTA EN TI

Hace años, en la época de nuestros papás o abuelos, era natural ver a la impecable secretaria que sonriente recibía a su jefe con un café y libreta en mano para organizar las tareas del día. En la actualidad, la tecnología sobrepasa cualquier requisito, por más específico que parezca, nuestra *tablet*, celular, *notebook* o cualquier dispositivo electrónico nos da la oportunidad de mantener un orden de las funciones a realizar durante nuestro periodo laboral o inclusive personal. Te presento estas apps que podrás descargar de manera gratuita o con un costo, que considerando su utilidad, te será mínimo.♥



1 Things 2

- Plataforma:**
- Mac
 - iPad
 - iPhone
 - Cloud

Es un administrador de tareas fácil de utilizar. Inmediatamente empezarás a registrar tus pendientes. Organiza desde vacaciones y tareas diarias, hasta metas a largo plazo. La interface y atención al detalle la han llevado a ganar un Apple Design Award.

Precio: Dependiendo de la plataforma en que se utilizará

2 Wunderlist 2

- Plataforma:**
- Android
 - Windows
 - iOS
 - Mac

Ideal para organizar negocios, compartir listas con amigos o simplemente mantener registros de la vida diaria. Es una aplicación de listas para ti, tu equipo o tu familia.

Precio: Gratis

3 Any.do

- Plataforma:**
- Android
 - Chrome
 - iPhone
 - Web

Aplicación simple pero efectiva, que además cuenta con compatibilidad en varias plataformas. Any.do hace fácil la captura de cosas que quieres hacer y te recuerda que las lleves a cabo.

Precio: Gratis

4 Trello

- Plataforma:**
- Web
 - Android
 - iOS
 - Windows 8

Es una herramienta de colaboración *online* que organiza proyectos en tableros. Con un vistazo, te indica quién, qué y en qué parte del proceso se encuentra cada una de las tareas.

Precio: Gratis

PLIEGO GENÉRICO

PUBLICICISTAS DELNORTE ... desde 1954
S.A. DE C.V.



Publicistas del Norte empresa líder en la Laguna en Publicidad Exterior, fue fundada en el año de 1954. Desde entonces ha dedicado sus esfuerzos a cumplir cabalmente con los requerimientos de cada uno de sus clientes.

El sello "Publicistas del Norte SA de CV" significa seguridad, seriedad y profesionalismo, esta es una empresa que además de cuidar su imagen corporativa tiene como tarea cuidar la imagen de sus clientes, mismos que han depositado su confianza en ella.

En 59 años de servicio y atención al cliente, "Publicistas del Norte S.A. de C.V." ha atendido a empresas de mayor prestigio en el país como son: PepsiCo, Coca Cola, Domecq, Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, Cervecería Modelo, Grupo Lala, Telcel, Tyson, Soriana, H-E-B, Walmart, Banamex, Bancomer, Danone, Andrea, Cklass, City Express, Topo Chico, Chrysler, Universidad del Valle de México (UVM). Además igual de importantes, atendemos a otros clientes con menor volumen.

Publicistas de Norte cuenta con cobertura directa en Coahuila, Durango y Zacatecas, sin embargo hemos formalizado alianzas comerciales con otras empresas del ramo, teniendo la capacidad de atender a nuestros clientes en prácticamente todo el país.

Por lo anterior, Publicistas del Norte es la mejor opción para sus campañas locales o nacionales.



Contacto

Pablo de la Fuente Escandón
Director General
informacion@publicistas.tv

Pablo de la Fuente Flores
Gerente General
pablo@publicistas.tv

Laurencia Muñoz de León
Gerente de ventas
laurencia@publicistas.tv

GLOBO MÉXICO ¡EXCELENTE IDEA!



CASO DE ÉXITO

• **Nombre del cliente:**
Club Santos Laguna

• **Giro al que pertenece:**
Equipo deportivo de fútbol profesional de Primera División en México

• **Necesidad:**
Generar una campaña que consolidara a Santos como el ícono de una región geográfica con valores universales positivos

• **Tipo de campaña realizada:**
“Santos Nos Une” toma el protagonismo de la marca como argumento de afinidad, creando un alto sentido de pertenencia entre los aficionados, promoviendo la unión dentro y fuera de la cancha más allá de un resultado deportivo. La estrategia fue de alcance masivo aplicada en medios tradicionales como TV, radio, prensa, redes sociales, y BTL's locales y en el Territorio Santos Modelo

• **Logros:**
En social media, la penetración de “Santos Nos Une” a lo largo del torneo fue de más de seis millones 500 mil personas

LA AGENCIA

Abrió sus puertas en 1981 bajo el nombre de Carlos González y Asociados. Globo México fue desarrollándose a través del tiempo hasta llegar a ser una agencia de publicidad y mercadotecnia de nivel tanto nacional como internacional, destacándose principalmente en el área deportiva, política, y empresarial; creando campañas de alto impacto publicitario dirigidas a mercados específicos. Globo México ofrece asesoría en mercadotecnia y producción de campañas publicitarias, imagen corporativa y diseño gráfico, producción de radio y televisión, administración de medios de comunicación y estudios de mercado, manejo web y gestión de redes sociales, así como producción de eventos especiales.



▲ LIC. ELIZABETH HAMDAN BOTELLO

Vive la nueva experiencia



ColiseoEventos

Coliseo Centenario Oficial



▲ CARTEL COLISEO CENTENARIO

MANA
TRANSPORTES
LO TRANSPORTAMOS AL ÉXITO

“GLOBO MÉXICO ES SIMPLEMENTE UNA EXCELENTE IDEA”

SERVICIOS

- Mercadotecnia y publicidad de productos y servicios nacionales dirigidos al mercado extranjero
- Mercadotecnia y publicidad de productos y servicios extranjeros dirigidos al mercado nacional
- Mercadotecnia y publicidad deportiva especializada en la industria del fútbol soccer profesional
- Mercadotecnia política especializada en redes sociales

14 clientes en total

- ▶ Club Santos Laguna
- ▶ Montebello Golf & Resort
- ▶ The Ricchi San Antonio Investments LLC



Lic. Elizabeth Hamdan Botello
Bvd. Independencia 1199 ote., Col. San Isidro
Torreón, Coah.
T. (871) 285-0200 al 29



@. correo@globo.com.mx
W. www.globo.com.mx
F. GloboMexico
T. @GloboServicios

▲ CARTEL TRANSPORTES MANÁ

CHICLE MARKETING INTEGRAL

UNA BOMBA PARA TU IMAGEN

LOS SANTOS SE VUELVEN ÁNGELES

EL HOSPITAL OFICIAL DE SANTOS LAGUNA

Hospital Angeles TORREÓN

CLUB Santos LAGUNA

Paseo del Tecnológico 909 · Col. Residencial Tecnológico · Torreón, Coah. · Tel. 729.0400

CASO DE ÉXITO

- **Nombre del cliente:** Hospital Ángeles Torreón
- **Giro al que pertenece:** Servicios médicos

• Necesidad:

Tener mayor penetración de mercado a nivel local y dirigir correctamente sus esfuerzos publicitarios a los distintos nichos de mercado

• Tipo de campaña realizada:

Se decidió hacer un convenio con el Club Santos siendo el hospital oficial del Club, y se planeó una campaña para dar a conocer esta alianza en donde “Los santos se vuelven Ángeles”, haciendo una fuerte presencia con ídolos de la región, fortaleciendo así la imagen del Hospital a nivel regional

• Logros:

Se logró llegar a un mercado que no se había captado, con un mayor reconocimiento de marca y conocimiento de la tecnología con la que cuenta el Hospital

LA AGENCIA

CHICLE® Marketing Integral abrió sus puertas en el año 2006 con el deseo de ofrecer al mercado de hoy una forma nueva y sencilla de hacer publicidad, y al mismo tiempo con el soporte de una visión global de la mercadotecnia. La agencia ha creado alianzas con expertos en diferentes áreas, lo cual permite el crecimiento de sus marcas. Actualmente cuentan con 11 estrategias y creativos (Ana Luisa Portales, Mary Carmen Gurza, Daniela Álvarez, Fabiola Ramos, Kike Galván, Luis López, Diana Treviño, Shecko Silva, Alfredo Caldera, Luis Orozco y Scott Braddock), quienes dirigidos por Rodrigo Méndez han cosechado éxitos a lo largo de cinco años de trabajo.



▲ EQUIPO CREATIVO CHICLE

vive la
EXPERIENCIA
DEL
BEIS

**¿PUES QUIEN
APOYA?
¡POLLO!**

CLUB VAQUEROS LAGUNA
@REDVAQUEROS www.clubvaqueroslaguna.com

ESPIRITU CARTA MA Coca-Cola Nestlé Banamex TUNU

▲ CARTEL EQUIPO VAQUEROS LAGUNA

Confianza
- VALOR DEL BAILE -

VIVA DANCE
ACADEMY

¡Haz lo que amas y serás feliz!

Pabellón Senderos Local 18 / Tel. 1938405 / VivaDanceAcademy / www.vivadance.com.mx

HIP HOP / JAZZ / BALLET / TAP / DANZA AÉREA / ZUMBA

▲ VIVA DANCE ACADEMY

“EMPECEMOS POR LO IMPOSIBLE, QUE ES AHÍ DONDE LOS DEMÁS SE DETIENEN”

SERVICIOS

- Asesoría en mercadotecnia y producción de campañas publicitarias
- Imagen corporativa y diseño gráfico
- Producción de radio y televisión
- Administración de medios de comunicación y estudios de mercado
- Manejo web y gestión de redes sociales
- Producción de eventos especiales

28 clientes en total

- ▶ Hospital Ángeles Torreón
- ▶ Club Vaqueros Laguna
- ▶ Casas TRIO

CHICLE
marketing integral

Rodrigo Méndez
Brasilia 1997, Col. Nvo. San Isidro
T. (871) 193-8001 y 02



@. info@mascando.com
W. www.mascando.com
F. chiclemarketingintegral
T. @mascando

4G ADD GROUP, SA DE CV

IMAGINACIÓN,
INSPIRACIÓN
Y MAGIA

ESTE DOMINGO GRAN FINAL

DARÍA TODA MI VIDA POR SER CAMPEÓN



VS



CASO DE ÉXITO

- **Nombre del cliente:**
Club Santos Laguna
- **Giro al que pertenece:**
Equipo deportivo

• Necesidad:

Crear un mensaje que capturara el espíritu de la afición para sumarse al apoyo del Santos al enfilarse a la liguilla clausura 2012, buscando el “ambiente avasallador” del antiguo Corona

• Tipo de campaña realizada:

“Daría toda mi vida por ser campeón”, en la que se manejó la imagen gráfica, redes sociales, spots TV, radio y videos para web

• Logros:

Generación de espíritu de marca y respaldo en los partidos finales hacia la liguilla y en la final

LA AGENCIA

4G abrió sus puertas en el 2002, cubriendo un amplio rango de acción con retos de comunicación corporativa, publicidad y mercadotecnia, orientado esencialmente a la estrategia y la creatividad.

Hoy en día, con más de 10 años de experiencia, 4G continúa creando campañas integrales de comunicación, y abarcando mensajes y materiales de medios electrónicos e impresos, logrando la satisfacción de sus clientes.

¿TE FALTAN PANTALONES?

Noe cambiamos a Blvd. Independencia frente a Galerías. Pantalones desde \$101.

TENEMOS MUCHOS PANTALONES

▲ CAMPAÑA TÍO PEPE JEANS

La nueva forma de consumir Awa.

AGUA PURIFICADA, LIBRE DE ARSÉNICO

5 LITROS

Awa[®]

PRÁCTICA, HIGIÉNICA Y ECONÓMICA

ite llega de volada!

PEDIDOS EN LA COMARCA LAGUNERA

732-11-11

▲ CARTEL AWA

LAS PUERTAS
RESIDENCIAL



AVANI
LIVE DIFFERENT

▲ CARTEL RESIDENCIAL LAS PUERTAS

“LA ORIENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA Y EL MENSAJE LA DIRIGEN LOS CLIENTES DE NUESTROS CLIENTES”

SERVICIOS

- Creación de campañas de comunicación
- Producción *inhouse* de diseño
- Fotografía comercial, publicitaria y soluciones de video
- Manejo de medios y servicios de asesoría
- Creación y posicionamiento de marcas
- Creación de nuevos de productos

16 clientes en total

- ▶ Combugas
- ▶ Promanuez
- ▶ Feria de Torreón



T. (871) 719-0989 y
(871) 719-0263



@. salvadorperales@cuatrog.com
melchorcadena@cuatrog.com

FÁBRICA GRÁFICA

DISEÑO ESTRATÉGICO PARA UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA



TORREÓN • SALTILLO • CHIHUAHUA • MONTERREY • QUERÉTARO • VILLAHERMOSA • XALAPA • SAN LUIS • MÉXICO WWW.GRUPOCOSTENO.COM

CASO DE ÉXITO

- **Nombre del cliente:**
El Costeñito
- **Giro al que pertenece:**
Restaurante de pescados y mariscos

• **Necesidad:**
Posicionar la marca El Costeñito, como el referente número uno para el consumidor que busca una opción diferente para comer, proyectando una personalidad moderna, divertida, relajada, sin dejar a un lado la calidad y el servicio que los caracteriza

• **Tipo de campaña realizada:**
Posicionamiento de "Cuaresma 2012", desarrollando un concepto creativo con distintas herramientas de mercadotecnia y publicidad que invita a no "caer en tentación" y seguir con la tradición

• **Logros:**
El concepto causó gran reacción, pues su contenido generó polémica y las visitas al restaurante se incrementaron en un amplio porcentaje

LA AGENCIA

Fábrica Gráfica abre sus puertas en octubre de 2007 bajo la dirección de Aletza Sánchez Ávalos.

A lo largo de los años han logrado que a través de sus imágenes y estrategias, los clientes transmitan la excelencia de su producto o servicio. Están convencidos de que un buen diseño puede hacer que el público se enamore de éste.



▲ ALETZA SÁNCHEZ ÁVALOS

“
**VAMOS
 PASTORES**
 VAMOS, VAMOS A
COMER
 ▶ MARTES TACOS 3X2 ”



CHIHUAHUA • TORREÓN • SAN LUIS POTOSÍ • MONTERREY

TORREÓN, COAH. www.grupocosteno.com

▲ CAMPAÑA TÍO TACO



MANY THINGS TO SEE...
 MORE TO SHARE.



Paseo De La Rosita 915, Campestre La Rosita. Tel. 721.52.52 | 721.22.27



Facebook.com/oftalmologiadeltorreon / Enterate de las MEJORES PROMOCIONES

▲ CAMPAÑA OFTALMOLOGÍA DEL ROSARIO

“UNA IMAGEN DICE MÁS QUE MIL PALABRAS, POR LO TANTO, DEJAREMOS QUE NUESTRO TRABAJO HABLE POR NOSOTROS”

SERVICIOS

- Diseño Gráfico
- Imagen corporativa
- Branding
- Estrategias de marketing
- Fotografía

{ 21 clientes en total }
 ▶ Tío Taco
 ▶ Oftalmología del Rosario
 ▶ El Costeño



FÁBRICAGRÁFICA

Santiago Sánchez Espinoza
 Degollado 160 sur, Col. Centro
 Torreón, Coah.
 T. (871) 713-0329



@. info@fabricografica.mx
 W. fabricografica.mx
 F. fabricografica
 T. @fabricografica

SWITCH PUBLICIDAD TRABAJANDO EN IDEAS FRESCAS

leche
CHILCHOTA

¡Pruébala!

De venta en todas las sucursales de

HQ
saber
De todo...y algo más!

Leche Entera 3.0%
MANTÉNGASE EN REFRIGERACIÓN

Leche Light 1.0%
MANTÉNGASE EN REFRIGERACIÓN

100% LÍQUIDO

CONT. NET. 1L

CASO DE ÉXITO

- **Nombre del cliente:**
Chilchota Alimentos, SA de CV
- **Giro al que pertenece:**
Productos lácteos

- **Necesidad:**
Posicionar diferentes productos de la marca Chilchota
- **Tipo de campaña realizada:**
El objetivo fue llevar a cabo una campaña para impulsar la marca Leche Chilchota y otros productos, utilizando diversos medios
- **Logros:**
Posicionamiento de la marca Leche Chilchota en la Comarca y aumento en la venta del producto

LA AGENCIA

Switch Publicidad inició como una boutique creativa en agosto del 2006, bajo la dirección de Alejandra Salas y Víctor Albores. A través de los años fue desarrollándose hasta convertirse en lo que es ahora: una agencia de publicidad *full service* que ofrece todo tipo de alternativas integrales de mercadotecnia basada en su misma filosofía: brindar una solución creativa y redituable a sus clientes.

Hacemos circo, maroma y teatro...

para ofrecerte los productos más frescos y de la mejor calidad

CHILCHOTA
El Queso de México

CHILCHOTA ALIMENTOS S.A. DE C.V.
Av. Lerdo de Tejada y Periférico S/N
Parque Industrial Lequerme Gómez Palacio, Dgo.

(871) 719 16 81 | 719 16 84

www.chilchota.com

▲ CAMPAÑA CHILCHOTA

¿Sabías que?



Las frutas y verduras nos proporcionan vitaminas y minerales, agua y fibra.

• Prefiere las frutas y verduras de temporada, que son más baratas y de mejor calidad.

“Que tu alimento sea tu medicina y que tu medicina sea tu alimento”.
Hipócrates, médico griego, siglo V A. de C.

A tu **SALUD**



▲ CAMPAÑA DE SALUD PEÑALES

MUR
Lo mejor en carnes frías

Virginia
Jamón de Pavo

Virginia
Jamón de Pavo

Virginia
Jamón de Pavo

(871) 719 00 43 www.mur.com.mx

▲ PUBLICIDAD MUR

“NUESTRO PRINCIPAL OBJETIVO ES OFRECER UNA ASESORÍA INTEGRAL E INNOVADORA”

SERVICIOS

- Imagen corporativa
- Campañas publicitarias
- Asesoría en marketing
- Coordinación de eventos especiales: lanzamiento de nuevos productos, ruedas de prensa y *openings*, entre otros

{ 20 clientes }
 ► Chilchota Alimentos
 ► MUR
 ► Plaza Cuatro Caminos

Víctor Albores y Alejandra Salas
 Av. Morelos 2324 ote., Col. Centro
 27000 Torreón, Coah.
 T. (871) 791-4455 y (871) 713-4114



@. victor.albores@switchpublicidad.com
alejandra.salas@switchpublicidad.com

GRUCOM

GRUPO COMERCIAL MEXICANO

¿Qué nitas?

- ✓ CONSTRUCCIÓN
- ✓ SERVICIO ELÉCTRICO
- ✓ PLOMERÍA
- ✓ LIMPIEZA EN GENERAL
- ✓ FUMIGACIÓN
- ✓ PINTURA
- ✓ JARDINERÍA
- ✓ VENTA DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA
- ✓ IMPERMEABILIZACIÓN
- ✓ ENSAMBLADO
- ✓ GUARDIAS DE SEGURIDAD
- ✓ HERRERÍA
- ✓ MANTENIMIENTO EN APARATOS DE AIRE
- ✓ DIAGNÓSTICO DE ELECTRODOMÉSTICOS

ADemás, con nuestra **MEMBRESÍA** PODRÁS GOZAR DE MUCHOS BENEFICIOS EN LOS SERVICIOS DE:

- ✓ PLOMERÍA
- ✓ SERVICIO ELÉCTRICO
- ✓ ENSAMBLADO
- ✓ DIAGNÓSTICO DE ELECTRODOMÉSTICOS

DURANTE TODO EL AÑO AL MEJOR PRECIO.

¡TE HACEMOS LA VIDA MÁS FÁCIL!

HOME SUPPORT

Tel. 209.09.10

f Home Support **www.homesupport.com.mx** **quenitas@live.com**

CASO DE ÉXITO

- **Nombre del cliente:**
Home Support
- **Giro al que pertenece:**
Servicios de mantenimiento domésticos y empresariales

• **Necesidad:**
Generar publicidad para una empresa nueva y dar a conocer sus servicios

• **Tipo de campaña realizada:**
“¿Qué nitas? Te hacemos la vida más fácil”. Diseño de identidad visual, imagen corporativa y campañas publicitarias

• **Logros:**
De sus inicios como empresa piloto, Home Support hoy se coloca como una empresa estable y reconocida a nivel local, brindando un servicio profesional y soporte técnico en hogar y empresas

LA AGENCIA

GRUCOM inició operaciones en abril del 2007. Se describe de la siguiente manera:

-Somos una empresa única en concepto y servicio, formada por profesionales que se dedican a convertir tu excelente idea, en un **sueño hecho realidad**

-Años de experiencia nos respaldan, brindando un servicio integral a tu negocio, desde imagen corporativa y publicidad hasta la remodelación y construcción de tu local, oficina o empresa

-Somos la única empresa en La Laguna que hace todo el trabajo por ti, preparamos todo para que empieces el negocio de tus sueños

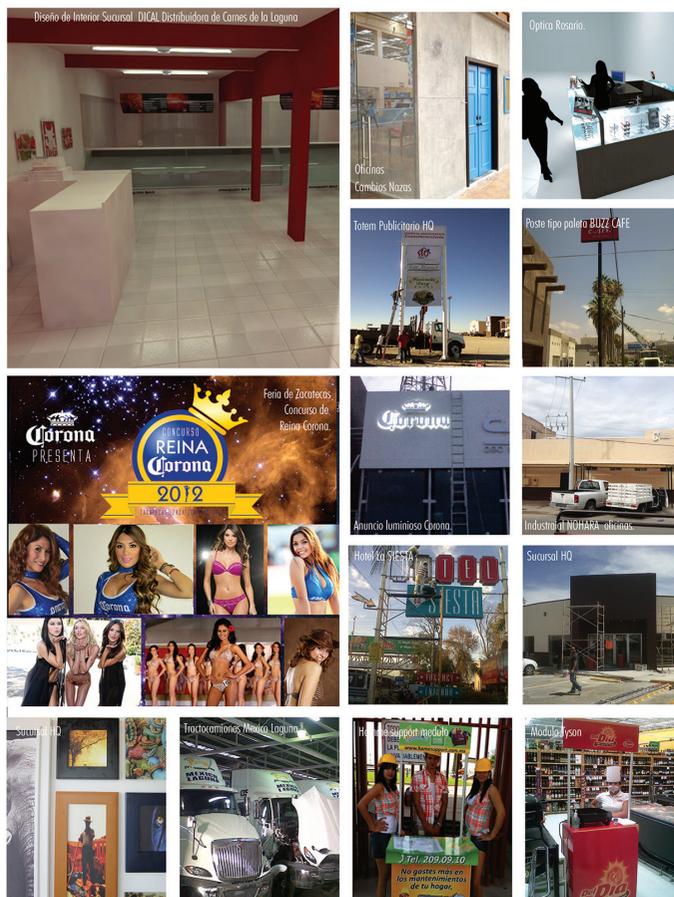
-Grupo Comercial Mexicano acaba de iniciar su actividad en Kuadro, especializado en impresión de cama plana sobre cualquier superficie



▲ LCI ALEJANDRO RAMÍREZ BORJÓN



Diseño gráfico.
Diseño editorial.
Fotografía.



