

ANIVERSARIO
GRUPO FARRERA

— JUNTOS COMPARTIENDO HISTORIAS —

1935-2015

Directorio

Presidente y Director General
Rómulo Farrera Escudero

Edición de la revista coordinada por:
Departamento de Sinergias
Corporativo Grupo Farrera.

Colaboradores por División:

CORPORATIVO

Marley Morales Pérez
Blanca Johana Paredes García

DIVISIÓN ALFA

Sandro Burguete Espinosa
Stefanie Fuentes Tevera
Daniela Tejeda Palacios
Wytzy Gamboa

DIVISIÓN DELTA

Anuar Emilio Anahuati Pérez
Karen Nanette Sánchez Correa
Saúl Evencio Méndez Rodríguez
Miryam Islas Álvarez
Buguelio Brodelí Velázquez Ruíz
Juan Carlos Guizar Coutiño
Alma Miguel Rojas

DIVISIÓN SIGMA

Sttel Vera Ortíz

DIVISIÓN GAMMA

Rubén Darío Núñez Márquez
Paulina Knight

DIVISIÓN TURISMO

Karla Alejandra Serrano Gordillo
Milo Gatti Bechelli

Esta es una publicación trimestral de distribución interna editada por el Corporativo de Grupo Farrera. Av. 1ª Sur Poniente No. 1128 Barrio el Cerrito, C.P. 29000. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas;
Tel.: 01(961)6187000 ext. 1810 y 1811.

¡Colabora en Enlace Farrera!

Nos interesa conocer los eventos importantes que ocurrieron en donde colaboras: actividades deportivas, recreativas, culturales, reconocimientos, ascensos, historias de éxito, capacitaciones, actividades de responsabilidad social, etc.

Envíanos tu colaboración al correo electrónico:
revistaenlace@gfarrera.com.mx
Recuerda que el texto debe ser media cuartilla y las fotos en formato JPG.

¡Esta revista es tuya!
¡Participa con nosotros!
Versión Digital: <http://nube.farrera.net/intranet/>

Queremos escuchar tus comentarios, ¡escríbenos!

Contenido

INSTITUCIONAL

Premio Yuushuu.
Presentación nuevo Suzuki Ciaz 2016
Farrera trasciende fronteras
Patada inicial de un año de logros
Somos plata y vamos por más
Reconociendo a los mejores del año
Historia de la marca Honda
Ciudad Salud Tlalpan
Nuestra imagen, nuestra tarjeta de presentación
John Cooper, la leyenda continua
Convención nacional de comités EXXON MOBIL
Alianza Amiga

CON LA CAMISETA PUESTA

Gustavo Lara
Oscar Octavio Montero Hernández
Milo Gatti Bechelli
Oscar Martínez Gutiérrez

HOMENAJE PÓSTUMO A LIC. RAFAEL SILVA ORNELAS

CONOCIMIENTO Y REFLEXIÓN

Cómo mantener a nuestro personal motivado
12 ladrones de tiempo
Moralejas
Día Internacional de la Mujer

AVENTURAS REGIONALES

Coyoacán
Cañón Río la Venta
Hierve el Agua

ESLOGAN GANADOR "JUNTOS COMPARTIENDO HISTORIAS"

Mensaje de Emilio Anahuati a compañeros GRUPO FARRERA Revista Enlace Abril 2015.

“LAS GRANDES OBRAS DE LAS INSTITUCIONES LAS SUEÑAN LOS SANTOS LOCOS, LAS REALIZAN LOS LUCHADORES NATOS, LAS APROVECHAN LOS FELICES CUERDOS Y LAS CRITICAN LOS INÚTILES CRÓNICOS”

Este proverbio fue escrito en el siglo XIV por KIOTO, un monje y poeta japonés, y lo quiero compartir en esta ocasión con todos ustedes para hacer énfasis en lo que, con estos OCHENTA AÑOS DE EXISTENCIA, se ha convertido el GRUPO FARRERA... ES EL PRODUCTO DE UNOS VISIONARIOS Y SANTOS LOCOS EN BUSQUEDA DE UNA SANA Y EFICAZ FUENTE DE UTILIDADES ASI COMO UNA SEGURA FUENTE DE EMPLEO PARA CIENTOS DE PERSONAS.

GRUPO FARRERA, fundado y dirigido en 1935 por DON CIRO FARRERA ESCOBAR (QEPD) y desde 1978 por su hijo, RÓMULO FARRERA ESCUDERO, quienes además de visionarios y SANTOS LOCOS, resultaron LUCHADORES NATOS, llega en Junio 2015 a su 80 aniversario convertido en referencia obligada del medio automotriz por su tamaño y dispersión, los socios comerciales que representa, las estrategias, controles y seguimientos aplicados y por tanto los adecuados resultados.

Sin duda alguna muchos de nosotros resultamos los FELICES CUERDOS que hemos colaborado durante muchos años en este Grupo y que hemos disfrutado y aprovechado los grandes beneficios que nos ha brindado. Así, a ustedes amigos y compañeros, les aconsejo disposición, esfuerzo y actitud abierta para continuar esta gran labor. Sintámonos orgullosos y satisfechos de los logros y evitemos la decepción de desperdiciar esta oportunidad que tenemos en las manos. No seamos INÚTILES CRÓNICOS... sin realizar nuestro máximo esfuerzo por mejorar y engrandecer nuestras vidas personales y Grupo.

80 años no mienten: el Grupo ha perdurado, se ha desarrollado y consolidado como empresa sólida y reconocida, aprovechémoslo pero con el cuidado de continuar engrandeciéndolo!.

PROPONGO CONCENTRARNOS EN LOGRAR 3 METAS:

Primero: fortalecer y mejorar nuestros indicadores y así prevalezca el lema de GANAR-GANAR con nuestros clientes, accionistas, plantas y nosotros mismos.

Segundo: enfoquémonos en los clientes y logremos su LEALTAD... la competencia es intensa y será aún mayor; mejoremos nuestras gestiones de calidad para ser congruentes con nuestra Misión Corporativa y con las marcas que representamos y así continuemos diferenciándonos; Trabajemos con HONOR, RESPETO, COMPROMISO Y CONFIANZA.

Tercero: encarguémonos de brindar un reconocido y extraordinario HOMENAJE al Grupo en los próximos festejos de este 80 aniversario.

Les recuerdo que las grandes instituciones no se hacen solas por lo que pongamos todo nuestro esfuerzo en lo que nos corresponde como ejecutivos y empleados.

¡LA ACTITUD HACE LA DIFERENCIA, SEAMOS FELICES CUERDOS Y TAMBIÉN LUCHADORES NATOS!!