▲ CLIENTES GRUCOM

“AQUÍ HAY UNA FUERZA MOTRIZ QUE ES MÁS PODEROSA QUE EL VAPOR, LA ELECTRICIDAD Y LA ENERGÍA ATÓMICA: ES NUESTRA FUERZA DE VOLUNTAD”

SERVICIOS

- Publicidad, promoción, comercialización y construcción
- Lonas, espectaculares y anuncios luminosos
- Letras de acrílico, estructuras e impresos en vinil
- Rotulación, campañas de publicidad, mercadotecnia y ventas
- Estudios de mercadeo, revistas y catálogos

64 clientes en total

- ▶ Corona
- ▶ GAFI
- ▶ Super HQ



Karla Pérez
Calz. Manuel Ávila Camacho 2095
Col. Estrella, Torreón Coah.
T. (871) 204-1059



@. aramirez@grucom.com.mx
W. www.grucom.com.mx
www.kuadro.com.mx

MANGO

CREATIVOS HASTA LA PULPA



Bienvenidos

Queremos darte la bienvenida a El Sazón, comedores industriales; en donde desde hace 8 años trabajamos con pasión para llevar lo mejor de la gastronomía a tu centro de trabajo. Conforme nos conozcas, te dará cuenta de que somos sinónimo de sabor, calidad, compromiso, servicio personalizado y una extensa variedad en nuestros menús que son avalados y supervisados por nutricionistas; asegurando de esta manera no sólo una comida rica, sino saludable y balanceada. Te invitamos a que des un recorrido por nuestra casa y confirmes por qué somos la mejor opción para gestionar la alimentación masiva de tu personal.



Nuestra Empresa

El Sazón, comedores industriales nace como un proyecto que siempre ha buscado satisfacer las necesidades de nuestros clientes industriales y agrandar al paladar de todos nuestros comensales, contando siempre con los más altos estándares de calidad, servicio y valor agregado.

Iniciamos operaciones en el año 2004 y al día de hoy atendemos a más de 6,000 comensales diariamente

Política de Calidad

No solo servimos buscando la satisfacción de nuestros comensales, sino que balanceamos sus alimentos para que en cada comida se cubran sus necesidades calóricas superando expectativas de sabor a través de la estandarización de recetas y procesos que nos llevan a vivir en una cultura de mejora continua.

Constantemente capacitamos a nuestro personal en normas de salud, seguridad e higiene asegurando de esta manera el trabajo en equipo y el desarrollo integral de cada uno de nuestros colaboradores.



Valores

Trabajo en Equipo
Calidad
Mejora continua
Atención personalizada.
Cultura de servicio

CASO DE ÉXITO

- **Nombre del cliente:**
El Sazón, comedores industriales
- **Giro al que pertenece:**
Alimentos preparados

• **Necesidad:**
Rediseño de toda la imagen corporativa

• **Tipo de campaña realizada:**
A partir del logotipo existente se hizo una renovación, además del brochure, catálogo y sitio web

• **Logros:**
Se estandarizó la imagen de los comedores y se han hecho nuevas contrataciones del servicio

LA AGENCIA

Creada el 28 de diciembre de 2010, Mango se caracteriza por ofrecer soluciones creativas y eficientes a las necesidades de cada uno de sus clientes ya sea en el área de mercadotecnia, diseño, estrategia comercial o social media.

Su atención es tal que los clientes les dan la confianza y libertad de hacer lo que les gusta, siempre enfocado a resultados y soluciones.



▲ JORGE MARTÍNEZ ESPINOZA



TACOSTAO
UN TACO CALIENTE UNA VIDA

Tacostao

A PEGAR EL GRITO con TACOSTAO
¡Viva México!

Promoción: 2 órdenes de tacos de Alambre Patrio + 2 refrescos de 500 ml
POR SOLO \$110 PESOS
¡Pídela también en Molletao!

Pega el grito con nuestras deliciosas especialidades patrias:
¡ALAMBRE PATRIO Y VAMPIRAO!
Independencia · Triana · Las Rosas · Estadio Revolución · Cumbres

Promoción válida hasta el 30 de septiembre

▲ PUBLICIDAD DEL TACOSTAO

“AMAMOS NUESTRO TRABAJO Y ESO HA SIDO LA CLAVE PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS DE NUESTROS CLIENTES”

SERVICIOS

- Soluciones en marketing y comunicación gráfica
- Manejo de redes sociales
- Creación de imagen corporativa
- Street marketing
- Diseño editorial, ATL y BTL
- Desarrollo web
- Marketing de guerrilla
- Organización de eventos

9 clientes en total

- ▶ Tacostado ¡Un taco callejero con estilo!
- ▶ GREM
- ▶ El Sazón



Jorge Martínez Espinoza
Brasilia 2108, Col. Nuevo San Isidro
Torreón, Coah.
T. (871) 747-9179



@. jorge@pontemango.com
W. www.pontemango.com
F. pontemango

ABEJA MARKETING

TRABAJANDO PARA EL
ÉXITO DE TU EMPRESA

**5 RAZONES
PARA COMPRAR EN**

VentAcero

VISÍTANOS:
www.ventacero.com

CASO DE ÉXITO

- **Nombre del cliente:**
Ventacero, SA de CV
- **Giro al que pertenece:**
Industrial y comercialización de acero

• Necesidad:

Renovación en la comunicación comercial con un enfoque de posicionamiento

• Tipo de campaña realizada:

Creación y desarrollo gráfico de las ventajas que ofrece Ventacero como la empresa líder del mercado regional, comunicando los beneficios que poseen dentro de la industria, a través del desarrollo de la imagen corporativa, publicidad POP de sus sucursales, e-mailing, promocionales y redes sociales

• Logros:

Consolidación de imagen en sucursales e incremento de 20% en ventas al menudeo

LA AGENCIA

Fundada en 2010, por el LDCG Emmanuel Iván Adame Berlanga, que cuenta con siete años de experiencia como profesional.

SERVICIOS

- Diseño de logotipos
- Imagen corporativa
- Campañas publicitarias
- Campañas BTL: parabuses, vallas, espectaculares
- Anuncios en prensa, revistas, exteriores
- Diseño editorial: revistas, boletines, catálogos de productos
- Lanzamiento de productos
- Desarrollo de sitios web



▲ LIC. IVÁN ADAME

**“TU PRESUPUESTO ES PARTE DE
NUESTRO PROCESO CREATIVO,
LO IMPORTANTE ES DARTER
RESULTADOS”**



Lic. Iván Adame
C. 871-280-9570
T. (871) 267-3075
@. abeja@abeja.mx
W. www.abeja.mx
F. abeja marketing
T. @abejamarketing



llévanos en tu smartphone



www.abeja.mx

AGENDA TU **CITA**

directo 8712 80 95 70 oficina (871) 267 30 75 abeja@abeja.mx



WHITE ROOM

DESIGN AS A RELIGION



CASOS DE ÉXITO

Es la primera agencia lagunera en ganar un premio a! Diseño

• Buzz Café / Controladora de Café de México, SA de CV (Cafeterías)

Diseño de empaques “Café en Grano Tostado Siempre Fresco”

Mención Plata Categoría Empaque

Compartió menciones y premios con marcas como: Del Valle, Freskas Nestlé, Lalacult Lala, Negra Modelo, etcétera

• Orange / Orange Night Club (Bar Gay)

Diseño de local

Mención Plata Categoría Interiorismo

Compartió menciones y premios con prestigiosos despachos de arquitectura a nivel nacional

• Dr. Alfonso Calvillo (Cirujano Coloproctólogo)

Diseño de logo e identidad

Premio a! Diseño en Categoría de Identidad

Compartió menciones y premios con marcas como: Coca-Cola, José Cuervo, etcétera

LA AGENCIA

Inició operaciones el 1 de noviembre de 2008.

SERVICIOS

- Diseño gráfico: identidad, empaque, editorial, etcétera
- Diseño industrial: mobiliario de exhibición y decorativo y diseño de interiores: locales comerciales, tiendas y oficinas
- Diseño digital: web, aplicaciones móviles, desarrollo de marcas y campañas

9 clientes en total

- Sanatorio San José
- Rocket Magazine
- Cremas Terssura
- Buzz Café



▲ AMÉRICA PERALES

“LA PASIÓN ES NUESTRA
CREENCIA, LA ESTÉTICA
NUESTRO MANDAMIENTO,
Y LA PERFECCIÓN NUESTRA
ASPIRACIÓN”



América Perales
Blvd. Independencia 1962 ote., Col. Navarro
Torreón, Coah.
T. (871) 713-4226
@. americaperales@whiteroom.com.mx
W. www.whiteroom.com.mx
F. WhiteRoomFriends
T. @WhiteRoomWR



GUERRERO NO CUALQUIERA



YouTube CLUBSANTOSLAG

f /CLUBSANTOSLAGUNAOFICIAL

@CLUBSANTOSLAGUN

WWW.CLUBSANTOSLAGUNA.COM.MX





TELEVISA LAGUNA

EL MEDIO

Iniciando sus operaciones desde el año 2000, Televisa Laguna cuenta con un estudio totalmente equipado, cabina de máster y edición, y equipo de bloqueos comerciales, además de una unidad móvil para transmisiones en vivo desde cualquier parte de la ciudad. Actualmente se está trabajando en la migración al sistema HD (Hight Definition) con el fin de ofrecer una mejor calidad de imagen a nuestros televidentes, además del nuevo set de noticieros que se encuentra en remodelación.

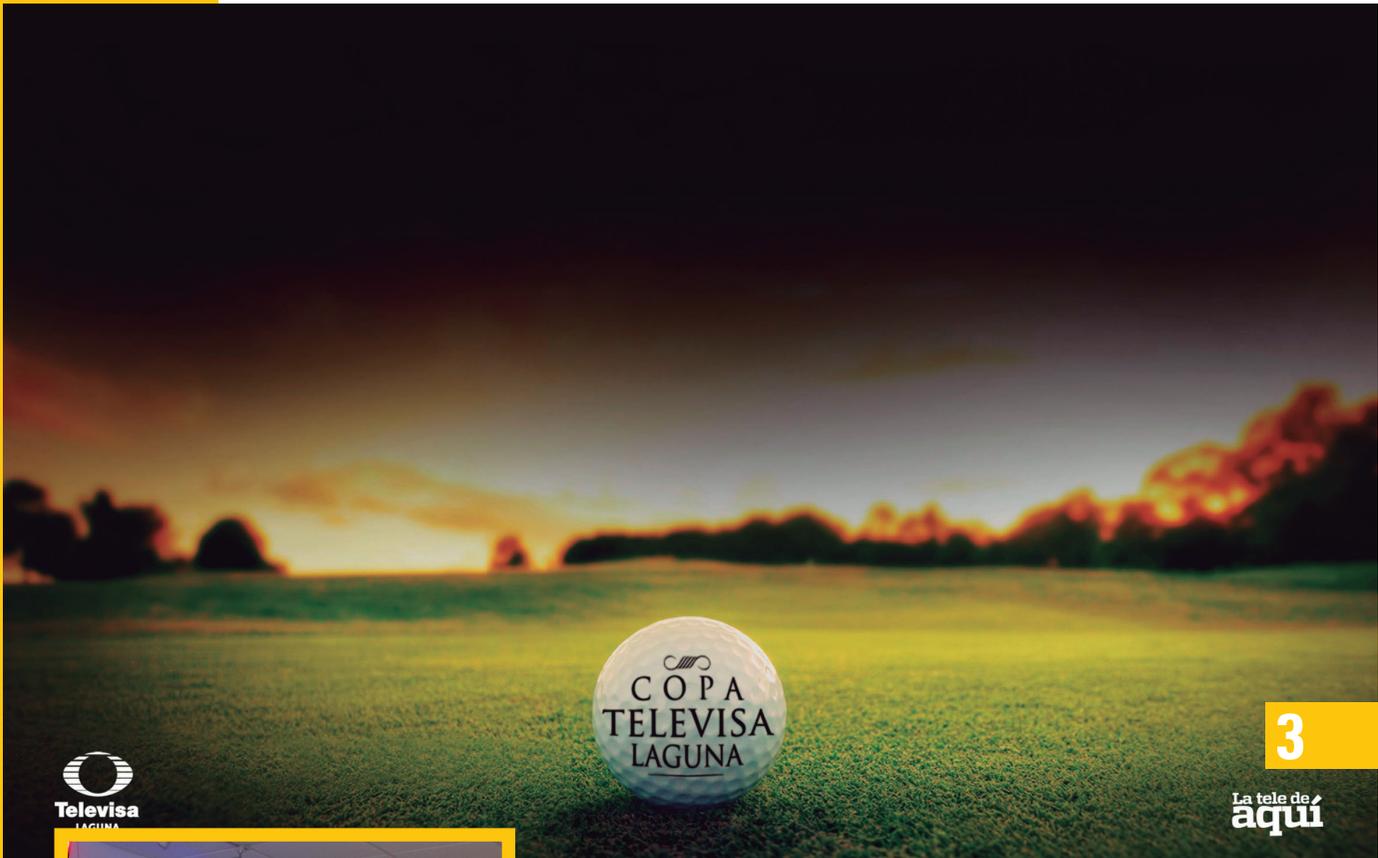
VENTAJAS

- Soluciones a la medida para el cliente
- Capacidad de construir o impulsar el branding de las marcas mediante menciones, patrocinios, entrevistas, cintillos, presencia de marca y cortinillas por segmentos de audiencia o targets
- Superioridad de teleaudiencia en nuestros canales nacionales contando con 62% del share de televidentes en la Comarca Lagunera
- Alianza con Sky
- Pronta migración al sistema HD



EQUIPO TÉCNICO

- Estudio
- Cabina de master y edición
- Equipo de bloqueos comerciales
- Unidad móvil



**LIC. RICARDO VENTURA MARTÍNEZ
DIRECTOR GENERAL**

Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Ricardo Ventura Martínez comienza su trayectoria laboral como reportero en Televisa Tampico, llegando a ser hoy en día Director General de Televisa Laguna, después de más de 20 años de ardua labor para esta prestigiosa empresa de comunicaciones.

1 TALENTO
Profesionales especializados

2 PROGRAMAS
Alegria y buen humor para el público que nos sintoniza

3 EVENTOS ESPECIALES
Excelencia en logística y organización

4 CABINA DE MASTER
Instalaciones de primera



CONTACTO

Lic. Roberto Ortiz Moreno
Gerente Comercial
Blvd. Independencia 3445 ote.
Col. El Fresno, Torreón, Coah.
T. (871) 793-1133, 34 y 35

@ rjortizmo@televisa.com.mx

www.televisaregional.com/torreon





ADICTIVO



JORGE TORRES
BENJAMÍN MIJARES
GIO DE LOS SANTOS
SOLI

FM AM
94.7 570
101.1 600
104.3 1380

/LOSADICTIVOS

1

ADICTIVO

EL MEDIO

Adictivo, una producción radiofónica que pertenece al grupo Brecha Comunicación, inició sus operaciones el 8 de febrero del 2005, es un programa de radio independiente, cuentan con más de 15 colaboradores y se transmite vía streaming HD para seis frecuencias de radio, además de vía internet por Tunein y Ustream, asimismo tienen alianza con Grupo Radio 3 para la Comarca Lagunera por lo que su presencia con la gente de la comarca se ha ido fortaleciendo a través de los años, logrando llegar a nuevos segmentos de mercado.

VENTAJAS

- Alto grado de penetración del medio
- Crecimiento en el segmento de mercado que abarca desde los 17 años, A,B,C con diferentes gustos musicales
- Audiencia estimada de 150 mil personas diarias
- Incremento de ventas, recordación o posicionamiento
- Servicios creativos que garantizan el posicionamiento de su producto o marca, tanto en radio como en medios electrónicos



2

ESTACIONES

- 101.1 FM -600 AM
- 94.7 FM -570 AM
- 104.3 FM -1380 AM

CLIENTES IMPORTANTES

- Agencias de marketing locales y nacionales
- Grupo Modelo
- Maratón Lala
- Peñoles
- Camerata de Coahuila
- Liverpool



**JORGE ARTURO TORRES VARGAS
DIRECTOR GENERAL**

Licenciado en Ciencias de la Comunicación y con estudios en Psicología, lleva 23 años trabajando en la radio, logrando entrevistar a múltiples personajes tanto políticos como de la farándula mexicana

1 | LOS ADICTIVOS
Integrantes del programa

2 | ENTREVISTA
Josefina Vázquez Mota

3 | ENTREVISTA
Con Alcalde de Saltillo

4 | TRANSMISIÓN EN VIVO
Con expositores de Laguna Fest



CONTACTO

Cerrada Juan Boscan 220, esquina con Miguel de Cervantes Saavedra
Fracc. Residencial El Fresno, 27018 Torreón, Coah.
T. (871) 182-0574

@dlv.arturo@gmail.com

@LosAdictivos

f LosAdictivos

**CONSTRUYENDO
LA COMUNIDAD
INTERACTIVA MÁS
GRANDE DE MÉXICO**



1

REDZPOT IMPULSO EN IMAGEN

EL MEDIO

Redspot Impulso en Imagen, SA de CV es una empresa lagunera que inició operaciones el 11 de abril del 2005 como resultado de la necesidad de ofrecer a las empresas de nuestra región publicidad digital de alto impacto y con un respaldo tecnológico de vanguardia.

VENTAJAS

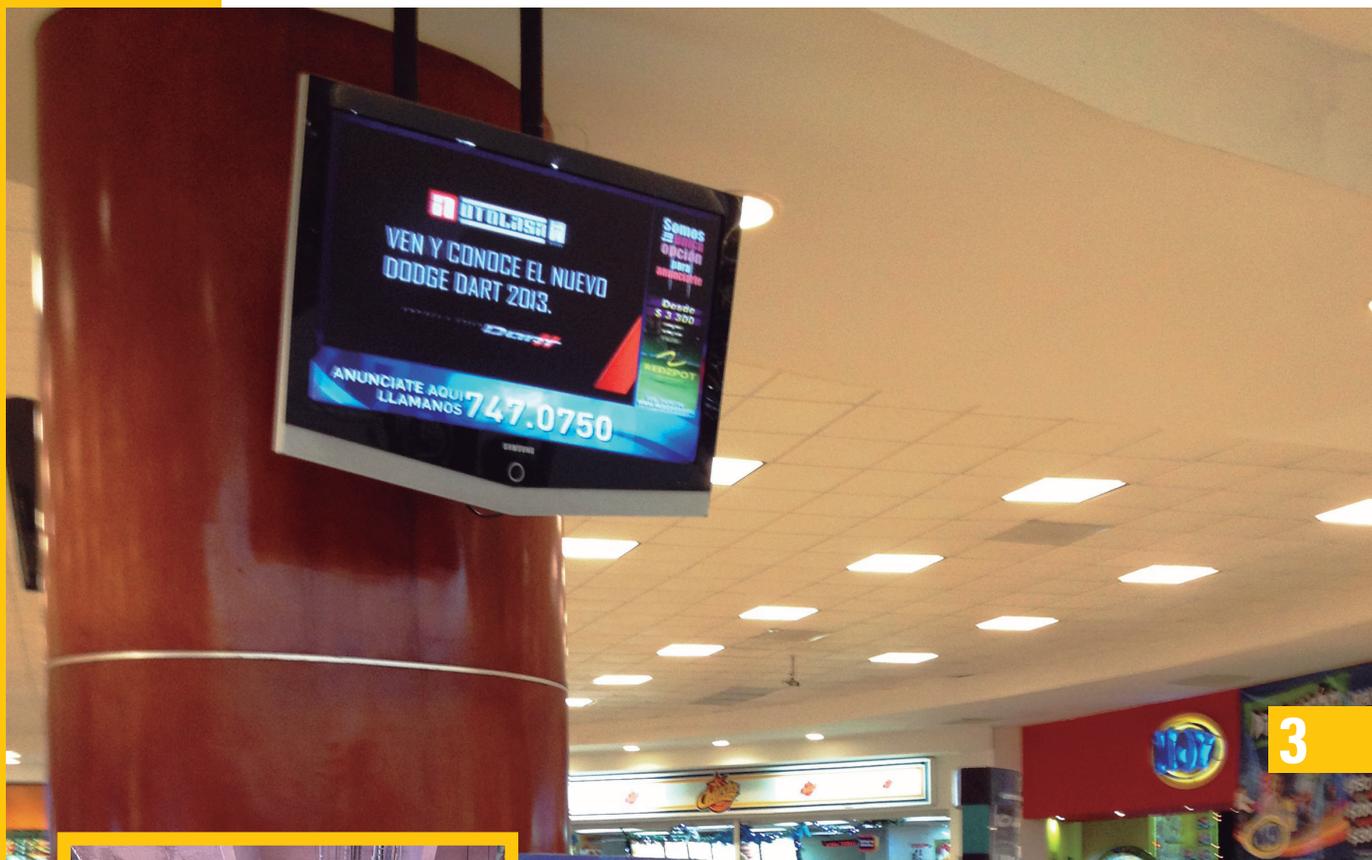
- Comercialización de espacios publicitarios digitales (spots) en puntos estratégicos al interior de establecimientos, dentro del Territorio Santos Laguna, en exteriores con espectaculares y vallas
- Único medio de publicidad electrónico en interiores
- Único medio publicitario encargado de comercializar espacios en el TSM
- Asesoría e incorporación de imagen corporativa a las empresas
- Más de 200 pantallas publicitarias instaladas en 45 zonas de impacto estratégicamente seleccionadas de acuerdo a los mercados más importantes de la región



2

IMPACTO

- Red de pantallas en interiores:
50 mil spots mensuales
- Red interna de pantallas en TSM:
Tres mil spots por partido
- Spots en megapantallas:
100 por partido



3



4



**GRACIELA BARRAZA
GERENTE COMERCIAL**

Licenciada en Administración de Empresas, con más de 20 años de experiencia profesional en las áreas directiva, administrativa, financiera, comercial y en marketing. Obtuvo reconocimientos como mejor consultor de marca de la zona norte en el ramo automotriz.