Les agradezco:
EMILIO ANAHUATI PÉREZ
DIVISIÓN DELTA

80 Aniversario Concurso de Dibujo La Familia y El Auto del futuro-2080

BASES

- DIRIGIDO A: Hijos de colaboradores del Grupo Ferrera.
- **2 CATEGORÍAS:** Categoría KIDS de 6 a 8 y Categoría JUNIOR de 9 a 11 años.
- Los niños deberán representar cómo imaginan el auto del año 2080, la familia que lo conduce y una imagen alusiva al Grupo Ferrera en su 80 Aniversario.
- Para la elaboración del trabajo artístico se podrá utilizar cualquier técnica pictórica a color, en cualquier tipo de papel con medida de 43 cm x 28 cm. Un dibujo por niño.
- Los trabajos deberán ser originales; es decir no pueden ser retomados de imágenes ya existentes y aquellos que reflejen el apoyo de adultos o expertos en la materia serán descalificados por el jurado.
- Todos los trabajos deberán llevar los siguientes datos:
+Título del trabajo +Nombre completo del niño +Edad +Nombre completo del papá o mamá colaborador de Grupo +Empresa en la que colabora +Celular
- Los trabajos deberán ser enviados del 30 de abril al 1 de junio de 2015 a la siguiente dirección:
Automotriz Ferrera S.A. de C.V
Avenida Central no. 1239 Esquina 12 poniente Col. Centro. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas CP. 29000
Tel. 961 61 8 70 00 ext. 1810 y 1811
- Atención a: Departamento Ferrera Premium - Blanca Paredes
- Favor de mandar escaneada la guía de envío para confirmar de recibido la entrega del paquete en la oficina de Ferrera Premium.
Enviar al siguiente correo: registro.premium@gfarrera.com.mx

PREMIOS

Categoría KIDS:

Primer Lugar: Carrito eléctrico montable

Segundo y Tercer lugar: Boletos al cine para su familia nuclear con Palomitas/refrescos incluidos.

Categoría JUNIOR:

Primer lugar: Ipad Mini 2

Segundo y tercer lugar: Boletos al cine para su familia nuclear con Palomitas/refrescos incluidos.

Premio Yuushuu.

Colaborador: Sandro Burguete Espinosa / Gerente de ISUZU

El pasado 6 de febrero la marca ISUZU reconoció a las agencias con mejores resultados en el 2014 en todas las áreas, Venta de unidades, Refacciones y Servicio, otorgándoles el premio Yushuu, el cual consiste en un viaje que se hará en el mes de octubre y en ésta ocasión el país a visitar es Japón.



En la foto: el Lic. Alejandro Vázquez Farrera (Delegado del Consejo de Grupo Farrera) Lic. Antonio Reynoso (Director de Marca) Rodolfo Fernández (Gerente de Isuzu Mérida) y Sandro Burguete Espinosa.

PRESENTACIÓN NUEVO

SUZUKI CIAZ 2016.

Rubén Darío Núñez M /
Gerente Suzuki Cancún

El jueves 5 de febrero se presentó en las instalaciones de Suzuki Cancún el nuevo miembro de la familia Suzuki, el totalmente nuevo Ciaz 2016 llega a ocupar un lugar dentro de los autos sedanes pequeños por sus dimensiones de 4.490 mts., siendo el más equipado en su segmento.



El cocktail realizado en las instalaciones de Suzuki Cancún en el cual los asistentes pudieron disfrutar de un ambiente agradable y moderno con margaritas de guanábana y de pepino, que sirvieron de preámbulo para dar paso a la presentación del nuevo Suzuki Ciaz 2016, el cual fue del agrado de los invitados, para seguir disfrutando de esta velada se sirvieron a los invitados una variedad de canapés salados y dulces para hacerles sentir que Suzuki Cancún es su casa y así agradecerles su asistencia.

Puedes ver el video de la Presentación del Automóvil Suzuki Ciaz 2016 el el siguiente link:
<https://www.youtube.com/watch?v=Sq2F7cX5eJo>

Farrera trasciende fronteras

Colaborador: Karen Nanette Sánchez Correa / MKT Honda Coyoacán

¡Para GRUPO FARRERA no hay imposibles!

No es suficiente con cubrir parte de la República Mexicana. Hoy, podemos decir orgullosamente que un FIT de HONDA COYOACÁN rueda por el malecón de Cuba! Ésta es la narración de nuestro cliente Nick:



“Yo tengo mucha experiencia con Honda y me interesaba el Fit. Mi primer carro fue un Accord '83 que heredé de mi abuelo, hoy mi padre tiene un Accord y un Civic. Entonces ya conocía la calidad de Honda.

A nosotros nos costó un poco decidir por el Fit, porque realmente ese auto no existe en Cuba. Muchas veces la gente tiene la impresión de que Cuba está lleno de autos americanos de los 50s, pero realmente no es así. Compramos el Fit en septiembre de 2013 en Honda Coyoacán.

Contratamos una naviera que nos llevara el carro, además de menajes personales. Lo subieron en un contenedor y en un par de semanas llegó al puerto de La Habana, pero tardamos otras 5 semanas en poder sacarlo del puerto por varias razones burocráticas. A finales de noviembre sacamos el Fit y pudimos registrarlo. Siempre llama mucho la atención de la gente en Cuba porque hay muy pocos Honda. En algunas ocasiones, otros conductores, me están constantemente señalando que debería apagar mis focos porque nunca han visto los "day running lights" que son medida de seguridad.

Pero nosotros muy contentos. El carro realmente es mucho más grande de lo que aparenta. Me gusta cómo se maneja y como se puede guardar cosas debajo del asiento de atrás. Es un carro perfecto para La Habana!”

Institucional

Patada inicial de UN AÑO DE LOGROS

Colaborador: Stefanie Fuentes Tevera / Mercadotecnia

Llegar a la cima inicia con el primer paso en la montaña. Hemos iniciado un proceso de calidad, que se reflejará todo el año. Chevrolet es una marca líder, que cuenta con más de 100 años innovando en tecnología automotriz, y que debe contar con personal, instalaciones y equipo a la altura. Es por ello que General Motors es cada año más estricto en la forma de evaluarnos, nos lleva a superarnos cada día, a vivir con la filosofía de MEJORA CONTINUA. Detectando áreas de oportunidad, con el objetivo de brindar una experiencia de compra única.

El Kick off es un evento que marca nuestro compromiso para superar las expectativas. Reconociendo el gran desempeño de nuestro personal, y reforzando la filosofía “MENTALÍZATE A SER EL MEJOR”, motivándonos a ser competitivos entre nosotros y ante otras marcas.

Lo más importante a recalcar este año, es la disposición de nuestros directivos a concretar los equipos de trabajo.



Donde los diferentes departamentos no se manejen aislados, si no por el contrario se genere una dinámica de apoyo, retroalimentación y generación de ideas en beneficio de todos.

Estamos seguros que este será un gran año. Y que sin importar los obstáculos que se nos presenten, juntos lograremos ENCONTRAR SOLUCIONES.

Somos Plata y vamos por más

Colaborador: Stefanie Fuentes Tevera / Mercadotecnia



La “certificación” es un término que vinculamos con el cumplimiento de nuestro estándar, con capacitarnos o con mantener las instalaciones en óptimo estado, sin embargo es importante conocer y comprender la importancia de un proceso tan complejo.

En primer lugar me es muy grato felicitar a mis compañeros, porque con el trabajo conjunto de todos, logramos certificarnos un año más como agencia PLATA ante General Motors.

Un distintivo como este se logra con el esfuerzo, dedicación y empeño de un equipo de trabajo consolidado, donde todos estamos con la camiseta puesta y buscando la excelencia cada día.

La certificación permite demostrar que se cumple con los requisitos técnicos establecidos en la norma o reglamento con el cual se evalúa el producto, en nuestro caso “Los estándares operativos de General Motors”; es una de las posibilidades que tienen las empresas del sector para mejorar su competitividad, a través de la garantía de la calidad y los valores que distinguen a un determinado producto o marca.

La certificación de productos y servicios se debe entender como una estrategia de posicionamiento ya que aporta un reconocimiento público de la calidad de los productos y servicios certificados, lo que constituye una ventaja competitiva que le reportara a las empresas beneficios en el mercado, principalmente diferenciación de producto y confianza del consumidor.

Cuando un consumidor adquiere un producto certificado tiene la ventaja de estar amparado por las entidades de protección al consumidor, en caso de detectar alguna anomalía puede dirigirse ante el organismo certificador e interponer una queja la cual debe ser resuelta en un tiempo determinado.

Como agencia logramos el distintivo PLATA en 2011, y lo hemos mantenido por 3 años. Nos consideramos consolidados en calidad, y ahora vamos por la excelencia. 2015 será nuestro año de ORO. Estamos mentalizados a ser los MEJORES.

Reconociendo a los MEJORES DEL AÑO.

Colaborador: Daniela Tejeda Palacios / Gerente de Ventas Flotillas

Con un ameno desayuno se llevó a cabo la entrega de los reconocimientos a los mejores vendedores del año 2014 de la agencia Chevrolet Libramiento. Cabe destacar el desempeño obtenido por nuestros compañeros que con empeño y dedicación han logrado sus objetivos.



Exhortamos a nuestros compañeros seguir trabajando como hasta ahora. ¡Felicidades!

Historia de la marca HONDA

Colaborador: Anuar Emilio Anahuati Pérez



El fundador, Soichiro Honda nació en una pequeña aldea de Japón en 1906, su padre tenía un taller en el que reparaba bicicletas y él lo ayudaba, de niño vió el primer auto de su vida y preguntó a su padre porqué se movía si no era un caballo y al notar una mancha de aceite en el piso, la olió y comentó “es como un perfume”, tenía 11 años de edad.

Así su sueño por la movilidad había comenzado.



A los 15 años se fue a Tokio para trabajar como ayudante y aprendiz en el taller de reparación de autos Art Shokai y luego colaboró en el acondicionamiento de un auto de carreras con el que se ganó el 5° Campeonato Automotor de Japón. De ahí le nació el interés por el mundo de las carreras de automóviles y esa pasión lo acompañaría toda su vida. En esos años diseñó una plataforma elevada para reparar los autos: la primer rampa automotriz, una novedad para la época.



Sale de trabajar de ahí en 1936 y funda su primera compañía: Tokai Seki en la que fabricaba anillos para pistones y abastecía a Toyota Motor. Estudió duramente en el Departamento de Ingeniería Mecánica del Colegio Técnico de Hamamatsu y después de 3 años de ardua investigación y múltiples fracasos consiguió producir masivamente y con excelente calidad los anillos.

Durante la segunda Guerra Mundial las instalaciones de su fábrica fueron destruidas y Honda decide venderla y emprender un nuevo camino, así en 1946 funda en Hamamatsu, el Instituto Honda de Investigación Técnica dedicada a adaptar a bicicletas pequeños motores creando así un modo de transporte barato y eficaz que le dió compradores desde Nagoya, Osaka, Tokio y otras ciudades importantes del País. Teniendo problemas en el surtido de motores, decide desarrollar el suyo propio y así nace el primer motor Honda y la filosofía de crear diseños amigables... “los productos no deben dar problemas a los clientes”. Esa filosofía esta aún presente en nuestros días.



En 1948 fundó Honda Motor Co LTD con un capital inicial de un millón de yenes (unos \$100 mil pesos actuales) y contrató a 34 obreros y empleados, iniciando así uno de sus grandes sueños. En 1949 en medio de una fuerte recesión que tenía a su joven compañía luchando contra la crisis, contrata a Takeo Fujisawa, joven pero experimentado vendedor y este se convierte en el Director Operativo de Honda. El ingenio creativo de su fundador junto a la filosofía administrativa de Fujisawa fueron decisivos para el éxito de la compañía.

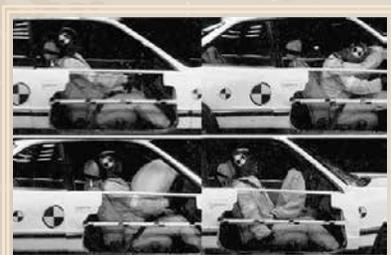


En 1959 comienza la comercialización de motocicletas Honda en USA creando American Honda Motor Co. Inc. Crean la motocicleta Super Cub, un producto que dio a conocer el nombre de Honda en todo el mundo, moto que simbolizaba “Las Tres Alegrías”, parte de la filosofía de Honda: comprar, vender y producir.

En 1965 Honda revoluciona la categoría de autos compactos con el modelo N 360 y en 1969 lanza el modelo H 1300 enfriado por aire lo que no funcionó comercialmente por su alto costo de producción. En 1972 se lanza el Civic, líder de ventas durante esa década y siendo el primero en cumplir las normas ambientales en USA. En 1973, Soichiro Honda y Takeo Fujisawa dejan la presidencia de la compañía con la instrucción a sus colaboradores de que todo producto HONDA debe ser líder en calidad, innovación y confiabilidad.

Historia de la marca HONDA

En 1977, Honda lanza el ACCORD, nuevo concepto que elevó los estándares de los sedanes en la planta de Saitama con instalaciones diseñadas para garantizar el mejor ambiente de trabajo, con ergonomía y eficiencia. En 1981 Honda desarrolla un sistema de navegación para autos: el Honda Electro Gyrocom, el primer GPS en el mundo. En 1986, ACURA, la división de autos de lujo de Honda es lanzada en USA con el Acura Legend, primer auto con bolsas de aire frontales.



En 1987 y después de años de investigación Honda desarrolla el primer sistema de bolsas de aire y la preocupación de la marca por la seguridad hace que pronto esa tecnología sea instalada de serie en toda la gama de sus automóviles.

Fallece Soichiro Honda en 1991 a los 84 años, dejando un legado de ingenio y superación al saber cómo aprovechar las oportunidades de las crisis y así demostrar que cuando alguien tiene un sueño puede conseguirlo con trabajo arduo. En la entrada de "Orei-no kai", un espacio de agradecimiento acondicionado en numerosas plantas de Honda en todo el mundo para conmemorar su legado, está su foto y sus palabras: "GRACIAS A TODOS POR UNA VIDA MARAVILLOSA".