1 PANTALLA PRINCIPAL

Territorio Santos Modelo

2 EVOLUTION

Pantalla interior en el gimnasio

3 PLAZA CUATRO CAMINOS

Área de restaurantes

4 PANTALLA INTERNA

Territorio Santos Modelo

CONTACTO



Bvd. Independencia 2448 ote.
Torreón, Coah.
T. Oficina Directo (871) 747-0751
T. Conmutador (871) 747-0750

@ventas@redzpot.com

www.redzpot.com

DOING BUSINESS

EVENTOS CORPORATIVOS EN MÉXICO

Más allá de la creación de un momento agradable, la organización de eventos se ha convertido en una herramienta sumamente útil en el mundo de los negocios. Una reunión permite realizar un acercamiento con los

clientes, competidores y socios, apoyando las labores de mercadotecnia y comunicación de la empresa de una manera sutil y más efectiva. Estas reuniones abarcan desde una rueda de prensa, una convención de ventas y un seminario de capacitación, hasta una feria del gremio.♥

OBJETIVOS DE LOS EVENTOS EMPRESARIALES:

- ▲ Presentar nuevos productos y servicios
- ▲ Branding de marca
- ▲ Motivación del personal
- ▲ Incentivar la fuerza de ventas
- ▲ Aumentar el sentido de pertenencia de los colaboradores y socios
- ▲ Reforzar la relación con los clientes actuales y potenciales

EN NÚMEROS:

LAS OFICINAS DE CONVENCIONES Y VISITANTES (OCV'S) EN NUESTRO PAÍS HAN REPORTADO UN **CRECIMIENTO DEL 108%** EN LOS ÚLTIMOS SEIS AÑOS

ESTE SEGMENTO APORTA EN MÉXICO MÁS DE **18 MIL 120 MILLONES DE DÓLARES** AL AÑO Y REPRESENTA EL 18% DE LA DEMANDA TOTAL POR VIAJES Y TURISMO EN EL PAÍS

EL TURISMO DE NEGOCIOS REPRESENTA **EL 1.43 % DEL PIB NACIONAL**

ESTAS ACTIVIDADES GENERAN **441 MIL EMPLEOS DIRECTOS Y 442 MIL EMPLEOS INDIRECTOS**

SEGÚN EL ÚLTIMO REPORTE DE LA INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION (ICCA) **MÉXICO OCUPA EL LUGAR NÚMERO 20 EN ORGANIZACIÓN DE EVENTOS**

FUENTES:

▶ www.iccaworld.com ▶ www.puebla.milenio.com ▶ www.sipse.com ▶ www.promocionempresarial.com.mx ▶ www.cisco-pymes.com



87 11 49 28 53

barbara_denigris@hotmail.com





> Cena de gala, Parque España

GOURMET BANQUETES

Calidad en servicios
gastronómicos

Gourmet es una empresa de servicios gastronómicos, con más de 20 años ofreciendo sus servicios. Bajo el concepto de ofrecer un servicio integral, Gourmet proporciona todos los recursos humanos y materiales necesarios, lo que ofrece un valor agregado a todos sus clientes, buscando así cumplir su misión de superar las expectativas de quienes los contratan.

PROMOCIÓN
15% DE DESCUENTO
PARA TODOS LOS
SERVICIOS EN
AGOSTO Y
SEPTIEMBRE

-Inicio de operaciones:

1991

-Cantidad anual de eventos en que ofrece sus servicios:

100

-Principales servicios:

Catering a empresas o particulares, coordinación de eventos, comidas industriales, banquetes, canapés y servicios de cafetería



> Centro de mesa



➤ Entrada de camarones

CLIENTES MÁS RELEVANTES

- ITESM Campus Laguna
- Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE) Torreón
- Centro Cultural Arocena Laguna, AC
- Lala Administración y Control, SA de CV
- Cía. Comercial Cimaco, SA de CV

CASO DE ÉXITO

- Tipo de evento: Presentación de libro en el Teatro Isauro Martínez
- Número de asistentes: 100
- Fecha de realización: 9 marzo 2013
- Breve descripción: Se llevaron meses de preparación, desde que se invitó a Gourmet a participar en los servicios de coordinación y gastronomía para una comida familiar de 100 personas, y posteriormente, al brindis de canapés para 250 personas, después de la presentación del libro

SERVICIOS

- COORDINACIÓN DE EVENTOS
- SERVICIO DE MESEROS
- ARREGLOS FLORALES
- MOBILIARIO Y EQUIPO
- CARPAS
- SERVICIOS DE CATERING A EMPRESAS LOCALES Y FORÁNEAS
- DESAYUNOS, BRUNCH, COFFEE BREAK, COMIDAS, CENAS, CÓCTELES, TANTO EMPRESARIALES COMO PARTICULARES



➤ Platillo filete montado



> Sillones lounge

R&B LOUNGE

La mejor calidad y el mejor servicio al mejor precio

-Inicio de operaciones:

15 de octubre del 2009

-Cantidad anual de eventos en que ofrece sus servicios:

Entre 90 y 110

-Principales servicios:

- Los más ricos y deliciosos shots y martinis
- Pista iluminada
- Sonido e iluminación
- Salas lounge inalámbricas y perifericas
- Producción de eventos en general

PROMOCIÓN
AL CONTRATAR EL
PAQUETE 'TODO INCLUI-
DO' TE REGALAMOS EL
AFTER



> Decoración del evento de año nuevo

CASO DE ÉXITO

-Nombre del cliente: Montebello Golf&Resorts y Over Events

-Tipo de evento: The Party 2013 Año Nuevo

-Número de asistentes: 2,300

-Fecha de realización: 31 diciembre 2012

-Breve descripción: Fiesta de año nuevo en Montebello nombrada The Party, ya que no era cualquier fiesta, sino la fiesta del año

-Logros: "Una excelente producción y ejecución del evento, sin duda una empresa de calidad", Gabriel Rosel, Director General de Montebello



> Fiesta de año nuevo en Montebello



Dirección. Blvd independencia 2097 ote., Colonia San Isidro **T.** (871) 295-5028 y 300-6517 **C.** 871-189-5823
rbmobiliariolounge@gmail.com www.rblounge.com **F.** redblackmobiliario **T.** @jorgedubois



AUDIO TOTAL

LÍDERES EN LA SONORIZACIÓN
Y AMBIENTACIÓN DE EVENTOS
OFRECIENDO SOLUCIONES
ESPECÍFICAS PARA LOS CLIENTES
QUE BUSCÁN UN SERVICIO
PROFESIONAL Y DE CALIDAD.

-EQUIPO DE AUDIO PARA
CONFERENCIAS, CONCIERTOS,
ESTADIOS

-ILUMINACIÓN CON PAR 64,
ROBÓTICAS, CABEZAS MÓVILES

-MICRÓFONOS INALÁMBRICOS

-PROYECTORES, PANTALLAS
GIGANTES

-PANTALLAS DE PLASMA

-ASESORÍA TÉCNICA

-DISEÑO DE SISTEMAS

-INSTALACIONES FIJAS

-DJ'S

-GRABACIONES Y EDICIONES DE
AUDIO

COMONFORT 891 CASI ESQ. CON 6 DE OCTUBRE
COL. CENTRO

INFORMES AL:

TEL. **225.94.23**

14 años en el mercado siendo líderes en innovación y servicio



> Salón Luxemburgo

MARRIOTT

El momento más importante de tu vida, solo en Marriott Torreón

-Inicio de operaciones:
2006

-Cantidad anual de eventos en que ofrece sus servicios:
Alrededor de 350

-Principales servicios:
Eventos empresariales y sociales, alimentos y bebidas, hospedaje

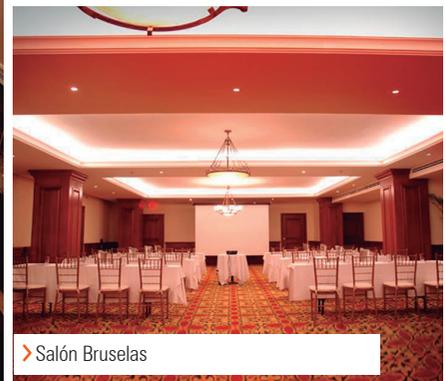
PROMOCIÓN
DESCORCHES EN CORTESÍA, HABITACIÓN EN CORTESÍA,
BARRAS DE BEBIDAS FRAPÉ, FLORISTERÍA,
DESAYUNOS



> Área de buffet

CASO DE ÉXITO

Todos los eventos que se han realizado dentro de las instalaciones del Marriott, como expos de médicos y generales, desayunos empresariales, conferencias y comidas, entre otros, han resultado exitosos. Ofrecen áreas con capacidad hasta para mil personas.



> Salón Bruselas



Dirección. Blvd. Independencia 100 pte, Torreón, Coah T. 01-800-800-1700 y (871) 895-0000
banquetes2@marriott-torreon.com.mx y graciela.castro@marriott-torreon.com.mx
www.marriott.com/trcmc F. MARRIOTT TORREON T. @MARRIOTTORREON

Bernie, master en la música... Te rifaste en el evento del sábado: nuestra boda. Gracias por quitarnos una preocupación y convertirla en un empuje para nuestra fiesta... Recomendadísimo D.C.

Berni quede encantadísima con tu trabajo!! ahora que ya paso mi boda estoy convencida que tome la mejor decisión en recurrir a tus servicios!! mil gracias por ambiente música y TODO!! sin dudar LO MEJOR!!! te super recomiendo!! saludOs! y una vez mas graCiiias! N.O.

Hola Bernie, oye ya ni oportunidad hubo de agradecerte, pero creo que más vale tarde que nunca. Nos encanto tu música, hiciste que la fiesta fuera un éxito de inicio a fin, fue un acierto total la inversión que hicimos contigo. Nos gusto mucho tu profesionalismo, tu buen gusto, y que no hubo un momento en que la pista se quedara sola. No escucho más que buenos comentarios de la boda, en verdad que solo me queda darte las gracias por el estupendo trabajo que hiciste. En verdad que mis respetos para lo que haces.

Aunque sea poco, creo que no hay mejor promoción que la que va de boca en boca, y por mi parte ten la seguridad que la tienes. Bueno, pues sin más por el momento, me despido y nuevamente te agradecemos. Que estés bien!
Saludos! J.A.

Bernie, Muchas gracias por el empeño que pusiste en nuestra boda, tu dedicación, tiempo y sobre todo tu atención. Excelente trabajo y el ambiente en la boda super bueno, eres un profesional! Te agradecemos muchísimo por todo. Y.L.

Bernieeee!!! mil gracias por hacer de nuestra boda todo un éxito, todos los invitados quedaron encantados (cómo te podrás haber dado cuenta jaja)

y nosotros que te podemos decir, super mega felices!!! saludos y de nuevo gracias!!! L.A.R.

Bernie!!! Muchísimas gracias por el sábado, no dejamos de recibir buenos comentarios por la música :D, excelente!!! y de verdad muchísimas gracias por todo, nos queda un maravilloso recuerdo de la boda y mucho gracias a ti!! C.CH.

Bernie, gracias por lo que hiciste en nuestra boda, lograste que fuera mejor de lo que soñabamos, te agradezco toda tu dedicación, profesionalismo y genialidad en lo que haces, por eso eres el mejor, mil gracias en verdad por ser parte de ese momento en nuestras vidas y transformarlo en un sueño hecho realidad. G.S.

Mi Bernie muchas gracias por haber tocado en la boda, la neta estuvo perfecto el evento, super recomendado con todos, hiciste de la boda una gran fiesta, gracias M.M.

Bernie estuvo super padre la boda enserio te sacaste un 10 así cerrado! (: A.B.

Un gran dj es la diferencia entre un buen evento y un evento excelente, un gran dj no solo mezcla musica, mezcla sentimientos, emociones, recuerdos, ideas...no me empacha decir que bernie gonzalez no es solo un gran dj, es el mejor. D.P.

Bernie muchisisisimas gracias por el excelente ambiente.... Eres la neta del planeta y el mejor DJ!!! Hiciste nuestra boda y rompehielo PERFECTO!!! Nadie mezcla como tú y definitivamente la mejor elección para nosotros!!! si necesitas carta de recomendación nosotros te la damos felices jajajaja :D A.U.

Bernie, Muchísimas gracias por prender nuestra boda como lo hiciste, definitivamente el mejor Dj de la Laguna! esperamos poder seguir escuchándote en próximos eventos. M.B.

Berny, te damos las gracias toda mi familia por haber hecho de estos XV años una ¡GRAN FIESTA!. He recibido miles de llamadas de los papás de los amigos compartiéndonos lo feliz que se lo pasaron sus hijos y que hace mucho no gozaban unos XV años así no dejan de hablar de ellos en sus colegios, y que de decir de todos los adultos que estaban aquí, no dejan de platicar de ello... Muchas Gracias otra vez y que sigan teniendo esa CALIDAD y SERIEDAD en su trabajo, y que sigan recibiendo los frutos que ello les da. M.E.B.

Lo único que te puedo decir es GRACIAS por como tocaste en nuestra boda, tooodo el tiempo la gente bailando y cero aburrida, te agradecemos por hacer de nuestra fiesta un éxito mi estimado Bernie todo dicho por nuestros invitados. O.T.

Todo lo que pactamos estuvo contemplado en nuestra boda no le agregaría ni quitaría nada.. Éxito seguro contigo Bernie un abrazo O.Z.

Gracias Bernie por la mejor fiesta este sábado. priceless :D quede más que encantada. Nos vemos en 2 años para la maestría o 4 años de otra carrera :P grs S.B.



*TESTIMONIOS REALES DE CLIENTES

“ NOSOTROS NO HABLAMOS DE LA CALIDAD DE NUESTRO SERVICIO, LOS CLIENTES LO HACEN ”

CONTACTO

Cel: (871) 176-7369 y
(871) 260-2345

Web: www.djberniegonzalez.com

Facebook: [djberniegonzalez](https://www.facebook.com/djberniegonzalez)

E-mail: djbernnny@hotmail.com



> Evento de gala en Salón Principal

MONTE- BELLO GOLF & RESORT

Placer y negocios en un solo lugar

-Inicio de operaciones:

2002

-Cantidad anual de eventos en que ofrece sus servicios:

Más de cinco mil eventos anuales, entre sociales, deportivos y empresariales

-Principales servicios:

Convenciones, sesiones de trabajo, cursos de capacitación, comidas, torneos de golf y toda clase de eventos sociales

PROMOCIÓN
10% DE DESCUENTO EN
EL EVENTO PRESENTAN-
DO ESTE ANUNCIO. PRO-
MOCIÓN VÁLIDA EN LA
CONTRATACIÓN DURANTE
ESTE MES



> Torneo de golf infantil-juvenil

CASO DE ÉXITO

-Nombre del cliente: Gira Infantil-Juvenil Lagunera

-Tipo de evento: Torneo de golf

-Número de asistentes: 120 niños

-Fecha de realización: 24 de febrero

-Breve descripción: Montebello Golf & Resort fue sede de la clausura de la Gira Infantil-Juvenil Lagunera, teniendo la participación de todas las categorías infantiles y juveniles de la Comarca Lagunera. Cabe destacar que esta gira fue creada, en conjunto con los clubes de la región, para desarrollar en los golfistas un alto nivel de competitividad en un marco de formación de valores y al mismo tiempo, generándoles oportunidades para su crecimiento integral como personas



> Evento en exterior



> Fachada Casino Condesa Real

CASINO CONDESA REAL

El lugar ideal, para su mejor evento social

-Inicio de operaciones:

Diciembre de 2009

-Cantidad anual de eventos en que ofrece sus servicios:

140 aproximadamente

-Principales servicios:

Catering a domicilio, alianzas con los mejores proveedores de la región, innovación continua en instalaciones, eventos personalizados en atención, servicio y costo, amplias instalaciones con capacidad para más de mil personas

INSTALACIONES CON EL
MÁS MODERNO SISTEMA
DE ILUMINACIÓN ARQUITECTÓNICA INTERIOR



> Centro de mesa

CASO DE ÉXITO

Afortunadamente, todos los eventos que se han realizado en este recinto han sido exitosos, ya que han logrado obtener la satisfacción total de sus clientes gracias a su servicio, elegantes instalaciones y calidad de alimentos que ofrece, todo esto aunado a los atractivos paquetes y precios accesibles que manejan.



> Instalaciones para todo tipo de eventos



Dirección. Carretera Torreón-San Pedro km 4.5 (frente a la Universidad Iberoamericana) T. (871) 204-4725 y (871) 204-4798
informes@casinocondesareal.com www.casinocondesareal.com F. Condesa Real



> Decoración temática New York

MANOLA EVENTOS

Decoración y organización
de eventos

-Inicio de operaciones:

2002

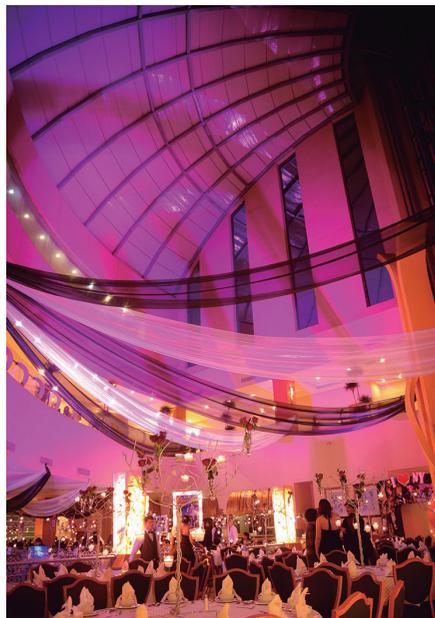
**-Cantidad anual de eventos en
que ofrece sus servicios:**

450

-Principales servicios:

Decoración, fiestas temáticas, renta
de mobiliario, barras de bebidas,
agencia de modelos y coordinación
de cualquier tipo de evento

PREGUNTA POR
NUESTRAS PROMOCIONES
DEPENDIENDO DEL TIPO
DE EVENTO



> Decoración evento de gala

CASO DE ÉXITO

-Nombre del cliente: Coppel, SA de CV

-Tipo de evento: Convención anual

-Número de asistentes: 450

-Fecha de realización: Enero 2013

-Breve descripción: Como cada año, Coppel
reunió a todos sus colaboradores a nivel re-
gión norte en un magno evento con el obje-
tivo de convivir y planear sus estrategias del
2013

-Logros: "Ya son dos años trabajando con
Manola Eventos y siempre se cumple el ob-
jetivo de nuestra convención, gracias a la
excelente calidad de sus servicios", Cristina
Hernández Padilla, Coppel



> Decoración Red Carpet



Dirección. Leona Vicario 422 sur, Col. Centro, Torreón, Coah. T. ((871) 192-1271 y 234-1172
manolaeventos@hotmail.com F. MANOLA EVENTOS



› Hotel Crowne Plaza, sede de las concentraciones del Equipo Santos Laguna

HOTEL CROWNE PLAZA TORREÓN

Viajando para el éxito

-Inicio de operaciones:

24 de febrero del 2004

-Cantidad anual de eventos en que ofrece sus servicios:

Mil 250

-Principales servicios:

Hospedaje, restaurante, lobby bar, alberca techada, spa, salones para congresos, convenciones, expos, juntas de trabajo, graduaciones y todo tipo de eventos sociales

PROMOCIÓN
20% DE DESCUENTO
TODO EL MES DE ABRIL
EN REUNIONES DE
TRABAJO



› Montaje para comidas y desayunos

CASO DE ÉXITO

-Nombre del cliente: Club de Fútbol Santos Laguna

-Tipo de evento: Concentraciones Santos Laguna

-Número de asistentes: 35

-Fecha de realización: Durante toda la temporada

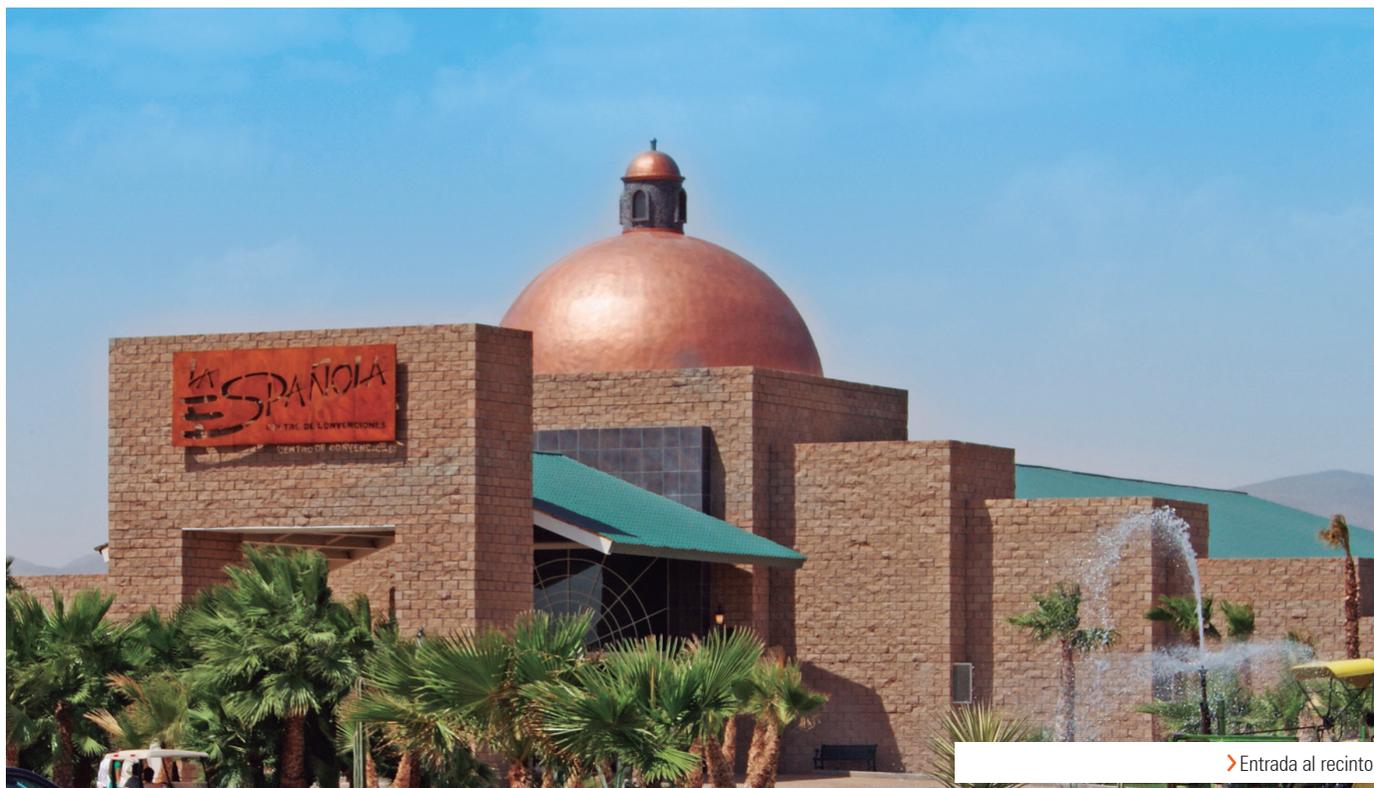
-Breve descripción: Ser sede del equipo Santos Laguna previo a los partidos es un gran compromiso, se les brinda descanso y seguridad, además de cumplir con sus altas expectativas en calidad y sabor de los alimentos. Es reconfortante verlos llegar como quien llega casa



› Bufet de desayunos



Dirección. Blvd Torreón-Matamoros 4050, Col. Ex Hacienda Antigua Los Ángeles, 27260 Torreón, Coah.
T. (871) 729-9600 claudia.partida@hotelesmilenum.com www.hotelesmilenum.com
F. crownplazatorreon T. @crownplazatorreon



➤ Entrada al recinto

LA ESPAÑOLA CENTRO DE CONVEN- CIONES

Un nuevo concepto para tu
evento social o empresarial

-Inicio de operaciones:

2012

**-Cantidad anual de eventos en
que ofrece sus servicios:**

100

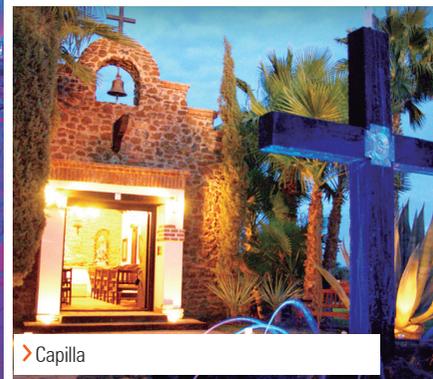
PROMOCIÓN
20% DE DESCUENTO
CONTRATANDO EN EL
MES DE ABRIL



➤ Decoración nocturna

CASO DE ÉXITO

- Nombre del cliente: INEDEC
- Tipo de evento: Olimpiadas 2013, Banquete almuerzo, comida y cena para competidores
- Número de asistentes: 2,400
- Fecha de realización: 15 de febrero 2013
- Breve descripción: Nos sentimos satisfechos de haber cumplido con la sana alimentación de los atletas competidores, teniendo excelentes comentarios de los organizadores
- Logros: "Excelentes, amplias y seguras instalaciones, servicio inigualable, exquisito y muy elaborado menú"



➤ Capilla



Dirección. Blvd. Águila Nacional 1801 ote., Col. Centro **Instalaciones del complejo:** carretera libre a Saltillo km 3.5
T. (871) 713-2906 **F.** La Espanola Eventos **T.** @La_Espanola **Y.** La Espanola Centro de Convenciones

LA ESPAÑOLA

CENTRO DE CONVENCIONES®



Un Nuevo Concepto para tu Evento Social o Empresarial

SALÓN

CAPILLA

LOBBY

LAGOS

ISLAS



!Todo En Un Mismo Lugar!