En 1994, inspirados en la amplitud y comodidad de un jet, Honda lanza al mercado la Odyssey, la primera minivan de la marca ayudando así, en el mundo a fortalecer esta nueva categoría de vehículos para pasajeros.



En 1996 los ingenieros de Honda desarrollan en Japón los primeros prototipos de la serie P de ASIMO. En el año 2000, después de una década de investigación, Honda presenta al mundo a ASIMO, el robot humanoide más avanzado del planeta.

En 2003 el Honda Jet se elevó sobre el estado de Carolina del Norte, USA en su primer vuelo alcanzando así uno de los últimos sueños de su fundador, Soichiro Honda, de una nueva dimensión de movilidad.

En 2010 Honda presenta su nuevo vehículo híbrido, el CRZ y el Fit Híbrido. Continuando desarrollando tecnologías con fuentes alternativas de energía. En 2012 Honda presenta el vehículo FCX Clarity, impulsado por celdas de Hidrógeno logrando cero emisiones contaminantes a la atmósfera.





HONDA en México

PLANTA EL SALTO, JAL:

En 1984 y buscando una séptima plataforma de comercialización de vehículos y motocicletas fuera de Japón, Honda envía a nuestro País a un equipo de personas encabezadas por el Sr. Hideo Kimura Okubo a realizar un estudio de mercado. Escogiendo por su localización geográfica, clima, infraestructura de comunicaciones, su mano de obra especializada y sus universidades, al Estado de Jalisco para fundar ahí la fábrica y se convirtió en el primer Presidente de la nueva Planta de Motocicletas en El Salto.

Actualmente se llevan a cabo las siguientes actividades: ensamble y comercialización de vehículos y motocicletas, fabricación y comercialización de autopartes y además componentes para podadoras de césped y otros productos de poder de la marca así como motores fuera de borda.

Se producen anualmente 70 mil vehículos de modelo CRV y varios modelos de motocicletas como la Dio y la ATV Big Red, atendiendo al mercado nacional y de exportación para vehículos y refacciones.



PLANTA CELAYA, GTO:

En 2011 se anunció la construcción de una nueva Planta en esa localidad con una inversión de 850 millones de USD para satisfacer las necesidades de vehículos de los mercados de Norte y Sud América y Europa con unidades tipo FIT desde 2014 y otros modelos como la Honda HRV desde 2015. En su primera etapa se crearon 3200 empleos directos y con planes de producir ahí 200 mil vehículos anualmente así como 200 mil motores y transmisiones de nueva generación con otra planta que significó la inversión de 470 millones de UDS adicionales.

Con esas inversiones, Honda de México planea, para los próximos 5 años, producir en total 576 mil vehículos en nuestro país, 600 mil motores, 750 mil transmisiones con 8000 trabajadores directos.

La meta en el mercado Mexicano de la Marca es comercializar 100 mil unidades anuales para el año 2017.

HONDA en Grupo Farrera

DATOS DE VENTAS DE LA MARCA HONDA EN EL GRUPO FARRERA

AÑO	Gpo. Farrera	Gpo. Farrera	Marca Honda	% Penetración
	Nº Agencias	Vtas.Veh.Nvos	Vtas. Nacional	
1997	1	47	5,978	0.79%
1998	3	168	12,533	1.34%
1999	4	1,095	18,879	5.80%
2000	4	1,497	24,481	6.11%
2001	4	1,620	28,284	5.73%
2002	5	1,846	30,430	6.07%
2003	5	1,936	29,016	6.67%
2004	5	1,864	29,667	6.28%
2005	5	2,444	38,321	6.38%
2006	5	2,947	47,471	6.21%
2007	6	3,499	52,951	6.61%
2008	6	3,337	54,132	6.16%
2009	6	2,278	35,245	6.46%
2010	6	2,287	37,990	6.02%
2011	6	2,152	34,426	6.25%
2012	6	3,337	52,351	6.37%
2013	7	3,478	58,381	5.96%
2014	7	3,814	60,128	6.34%
TOTAL	7	39,599	644,686	6.14%

Desde 1997

con la apertura de Automóviles Avenida en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, el Grupo tiene esta marca como una de sus principales representaciones contando actualmente con 7 concesionarias Honda, 3 en el Estado de Chiapas, 2 en el Estado de Oaxaca y 2 más en el Distrito Federal así como una Acura en Cancún, Quintana Roo.

El progreso de las ventas anuales de la marca en el Grupo ha sido como se muestra en la tabla anexa en 18 años con la marca.

Te presentamos en esta edición a las Hondas y su nueva imagen:



Honda Avenida

Tuxtla Gutiérrez



Honda Diana

Tuxtla Gutiérrez



Honda Coyoacán

Distrito Federal



Honda Istmo

Salina Cruz



Honda del Valle

Oaxaca de Juaréz



Honda Insurgentes

Distrito Federal

Ciudad salud Tlalpan

Colaborador: Saúl Evencio Méndez Rodríguez / Gerente Comercial Honda Insurgentes



La Ciudad de la Salud Tlalpan DF, un gran proyecto que deberá impactar positivamente a Honda Insur. Abarcará 208 hectáreas ubicadas en la delegación Tlalpan. Comprende principalmente lo que hoy se conoce como la zona de hospitales.

Para construir esta Zode (Zona de Desarrollo Económico y Social) se realizará una inversión público privada de 6 mil 832 millones 800 mil pesos. Su desarrollo se proyecta para los próximos 11 años. En las 208 hectáreas que implicarán el desarrollo de hospitales privados como la Clínica Mayo y la ampliación del hospital Médica Sur, con la construcción de consultorios, hoteles, vivienda y servicios asociados. Además albergará la Escuela de Medicina de la Ciudad de México; la Escuela de Enfermería; el Centro de Prevención de Diabetes y al Centro de Prevención de Obesidad Infantil. Las obras comenzarán el próximo año y los primeros desarrollos estarán listos en 2017.

Para no quedarnos atrás de este gran proyecto en Honda Insur también nos estamos preparando, se están realizando los cambios en la nueva imagen y una remodelación profunda, con la finalidad de cumplir la expectativa del cliente y fortalecer la imagen del Grupo Farrera en la ciudad de México.

Nuestra imagen, nuestra tarjeta de presentación.

Colaborador: Karla Alejandra Serrano Gordillo / Auxiliar Desarrollo Organizacional Turismo

La imagen personal es nuestra carta de presentación, refleja la manera en que queremos relacionarnos con el mundo y con los demás. Como empresa de servicios, es muy importante cuidarla porque es lo primero que los demás ven de nosotros y, aún sin pronunciar palabra, podemos transmitir datos y proyectamos nuestra personalidad a través de la imagen que ofrecemos al exterior. Por esta razón el 6 de marzo se realizó un curso de maquillaje, dedicado especialmente a nuestras recepcionistas y camaristas, que están en contacto con el cliente; con el fin de que aprendieran a maquillarse de manera natural y profesional, se hicieron faciales de limpieza, microdermoabrasiones, pruebas de maquillaje, además que propicia la convivencia entre compañeras, y un momento para consentirse y relajarse.



JOHN COOPER, la leyenda continúa

Colaborador: Paulina Knight

En los años 40 John Cooper Works funda la "Cooper Car Company" para fabricar coches de carreras pequeños, pero competitivos.



Con el Cooper 500 desarrolla un vehículo que le permite acceder al mundo del deporte del motor. Uno de sus primeros clientes es nada menos que Stirling Moss. También, el pentacampeón del mundo Juan Manuel Fangio se sienta al volante del primer Fórmula 2 de Cooper, que aún incorpora motor delantero.

A finales de los años 50, cuando aún hay entre los ganadores pilotos privados, el primer Cooper con motor posterior aguanta las acometidas de grandes marcas como Ferrari, Maserati y BRM, que aún compiten todas con motor delantero.

En 1958 Stirling Moss consigue el primer triunfo en un campeonato del mundo a los mandos de un coche con motor trasero, un concepto que se mantiene hasta nuestros días.

En 1959 Jack Brabham gana para Cooper el primero de los dos títulos del Campeonato del Mundo de F1 en la categoría de constructores.



Éxito en todas las disciplinas

No obstante, John Cooper no sólo se dedica a las carreras de Fórmula. En los años 60 consigue muchos éxitos con el Mini Cooper basado en el Mini de serie en los circuitos y en los rallies. Por ejemplo, entre 1964 y 1967, el Mini Cooper gana tres veces el Rally de Monte de Carlo.

Aunque el MINI Cooper goza de gran éxito y popularidad, BMC suspende la producción en 1971, tras haber fabricado 150.000 unidades. Sin embargo, John Cooper mantiene viva la marca MINI Cooper.

Para satisfacer la creciente demanda de modelos Cooper, en los años 80 produce kits de preparación y accesorios para convertir el MINI en MINI Cooper.

En 1990 la marca MINI Cooper, por entonces aún integrada en la corporación Rover, vuelve a la vida. La demanda de este pequeño coche no ha experimentado cambios y John Cooper fabrica numerosos modelos especiales del deportivo Cooper S.

En West Sussex, John Cooper Works fabrica kits de preparación de motores y chasis para este modelo clásico hasta el final. La potencia y la maniobrabilidad legendaria de sus Mini preparados constituyen la imagen deportiva del MINI Cooper hasta nuestros días.

Con la muerte de John Cooper el 24 de diciembre del año 2000, desaparece una página de la historia del automovilismo, pero su nombre siempre se asociará al deporte del motor y al MINI.



Convención Nacional de Comités Exxon Mobil

Colaborador: Sttel Vera Ortiz/ Coordinador Mercadotecnia Adessa

El pasado 11 de marzo se llevó a cabo la Convención Nacional de Comités de Exxon Mobil en San Cristóbal de las Casas, cuyo evento tuvo el honor de contar con la presencia del Sr. Nathaniel Hedman, Director General de Exxon Mobil y el Lic. Rómulo Farrera Director General de Grupo Farrera, quién ofreció una comida muy tradicional a todos los directivos y dueños de la red de distribuidores de Exxon Mobil. El evento contó con atracciones turísticas muy representativas del Estado como es la orquesta de marimba, servicio de banquetes Restaurante El Secreto y un historiador de la región.



ADESSA como distribuidora anfitriona de la sede, brindó a los asistentes un kit de regalo muy regional y dirigió en conjunto con el Hotel Holiday Inn Español la estadía de los asistentes.

ALIANZA AMIGA



APROVECHA

DESCUENTO DEL 16%

01800-HABLA YA
01800 42252 92



Follow us!
 
(HarmonHall)WeAre

* Aplica restricciones el precio preferencial se aplicará en la semana de descuento. No aplica para materiales didácticos, certificaciones, entre otros. Alianza válida a nivel nacional.

Presenta tu tarjeta del programa para hacer válido tu descuento.



Contacto: 01 961 61 8 70 00 ext. 1810 y 1811

Persona con VALOR FARRERA

Colaborador: Wyttyz Gamboa / Chevrolet Matriz

No cabe duda que el esfuerzo siempre te lleva a conseguir tus metas y superar las expectativas de las personas, hasta ser considerado el mejor.

Gustavo Lara es una persona que con dedicación, entrega, responsabilidad y un buen servicio ha logrado conquistar sus propios miedos, hasta llegar a ser reconocido como “El mejor técnico de Chevrolet Matriz”

“Para mí que el Lic. Reynoso me haya reconocido en el Kick off como el Mejor Técnico me hizo sentir muy agradable, ¡muy bien!, pues es importante que alguien te reconozca.” – Gustavo.

Sus compañeros lo describen como un ejemplo a seguir, además de ser un buen amigo, sencillo y carismático, y nada egoísta, puesto que cuando tienen una duda o problema él los apoya.

“SIEMPRE ADELANTE es el lema que me acompaña, para destruir cualquier obstáculo, por eso el consejo que les doy a mis compañeros es nunca dejarse caer, motivarse siempre, tratar de estar al día y mantener la mente despejada, pues trabajo es trabajo.”- Gustavo.

Para sus directivos, es un hombre cumplido, trabajador y dedicado, que constantemente está en capacitación, que puede resolver problemas mecánicos tanto sencillos como de gran complejidad; desde su llegada al equipo observaron las ganas que tenía por aprender.

“Siempre me doy un tiempo para acudir a mis capacitaciones pues es importante aprender, y cuando nuestro tiempo es limitado lo programamos para tomarlo después, pero tomarlos es la clave.”- Gustavo.



Las características principales en los hombres y mujeres de éxito son: experiencia, conocimiento y actitud. Cuando Gustavo se integró a Chevrolet tenía la experiencia en el taller de otra marca, sin embargo se encontró con la limitante del conocimiento, pues los autos son distintos. Pero su ACTITUD lo llevó a ponerse la camiseta y crecer.

“Lo que me motiva a seguir, además de mi familia, es que logre alcanzar objetivos dentro de la empresa, pues llegar a Chevrolet fue comenzar desde cero, pero me fui acoplando poco a poco y más las capacitaciones que nos brindan, me ayudaron para ser sobresaliente.”- Gustavo.

Finalmente nos comparte: *“Mi meta es seguir superando los miedos a las cosas nuevas, para seguir aprovechando las oportunidades.”*

- Gustavo.

Gustavo Lara es un gran ejemplo a seguir y no me cabe ninguna duda de que llegará muy lejos con toda la actitud positiva que lo rodea.

Oscar Octavio Montero Hernández *Gerente de Vips*

Empezó laborando con nosotros en Diciembre del 2014, se encuentra trabajando con mucho entusiasmo. Lo motiva la Lic. Pilar quien es una persona muy activa e inteligente y ha tenido pláticas para mejorar en sus labores, se considera una persona honesta. Lo que más le gusta hacer es trabajar con su personal, no cree que haya un motivo más importante para él, independiente que todos trabajemos por un salario; si no el ver la satisfacción de la gente cuando se trabaja con ellos puño a puño. Se considera de las personas que trabaja en la parte administrativa pero le gusta más lo operativo, porque le gusta estar en contacto con el cliente para brindarle lo mejor y vaya satisfecho, para que sienta importante. La frase que le gusta es “vivir el día a día como si fuera el último”, no quiere que le gane el tiempo para poder expresar todo el agradecimiento y cariño a las personas que lo rodean.