Ven y Conócenos!

Tu Evento Será... ¡Inolvidable!

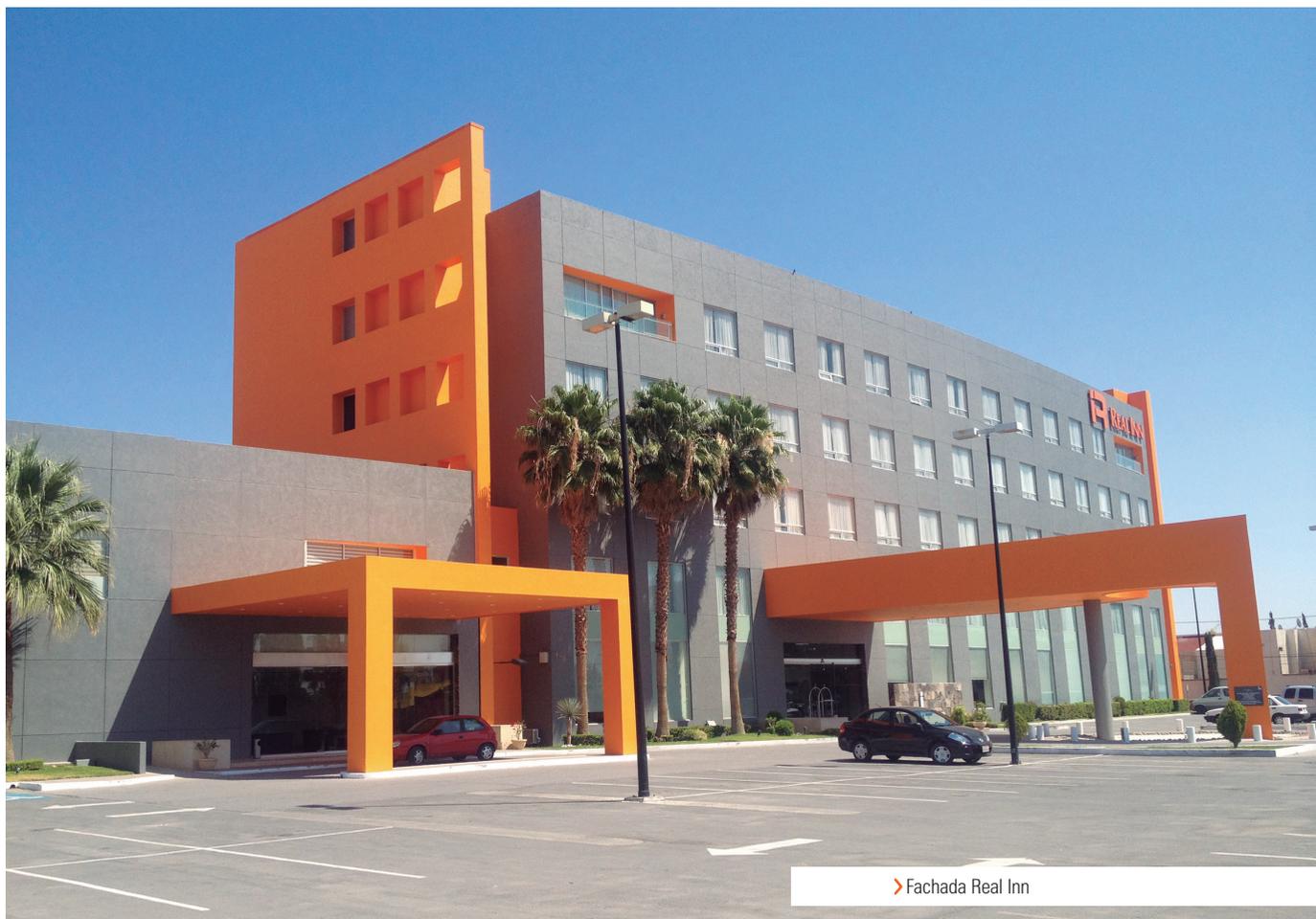
☎ Contáctanos: 01(871) 713-29-06
 Agenda una Visita



• Bodas • XV Años • Bautizos • Graduaciones • Convenciones • Conferencias • Exposiciones • Posadas • etc.

Copyright © 2012, La Española, Centro de Convenciones. Todos los Derechos Reservados.





> Fachada Real Inn

HOTEL REAL INN TORREÓN

Así es mi mundo de los negocios

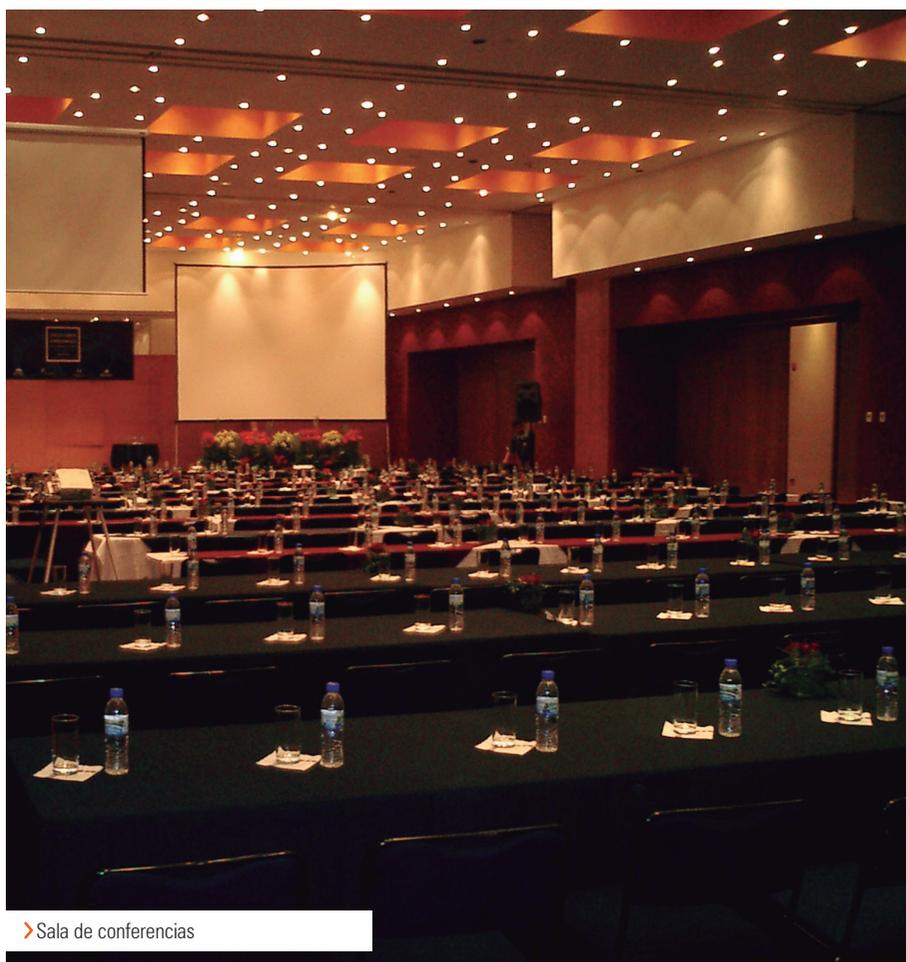
Abriendo sus puertas el 1 de abril de 2012 bajo el nombre del Real Inn, este hotel se ha convertido en uno de los favoritos del público por su buen servicio, amplias y elegantes instalaciones, excelente ubicación y atractivos paquetes para grupos.

PROMOCIÓN
PRECIOS
ESPECIALES PARA
GRUPOS

-Inicio de operaciones:
Abril de 2012
-Principales servicios:
Hospedaje y eventos



> Excelentes instalaciones



> Sala de conferencias

CLIENTES MÁS RELEVANTES

- Coppel
- Grupo Lala
- Grupo Peñoles
- CFE
- Conagua

CASO DE ÉXITO

- Nombre del cliente: Peñoles Fresnillo
- Tipo de evento: Capacitación
- Número de asistentes: 62
- Fecha de realización: 19 y 20 de febrero del 2013
- Breve descripción: Sesiones de trabajo durante la mañana y parte de la tarde, y comida a medio día para todos los asistentes
- Logros: Fue todo un éxito, los asistentes terminaron su capacitación muy satisfechos por el servicio que se les brindó



> Salón de convenciones

SERVICIOS

- HABITACIONES DE LUJO
- RESTAURANTE AZULEJOS SERVICIO DE 6:00 A 23:00 HORAS
- ROOM SERVICE 24 HORAS
- ALBERCA
- GIMNASIO
- SALONES CON CAPACIDAD MÁXIMA DE 600 PERSONAS

REAL INN



Dirección. Blvd. Independencia 3595 ote., Col. El Fresno, Torreón, Coah. T. (871) 759-1607
 alejandra.banuelos@hotelesrealinn.com www.hotelesrealinn.com/torreon
 F. Corporativo Grupo Real Turismo T. @hotelesrealinn



sillas tiffany/teka/apilables . mesas . toldos . vajilla . cristalería . cubertería . juegos infantiles . aires . tablc
 vajilla . cristalería . cubertería . juegos infantiles . aires . tablc
 gos infantiles . aires . tablc . mantelería . sillas tiffany/teka/apilables .
 sillas tiffany/teka/apilables . mesas . toldos . vajilla . cristalería .
 sillas tiffany/teka/apilables . mesas . toldos . vajilla . cristalería . cubertería . juegos infantiles . aires . tablc



simplemente, tu mejor opción

793.01.51 / 204.06.49



EVENTO LAGUNA

eventolaguna@hotmail.com

@alexfdzlpz



PARA TU COMODIDAD

ACEPTAMOS TARJETA DE CREDITO

LÍDERES

DEL FUTURO

LOS NIÑOS DE HOY

Sin acudir a la frase de que los “niños de hoy serán los hombres del mañana” solo como una gastada fórmula y dimensionando lo que ello significa, es completamente cierto que los infantes que se encuentran en formación tanto en la familia como en la escuela, serán quienes lleven las riendas de las familias, comunidades y empresas que surgirán en el futuro, y por supuesto, la calidad que éstos elementos de la sociedad tengan será directamente proporcional a la calidad personal con que forjemos a nuestra niñez.

Constantemente se menciona al liderazgo como factor de éxito. Pero, ¿cómo aplican sus principios en el caso de los niños? Hay líderes naturales, es cierto, aunque esto no quiere decir que debe dejárseles ser y esperar los buenos resultados. Muy por el contrario, un niño líder requiere del acompañamiento de sus padres y maestros para que sus iniciativas sean positivas en lo individual y grupal.

En la familia, los padres de un niño líder deben analizar junto con él lo positivo de su cualidad, haciéndole ver todo lo que puede conseguir si canaliza

bien su capacidad de movilizar a otros. En este sentido el valor fundamental a fomentar es la solidaridad, enfocada a su prójimo más cercano, constituido por sus hermanos, primos, abuelos y los propios padres.

Para los docentes también aplica enfatizar en los alumnos líderes el valor de la solidaridad, ya que la escuela es el primer espacio donde los infantes experimentan la vida en sociedad y el sentido de pertenencia a un grupo. Aprovechar el carisma de los pequeños líderes motivándolos a apoyar a un compañero de clase en alguna materia específica o a un amigo que se sienta aislado del resto, hará que se consideren útiles, responsables y reconocidos por los demás, al compartir su talento.

Considerando la relevancia de los aspectos antes mencionados, creamos la sección PLAYER del Mañana como una muestra de que los niños laguneros ya se distinguen por los valores que han caracterizado a la gente de la Comarca: esfuerzo, compromiso y unión. Conoce sus puntos de vista, llenos de frescura y a la vez de grandes enseñanzas para los adultos, que a veces olvidamos nuestra capacidad de sorpresa.

Fuentes: www.unicef.org/
www.servirparaganar.com.mx



“La solidaridad es el valor que orienta positivamente el liderazgo durante la infancia”



JUAN MARCOS

Futura bailarina de ballet

7 años • 2do de Primaria
Colegio Americano de Torreón

Fotografía por Arturo Morán

A los dos años de edad Ana Victoria Juan Marcos tuvo su primer contacto con el baile, siempre ha contado con el apoyo de sus seres queridos, quienes han estado con ella en sus presentaciones, ensayos y exámenes. Disfruta mucho lo que hace, además, su mamá le ha enseñado que la recompensa está en el esfuerzo, no en el resultado, por eso siempre da lo mejor de sí. Ha recibido algunos reconocimientos, y asimismo, aprobó su último examen de ballet y en junio tendrá una presentación en el teatro.

Destacada bailarina de ballet

“Cuando me dan un reconocimiento me siento muy feliz, pues trabajo mucho para lograrlo”

● **¿Quiénes son tu ejemplo a seguir?**

Mi mamá

● **¿Cuál es el valor que más te inculcan tus padres?**

La humildad

● **¿Cuál es el valor que más te inculcan en la escuela?**

La integridad

● **¿Qué haces para llevarte bien con tus hermanos y amigos?**

Trato de ser generosa, noble y alegre

● **¿Qué piensas que los adultos necesitamos aprender de los niños para ser mejores personas?**

No tener miedo y disfrutar cada momento al máximo

● **¿Cómo te gustaría que fuera México y el mundo cuando seas grande?**

Deseo con todo mi corazón que sea un lugar lleno de paz, alegría y amor

● **¿Qué piensas hacer para que eso se convierta en realidad?**

Dar mi mayor esfuerzo en el colegio, en el ballet, en mi casa y en todas mis actividades





FERNANDA

LUNA

Futura maestra

9 años • 3ero de Primaria • Colegio Carlos Pereyra



Fotografía por Arturo Morán

A los tres años Fernanda comenzó a bailar porque veía a sus primas hacerlo y quiso imitarlas, ahora hace tap, hip hop, jazz y ballet, contando siempre con el apoyo de su familia. Su gran dedicación al baile no ha detenido su desarrollo académico, pues es la primera de su clase. Recientemente, participó en una competencia de Co Dance en Houston, y asimismo ha tenido presentaciones en el teatro y en la Pereyra.



“Me complace ayudar a los niños a aprender, también me gusta bailar y enseñar a que conozcan el arte”

● **¿Quiénes son tu ejemplo a seguir?**

Mis maestras

● **¿Cuál es el valor que más te inculcan tus padres?**

Nunca dejarme derrotar, pensar que sí lo puedo hacer

● **¿Cuál es el valor que más te inculcan en la escuela?**

El amor a Dios y a los demás, “En todo amar y servir”

● **¿Qué haces para llevarte bien con tus hermanos y amigos?**

Apoyarlos igual que ellos a mí

● **¿Qué piensas que los adultos necesitamos aprender de los niños para ser mejores personas?**

Imaginación para crear cosas

● **¿Cómo te gustaría que fuera México y el mundo cuando seas grande?**

Tranquilo, sin peleas y con una mayor colaboración; que la gente piense que todos somos iguales

● **¿Qué piensas hacer para que eso se convierta en realidad?**

Enseñar a los demás con el ejemplo. Me gustaría ser Presidente





SELIM YACAMÁN

*Futuro futbolista
profesional*

12 años • 1ero de Secundaria
Instituto Cumbres-Alpes

Fotografía por Arturo Morán

Desde que era muy pequeño Selim Yacamán jugaba fútbol a toda hora, en cualquier lado y con quién pudiera. A los cinco años comenzó a entrenar en el kínder, su familia siempre lo ha apoyado, en especial su papá, que lo aconseja y lleva a los partidos y torneos. Ha competido en diversos torneos como el de la Conadeip, La Amistad, Copas Faro y Semper Altius, así como torneos nacionales en Villahermosa, Tabasco e internacionales en McAllen y San Antonio, Texas.

Destacado futbolista

*“Siento mucha
satisfacción y
agradecimiento al
obtener grandes
logros”*



● **¿Quiénes son tu ejemplo a seguir?**

Javier Hernández, porque juega la mi misma posición que yo

● **¿Cuál es el valor que más te inculcan tus padres?**

Tenacidad, humildad y respeto a los demás

● **¿Cuál es el valor que más te inculcan en la escuela?**

Respeto, amistad, generosidad y amor

● **¿Qué haces para llevarte bien con tus hermanos y amigos?**

Ser tolerante y entenderlos en cada momento

● **¿Qué piensas que los adultos**

necesitamos aprender de los niños para ser mejores personas?

Ser felices y disfrutar cada momento de la vida al máximo

● **¿Cómo te gustaría que fuera México y el mundo cuando seas grande?**

Un México más justo y seguro, que ofrezca estudio y trabajo para todos

● **¿Qué piensas hacer para que eso se convierta en realidad?**

Prepararme bien por medio del estudio



RODOLFO GONZÁLEZ

Futuro ingeniero

9 años • 4to de Primaria • Colegio Mosed

Fotografía por Arturo Morán

Rodolfo González Artigas, mejor conocido como Rudy, es un niño que además de tocar la guitarra y la batería, desea construir aviones y carros cuando crezca, ya que considera que es divertido y que lo ayudará a pensar y a tener más ideas. Ha participado en conciertos en el Teatro Nazas y en Galerías Laguna, tocando los instrumentos que le gustan.

Excelente
baterista y
guitarrista

“Siento alegría de poder tocar estos instrumentos y de vivir estas experiencias”

● **¿Quiénes son tu ejemplo a seguir?**

Mi primo Jaime porque él me inspiró a tocar la guitarra y la batería

● **¿Cuál es el valor que más te inculcan tus padres?**

Ser buena persona, amistoso, deportista y triunfador

● **¿Cuál es el valor que más te inculcan en la escuela?**

Orden, disciplina y obediencia

● **¿Qué haces para llevarte bien con tus hermanos y amigos?**

Ser buen amigo, divertirme y jugar con mis hermanas, no importa perder o ganar, sino jugar

● **¿Qué piensas que los adultos necesitamos aprender de los niños para ser mejores personas?**

Tratar de tener una familia unida, sonreír y compartir

● **¿Cómo te gustaría que fuera México y el mundo cuando seas grande?**

Con más amistad, sin violencia y más amor hacia los demás y hacia el planeta

● **¿Qué piensas hacer para que eso se convierta en realidad?**

No criticar, no burlarme de los demás y vivir en armonía





ALEX

COSS

Futuro veterinario

10 años • 5to de Primaria • Colegio Cervantes



Fotografía por Arturo Morán

Su gusto por las matemáticas surgió desde que cursaba el preescolar, cuando se dio cuenta lo fácil que le resultaban. En cuarto grado lo invitaron al Club de Matemáticas del colegio, en el que poco a poco empezó a destacar por sus participaciones en diversos concursos, esto le ha dado muchas satisfacciones tanto a él como a sus padres y maestras, quienes lo han apoyado para lograrlo.



“Me gustan mucho los animales”



● **¿Quién es tu ejemplo a seguir?**

Mi papá

● **¿Cuál es el valor que más te inculcan tus padres?**

El amor a la familia y la responsabilidad

● **¿Cuál es el valor que más te inculcan en la escuela?**

El respeto y la tolerancia

● **¿Qué haces para llevarte bien con tus hermanos y amigos?**

Dialogar cuando tenemos problemas

● **¿Qué piensas que los adultos necesitamos aprender de los niños para ser mejores personas?**

La práctica del respeto y la tolerancia

● **¿Cómo te gustaría que fuera México y el mundo cuando seas grande?**

Que las personas puedan vivir con mayor seguridad, sin tanta pobreza ni hambre

● **¿Qué piensas hacer para que eso se convierta en realidad?**

Buscar una manera de lograr que todos tengan trabajo, junto con otras personas



BENJAMÍN DÍAZ



Futuro taekwondoín

12 años • 6to de Primaria
Colegio Mosed Montessori

Fotografía por Arturo Morán

Desde los cinco años, Benjamín Díaz comenzó a practicar taekwondo en el Parque España, teniendo el apoyo de su familia en todo momento; su gusto por este deporte radica en la disciplina y fuerza que le ha otorgado. Ha participado en torneos locales, destaca su deseo de seguir preparándose para competir a nivel nacional y llegar a participar en los Juegos Panamericanos. También desea cumplir su otro sueño, que es jugar fútbol a nivel profesional.

*Grado de
cinta rojinegra*

*“Me gustan
muchísimo los
deportes”*



● **¿Quiénes son tu ejemplo a seguir?**

Mis papás y mis maestros

● **¿Cuál es el valor que más te inculcan tus padres?**

Responsabilidad, honestidad y educación

● **¿Cuál es el valor que más te inculcan en la escuela?**

Responsabilidad, honestidad y respeto

● **¿Qué haces para llevarte bien con tus hermanos y amigos?**

Comparto con ellos, juego y platico

● **¿Qué piensas que los adultos necesitamos aprender de los niños para ser mejores personas?**

Que sean tenaces, para que siempre puedan lograr sus retos

● **¿Cómo te gustaría que fuera México y el mundo cuando seas grande?**

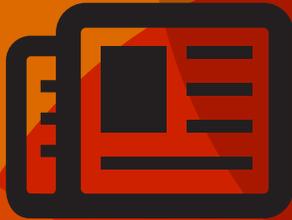
Un México limpio, justo, ordenado, y un mundo de paz

● **¿Qué piensas hacer para que eso se convierta en realidad?**

Ser mejor persona para que así México pueda ser un mejor país



GRANDES LÍDERES DE LA COMUNICACIÓN



Entrevistas por *Alejandra Izaguirre*
Fotografías por *Arturo Morán*

Los medios de comunicación cumplen con una función específica: ayudar a la sociedad a mantenerse al tanto de lo que acontece en el mundo en que vivimos. Detrás de cada medio se encuentran los líderes que hacen posible esa función. En esta edición les presentamos a los responsables de lograr que la sociedad lagunera permanezca informada a través de la prensa, la televisión y la radio.



▶ ANTONIO GONZÁLEZ-KARG DE JUAMBELZ

Maestrías en Ciencias, Economía y Finanzas



¿Colaboró en algún otro lugar antes de ingresar a El Siglo de Torreón, dónde?

Fui Presidente de la Asociación de Editores de los Estados; Consejero Independiente de GMAC Financiera e Hipotecaria; como diplomático en Japón y Canadá.

¿Desde cuándo forma parte de El Siglo de Torreón y en qué puesto comenzó?