Milo Gatti Bechelli *Chief Concierge*

Ingresé al Grupo Farrera en Semana Santa del año pasado como eventual, recién llegado a San Cristóbal después de experiencias como administrador de un hotel categoría especial en Real de Catorce, estado de San Luis Potosí, y de gerente de ventas en un hotel en Mahahual, Quintana Roo.

En Casa del Alma había una vacante como mesero, y acepté consciente de que era una gran oportunidad de entrar al Grupo, esperando que pronto se abriera alguna puerta hacia mi área de expertise y así fue.

Después de un mes tentativamente se me asignó el cargo de ejecutivo de Relaciones Públicas, y desde enero de este año tengo el gusto de poder ocupar el cargo de Chief Concierge aquí en Casa del Alma después de que éste había quedado vacante.

Considero que mi trayectoria de por sí represente una “anécdota interesante”.

Seguramente habría muchas más, tenemos la fortuna en este trabajo de hacer experiencias interesantes casi a diario; durante el mes de enero tuvimos el honor de hospedar a varias estrellas del cine y la tele mexicanos, y fue con sumo gusto que todo el personal pudo disfrutar de la compañía de sus actores favoritos, apreciar su sencillez y amabilidad, el trato informal y cálido que nos regalaban día tras día...

El consejo más importante que podría dar a los compañeros sería de “aprender a desaprender”, poner en duda constantemente todo lo que saben y, junto a una buena dosis de humildad, tratar de aprender cosas nuevas cada día recordando que



nunca lo sabremos todo, y que el peor enemigo del crecimiento es el aburrimiento...

La meta es, sin duda, poder crecer y poder seguir aprendiendo, y eso será posible sólo con nuevos desafíos y encarándose a retos de los cuáles ni siquiera sabía de la existencia

*“La mayoría de la gente tendría éxito en las pequeñas cosas si no estuviera tan preocupada por grandes ambiciones.”
Henry Wadsworth Longfellow*

Oscar Martínez Gutiérrez

*Coordinador
Desarrollo
Organizacional*



Oscar lleva laborando en la División Turismo 2 años, sus inicios fueron en área de recepción en el holiday inn, luego como jefe de personal en desarrollo humano y actualmente desempeña el puesto de coordinador de desarrollo organizacional. El reto más difícil que ha enfrentado fue quedarse solo por 4 meses en el departamento de desarrollo organizacional en la temporada de fin de año en donde la ocupación de hotel es alta. De los valores que fomenta grupo farrera se identifica con todos ya que cada uno de ellos están bien marcados para la realización de sus actividades diarias. La mayor motivación para Oscar es que la empresa da la oportunidad de crecimiento que permite a los colaboradores superarse, se siente respaldado por el apoyo que le brinda La Lic. Pilar Serrano se siente confiando y motivado para que siga creciendo profesionalmente. El trabajo en equipo es algo que se fomentan dentro de la división turismo, además considera que laborando en un hotel si no se trabaja en equipo nada saldría bien. La frase que motiva a Oscar es “Quien mueve montañas empezó apartando piedrecitas” de Confucio, le queda porque empezó moviendo piedritas como el estar en recepción y lugar estar en desarrollo organizacional, menciona que ahorita se encuentra a la mitad de la montaña. Encontrarse colaborando en la división turismo es bastante demandante se deja toda la vida en el hotel, pero es gratificante el dar un servicio y ver que se hace bien que tanto el cliente como el colaborador salgan satisfecho con algo que se les brinda. El mensaje que Oscar les comparte es: **que sigan trabajando, que le echen ganas a todo lo que realicen, porque en Grupo Farrera si hay crecimiento siempre y cuando levantes la mano y respondas con el trabajo que hagas.**

Homenaje póstumo a LIC. RAFAEL SILVA ORNELAS (QEPD)



Lic. Rafael Silva Ornelas (QEPD) formo parte de la división turismo dejando buenas anécdotas y enseñanzas a nuestros compañeros de la división turismo, les compartimos algunas frases que el fomentaba.

“Quien nos da de comer, y paga nuestro sueldo (En hoteles Farrera, División Turismo del Grupo Farrera)... Es el huésped”. Pd. Nada más cierto!

Lic. Pilar Serrano Farrera

Fue un muy afortunado, muy querido por todo el personal del hotel así como también muy respetuoso con todos. Muy humanitario, si tenías un problema te apoyaba en todos los aspectos, hasta el último día de laborar aquí con nosotros. Fue una persona muy amigable y llevadero con todos.

Con respecto a su trabajo era muy responsable, era apegado a las necesidades del huésped. Como ser humano apoyaba al personal, con ayuda económica, moral, con un gran corazón.

Entró a trabajar cuando cambiaron de Flamboyant a Holiday Inn, aproximadamente en el 2002, hasta el 2012.

Mario Brindis Pérez

“La fortaleza, humildad, y el empeño son factores de responsabilidad en lo que realizas.”

Él me enseñó a tener un espíritu ganador en el Grupo Farrera... y a dar lo mejor para poder crecer laboralmente... DLB (QEPD).

Le agradezco:

El convivir con él en mi hogar, los consejos personales que siempre me brindaba, el apoyo emocional que nunca me dejo de brindar, las enseñanzas en lo laboral, el crecimiento de mis experiencias en compras y sobre todo la oportunidad de ser mi jefe...

Greter Diaz Verdí

“No le gustaban las medias tintas”.

Otra frase “Nos debemos acuerpar”, se refería a que era necesario estar integrados como equipo de trabajo.

CP. Miguel Angel Villatoro

El trabajar con un Señor de mucha experiencia y manejo de objetividad me llevo a trabajar con él por 5 años, parte de todos los consejos que nos daba era con el fin de que en un futuro tuviéramos la madurez y sensatez que se requiere para tomar cargo directivos o gerenciales y poder dirigir como un buen líder a un equipo. De mi parte quiero decir que él fue una de las grandes personas que nos ayudaron hacer y trabajar en un equipo unido y fuerte.

María Carmen Mijangos Urbina

Como mantener a nuestro personal MOTIVADO

Colaborador: Miryam Islas Álvarez/ Coordinadora de Ventas Honda Avenida



Desde que estamos contratando debemos observar si la persona además de estar preparada para el puesto se siente atraído por el puesto. Un trabajador que no se sienta atraído por el puesto ya sea porque sus capacidades sean mayores se va a desmotivar rápidamente y si sus capacidades son inferiores se va a estresar.

Es muy importante que todos los empleados se sientan parte de la empresa, del gran equipo, pero más aún los recién llegados. La integración del personal en el equipo es primordial para que la comunicación fluya y el buen ambiente se contagie de unos a otros generando optimismo y ganas de trabajar.

Tanto la empresa como el trabajador, deben tener metas y objetivos que alcanzar en cada período de tiempo, que les anime a superarse y colaborar todavía más por el bien común.

Si bien es importante marcar objetivos y metas, cuando se cumplen lo mejor es premiarlos. Se llama reconocimiento.

Todos los trabajadores suelen tener como objetivo ascender y mejorar su posición en la empresa y ver



que se tiene una cultura laboral, una formación respecto a la marca, actualizaciones constantes del producto y atención al cliente, los ayuda a hacer las cosas mejor, más eficiente, y con más calidad, eso les motiva. Les hace pensar que están en la mejor empresa y es ahí donde nacen las ganas de ser constantes y de tener la camiseta bien puesta. Y eso da como resultado el ÉXITO.



Hay muchas personas y cosas que nos hacen perder el tiempo, pero la mayoría de veces lo hacen con nuestro consentimiento. Bueno, como mínimo, no ponemos demasiado empeño en evitarlos. La razón básica es que no valoramos nuestro tiempo como es debido. El tiempo es oro.

Si dejamos que los ladrones de tiempo campen a sus anchas por nuestra vida, entraremos en una dinámica muy negativa. Necesitaremos más tiempo para hacer nuestras obligaciones y tendremos que sacarlo de algún sitio, así que no tendremos más remedio que dedicar menos tiempo a lo que nos gusta, a nuestra familia, amigos y aficiones.

Algunos de estos ladrones vienen del exterior y otros los generamos nosotros mismos. Algunos son evidentes y otros pasan inadvertidos, nos quitan unos minutos cada vez, que al final de la semana se convierten en horas. En cualquier caso, aquí tienes una lista de los más importantes.

12 Ladrones de Tiempo

Colaborador: Buguelio Brodeli Velázquez Ruiz / Gerente Honda Elegance

Conocerlos y detectarlos es el primer paso para erradicarlos:

1. DESORGANIZACIÓN PERSONAL. Si no te organizas, perderás infinidad de tiempo decidiendo qué es lo siguiente que vas a hacer y cómo. Organízate con eficacia, dedica todos los días un pequeño rato a organizar tus cosas y ganarás mucho tiempo después. Planifica, agrupa tareas parecidas dentro de un mismo contexto y prepara un plan diario de acción.

2. OBJETIVOS CONFUSOS. Si no tienes claros tus objetivos, no podrás definir el trabajo a realizar ni planificarlo adecuadamente. Además, las prioridades cambiarán constantemente y generarán conflictos. Define claramente tus objetivos a corto, medio y largo plazo, y hazlo periódicamente. Separa lo importante de lo urgente.

3. NO TOMAR DECISIONES. Esperar a tener toda la información necesaria para tomar una decisión puede provocar una crisis o que desperdicies una oportunidad. Toma las decisiones cuanto antes; en ocasiones será más eficiente decidir sin suficiente información. Las indefiniciones sólo generan más confusión.

4. NO SABER DECIR NO. Aceptar peticiones que no te aportan nada te hará perder muchísimo tiempo.

5. INCAPACIDAD DE DELEGAR. Si no delegas adecuadamente, terminarás haciendo cosas que otros pueden hacer mejor, más rápidamente y con menor costo. Y ese es un grave error.

6. FALTA DE CONCENTRACIÓN. Evidentemente, el trabajo excesivo, la fatiga, el estrés y otros factores pueden pasar factura.

7. MALA COMUNICACIÓN. Cuando aceptes un trabajo o delegues una tarea, debe haber una comunicación clara. Transmite las necesidades con claridad y asegúrate de que el mensaje ha llegado correctamente. Escucha con atención. Si se hace mal el trabajo, habrá que modificarlo o rehacerlo, y eso supondrá romper tu actual planificación y entrar en estado de emergencia.

8. APLAZAR TAREAS. Si, de forma habitual, dejas para otro momento las tareas que menos te gustan, éstas terminarán volviendo con un efecto destructivo sobre tu organización personal (provocando el ya mencionado estado de emergencia). Hazlas cuanto antes y evitarás el estrés y la culpabilidad que se genera al aplazarlas.

9. INTERRUPCIONES. Además del tiempo que te quita una interrupción en sí misma, se necesitan una media de 15 minutos para recuperar la concentración perdida. Si tienes visitas inesperadas, pide disculpas e intenta posponerlas a un momento más adecuado. Corta de forma educada y firme a los pesados habituales de tu empresa (siempre los hay). Igualmente, con cortesía, corta las conversaciones telefónicas innecesarias. Desconecta el móvil en los momentos que necesites máxima concentración.

10. CORREO, REDES SOCIALES Y MENSAJERÍA INSTANTÁNEA. Pueden ser otra clase de interrupciones. Si los tienes abiertos, recibirás notificaciones, irás a verlas y querrás contestar. Ciérralo todo y planifica de 2 a 4 momentos al día en los que entrar, vaciar la bandeja de entrada y dejar todo en orden. Elimina los correos que no necesitas.

11. REUNIONES. Suelen hacer perder mucho tiempo, con el agravante de que afectan a mucha gente. Si 8 personas pierden 30 minutos en una reunión, son 4 horas de trabajo perdidas. En primer lugar, siempre hay que evaluar la necesidad de la reunión y convocar sólo a las personas implicadas. Se deben preparar correctamente de antemano, definiendo los temas a tratar y estableciendo un tiempo máximo.

12. CRISIS O ESTADOS DE EMERGENCIA. Son la locura, la mayoría de ellas son consecuencia de algo que se hizo mal o no se hizo. Hay que prevenirlas en la medida de lo posible. ¿Cómo? Definiendo claramente objetivos y tareas, organizando, planificando, tomando decisiones, comunicando con claridad, diciendo NO a lo innecesario, delegando correctamente, eliminando interrupciones... no permitiendo que te roben tu tiempo.

Un criado y un amo con mal genio

Un criado estaba expuesto todos los días al carácter irascible de su amo. Un día, el señor volvió a casa de muy mal humor, se sentó a comer y al hallar la sopa fría, montó en cólera y arrojó el plato por la ventana.

El criado, a su vez, arrojó la carne, el pan, el vino y, por último, el mantel y los cubiertos. El amo montó en cólera:

- ¿Qué haces, insensato?

- Perdona señor - respondió con seriedad el criado. - Creía que hoy deseaba comer en el patio. ¡Todo es tan apacible y el cielo es tan sereno!

El amo reconoció su falta, se disculpó y le agradeció interiormente al criado por la lección que acababa de darle.

Moraleja: A lo largo de la vida, cualquiera nos puede hacer daño. No podemos hacer nada al respecto. Pero podemos decidir por quienes sufrir. No son las acciones en sí las que causan sufrimiento sino el significado y la importancia que les otorgamos. Si respondemos a la violencia con violencia, esta crecerá. Si respondemos a la violencia con tranquilidad, esta se aplacará.