Comencé de ayudante del ayudante en los veranos, cuando venía a visitar a mi abuelo, luego en 1993, en el Consejo de Administración de Compañía Editora de La Laguna y Como director General los últimos tres años.

¿Qué es lo que más le apasiona de su trabajo?

Dirigir y ser portavoz del medio líder de comunicación en la Comarca, además de un reto y una responsabilidad, es variado y divertidísimo.

EL MEDIO

¿Cómo nació El Siglo de Torreón?

En 1922 Antonio de Juambelz, con su socio Joaquín Moreno, fundó El Siglo, luego le compró su parte y en 1927 le agregó “de Torreón” para darle una identidad regional.

¿Qué diferencia a El Siglo de Torreón de otra prensa?

Ser veraces, amenos, poner todas las ópticas y que los lectores decidan por ellos mismos, y ser el defensor de la comunidad.

¿Qué le espera El Siglo de Torreón con visión hacia el futuro?

La convergencia y divergencia de canales para enviar todo lo que conforma un medio de comunicación, el desafío es hacerlo sustentable. En eso estamos.

LA COMUNICACIÓN

¿Cuál considera que es la misión de comunicar?

Que dicha información le sirva a las personas para tomar las mejores decisiones posibles, en todos los renglones de su vida.

¿Cuál considera que es el compromiso de los medios de comunicación con México?

La capacidad de darle a las personas herramientas para mejorar, porque así les estaremos brindando oportunidades que sumadas harán del nuestro un mejor país.

¿De qué manera su medio contribuirá al desarrollo de la región?

Informando, enseñando, promoviendo la libertad y la responsabilidad que van de la mano.

¿De qué manera influye la situación social de La Laguna en su medio?

Somos un reflejo de la Comarca. Si le va bien a La Laguna le va bien a El Siglo y viceversa. Por eso esta casa editora se suma a todas las ideas que contribuyan con la región.

EN CORTO

Conteste con una sola frase lo que relacione con las siguientes palabras:

- Libertad de expresión: *Independencia.*
- Periodista: *Servicio.*
- Información: *Privilegio.*
- Censura: *Servidumbre.*
- Audiencia: *Propósito.*
- Éxito: *Compartir.*



▶ RICARDO VENTURA MARTÍNEZ

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación



¿En dónde colaboró antes de ingresar a Televisa?

Solo he laborado en Televisa.

¿Desde cuándo forma parte de grupo Televisa y en qué puesto comenzó?

Hace 28 años y mi primer puesto fue el de reportero.

¿Qué es lo que más le apasiona de su trabajo?

Cumplir los retos, crear y aprender.

EL MEDIO

¿Cómo nació Televisa Laguna?

Por el interés de nuestra empresa de ofrecer a la Comarca Lagunera contenidos acorde a sus necesidades.

¿Qué diferencia a Televisa Laguna de otra televisora?

Los valores y principios que guían nuestro actuar, la pasión con la que todos los que pertenecemos a Televisa hacemos nuestra parte para que La Laguna sea un mejor lugar para vivir, ya que somos La Tele de Aquí.

¿Qué le espera a Televisa Laguna con visión hacia el futuro?

Ser la empresa regional de comunicaciones líder en audiencia y ventas.

LA COMUNICACIÓN

¿Cuál considera que es la misión de comunicar?

Hablar con la verdad; transmitir de forma profesional las voces de nuestra gente.

¿Cuál considera que es el compromiso de los medios de comunicación con México?

Involucrarse con las necesidades de la sociedad y apoyar en el crecimiento de México, fomentando valores y haciendo cada una de nuestras funciones con un sentido social.

¿De qué manera su medio contribuirá al desarrollo de la región?

Todos los proyectos de La Tele de Aquí están planeados para consolidar el compromiso de los ciudadanos y juntos hacer de La Laguna una región productiva, con identidad emprendedora.

¿De qué manera influye la situación social de La Laguna en su medio?

Totalmente, ya que los cambios, ajustes, innovaciones, soluciones y estrategias son definidos de acuerdo a nuestro entorno social y tienen un solo objetivo: ¡seguir adelante!

EN CORTO

Conteste con una sola frase lo que relacione con las siguientes palabras:

- Libertad de expresión: *Comunicar.*
- Periodista: *Profesionalismo.*
- Información: *Clara.*
- Censura: *Fatal.*
- Audiencia: *Vital.*
- Éxito: *Dicha.*



JULIO ALFONSO LÓPEZ TERMINEL

Licenciatura y Maestría en Administración de Empresas



RADIO

¿En qué lugares colaboró antes de ingresar a Grupo Imagen?

Kal Tire Mining Tire Group, en Hermosillo, Sonora.

¿Cuándo ingresó a Grupo Imagen y en qué puesto?

En junio del 2012, como Director General de Imagen Radio Torreón.

¿Qué es lo que más le apasiona de su trabajo?

Indudablemente las relaciones públicas y las ventas. La atención y servicio al cliente y llevar a los radioescuchas los mejores contenidos.

EL MEDIO

¿Cómo inició Grupo Imagen?

En 1962 se fundó Grupo Imagen Comunicación en Radio, por José Luis Fernández Soto, que transmitía música instrumental internacional. Con el tiempo se fue desarrollando hasta convertirse en lo que es ahora: una empresa mexicana de medios de comunicación.

¿Qué es lo que diferencia a Grupo Imagen de otras emisoras de radio?

Es la única estación de radio con cobertura nacional 100% hablada.

¿Qué le espera a Grupo Imagen con visión hacia el futuro?

Seguir informando a nuestros radioescuchas con las noticias más relevantes del momento, llevarles los mejores contenidos y temas de su interés, como lo hemos venido haciendo hasta el día de hoy.

LA COMUNICACIÓN

¿Cuál considera que es la misión de comunicar?

Dar a conocer los acontecimientos más relevantes de la actualidad en el momento en que suceden.

¿Cuál considera que es el compromiso de los medios de comunicación con México?

Dar a conocer las notas más importantes de la actualidad con una opinión objetiva y sin sesgo.

¿De qué manera su medio contribuye al desarrollo de la región?

Influye directamente en dos sentidos: contenido y comercial. Por como están las cosas en La Laguna, y lo que le ha sucedido a varios medios, muchas veces nos vemos en la necesidad de no publicar o comentar sobre ciertas notas; y en la parte comercial, algunos de nuestros clientes prefieren no anunciarse.

EN CORTO

Conteste con una sola frase lo que relacione con las siguientes palabras:

-Libertad de expresión: *Una virtud y un valor que hay que explotar.*

-Periodista: *Información de primera mano, objetiva y sin censura.*

-Información: *Poder.*

-Censura: *Limitación, egoísmo.*

-Audiencia: *Lo más importante.*

-Éxito: *La única opción.*



▶ GUSTAVO MENDOZA AMÉZQUITA

Licenciatura en Derecho



¿En qué lugares colaboró antes de ingresar a Radio 3?

Radio Torreón, Telecable, RGT TV, Televisa, Radio Fórmula y Fox Sports.

¿Cuándo se unió al proyecto de Radio 3 y que puesto ocupará?

En diciembre de 2012, y seré Director General.

¿Qué es lo que más le apasiona de su trabajo?

El contacto con los radioescuchas, porque me da la posibilidad de entrar a sus coches, casas y oficinas.

EL MEDIO

¿Cómo nació la idea de Radio 3?

Hacer radio de vanguardia ha sido desde hace ocho años la inquietud de una empresa lagunera líder, que participa en la industria de la comunicación en México y el sur de Estados Unidos, hasta que finalmente ese sueño se cumplió en septiembre de 2012.

¿Qué diferenciará a Radio 3 de otras emisoras de radio?

Que Radio 3 contará con los tres conceptos más innovadores y vanguardistas de la radio en México, dando mucho de que hablar.

¿Qué le espera a Radio 3 con visión hacia el futuro?

Radio 3 entregará el mayor resultado por cada peso invertido a las marcas, productos y servicios que utilicen este medio para su publicidad.

LA COMUNICACIÓN

¿Cuál considera que es la misión de comunicar?

Para Radio 3, entretener e informar a La Laguna.

¿Cuál considera que es el compromiso de los medios de comunicación con México?

Abanderar la identidad de los laguneros para participar en la construcción continua de un mejor México.

¿De qué manera su medio contribuirá al desarrollo de la región?

Como un medio de promoción y publicidad que funcione a base de resultados.

¿De qué manera influye la situación social de La Laguna en su medio?

Influye en que Radio 3 sea la música que da alegría a todos los laguneros en esta situación y la información que nos mantiene al tanto de lo que sucede alrededor.◆

EN CORTO

Conteste con una sola frase lo que relacione con las siguientes palabras:

- Libertad de expresión: *Es un derecho.*
- Periodista: *La pasión más grande.*
- Información: *Responsabilidad.*
- Censura: *Nunca debe existir.*
- Audiencia: *Manda.*
- Éxito: *Radio 3.*

Corona.com.mx


Corona
Extra



Corona
Extra

LA CERVEZA MAS FINA

CERVECERIA MODELO, S. A. DE C. V.
HECHO EN MEXICO

CONT. NET. 355 ml

TODO CON MEDIDA 113300201A1357

¡Llámanos!

Para tus eventos:
EN LA COMPRA DE TU CERVEZA, TE PRESTAMOS EL MOBILIARIO



Model Hogar
Marca #5050
CERVEZA A DOMICILIO

TODO CON MEDIDA





Centro IDEA Don Tyson

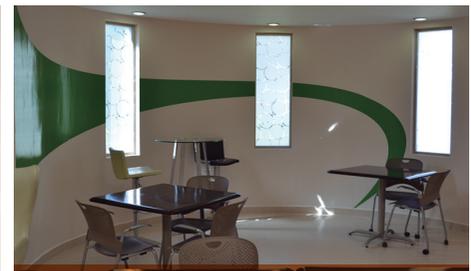
INNOVACIÓN, DESARROLLO, Y ADELANTO



Transformar una idea en innovación. Con esta premisa abre sus puertas el Centro IDEA Don Tyson, el nuevo laboratorio de investigación y desarrollo de nuevos productos de Tyson de México.

Con una inversión de 510 mil dólares, este nuevo centro será punto de reunión de proveedores y sus grupos de investigación, quienes trabajarán junto con los miembros de equipo Tyson de México en productos de valor agregado. El Centro IDEA pone en práctica la filosofía de Don Tyson, quien fue Presidente y Director General de Tyson Foods: “Aprender, descubrir y crear nuevos productos para satisfacer a clientes y consumidores”.

“ EL CENTRO IDEA DON TYSON SERÁ UNA FORMA MÁS PARA SEGUIR HACIENDO LA DIFERENCIA ”



EL CENTRO IDEA DON TYSON ESTÁ CONFORMADO POR LAS SIGUIENTES ÁREAS:

- ▲ **Sala creativa:** espacio para pensar, leer, dialogar y crear nuevos productos
- ▲ **Área fría:** donde podrá desarrollarse cualquier producto que requiera temperatura especial para ser conservado
- ▲ **Área caliente:** cuenta con hornos, estufas industriales, microondas, freidoras y un horno Rational, que requiere de capacitación para ser utilizado
- ▲ **Área sensorial:** recibirá el apoyo de al menos 24 panelistas que puedan identificar sabores y olores
- ▲ **Oficinas:** en ellas se ubicarán 14 miembros de equipo encargados de investigación, desarrollo, innovación, área sensorial y empaques



PRIMER ENCUENTRO DE

Familias Empresarias

LAGUNA 2013

¿Eres dueño o manejas una empresa familiar?

VEN Y CONOCE LA EXPERIENCIA ACUMULADA, LA METODOLOGÍA,
LAS COMPETENCIAS Y LAS HERRAMIENTAS QUE
TODD, DE LA GARZA Y TORRES Y EX-FACTOCONSULTING
OFRECEN A NEGOCIOS MANEJADOS POR SUS DUEÑOS.

Institucionaliza tu empresa

EXPOSITORES:

Todd, de la Garza y Torres S.C.:
Lic. Fernando Todd Rodríguez.

Por ex-facto S.C.:
Lic. Gonzalo X. Villava Alberú.
Psic. Armando Pérez Morales.

17 DE ABRIL DE 2013
HOTEL CROWNE PLAZA
TORREÓN, COAHUILA

HORARIO:
9:00 a 13:00 hrs.
Inversión: \$ 2,500 pesos más IVA

INFORMES:
Enlace FS
Teléfono: 300 93 50
familiaslaguna@hotmail.com

Conócenos en: www.ftr.mx Correo: info@ftr.mx

ENLACE

TODD

TODD, DE LA GARZA Y TORRES
ABOGADOS Y NOTARIO
www.ftr.mx



ex-facto
Consulting



Kingans

NUEVA SUCURSAL



Con una idea original del chef canadiense Lucas Kingan y su socio, Mariano Barragán, Kingans abrió su primer establecimiento en Senderos el 29 de abril de 2011; cerca de dos años después, viendo la identificación que habían tenido sus clientes con lo que ofrecen, esta dupla busca expandir su concepto en la región ubicando una nueva sucursal en una zona con mayor afluencia.

“La idea de un nuevo Kingans surge a partir de la necesidad de ofrecer a un mercado más grande de consumidores nuestra propuesta gastronómica, la buena aceptación lograda en Senderos nos permitió pensar que podíamos tener un buen impacto en una zona con mayor actividad social. Estamos convencidos, aunque constantemente aprendiendo, de que nuestro concepto tiene grandes potenciales de vinculación con nuevos clientes, por lo que geográficamente decidimos avanzar”, comenta Mariano Barragán, socio fundador.

Esta nueva sucursal de Kingans conta-

rá con mayor y mejor espacio en el interior; así como en la nueva terraza para quienes gustan de pasar una tarde de café. Además, estará ubicada en el bulevar Independencia, en la Plaza Independencia, un sitio de fácil acceso en una de las zonas más frecuentadas de la ciudad, y tendrá un amplio estacionamiento.

Como todo negocio que se establece y desea crecer, siempre existen retos que buscan superarse. “Principalmente validar en el mercado nuestra marca y hacer que nuestros clientes nos prefieran. Somos una marca local y por lo tanto, hemos crecido basados únicamente en el objetivo de ofrecer un buen servicio y un nuevo concepto; consolidar una marca de esta forma es lo más difícil”.

Kingans tiene una oferta culinaria que

**“ NUESTRO MISMO SAZÓN
MUCHO MÁS CERCA ”**

ofrece una mezcla exclusiva de café, en sus variantes calientes, frías y combinaciones con esencias, así como infusiones selectas. En la parte de los alimentos, el menú muestra entradas, baguettes, ensaladas, crepas y desayunos, todos ellos con el sabor característico que distingue al restaurant.

El nuevo Kingans generará aproximadamente 15 nuevas plazas de trabajo para la zona, sin embargo, los planes a futuro de este novedoso concepto culinario podrían producir muchas más. “Esencialmente buscamos seguir consolidando nuestra marca en la región y en un plan a mediano plazo, ofrecer un proyecto adecuado de franquicia”.

La nueva sucursal abrirá sus puertas en el mes de abril, teniendo así una opción culinaria más dentro de una de las principales avenidas de la ciudad. “Únicamente en Kingans encontrarán nuevos y únicos sabores, en un ambiente diseñado para disfrutarlos, en donde se han cuidado todos los detalles para hacer de su visita una experiencia especial”.♥

LAS MIRADAS TAMBIÉN SON PARTE DE SU EQUIPAMIENTO



NUEVA GENERACIÓN **RAV4'13**



Sistema de navegación
y cámara de visión trasera



Smart key con encendido,
apertura y cierre sin llave



Nuevo diseño interior
con vestiduras bitono



Interfaz para Smartphone con
capacidad para lectura de mensajes



Radio HD
y sistema de audio JBL®

DÉJATE PROVOCAR

BLVD. INDEPENDENCIA 2200 OTE. COL. ESTRELLA. TEL 747 2700 

 **TOYOTALAGUNA**

 **TOYOTA**
Mejores momentos



Punto Veintetresinta

NUEVA PLAZA COMERCIAL

La ciudad de Torreón se ha transformado en los últimos años en una ciudad con gran demanda de comercios y servicios. Lo que ha traído consigo la construcción de espacios que resuelven las necesidades del mercado actual. La ciudad y sus habitantes no pueden ser ajenos a la modernidad y a los cambios que ésta implica, teniendo como resultado una ciudad más dinámica y globalizada que hoy en día busca espacios de calidad para emprender, invertir, pasear y divertirse.

Punto Veintetresinta es una plaza comercial ubicada en el boulevard Independencia, zona de mayor tránsito y valor comercial de la ciudad de Torreón, la cual ofrece una arquitectura moderna que al mismo tiempo refleja sencillez y elegancia. 16 locales de 60 mts cuadrados, dos terrazas, elevador, y un amplio estacionamiento se conjugan para dar origen a un proyecto de vanguardia. ♦



SERVICIOS

- ▲ Vigilancia las 24 horas
- ▲ Elevador
- ▲ Valet parking
- ▲ Estacionamiento exclusivo

CONTACTO

contacto@puntoveintetresinta.com
T. (871) 788-0781
www.puntoveintetresinta.com
F. /puntoveintetresinta
T. @punto2030

TU VIAJE ES MEJOR

con una tarjeta de

\$700 pesos

QUE MICHELIN® TIENE PARA TI.*

VIAJA SEGURO VIVE SEGURO



6 MESES SIN INTERESES

PAGANDO CON SU TARJETA
BANCOMER, BANAMEX Y SANTANDER



Promoción válida sólo en ventas de piso. Vigencia del 15 de marzo al 30 de abril de 2013 o hasta agotar existencias. *Por la compra de 4 llantas MICHELIN® para auto o camioneta. Consulta términos y condiciones en www.michelin.com.mx



CENTRO DE SERVICIO MICHELIN

El lugar para tu automóvil

DURANGO

(618) 833-88-28, 29, 30 y 31
BLVD. FRANCISCO VILLA KM. 1.25
CARRETERA A TORREÓN
DURANGO, DGO.

GÓMEZ PALACIO

(871) 714-0500, 714-4378 y 714-6646
FCO. I. MADERO E INDEPENDENCIA
(FRENTE A LA PRESIDENCIA)
GÓMEZ PALACIO, DGO.

PLANTA RENOVADORA MRT MICHELIN

(871) 159-0695 y 159-0717
BLVD. GONZÁLEZ DE LA VEGA 450
PARQUE INDUSTRIAL LAGUNERO

MATRIZ

(871) 717-7007
CALLE 12 (FRENTE A
HIPERMART INDEPENDENCIA)
TORREÓN, COAH.



SETINFO

Servicios especializados en tecnologías de la información

CUANDO LAS IDEAS Y LA TECNOLOGÍA, SON LA MEJOR SOLUCIÓN

Con el objetivo de cubrir la incipiente necesidad en el mercado de las nuevas tecnologías, surge Setinfo, empresa que consiste en trabajar con las técnicas de la información para que sean un eficaz aliado en el desarrollo empresarial, contando para ello con un equipo de ingenieros y creativos. Con más de seis años de experiencia, Setinfo continúa con la misión de mantenerse siempre a la vanguardia de los avances tecnológicos, teniendo un programa de actualización permanente con sus colaboradores para ofrecer a sus clientes el mejor servicio.♥



SERVICIOS

- ▲ Administración de redes y servidores
- ▲ Asistencia remota
- ▲ Desarrollo de aplicaciones
- ▲ Consultoría informática
- ▲ Instalación y mantenimiento de redes locales y extendidas
- ▲ Instalación, venta, reparación y mantenimiento a equipo de cómputo
- ▲ Publicidad en línea (diseño y desarrollo de sitios web)
- ▲ Soporte técnico
- ▲ Video vigilancia remota (cámaras IP) sobre internet

CONTACTO

C. Juan Pablos 690 nte., 2do piso
Torreón, Coah.
T. (871) 224-9568

TESTIMONIOS

“Trabajar con Setinfo es tener tranquilidad y seguridad, una empresa 100% responsable. Durante estos cuatro años que han estado trabajando con nosotros se han caracterizados por ser muy profesionales, siempre disponibles y sobre todo, dándote soluciones alternativas a tus necesidades. La calidad de los servicios y atención al cliente que ofrecen son inigualables”

*Guillermo Mercado Rodríguez
Marketing Vaqueros Laguna*

“Por este medio quisiera agradecer estos dos años, donde nos han brindado su apoyo incondicional y han demostrado su profesionalismo, echándonos siempre la mano a cualquier hora y en cualquier momento. También es importante mencionar la entereza que nos brindan en cualquier falla del sistema, ya que esto le ahorra tiempo y dinero a nuestra empresa”

*CP Teresa Cid Escobar
Refaccionaria Monterrey NL, SA de CV*



12
AÑOS DE EXPERIENCIA

**ORGANIZAMOS LA CARRERA
ATLÉTICA DE TU EMPRESA,
CONTAMOS CON TODO LO**

NECESARIO:

- ▶ Mobiliario y equipo
- ▶ Cronometraje electrónico con chip

ORGANIZAMOS:

- ▶ Carreras atléticas abiertas al público
- ▶ Carreras empresariales
- ▶ Carreras infantiles
- ▶ Duatlones
- ▶ Triatlones



Próximo lanzamiento de Google



Por Bernardo Santos Saviñón

Experto en Mercadotecnia en Línea. Consultor de Marketing Digital en Headways Media, proporcionando servicios profesionales de consultoría en marketing digital.

www.headways.com.mx

TIENDAS DE VENTA AL DETALLE

El pasado mes de febrero el sitio 9to5google.com y *The Wall Street Journal* publicaron el rumor de que Google está planeando abrir tiendas de venta al detalle en Estados Unidos. Mencionan la probabilidad de que para finales de este año la compañía cuente con tiendas abiertas al público en algunas de las principales ciudades de Norteamérica.

Existen muchas dudas de que Google pueda competir con Apple Store, la cadena con más ventas en toda la Unión Americana. Está el ejemplo de Microsoft, que no ha tenido el impacto deseado, a pesar de que sus tiendas son muy similares a las de Apple.

Sin embargo, tiene sentido que Google pretenda abrir tiendas físicas, sobre todo desde que hace un par de años empezó a producir sus propias laptops Chromebook, sistema operativo Google Chrome OS y

smartphones Google Nexus. No parece muy probable que el cliente común, habituado a usar el mismo sistema operativo durante años, se anime a comprar uno totalmente distinto sin haberlo utilizado antes, comprenderlo y disfrutarlo. Una tienda física permite que el visitante maneje sus dispositivos libremente, familiarizándose con su sistema operativo.

Se habla mucho de la importancia que pueden adquirir las tiendas de Google en el éxito de sus próximos lanzamientos. El gran ejemplo son los Google Glasses (lentes de realidad aumentada HMD, con las mismas características que un *smartphone*, sin necesidad de usar las manos, mediante un comando de voz; se lanzarán hasta el 2014). Los expertos coinciden en que en gran medida su éxito dependerá de la existencia de tiendas físicas donde la gente pueda probarlos.

“ TIENE SENTIDO QUE GOOGLE PRETENDA ABRIR TIENDAS FÍSICAS, SOBRE TODO DESDE QUE HACE UN PAR DE AÑOS EMPEZÓ A PRODUCIR SUS PROPIAS LAPTOPS CHROMEBOOK, SISTEMA OPERATIVO GOOGLE CHROME OS Y SMARTPHONES GOOGLE NEXUS ”

Por otro lado, cabe mencionar que al abrir tiendas de venta al detalle Google no estará pisando terrenos del todo desconocidos, pues actualmente ya cuenta con espacios físicos en los Best Buy de Estados Unidos, donde los visitantes pueden conocer y manejar las Chromebook y Smartphone Nexus, y empleados especialmente capacitados por Google ayudan a que el usuario tenga una experiencia positiva, convirtiéndose en un cliente potencial.

Sin duda, la experiencia en estos espacios del Best Buy ha sido un factor esencial para tomar la decisión de lanzar las tiendas de Google. Nos hace suponer que los riesgos y objetivos han sido debidamente calculados, y que la compañía está tomándose las cosas con calma al ofrecer una cara física al público.♥



LO NUEVO EN SURMAN LAGUNA...



CONOCE LA TRAX 2013

Consulta equipamiento y especificaciones técnicas de estos modelos con tu Distribuidor Autorizado Chevrolet. Las fotografías que aparecen son de uso ilustrativo.



SURMAN LAGUNA

Gómez Palacio

Bld. Miguel Alemán 400 pte.
Tel. 175-0202

Torreón

Bld. Independencia 3443 ote.
Tel. 750-5002

www.chevroleturmanlaguna.com.mx

Los derechos del niño

Por Jorge López, Internacionalista

El cumplimiento eficaz de los derechos y el respeto a la dignidad del niño es una obligación elemental del Estado, que de garantizarse, puede permitir que el niño inicie plenamente su proceso de integración social de forma temprana.

Incluir al niño en una dinámica social en plenitud le permite adquirir su rol correspondiente en la sociedad, lo que facilita la transmisión de prácticas sociales adecuadas para su futuro empoderamiento como ciudadano.

Sin embargo, rasgos que no son ajenos a los países de América Latina y el Caribe como pobreza, exclusión y discriminación, debilitan su bienestar, su nivel de seguridad y su función de sujeto de derechos.

La imposibilidad con la que muchos niños nacen para tener las mínimas condiciones de vida aseguradas, limita el potencial de formar ciudadanos empoderados de las herramientas necesarias, tanto físicas como jurídicas, para desarrollarse dignamente.

“ UNA PERSONA CON UN ALTO NIVEL DE INTENSIDAD CÍVICA (RESPONSABLE DE SUS DERECHOS Y OBLIGACIONES) Y CAPAZ DE COMPETIR EN EL MERCADO LABORAL, NECESITA DE AQUELLOS ELEMENTOS BÁSICOS PARA AFRONTAR EL SISTEMA ECONÓMICO QUE POR SU PROPIA NATURALEZA, CREA GANADORES Y PERDEDORES ”



EXISTEN CINCO ELEMENTOS CLAVE QUE REPRESENTAN ÁREAS PENDIENTES PARA LA REGIÓN LATINOAMERICANA Y CARIBEÑA EN EL CUMPLIMIENTO PLENO DE LOS DERECHOS DE LOS NIÑOS, REQUERIMIENTOS MÍNIMOS QUE UNA PERSONA NECESITA PARA DESARROLLARSE EN TODO SU POTENCIAL Y CUYO CUMPLIMIENTO, O AL MENOS SU FACILITACIÓN, DEPENDE DEL ESTADO:

- ▲ **VIVIENDA DIGNA.** Representa el primer elemento en el paradigma de la seguridad humana. No se refiere a la alcanzada mediante la defensa militar (correspondiente al viejo paradigma de la seguridad con el Estado como centro de estudio), sino a la consecución del desarrollo humano, es decir, garantizando la capacidad de cada quien para ganarse la vida, satisfacer sus necesidades básicas, valerse por sí mismo y participar en la comunidad de forma libre y segura.
- ▲ **DERECHO AL LIBRE ACCESO A LA INFORMACIÓN.** Es la condición básica para empoderar al niño con las herramientas del conocimiento necesarias para formarse de un pensamiento crítico. Se relaciona directamente con el acceso universal a la educación, incluyendo la sexual, cuyo cumplimiento puede combatir la desigualdad y facilitar la movilidad social.
- ▲ **ACCESO A UN SISTEMA DE SALUD.** Permite que el niño se desarrolle en condiciones físicas y mentales básicas para crecer como persona y ciudadano pleno. Es necesaria la reformulación de las estrategias nacionales de cobertura de salud para que se enfoque en la prevención de padecimientos como diabetes, obesidad y desnutrición, problemas que, en un futuro no lejano, le representarán una carga considerable a los sistemas nacionales de salud de nuestra región.
- ▲ **SEGURIDAD ALIMENTARIA.** Es uno de los elementos quizá más desafiantes para la región en la actualidad. La Cumbre Mundial sobre la Alimentación (1996) indica que “existe seguridad alimentaria cuando todas las personas tienen, en todo momento, acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos, a fin de llevar una vida activa y sana”. Este elemento es de vital relevancia, pues involucra la condición primordial para el desarrollo humano: alimentación y nutrición.

No es posible competir en condiciones justas cuando algunos competidores tienen desventaja, por ello es que el Estado, al aceptar implantar el modelo económico liberal, debe combatir los desequilibrios que el sistema genera en la sociedad.

En verdad resulta difícil pensar que un niño viva dentro del margen de la ley o sea un ciudadano pleno, si la falta de oportunidades y condiciones mínimas de desarrollo humano lo excluyeron de la dinámica social. Para que tenga potencial ciudadano y capacidad de desarrollarse en su entorno social, con obligaciones y derechos, primero debe comer, estudiar y satisfacer sus necesidades básicas en un contexto en que sus derechos sean realmente ejercidos y no comercializados.♥

ISUZU

CON MÁS DE 20,000 UNIDADES VENDIDAS EN MÉXICO
SIMPLEMENTE LOS NÚMERO 1



SIEMPRE ADELANTE 

ISUZU, NUESTRA META, TU DESTINO.

ISUZU

BLVD. RODRÍGUEZ TRIANA 1890 OTE. COL. STA. ELENA
C.P. 27294, TORREÓN COAH.
TEL. (871) 238 60 61, 65 Y 66
WWW.ISUZUMEX.COM

 **Surman**



Las finanzas al esperar un hijo



Edgar M. Tejada García
Asesor Financiero Independiente

Licenciado en Administración y Finanzas por la Universidad Panamericana (IPADE), con Maestría en las mismas disciplinas por la Universidad TecMilenio. Cuenta con una larga trayectoria en varias instituciones bancarias ocupando puestos clave en Banca Empresarial y Banca de Negocios y Empresarios. Es Asesor Financiero Independiente; imparte cursos y divulga la Cultura Financiera para empresas. Fundador de Finances Security & Savings, asesora en fondos de ahorro-inversión y pensiones, al igual que en manejo de riesgos. Colaborador invitado de la Universidad TecMilenio. editorial@playersoflife.com www.finsesa.com Twitter: @finsesa Facebook: Finsesa Asesores

¿CÓMO PREPARARSE ECONÓMICAMENTE PARA SER PADRE?



	PRIMER AÑO	DE 1 A 6 AÑOS	DE 6 A 15 AÑOS	DE 15 A 24 AÑOS
▶ MATERNIDAD	\$50,000			
▶ ALIMENTACIÓN	\$9,000	\$52,000	\$80,000	\$150,000
▶ EQUIPAMIENTO/ CUNA, BAMBINETO, CARRIOLA, ETC.	\$11,500			
▶ HIGIENE	\$4,100			
▶ ROPA Y CALZADO	\$13,000	\$20,000	\$100,000	\$150,000
▶ EDUCACIÓN	\$21,000	\$140,000	\$324,000	\$850,000
▶ GASTOS MÉDICOS	\$5,900	\$10,000	\$9,000	\$12,000
▶ DIVERSIÓN		\$20,000	\$30,000	\$120,000
▶ EXTRAS	\$31,200		\$40,000	\$40,000

Ser padres es el deber más gratificante, pero también es una gran responsabilidad para la cual no siempre estamos totalmente preparados. Antes de dar este paso es de suma importancia preguntarnos si nuestro bolsillo está listo para afrontar financieramente la llegada de un hijo. Su manutención, educación y sano desarrollo, son de radical relevancia, así como estar dispuesto a hacer algunos sacrificios.

Es verdad que no nos educan para ser padres, pero sí es posible prepararnos para afrontar los gastos que esto implica, por ello lo ideal es que las personas diseñen un presupuesto específico desde antes de esperar al nuevo miembro de la familia.

Este artículo no tiene como intención documentar la preocupación de la llegada de un hijo, pero sí crear consciencia de la necesidad de prever, ahorrar y proteger el patrimonio para brindar a nuestros hijos el mejor futuro posible.

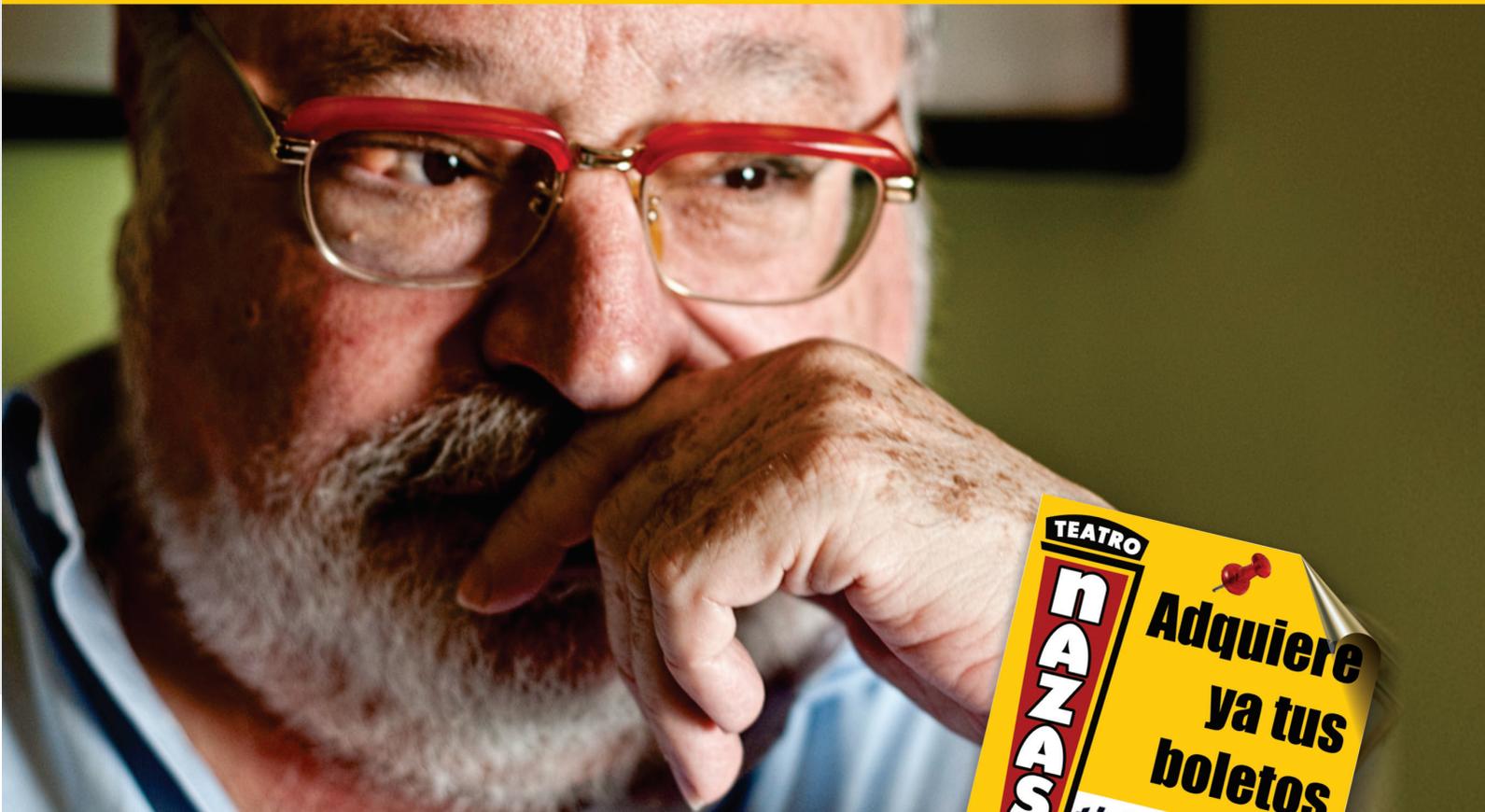
En resumen, actualmente el promedio del costo de tener un hijo, hablando de un nivel socio económico medio desde su nacimiento hasta los 24 años, es de dos millones 250 mil pesos, es decir, 250 pesos diarios. Una vez que el presupuesto se ha realizado, hay que elaborar un plan de acción, fijarnos metas de ahorro de corto y largo plazo, y conocer cuáles son las alternativas de servicios financieros que nos pueden apoyar.

La apertura de una cuenta, contratación de seguros de gastos médicos y vida, así como apertura de un fondo educativo, son esenciales para garantizar un mejor futuro a quien nos hará eternos: nuestros hijos. Y como siempre aconsejo, acérquese a su asesor financiero de confianza para recibir la mejor orientación sobre estrategias que le apoyen a afrontar este paso tan importante en la vida de todos.♥

De La Salle



Universidad La Salle
Laguna



FERNANDO SAVATER

EN LA LAGUNA

MIÉRCOLES 17 DE ABRIL DE 2013
19:00 HRS. CONFERENCIA MAGISTRAL
"ÉTICA DE URGENCIA"

CANATLÁN 150,
PARQUE INDUSTRIAL LAGUNERO
GÓMEZ PALACIO, DGO. TEL. 750-24-90
ULSALAGUNA.EDU.MX



Minoristas en ascenso tangible

**Israel Garza**

Director de Normatividad en Price Shoes y Socio Fundador de la firma de asesoría pyme INVENTI-GASA. Cuenta con amplia experiencia en consultoría y planeación de negocios, obtenida por su colaboración con empresas del Top 100 mexicano. Creador del sitio www.75dolaresporhora.com

“ EN CUALQUIER ECONOMÍA EL *RETAIL* ES UN NICHU ECONÓMICO DE GRAN PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO ”



El sector *retail* es uno de los nichos económicos con mayor participación en la comercialización de cualquier economía. Hablemos de dos tipos de venta minorista: en autoservicios o almacenes y por catálogo.

Para analizar ambas mecánicas utilicemos a la empresa chilena Cencosud, SA que se ha posicionado en Colombia gracias a su última inversión, y a la empresa mexicana Price Shoes, quien es el líder en venta por catálogo de calzado y ropa en México con crecimientos anuales espectaculares a dos dígitos.

Durante el mes de septiembre del 2012, el fundador y Presidente de la cadena Cencosud inició la negociación que cerraría en octubre del mismo año para adquirir toda la infraestructura y activos de Carrefour en Colombia. Con esta adquisición, Cencosud se coloca como el segundo *retailer* en la dimensión de ventas en Colombia, solo por debajo del siempre campeón Wal Mart. Cencosud adquirió 72 supermercados del mayor tamaño en los clústers de Carrefour y 16 tiendas de abarrotes. La estrategia y pensamiento comercial aplicado por sus ejecutivos fue aprovechar la oportunidad de establecerse en el segundo país en población de Centro y Sudamérica, y tener una capacidad instalada 9% más grande que Wal Mart entre supermercados, tiendas departamentales y tiendas para mejoras del hogar. Las empresas estadounidenses y europeas habían dominado el mercado minorista en América Latina, pero ahora Cencosud es el punto de referencia.

El siguiente ejemplo es un pionero e innovador de la venta por catálogo: la empresa Price Shoes ha logrado configurar un modelo de venta por catálogo y a la vez poner los productos a la mano de sus socios en almacenes. La estrategia de venta y servicio ha sido un pilar en la visión de su Dirección General, a través de un sistema de trabajo basado en el seguimiento, medición, evaluación de líderes de equipos y una filosofía encaminada al crecimiento tanto de la empresa como de sus colaboradores.

El nuevo gigante de venta por catálogo Price Shoes tiene presencia a nivel nacional a través de sus canales de venta: almacenes, tiendas, distribuidores autorizados y socios de alto volumen de venta. El ratio de afiliación de socios de Price Shoes es 10 a uno contra sus competidores nacionales, y su crecimiento en ventas de dos dígitos en los últimos cuatro años, lo convierte en el referente de este sector. Price Shoes ha conformado una plantilla de más de ocho mil empleados entre sus oficinas corporativas y tiendas, dejando la mayor parte de esta población en la atención al socio. Su oferta diferenciada radica en productos a precios accesibles para sus clientes “target” y la definición de catálogos con más de 10 mil modelos que poseen las características actuales de la moda.

Por lo tanto, vemos como Cencosud creció con base en su decisión de adquirir de activos en un país clave y como Price Shoes identificó y creó un modelo único de venta por catálogos. Ambos con un fin común: incrementar el porcentaje de mercado para dominar el sector.♥

*Nuestro Exquisito Rib Eye
Reserva Del Corral*



ORIGEN
COMARCA LAGUNERA
COAHUILA Y DURANGO

GANADERIA
REVUELTA



Con el auténtico sabor de la carne...

Conoce más de
nuestros productos

PEDIDOS ☎ (871) 747-4738

e-mail: ventas@ganaderiarevuelta.com.mx www.ganaderiarevuelta.com.mx

Todos nuestros productos tienen calidad certificada



SAGARPA
PROVEEDOR CONFIABLE
LIBRE DE CLEMBUTEROL



MAFF
Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries
農林水産省



Rentabilidad emocional



Bernardo Barrera

Socio de Growth & Profit Consulting (www.gpcmx.com), un despacho de consultoría de negocios dedicado a la profesionalización de la empresa mediana. Trabajó en la oficina de Boston de The Boston Consulting Group y tiene un MBA de The Tuck School of Business at Dartmouth College. También es profesor de cátedra del ITESM en Técnicas de Negociación editorial@playersoflife.com

EL IMPACTO DE LAS EMOCIONES EN LA CARTERA

En 1995 Daniel Goleman lanzó a la popularidad el concepto de la inteligencia emocional. Particularmente enfatizó su importancia sobre el cociente intelectual: cómo nuestra capacidad de controlar nuestras emociones, buscar fuentes internas de motivación y ser resilientes ante frustraciones, entre otros elementos, contribuye al éxito personal.

Sin embargo, nuestras emociones van mucho más allá de eso, y juegan un papel determinante en nuestra toma de decisiones, el cual con frecuencia es ignorado: la rentabilidad emocional.

Al hacer una compra, estamos acostumbrados a preguntarnos ¿esto cuánto cuesta? y ¿qué beneficio nos dará? Pero no tenemos manera de cuantificar qué tan bien nos hará sentir y cuánto debemos pagar por ello.

Cualquier inversionista tiene una tasa de retorno esperada ante una inversión de capital. Si la oportunidad ofrece un retorno superior a eso, entonces analiza riesgos e invierte. Esta decisión es fría y guiada por análisis numéricos, pero muy pocas decisiones pueden ser completamente “frías”. El componente “caliente” se introduce al incluir nuestras emociones, sean negativas o positivas.

En los negocios un propietario extrae valor y satisfacción de sentirse “el dueño”: a quien la gente obedece, responde y acude para soluciones. La capacidad de tomar decisiones se ve afectada cuando esos componentes “calientes” se vuelven restricciones para soluciones óptimas. Por ejemplo, deshacerse de un activo que fue “con el que empezaste” y le has asignado un valor sentimental, con independencia de que te esté drenando de flujo.



Daniel Goleman

“ EN EL MUNDO DEL CONSUMO HAY INDUSTRIAS QUE CONOCEN DE ESTA RENTABILIDAD Y LA EXPLOTAN HASTA DONDE DÉ: SON POLOS FORMADOS POR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE REGOCIJO Y DE DUELO ”



En el mundo del consumo hay industrias que conocen de esta rentabilidad emocional y la explotan hasta donde dé. En un extremo están los productos y servicios de regocijo, como bodas y nacimientos de nuestros hijos. Aquí les voy a pasar un buen consejo para contrarrestar nuestra rentabilidad emocional: el triple cuatro. Deberíamos dedicar tiempo y recursos proporcionales al beneficio de cada elemento: cuatro horas de la fiesta, cuatro semanas de la luna de miel y cuatro años del primer departamento.

En el otro extremo están los productos y servicios de duelo, como funerales. Difícilmente negociaremos el precio de una esquila, porque, ¿cómo le vamos a poner precio a nuestro afecto?

Así que no perdamos de vista el costo que nuestra rentabilidad emocional puede sumarle a nuestra rentabilidad económica. Sigamos en búsqueda de reflexionar acerca de cómo pensamos y de nuestra toma de decisiones, para cuidar nuestro futuro.♥

Ernst & Young is said the same way in every language

Ernst & Young spricht man in allen Sprachen gleich aus

Ernst & Young se dit de la même manière dans toutes les langues

Ernst & Young 世界の言葉で同じです。

Ernst & Young se diz da mesma forma em todas as línguas

Ernst & Young
se dice igual en todos los idiomas

... y la alternativa para
mejorar el desempeño de
su negocio también.

 **ERNST & YOUNG**

Calidad en Todo lo que Hacemos

Contacto Oficina Torreón

Tel. (871) 713 8901

Fax (871) 713 9012

ey.com/mx

Auditoría | Asesoría de Negocios | Fiscal - Legal | Fusiones y Adquisiciones

© 2013 Mancera, S.C. Derechos reservados



Gestión del talento



Sergio Aguirre Reyna

Socio líder a cargo de la Oficina Monterrey de PwC México.

UNA ASIGNATURA PENDIENTE



Fotografía: www.humancamp.net

Si preguntamos a cualquier directivo sobre cuál es su valor máspreciado dentro de su compañía, seguramente la respuesta vendrá rápido, las personas. Finalmente éstas son el motor de cualquier empresa.

En la 16ª Encuesta Global Anual de los CEO's publicada por PwC vemos que la mayoría de los CEO's desean continuar creciendo, expandir su negocio y buscar una mayor internacionalización. Comentarios como "La capacidad de nuestro recurso humano es la clave para conseguir el crecimiento deseado de la compañía" (CEO PT Petarmina) son comunes, porque en este contexto de continuo crecimiento, la atracción del mejor talento y el desarrollo de los empleados suponen la gran (quizá la única) ventaja competitiva.

Considerando lo anterior, reflexionemos sobre algunos retos de Recursos Humanos:

1

El área de Recursos Humanos debe convertirse en socio estratégico de negocio. Exacto. Recursos Humanos debe tener un modelo que permita conocer a fondo las necesidades y retos del negocio. Pero, ¿verdaderamente esto es una práctica general? Pues la realidad es que no tanto. Muchas empresas básicamente se centran en las tareas más operativas, que a pesar de ser acciones básicas, no se centran en fomentar y potenciar el talento.

2

La responsabilidad del talento debe ser de todas las áreas. ¿Es Recursos Humanos quien conoce a su equipo?, ¿tiene la información necesaria para evaluar el desempeño de todos los empleados? La respuesta es clara: no. Y no debe ser así. La gestión del talento va mucho más allá, y requiere de la participación de toda la organización. Recursos Humanos debe capacitar a los líderes y responsables de equipos para que tengan las habilidades de gestionar, potenciar y fortalecer el talento. En definitiva, crear una cultura de alto rendimiento a través de la calidad directiva.

3

Fomentar una cultura preparada para el cambio. Lo único que permanece es el cambio. Aceptar este hecho es más relevante que nunca, porque los cambios se producen vertiginosamente. Innovación, tecnología y nuevos recursos nos abren un paraíso de oportunidades, pero no todas las empresas están preparadas para sacar partido de ellas. La Encuesta de los CEO's 2012 ofrece un dato escalofriante: 29% de los proyectos estratégicos de mejora fueron cancelados o retrasados por no contar con la preparación necesaria de los empleados para asumir el cambio. Lamentablemente aún se escuchan comentarios como: "Llevamos toda la vida trabajando así, para qué cambiar". Por ello es necesario incorporar a esta área la función de gestionar el cambio definiendo estrategias específicas que combatan la resistencia.

4

En busca de la mezcla generacional. Cuando seguimos hablando de la generación y sus peculiaridades, aparece en escena la generación Pantalla o Net, complicando un poco más la gestión. Este tipo de generaciones buscan y valoran cosas por completo distintas a las que estamos acostumbrados: libertad de actuación en el trabajo, conciliación real donde el teletrabajo sea una opción, oportunidad de exponer sus ideas y que se tomen en cuenta, planes de carrera con posibilidades de movilidad, cultura de innovación y reconocimiento inmediato, entre otras. Sin embargo, la oferta de valor de las empresas parece no haber cambiado y se brinda monotonía, control y burocracia.

5

Medir, medir y medir. Es difícil ponerle cifras al compromiso, a la evolución del desempeño o a la motivación, pero sabemos que impactan en la productividad. Por eso Recursos Humanos se enfrenta a la tarea de buscar indicadores y métricas para demostrar la evolución, rendimiento y retorno de la inversión de cada iniciativa.

Si de verdad somos de los que afirman que nuestro capital humano es nuestra mayor ventaja competitiva, tenemos que hacer consciencia de que Recursos Humanos debe profesionalizarse cada día más, innovando en sus soluciones y teniendo el apoyo de todos los miembros de su organización.♥



10K HONDA

19 MAYO

INSCRIPCIÓN \$150

APOYA A CASA FELIZ Y
PARTICIPA EN EL SORTEO DE UN:



HONDA
FIT 2013

¡INSCRÍBETE!

Honda Independencia // Honda Oriente (Blvd. Rodríguez Triana)
Honda en Galerias Laguna // Bosque Venustiano Carranza

CATEGORÍAS: JUVENIL (HASTA 19 AÑOS) //
LIBRE (20 A 29 AÑOS) // SUBMASTER (30 A 39 AÑOS)
MASTER (40 A 49 AÑOS) // VETERANOS PLUS (60 AÑOS Y MÁS)
INSCRIPCIÓN CON TARJETA: [WWW.ENTUSMARCAS.COM/EVENTOS](http://www.entusmarcas.com/eventos)





Prototipar

PASOS PREVIOS



Dra. Pilar González

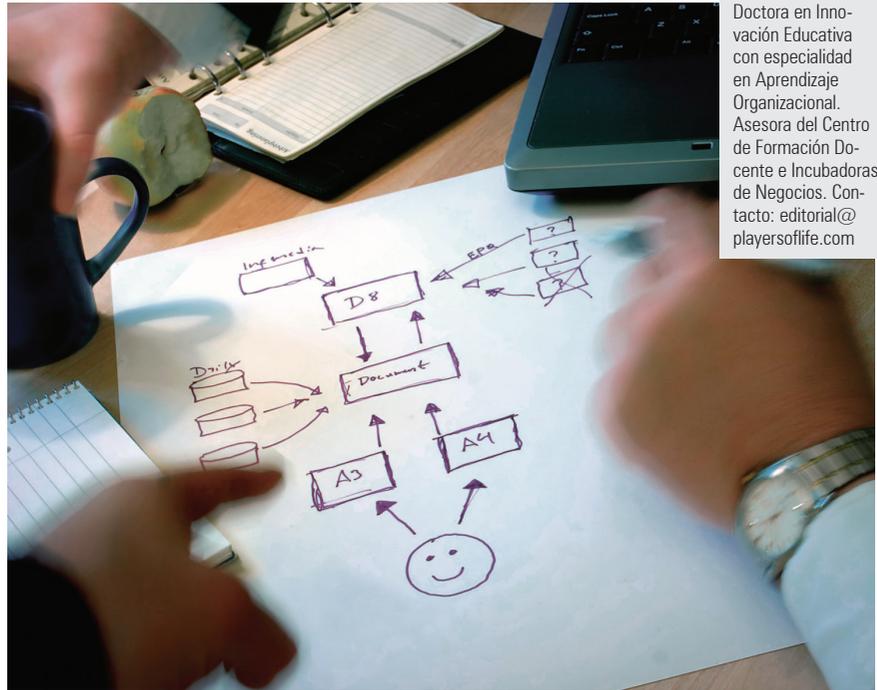
Coach certificada. Doctora en Innovación Educativa con especialidad en Aprendizaje Organizacional. Asesora del Centro de Formación Docente e Incubadoras de Negocios. Contacto: editorial@playersoflife.com

En anteriores participaciones en esta revista, se he señalado la necesidad de repensar los objetivos educativos en los programas de emprendimiento que actualmente se están implementando en las universidades e incubadoras de negocio.

El propósito de esto es darle un nuevo sentido a la Formación Emprendedora, más enfocada en prototipar que en desarrollar todo un plan de negocios.

Evidentemente, de ninguna manera estoy en contra de realizar un Plan de Negocio, pues hay casos en que es la única forma de obtener algún tipo de financiamiento. Mi preocupación estriba más en términos de responder con mayor rapidez a los mercados de hoy, y a los ávidos consumidores que de alguna manera se mueven azarosamente.

Defino **Prototipar** como la acción de construir un modelo sencillo de la idea de negocio (ya sea un producto, proceso o servicio), de tal manera que pueda llevarse a cabo su validación y el análisis de su viabilidad en el menor tiempo posible.



“ EN LA MEDIDA EN QUE EL EMPRENDEDOR SE VUELVA CADA VEZ MÁS EFICIENTE AL EVALUAR UNA IDEA, SE ACERCARÁ AL ÉXITO QUE BUSCA ”

Antes de comenzar este proceso, recomiendo que el emprendedor responda lo siguiente:

¿Por qué quiere hacerlo? ¿Cuál es su diferenciador? Se trata con esto de evitar que su idea de negocio sea altamente replicable.

-¿Qué tan interesado está en la idea de negocio? ¿Qué tanto le apasiona? Comenzar un negocio propio requiere de mucho más tiempo y energía que cualquier otro trabajo.

-¿Cómo es que ha estado involucrado con la idea? ¿Qué experiencia tiene?

-¿Por qué considera que es una buena idea? ¿Detectó una necesidad u oportunidad clara? La palabra clara tiene que ver con que hay un tamaño de mercado suficientemente grande (y en crecimiento), dispuesto a pagar por el producto o servicio, aumentando con esto la probabilidad de crear un negocio rentable. La forma de realizar esta detección es clave para el éxito del negocio, porque pudiera pasar que base su estimación del mercado en encuestas de alto sesgo, o en una extrapolación inadecuada. En este sentido, se vuelve esencial analizar la metodología utilizada. Por otro lado, debe to-

marse en cuenta que una cosa es que las personas contesten positivamente una serie de preguntas y otra, que en realidad estén dispuestas a sacar su dinero de la bolsa para comprar el producto.

-¿Tiene el capital suficiente para comenzar? En caso de que no esté a su alcance, ¿tendría alguna forma o alternativa de obtener el capital mínimo?

-¿Cuenta con el equipo de trabajo correcto? Esto puede inquietar, pero a veces es bueno iniciar pensando en las personas que serían parte del equipo, más que centrarse solo en el “producto perfecto” (claro está que hay excepciones, porque puede tenerse un muy buen producto y encontrar a las personas idóneas para construir su negocio).

Ciertamente estoy omitiendo algunos aspectos más, pero sugiero que se respondan estas preguntas previo a comenzar la aventura de un nuevo negocio. Puede sorprender, pero no llevará mucho tiempo saber si vale la pena o no construir el prototipo. Probablemente habrá equivocaciones y deberá intentarse otra vez, pero en la medida en que el emprendedor se vuelva cada vez más eficiente al evaluar una idea, se acercará al éxito que busca. ♦

RHLAGUNA
PRESENTA EN EL

2do

ENCUENTRO DE EMPRESARIOS Y EJECUTIVOS LAGUNA 2013

CARLOS KASUGA

PRESIDENTE DEL CONSEJO
DIRECTIVO DE YAKULT, S.A. DE C.V.

EN CONFERENCIA MAGISTRAL
CALIDAD Y PRODUCTIVIDAD AL ESTILO

JAPONÉS

APLICADO A LAS EMPRESAS MEXICANAS

ABRIL
25

2013
CAMPESTRE
TORREÓN
7:00PM

\$550

INVERSIÓN X
ASISTENTE

- Coffe Break.
- Material de Apoyo.

*Precios más IVA.



INFORMES

182-05-81 / 83
contacto@rhlaguna.com
www.rhlaguna.com
f / RHjobs

CUPO LIMITADO

Para tener una Empresa Exitosa y de calidad el Directivo tiene que comprometerse consigo mismo y con su gente y así ir formando personas de Calidad.

INVITAN

www.RHLAGUNA.com

 Santander



SIETE LEGUAS



PLAYERS OF LIFE
BUSINESS & LIFESTYLE MAGAZINE





Niñez y autoestima

FORJANDO FUTUROS LÍDERES

Por Press-Club Pfizer

La mayor satisfacción de un padre es la plena realización de sus hijos. Formarlos y educarlos para el futuro no es fácil, se trata de una tarea constante y reflexiva. Los padres tienen un poder de influencia y persuasión como ninguna otra persona sobre los hijos, “son los líderes naturales de sus vidas”, afirma Mario Borghino, consultor empresarial y conferencista. Por lo tanto, deben reflexionar acerca de las cualidades, valores y comportamientos que desean desarrollen sus hijos en un futuro.

El liderazgo se traduce en la capacidad del ser humano para manejar su vida acorde a sus cualidades y aptitudes, así como encontrar la felicidad en lo que es y hace como persona. El liderazgo no solo es la principal característica de los líderes sociales y carismáticos, sino la fuerza interna para liderar la propia vida. Así, el primer paso para el liderazgo comienza en el ámbito interno para luego manifestarse en el externo.

El esfuerzo de los padres se enfoca en formar niños con carácter y autoestima sana, considerando que ésta última se conforma por una serie de creencias o sentimientos, así como percepciones de uno mismo. La manera cómo nos definimos influye en nuestras motivaciones, actitudes, comportamientos y respuesta emocional.

Los niños que se sienten bien consigo mismos pueden manejar mejor los conflictos y resistir las presiones negativas; sonríen con facilidad y disfrutan de la vida; son realistas y optimistas. Por el contrario, para los niños con baja autoestima los desafíos pueden ser fuente de ansiedad y frustración; tienen dificultades para encontrar soluciones a los problemas, volviéndose pasivos, retraídos y deprimidos.▼



LA AUTOESTIMA SANA ES LA ARMADURA QUE PROTEGERÁ A LOS NIÑOS FRENTE A LOS DESAFÍOS DE LA VIDA ▼

PARA FOMENTAR LA AUTOESTIMA SANA EN LOS HIJOS

- Ponga atención en lo que dice. Elogie a su hijo no solo por el trabajo bien hecho, sino también por el esfuerzo, pero sea sincero. Reconozca su esfuerzo y el trabajo realizado, en vez del resultado.
- Sea un modelo positivo. Su hijo es su reflejo. Cuide su propia autoestima y su hijo tendrá un buen modelo a seguir.
- Identifique y corrija las creencias erróneas. Enseñar a los niños a establecer criterios más precisos y ser más realistas al evaluarse les ayudará a desarrollar un concepto más saludable de sí mismos.
- Hágale comentarios positivos y precisos. Reconozca los sentimientos de su hijo, recompénselo por la elección que ha hecho y anímelo a actuar de la misma manera.
- Cree un ambiente de seguridad y amor. Recurrentes discusiones y peleas entre los padres pueden volver al niño depresivo y retraído. Distinga signos de malos tratos en otros ámbitos y aborde el tema con sensibilidad y sin demora. Respete a sus hijos.
- Ayúdelo a participar en experiencias constructivas. Fomente la cooperación y no la competencia para acrecentar la autoestima.

El consultor Mario Borghino recomienda

- Conocer las fortalezas de los hijos, identificando su tipo de inteligencia (lingüística, lógica matemática, espacial, musical, corporal-cinestésica, intrapersonal, interpersonal y naturalista), para potenciarla.
- Forjar un liderazgo real mediante la experiencia del fracaso, que les enseñe que a pesar de que las cosas salen mal, deben actuar y enfrentar la situación.

Jerold Samet, Presidente de Youth Leaders International

“Deben fomentarse en los hijos cualidades que los ayuden a insertarse positivamente en la sociedad: sentido de igualdad, libertad de pensamiento y respeto, que a su vez despiertan el liderazgo. Es aconsejable exponerlos a distintas culturas y abordar temas de actualidad mundial en las reuniones de familia. También es positivo enviarlos a estudiar a otros países, para generar en ellos un sentido de independencia y seguridad. No se les debe presionar al elegir una profesión, sino inspirarlos a que tomen las mejores decisiones, con compromiso y dedicación, acciones indiscutibles del líder”.

FUENTES: <http://aloxieusko.wordpress.com> / www.wradio.com.mx / <http://kidshealth.org> / <http://blogs.elcomercio.pe/vidayfuturo>



< Pierde esa grasa rebelde.
Recupera tu confianza.



¡Prepárate para las vacaciones!

Dile adiós a tu grasa localizada con CoolSculpting®

Estamos orgullosos de ser los primeros en el sector en ofrecer este revolucionario tratamiento de remodelación corporal. Ahora tú puedes eliminar esa grasa localizada resistente al ejercicio y a la dieta, sin cirugía ni pérdida de tiempo. CoolSculpting es un dispositivo médico aprobado por FDA, seguro y efectivo. Los pacientes observan una diferencia positiva en la forma en que le sienta su ropa, en tan solo un tratamiento*.

Tecnología desarrollada por científicos de la Universidad de Harvard.

> Los resultados son **innegables.**



ANTES



3 MESES DESPUES DE UN TRATAMIENTO

TORREÓN

MEDIPIEL

TORREÓN
TEL: (871) 721-21-58

www.medipiel.com

CIUDAD DE MÉXICO

CENTRO MÉDICO DE ESTÉTICA Y SALUD
DR. LUIS GARCÍA LOPEZ

PEDREGAL
TEL: 5652-2020 / 5652-2010

POLANCO
TEL: 5684-1010 / 5684-1098

www.altamedicinaestetica.mx

CLINICA DERMATOLOGICA INTEGRAL SATELITE

CIUDAD SATÉLITE
TEL: 5240-8020 / 5572-5003

DERMÉDICA.
DR. JAVIER RUIZ / DRA. FERNANDA HURTADO

POLANCO
TEL: 5254-5437 / 5254-7752

ALTAVISTA
TEL: 5684-1010 / 5684-1098

www.dermedicina.com

EPSILON MEDICAL

LOMAS DE CHAPULTEPEC
TEL: 5540-6367 / 5540-6294

INTITUTO DE CIRUGÍA PLÁSTICA
MEDITEC SPA
DR. ABEL DE LA PEÑA

INTERLOMAS
TEL: 5246-9640 / 5247-7853
www.medicspa.com.mx

MONTERREY

IDERMA
DR. HECTOR LEAL

OBISPADO
TEL: 8333-3308 / 8348-1029

www.iderma.org

MEDIPIEL

VALLE
TEL: (81) 8363-5635

www.medipiel.com

CENTRO MÉDICO MUGUERZA
TEL: 8104-9044 / 8104-9085

CONTACTANOS EN:
WWW.SINLONJAS.COM
TWITTER: @COOLSCULPTINGMX
FACEBOOK.COM/COOLSCULPTING



¿Alergia o resfriado?

“ EN CUALQUIERA DE LOS CASOS, SI DESEAS EVITAR QUE ESTOS CUADROS SE REPITAN ES NECESARIO CONOCER LA CAUSA A TRAVÉS DE PRUEBAS MÉDICAS ”

Por Armando Magaña Cobos
Médico especialista en Alergia e Inmunología
Clínica Pediátrica de Hospital Ángeles Torreón



En estas temporadas de tolvaneras y cambios bruscos de temperatura, incluso en el mismo día, es muy común que las personas que conoces o tú estén constantemente congestionadas de la nariz o con escurrimiento nasal.

Muchos te dirán que es un resfriado y otros lo considerarán alergia. En cualquiera de los casos al tomar antihistamínicos te sentirás mejor, sin embargo, si deseas evitar que estos cuadros se repitan es necesario conocer la causa. Con base en los síntomas podemos sospechar de qué se trata, pero en medicina existe una prueba llamada Estándar de Oro Diagnóstico que confirma o descarta un padecimiento con mayor probabilidad. En el caso de las alergias más comunes, éste se realiza mediante la detección específica de IgE, proteína que se sintetiza en contra del alérgeno o sustancia que se reconoce como dañina. Para lograr esto existen varios métodos *in vitro* (realizados en laboratorio después de obtener una muestra de sangre del paciente) entre los

que destacan dos por su auge comercial: RAST (Radio Allergo Sorbent Test) que es más antiguo y común, pero menos sensible por ser una prueba de detección general, e INMUNOCAP o CAP RAST, que posee determinaciones más específicas. Pocos laboratorios procesan estas pruebas, por lo que generalmente se envían al extranjero haciéndolas más costosas y alargando el tiempo de espera de resultados de una a dos semanas. De los métodos *in vivo* (que se realizan directo en la persona) el más común y práctico son las pruebas cutáneas, en las que por medio de instrumentos de plástico estériles (el número varía de acuerdo a la edad del paciente y la cantidad de alérgenos a probar) se rasga la capa más superficial de la piel para que el alérgeno entre en contacto con las células de defensa, y en caso de que el paciente esté sensibilizado a esa sustancia, desencadene una reacción inflamatoria traducida clínicamente en una roncha, y de esta manera puede identificarse si dichas sustancias tienen correlación con los síntomas, facilitando

así el diseño de un tratamiento definitivo para evitar la exposición o desensibilización del alérgeno.

Como en todo los demás mercados, la calidad varía según el producto de diagnóstico y tratamiento ¿Cuáles son los ideales? Los alérgenos estandarizados son aquellos en que la compañía garantiza qué cantidad hay por mililitro, aspecto de suma importancia para el éxito del tratamiento, ya que éste se basa en una administración continua, pero ascendente, de la exposición del paciente con las sustancia que causa la alergia. Pero si no sabemos qué concentración tiene cada nuevo frasco de aplicación de tratamiento, ¿cómo nos aseguraremos de que está más concentrado en cada ocasión?

¿Tú que gasolina le pones a tu auto? ¿La proveniente de una gasolinera con certificados que garantizan que posee la concentración adecuada, o una diluida? En el caso de las alergias también puedes exigir tu tipo de tratamiento.♥



INBODY REALIZA UN ANÁLISIS COMPLETO DE LA COMPOSICIÓN CORPORAL

-Peso

-Masa Muscular

-Porcentaje de Grasa

-Agua Corporal

-Metabolismo Basal



InBody 230



Análisis corporal



Dieta



Suplementación



Rutina de Pesas & Cardio

MES CON MES, GRÁFICA DE AVANCE, CAMBIO DE RUTINA Y DIETA



**quolution
FITNESS**

INDEPENDENCIA 3438, 3^{ER} PISO, COL. EL FRESNO
INFORMES Y CITAS CON **JUAN CARLOS GRAHAM: 1 87 81 56**



Cuando ambos padres trabajan

¿CÓMO COMPARTIR LA RESPONSABILIDAD DE EDUCAR A LOS HIJOS?



Humberto Guajardo Acuña
Psicólogo Clínico y
Psicoterapeuta

Colabora en varios medios locales con artículos y cápsulas de psicología. Es director de la Consultoría HG, que brinda asesoría a las áreas de personal de un buen número de empresas laguneras. También colabora con asociaciones civiles y órganos gubernamentales impartiendo diversas pláticas y cursos.

Ha quedado atrás el tiempo en que el papá salía a trabajar, los hijos a la escuela y la mamá se quedaba en la casa haciendo los quehaceres y procurando que los servicios estuvieran cubiertos: comida, ropa limpia y planchada, limpieza, organización, tareas, juegos e incluso la sola presencia que generaba cierto calorcito que distinguía una casa de un hogar. Éste no es el espacio para comentar las razones y no es la intención de un servidor culpar a nadie, porque ni hay culpables, ni es práctico.

Hoy los roles de hombre y mujer han variado de manera definitiva, de ahí que hacia el interior de las familias se ha ido generando un movimiento radical que de manera popular se define como “a quién le toca qué”. El padre y la madre son proveedores económicos y emocionales, así como de cuidados y educación; un padre puede sentarse a platicar con sus hijas pequeñas sobre cambios hormonales y la mamá puede platicar con los varoncitos de cómo llevar una relación con una mujer. Estamos viviendo una época en que a ninguno de los dos progenitores se le debería excluir de ningún tema en relación con sus hijos. El problema se presenta cuando los padres no tienen el tiempo suficiente, no saben cómo abordar temas o no se ponen de acuerdo e incluso contradicen a su pareja. Esto se ve de una manera mucho mayor en los casos en que se dio un divorcio.

En caso de que no se dé el apoyo porque hay cierto nivel de rigidez, o como dijimos, un divorcio mal llevado, quien tenga mayor nivel de consciencia debe buscar apoyos en la escuela o algún otra instancia, pero de ninguna manera descalificar a papá o mamá, porque esto propicia que el niño o la niña no respeten la autoridad.

Nos podemos dar cuenta de que en la actualidad la formación de los hijos no es solo “come bien, lávate los dientes, no te ensucies, dale beso a tu madrina...”, sino que tiene que ver con formas de pensar, maneras de ver la vida, enseñarles a que se conozcan, que desarrollen sus habilidades y permitirles que piensen por ellos mismos respetando lo que se les indica. Es por eso que la formación de los hijos es básica para ellos, para la familia e incluso para su comunidad. Hoy les pertenece la posibilidad de conducirla a ambos padres y parece que la clave no está en las ganas de hacer las cosas bien, sino en la coordinación para ser eficaces.♥

“ EL PADRE Y LA MADRE SON PROVEEDORES ECONÓMICOS Y EMOCIONALES, ASÍ COMO DE CUIDADOS Y EDUCACIÓN ”

LA MEJOR MANERA DE ABORDAR LA FORMACIÓN DE LOS HIJOS TIENEN QUE VER CON ALGUNOS PUNTOS:

- ▲ Disposición para proponer y escuchar
- ▲ Un nivel de comunicación adecuado, para seguir temas de cierta profundidad
- ▲ Flexibilidad para negociar y actitud de aprendizaje, de tal manera que acudan a fuentes de información, cursos y otras posibilidades
- ▲ Tener claros los objetivos y métodos, es decir los para qué y cómo





METROCARRIER
COMUNICAMOS TU EMPRESA

LA DISTANCIA MÁS CORTA ENTRE
LOS CLIENTES Y TU NEGOCIO

**CONECTA
TU NEGOCIO**



5 Mbps

INTERNET ⁽¹⁾
incluye módem inalámbrico



1 Línea
TELEFÓNICA con
100 llamadas locales
a teléfonos de otras compañías
y **llamadas ilimitadas**
entre clientes Megafón

+ 100 min. LD
MEX|EUA|CAN

+ 100 min.
a celular local

por sólo
\$399
al mes
incluye impuestos

**CRECE
TU NEGOCIO**



5 Mbps

INTERNET ⁽¹⁾
incluye módem inalámbrico



1 Línea
TELEFÓNICA con
**llamadas locales
ILIMITADAS**
entre clientes Megafón



**Servicio
TV Conecta**
con los mejores canales

por sólo
\$549
al mes
incluye impuestos

+ 100 LLAMADAS LOCALES
a teléfonos de otras compañías
+ 100 min. LD MEX|EUA|CAN
+ 100 min. a celular local

por sólo
\$79 adicional
incluye impuestos

**NEGOCIO
TOTAL**



10 Mbps

INTERNET ⁽¹⁾
incluye módem inalámbrico



1 Línea
TELEFÓNICA con
**llamadas locales
ILIMITADAS**
a teléfonos de
cualquier compañía

+ minutos
LD ILIMITADOS
MEX|EUA|CAN

+ 100 min.
a celular local

por sólo
\$999
al mes
incluye impuestos

Cámbiate a **Metrocarrier**
con tu mismo número y llévate
contratación e instalación GRATIS⁽²⁾

50% de descuento
por los primeros **3 meses**⁽²⁾

Además **1 mes GRATIS**⁽²⁾
de todos tus servicios contratados

y **100 FACTURAS ELECTRÓNICAS**⁽³⁾

Guadalajara **9690 6000** | República Mexicana **690 6000**

www.metrocarrier.com.mx

un servicio de



(1) Aplica pagando \$100 firmando compromiso de permanencia de 3 meses. (2) Promoción válida pagando \$100 como anticipo a la primera mensualidad, por cada servicio contratado, realizando la portabilidad del número telefónico, con compromiso de permanencia de 12 meses; si el suscriptor sale a corte perderá esta promoción. La mensualidad gratis aplicará en el mes 12. (3) Las 100 Facturas Electrónicas gratis no son acumulables y deberán consumirse en los primeros 60 días, pasado este período se activará el Paquete de Facturación Electrónica con un costo de \$104 al mes. (4) Requiere conectar hacia el sistema administrativo del cliente. PORTABILIDAD TELEFÓNICA, "RESOLUCION COFETEL, DOF 12/06/07". En las llamadas locales incluidas no se consideran minutos a celular. Los paquetes de larga distancia no incluyen llamadas a destinos o ciudades no abiertas a prescripción. La velocidad de 2 a 5 Mbps es ideal para 10 computadoras. La velocidad de 10 Mbps es ideal para 20 computadoras. Los servicios y tarifas pueden variar de acuerdo a la disponibilidad en tu localidad, consúltala en tu CIS mas cercano. Vigencia de la promoción 31 de marzo de 2013.

Periodismo y violencia



Raúl Blackaller Velázquez

Licenciado en Derecho (UAC) y Maestro en Educación (UIA). Profesor en varias instituciones de educación superior de la región. Especialista en Análisis de la Realidad.

El objetivo del periodista debe ser la búsqueda de la verdad, es precisamente en esa pesquisa donde el peligro aparece. El periodismo es una carrera que implica riesgo, atrevimiento, astucia, pero sobre todo, capacidad para oler el rastro de una noticia. En el norte del país la violencia radica en los intereses de los grupos de la delincuencia organizada, mientras que en el sur éstos son trastocados por los Gobiernos estatales. Al final todo se reduce a información, y ésta es poder. El Comité para la Protección de los Periodistas (CPJ) estima que en los últimos seis años más de 50 profesionales de esta área han sido asesinados o desaparecidos en México.

Hoy se trastocan dos derechos fundamentales: la libertad de expresión y el acceso a la información. En los últimos años se ha vivido una censura por parte del Gobierno federal en temas de seguridad pública, y la transparencia es la gran enemiga de la corrupción. Los políticos y funcionarios públicos se sienten en una vitrina, al contrario de épocas pasadas donde la bruma y el hermetismo eran cómplices de sus fechorías.

Por otro lado, la delincuencia organizada busca la manera de beneficiarse de la información que publican los medios. Si las noticias conceden determinado espacio y detalle a un caso en el que ellos actuaron, lo asumen como un acto antagónico o a favor por parte del medio.

No es un secreto que México es el país más peligroso para ejercer el periodismo, vivimos algo parecido a una guerra civil. No hay una estructura ni certeza en los movimientos de un bando y de otro, lo cual provoca que naciones que sufren una guerra sea incluso más seguro ejercer el periodismo. En el Seminario Cobertura Transfronteriza del Narcotráfico entre México y Estados Unidos del 2010 se menciona que los periodistas, y en especial los que trabajan en medios de las ciudades más afectadas por el narcotráfico, han sido los blancos preferidos de los grupos criminales. Presiones, palizas, secuestros, torturas y asesinatos son hechos frecuentes que buscan amedrentar y acallar voces de investigación independientes, que dan cuenta de los movimientos de los criminales en ciertas zonas y sus relaciones con el poder.

También se hace hincapié en que reportar el lado de los cárteles ha probado ser muy peligroso, con periodistas golpeados, secuestrados e incluso asesinados. Asimismo, el hecho de que los crímenes relacionados con drogas sean considerados delitos federales con responsabilidad de investigación de los aparatos centrales de policía, facilita el control de la agenda periodística al limitar a las entidades y municipios la información de delitos comunes. La autoridad federal es la que ejerce un enorme control en el manejo de información ligada al narcotráfico.



La autocensura que muchos medios se han impuesto como manera de proteger a sus periodistas ha significado ignorar temas de corrupción y posibles lazos de la autoridad con el narcotráfico.

Los periodistas que cubren casos de drogas se encuentran desprotegidos ante el poder de las organizaciones delictivas. Los reporteros de diarios locales están indefensos, debido a la falta de entrenamiento y capacitación para lidiar con ambientes hostiles y el estrés postraumático, a eso hay que agregar sus escuálidos sueldos y la ausencia de seguro médico. Las críticas condiciones en que se desenvuelven los hacen blanco de la violencia, y también los exponen a ser reclutados por las organizaciones criminales.

El periodismo es pilar básico de cualquier democracia, su protección es relativa al poder ciudadano y su acceso a la información, por eso es un tema que no debemos ignorar.▼



EL COSTEÑITO TORREÓN
@ELCOSTENITOTAC



Camarones Roca

CAMARONES TEMPURA + ADEREZO SPICY ORIENTAL

costeñízate

TORREÓN • SALTILLO • CHIHUAHUA • MONTERREY • QUERÉTARO • VILLAHERMOSA • XALAPA • SAN LUIS • MÉXICO • GDL • LEÓN • CANCÚN • AGUASCALIENTES • DURANGO
DURANGO • TIJUANA • CUERNAVACA • ZACATECAS • CD. JUÁREZ • VERACRUZ.

WWW.GRUPOCOSTENO.COM

La Venezuela de Chávez



David Pérez
Internacionalista y Maestro en Política Pública por la EGAP con estancia en la KSG de Harvard University. En 2008 recibió el Premio Estatal de Administración Pública.
editorial@playersoflife.com



A muchos sorprendió la concurrencia de las miles de personas que se congregaron en las calles de Caracas para acompañar el cortejo fúnebre, para otros, era de esperarse.

¿Quiénes están en lo correcto? ¿Los venezolanos exiliados en Europa, el DF o Miami criticando a Chávez por todo lo malo que ha pasado en sus vidas? ¿Los que utilizaron su imagen para denostar candidatos en toda América Latina? ¿O los miles de seguidores (no solo venezolanos) llorando y haciendo todo lo humanamente posible para despedirse de su Comandante?

En su Gobierno, la reducción de la pobreza, gran ambición del chavismo, fue espectacular. Según cifras de la ONU, cuando Chávez llegó al poder en 1999 la mitad de los venezolanos no tenían para comer. A 14 años de su mandato, la pobreza se redujo a la mitad con 25%, haciendo de este país el tercer lugar con menor porcentaje en Latinoamérica. Cabe mencionar que México aún tiene el 50%. Los más críticos han señalado que esto solo fue posible con las “dádivas producto del petróleo”, y en parte tienen razón, el barril en los últimos años del chavismo osciló en los 100 dólares, cinco veces o más que al inicio, por lo que hoy la renta petrolera representa 90% de los ingresos de divisas, para bien o para mal.

Sin embargo, otros datos económicos también son innegables. El PIB per cápita casi se triplicó, pasando de los cuatro mil a los 11 mil dólares anuales. Además, el desempleo, que para muchos es considerado la certidumbre que los Gobiernos dan a empresarios e inver-

sionistas, se encuentra relativamente bajo, sobre todo desde una perspectiva comparada. En 1999, antes de Chávez, la tasa se ubicaba en 14.5%, en el 2013 se encuentra en la mitad con 7.6%, cifra no muy alejada de la mexicana y una envidia para varios países europeos. Ante la frialdad de estas cifras muchos de sus oponentes han preferido criticarlo por contar con la inflación más alta de toda América Latina (22%). En el indicador tienen razón, pero en la responsabilidad formalmente no, pues esta tarea le corresponde al Banco Central de Venezuela, un ente autónomo. Como es obvio, muchos en la oposición dudarían de dicha autonomía, lo curioso es que de aceptar esto, también se harían automáticamente responsables de la inflación que en promedio acumuló 56% entre 1988 y 1998, mucho más que con Chávez.

Sin embargo, más allá de los indicadores económicos, la verdadera definición del chavismo podría encontrarse en la provisión de servicios públicos. Quizá entre los más notorios están la tasa de mortalidad infantil, que se redujo de 20 a 13; el 38% de decrecimiento en desnutrición, o el sorprendente incremento de 189% de estudiantes universitarios en 10 años.

Para quienes dudamos de los datos oficiales, en la ONU no hacen más que eco de esta mejora. Hoy Venezuela cuenta con el índice de Gini más bajo en toda América Latina (0.394), en otras palabras, es la sociedad con menos desigualdad en el continente, en el que por cierto, apoyó como nadie lo ha hecho a Cuba y Centroamérica. Pero eso no es todo, el IDH demuestra que Chávez también rompió el estancamiento en que se encontraba la nación, lo cual es evidente si se compara el 0.623 promedio de los ochentas con el 0.629 de los noventas. En 2011 este indicador se encontraba en 0.735, mejor que Brasil y Colombia.

¿Fue entonces todo miel sobre hojuelas? No, esa tampoco es la historia. Los homicidios se incrementaron, se expropiaron muchas compañías injustificadamente y a varios opositores fueron encarcelados, algunos de ellos provocaron golpes de Estado en su contra, pero otros solo buscaban mayor libertad de expresión.

Chávez hizo muchas cosas raras y cayó en caprichos inexplicables, como el querer cambiar un billete para que la figura volteara a la izquierda, o modificar el huso horario media hora cuando el estándar internacional es de horas completas.▼

PROVOCADOR REVOLUCIONARIO EXTRAVAGANTE POLÉMICO CRÍTICO

Para muchos, carismático, para otros, irracional. Amado y odiado, Hugo Chávez deja Venezuela después de 14 años de un Gobierno que por su estilo, difícilmente puede ser ignorado. Ojalá que el legado de uno de los líderes más polémicos que ha tenido Latinoamérica sea evaluado con lo bueno y lo malo, con lo que se merece.

Feria Taurina 2013

EVENTO DE
BENEFICENCIA



COLISEO CENTENARIO

20 DE ABRIL
8:30PM

**PABLO
HERMOSO**
DE MENDOZA
**FERMIN
SPINOLA**
**JOSELITO
ADAME**

1 DE MAYO
5:00PM

JULIAN LOPEZ
"EL JULI"
**JOSE
MAURICIO**
**DIEGO
SILVETI**

3 DE MAYO
8:30PM

**JUAN JOSE
PADILLA**
URIEL MORENO
"EL ZAPATA"
ANTONIO GARCIA
"EL CHIHUAHUA"



BOLETOS DESDE
\$200

Adquiere ya tus boletos y abonos para la feria en



**COLISEO
CENTENARIO**
EL LUGAR DE LOS EVENTOS



Lala MARATÓN INTERNACIONAL

Una gran fiesta se vivió el domingo 3 de marzo con el XXV Maratón Internacional Lala, donde las calles de La Laguna se llenaron de color, música y diversión, mientras corredores de diferentes partes de México y el mundo recorrían los 42 kilómetros del trayecto. Finalmente se coronaron atletas kenianos en ambas ramas. ▼



Alejandro, Santiago, Miguel, Eduardo, Carlos y Don Ramón



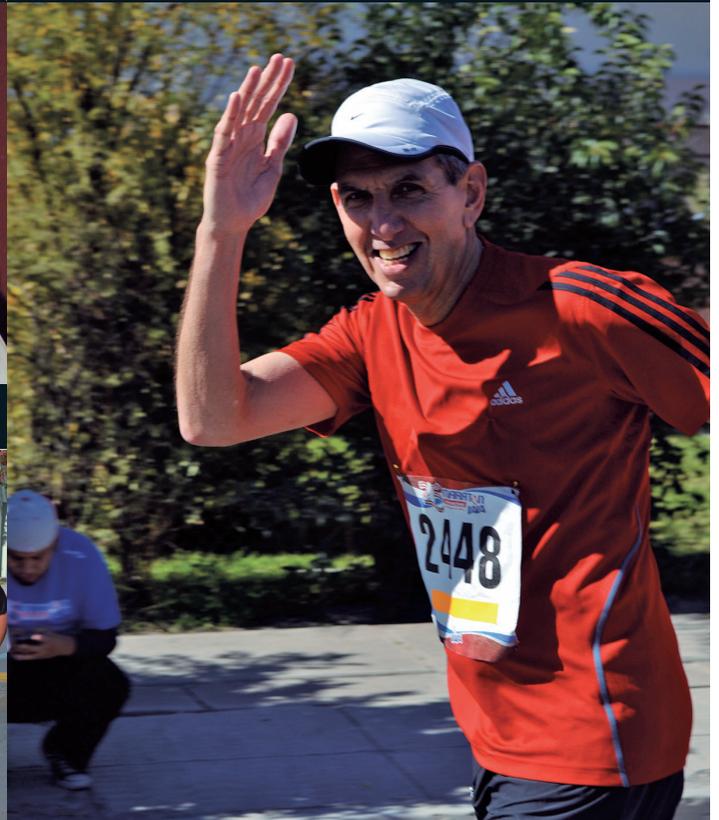
Familia Borgetti



Luis Rey y Martín Arballo



Equipo Aquiles aproximándose a la meta



Alberto Murra

MI AUTO ES ÚNICO

“Después de cerrar el trato, quiero regresar a casa seguro, por eso cuento con la seguridad y protección del blindaje de mi Auto TPS”



Más que un auto blindado es un TPS[®]
Venta, Renta y Servicio de mantenimiento.

Monterrey (81) 8124 66 72 - México (55) 5358 9800 - Guadalajara (33) 1202 2388
www.tps.com.mx



CERTIFICADOS CON
ISO 9001/2008

REG.SSP: DGSP/035-08/1013



CHARM life CELEBRA SU PRIMER ANIVERSARIO



Isabel y Alexis

La Revista CHARM life de Grupo PLAYERS cumplió su primer aniversario y lo festejó en grande con una fiesta en el Parque España, con la temática de Sunglasses at night. Los asistentes pudieron gozar de una velada llena de música, con una deliciosa cena y bebidas. ♦



Beto, Rogelio y Manolo



Alejandro y Gaby



Barbara y Jorge



Don y Myriam



Fer, Alberto, Carlos y Gerardo



Carlos y Karla



Claudia, Cecy y Nuri



Engalec ENCUENTRO INTEGRAL



Rafael Villegas y Jesús Campos



Rubén Díaz Flores, Ernesto Díaz Flores, Rubén Darío Hernández



Carlos Fernández y Diego Fernández



Manuel Arana, José Antonio Flores y Ricardo Aguilar Castillo

Del jueves 14 al sábado 16 de marzo, las instalaciones del Tecnológico de Monterrey fueron sede del tradicional Engalec, el cual contó con la participación de más de mil productores de todo el país y fue inaugurado por Rubén Moreira, Gobernador de Coahuila y Enrique Martínez y Martínez, Secretario de la Sagarpa. ▼



Carlos Román y Héctor García



Felipe López, Felipe Cedillo y Jorge Abdala



Sergio Chávez, Bernardo Murillo y Manuel Negrete



Tyson INAUGURACIÓN DE CENTRO IDEA



Corte del listón

El pasado 14 de marzo abrió sus puertas el Centro IDEA Don Tyson, que consta de un laboratorio para investigación y desarrollo de nuevos productos de Tyson de México. José Manuel Arana, Director General, señaló: “este centro será una herramienta para desarrollar productos que nos sigan diferenciando en el mercado, utilizando como fuente principal a los consumidores”. ♦



Daniel Murra, Ángel y Rafael Villegas



Gregorio Martínez y Paco Montes



Isabel Belausteguigoitia, Ing. José Manuel Arana y José Arriaga



Rafael y Alfredo Villegas



Danya Barraza y Ivonne Escalera



Mario Siller y Antulio Ortiz



Nicolás Orloff, Carlos Morales y Daniel Tueme



EN MI FAMILIA APRENDÍ A **AYUDAR** ✓
EN MI FAMILIA APRENDÍ A **JUGAR LIMPIO** ✓
PARA **AYUDAR Y JUGAR LIMPIO...** ✓



NOSOTROS HACEMOS
**EQUIPO
EN FAMILIA**



#hazequipocontufamilia

POR EL BIEN DE TODAS
Y TODOS EN LA LAGUNA,

**HAZ EQUIPO
CON TU FAMILIA**

Ingres a:

www.heroeslaguna.com



DE LA MANO CON LA LAGUNA



Borregos PRESENTACIÓN DE NUEVO JERSEY

El pasado viernes 8 de marzo se realizó la presentación y entrega del nuevo uniforme del equipo Borregos, a la cual asistieron los 32 jugadores del equipo, quienes recibieron su funda y su jersey para la nueva temporada. Este año los uniformes cambiaron a un azul rey y negro con algunos vivos en color plata. El evento se llevó a cabo a las 6:30 pm en el restaurante Baldoria, en donde los jugadores pudieron disfrutar de unos deliciosos aperitivos. ♦



Carlos Fernández



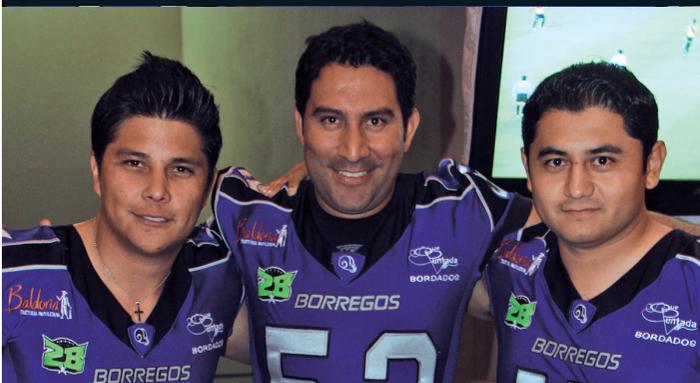
Equipo de Borregos presentando su nuevo uniforme



Chuy Martínez, Álger Salazar y Poncho Rubio



Iván Barrio y Poncho Llorens



Manuel Valencia, Edgar y Arturo Tavizón



Mauricio Negrete

Nachos del Tío



grupocosteño



CHIHUAHUA • TORREÓN • MONTERREY • XALAPA
BLVD. INDEPENDENCIA #3690 COL. EL FRESCO
www.grupocosteno.com

 SERVICIO A DOMICILIO
1.82.10.11



RESUMEN DE MARZO



• 1. Norcorea amenazó con anular el acuerdo de armisticio de 1953 si llegaran a imponérselo sanciones por realizar una prueba nuclear • 2. El Vicepresidente Nicolás Maduro anunció la muerte de Hugo Chávez • 3. Brasileños se manifestaron por una jornada máxima de trabajo de 40 horas semanales • 4. Henrique Capriles aceptó la candidatura presidencial en Venezuela • 5. Se eligió al Cardenal Jorge Mario Bergoglio como nuevo Papa de la Iglesia Católica, bajo el nombre de Francisco I • 6. Save the Children publicó que el conflicto en Siria colapsa la infancia de dos millones de menores de edad • 7. Se dictó formal prisión a Elba Esther Gordillo por delincuencia organizada y lavado de dinero • 8. Carlos Slim se mantuvo como el hombre más rico del mundo, según la revista *Forbes*, con una fortuna de 73 mil mdd • 9. El Presidente Enrique Peña Nieto y los firmantes del Pacto por México, presentaron la reforma constitucional en telecomunicaciones contra los monopolios • 10. México descendió cuatro lugares en el Índice de Desarrollo Humano elaborado por la ONU, ubicándose en el lugar 61 de 187 países • 11. La agresión contra periodistas y medios de comunicación en México se disparó 20% durante 2012 y se extendió a 25 Estados del país • 12. Se anunció que los diputados pagarán 115 mdp por una aplicación exclusiva para monitorear a distancia la actividad de San Lázaro • 13. La contienda por la Alcaldía de Torreón quedó definida: en representación del PAN Jesús de León Tello enfrentará a Miguel Riquelme del PRI y Raúl Sifuentes de Movimiento Ciudadano, PSD y PPC • 14. El Gobierno estatal anunció que el nuevo edificio de la Presidencia Municipal estará terminado en la primera semana de junio • 15. Los Alcaldes de Torreón y Gómez Palacio se mostraron optimistas por la reunión del Gabinete de Seguridad Federal con los Gobernadores de Coahuila y Durango

Soul injection

Nuevo Audi A3

Start the engine.

Acelera tus emociones con sus 180hp, transmisión S tronic de 7 velocidades, desempeño más deportivo y tecnología Audi ultra que lo hacen aún más ligero y potente. No sientas la velocidad, sino lo que puedes hacer con ella.



Audi Center Laguna

Bld. Independencia No. 220 Pte.
Col. Centro
CP 27000
Torreón, Coah.
Tel. (871) 749 1500
www.audicenterlaguna.com.mx

www.audi.com.mx 01800-849-2383

Audi
Liderazgo por tecnología





Aniversario de
DURANGO

MÁS ALLÁ DE NUESTRA HISTORIA

"DONDE LA CULTURA SE VIVE"
CONÓCEME Y ENAMÓRATE

DOLORES DEL RÍO



CATEDRAL BASÍLICA MENOR



DURANGO
www.visitadurango.com.mx

f turismodurango

@turismodurango

☎ 01 800 624 6567

MÉXICO
¡Se Siente!
visitmexico.com

"Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa".