La anciana que perdió su aguja

Una tarde la gente vio a una anciana buscando algo frente a su choza. Algunas personas se acercaron para intentar ayudarla.

- ¿Qué has perdido?
- Mi aguja – dijo ella.

Todos se pusieron a buscarla pero pasado un rato, alguien le preguntó:

- La calle es muy larga y la aguja muy pequeña, ¿puedes indicarnos el sitio donde cayó?
- Dentro de mi casa – respondió la anciana.

Las personas la miraron asombrados. Algunos incluso se molestaron.

- ¿Acaso te has vuelto loca? ¿Por qué buscas la aguja en la calle si está dentro de tu casa?

La anciana, sonriente, les respondió:

- Porque dentro de la casa no hay luz.
- Entonces lo más sensato es encontrar una lámpara y buscar adentro.

La anciana rió y les dijo:

- Sois muy inteligentes para las cosas pequeñas, ¿cuándo vais a usar esa inteligencia para vuestra vida interior?

Moraleja: A menudo buscamos las respuestas a los problemas fuera de nosotros, cuando en realidad la solución está en nuestro interior. Culpamos a los demás o a las circunstancias en vez de tomar las riendas, solo porque no queremos reconocer nuestra cuota de responsabilidad. Sin embargo, de esta forma jamás encontraremos una solución realmente satisfactoria que nos permita crecer.

Día Internacional de la Mujer

MUERTES MATERNAS

45%
menos de muertes
maternas
que en 1990.



Sin embargo, todavía **mueren 800 mujeres cada día** por causas relacionadas con el embarazo que pueden evitarse. El 99% de esas muertes se producen en países en desarrollo.

POLÍTICA

El porcentaje de mujeres en los parlamentos se ha casi duplicado en los 20 últimos años.



No obstante, hoy las mujeres sólo representan un **22% de las y los parlamentarios.**

ALFABETIZACIÓN

La tasa de alfabetización de los adultos ha subido del 75% en 1990 al **84% actualmente.**



Pero las mujeres siguen representando el **60% de las personas analfabetas a escala mundial.**



LOS MEDIOS

La presencia de las mujeres como protagonistas de noticias en la prensa escrita, el radio y la televisión...

ha aumentado al **24% en 2010**, frente al 17% en 1995.



Y el **46% de las historias refuerza los estereotipos de género**, mientras que sólo el 6% cuestiona esos estereotipos.

SALARIOS

A alrededor del **50% de las mujeres de todo el mundo tiene un empleo remunerado**, lo que supone un incremento respecto a la cifra del 40% de la década de los 90.



Sin embargo, las mujeres ganan entre un **10% y un 30% menos que los hombres** por realizar el mismo trabajo.

El origen de la celebración de este día se remonta a finales del siglo XIX con los cambios producto de la industrialización y con el surgimiento de movimientos diversos de corte ideológico entre los que se enmarca la lucha de las mujeres para que les fueran reconocidos los mismos derechos que a los hombres en el ámbito laboral, político, económico y social.

Por primera vez en 1908, el partido socialista de EE.UU. celebró el día nacional de la mujer, y en algunos países europeos, el 19 de marzo de 1911 inició la celebración del Día Internacional de la Mujer Trabajadora, con un mitin al que concurren más de un millón de mujeres que exigían, además del derecho de voto y de ocupar cargos públicos, el derecho al trabajo, a la formación profesional y a la no discriminación laboral. A partir de 1914 dio principio la conmemoración de este día el 8 de marzo de cada año y paulatinamente su significado se fue extendiendo a la lucha en búsqueda de la dignificación de la mujer en todos los ámbitos de la vida humana. En Latinoamérica fue hasta la década de 1980 que comenzó esta celebración, como consecuencia de la 1era Conferencia Mundial sobre la Mujer, efectuada en México en 1975.

En nuestro país, el 24 de diciembre de 1946 se adicionó el Artículo 115 Constitucional que establecía que en las elecciones municipales participarían las mujeres en igualdad de condiciones que los varones, con el derecho a votar y ser elegidas y el 17 de octubre de 1953, Adolfo Ruiz Cortines, promulgó las reformas constitucionales que otorgaron el voto a las mujeres en el ámbito federal. En las elecciones del 3 de julio de 1955 las mujeres acudían por primera vez a votar.

Cada 8 de marzo es ocasión para analizar y reflexionar qué acciones se han realizado y qué falta por hacer para garantizar los derechos de las mujeres mexicanas y la equidad de género.

HONDA Coyoacán

Colaborador: Karen Nanette Sánchez Correa/
Mercadotecnia Honda Coyoacán

Se sabe que la población de Coyoacán fue fundada por los colhuas de Culhuacán quienes, en el siglo VII (hacia el 670 d.C.), la tenían como tributaria.



Entre los acontecimientos importantes que tuvieron lugar en esta zona en el siglo XIX, está la Batalla de Churubusco contra Estados Unidos. Sin embargo, en los años treinta del siglo XX Coyoacán seguía siendo un pueblo pintoresco, compuesto por sus haciendas, ranchos y zonas ejidales; esto lo llevó a ser reconocido como Zona Típica y Pintoresca el 5 de octubre de 1934. La vocación cultural de Coyoacán se forjó a lo largo del siglo pasado cuando una serie de artistas, escritores, historiadores y científicos hicieron de este sitio su punto de reunión y algunos, incluso, se mudaron a vivir aquí.

Algunos comercios de Coyoacán son tan conocidos y tradicionales que, por sí solos, representan un motivo para ir a su encuentro. La famosa cantina-restaurante La Guadalupana data de 1932; y los Helados Siberia, los más famosos de Coyoacán, deleitan a los visitantes desde 1930 con sabores tradicionales y exóticos. Se suman a este grupo el café El Jarocho y sus sucursales, el Bazar Artesanal Mexicano -con una variada muestra de productos- y el Mercado de Antojitos, donde las quesadillas, sopes, tacos, pambazos, pozole y demás suculencias mexicanas están a la orden.



El gimnasio de Coyoacán y sus alrededores en una fotografía captada por el Prof. José Luis González C., hacia 1973. Dicho gimnasio, ubicado en la esquina que forman las calles de Cuauhtémoc y Aguayo, ocupa desde 1962 el inmueble del antiguo mercado público "Luis Mondragón". El mercado de Coyoacán cambió de sede a la calle de Allende, entre Xicotencatl y Malintzin, donde se ubica hasta el día de hoy.

Ahora el deportivo abre sus instalaciones para poder gozar de mimos, payasos y cómicos que divierten desde niños hasta adultos; 100% recomendable para un domingo familiar o en pareja o con amigos, disfrutando de un delicioso churro relleno, ya también famosos de Coyoacán.



Los Danzantes Coyoacán es un restaurante de comida mexicana que busca generar emociones e ideas a cada uno de sus visitantes estimulando sus 5 sentidos a través de la experiencia culinaria de México.

Ofrece una Cocina Mexicana Actual, utilizando los mismos ingredientes que la cocina tradicional pero en nuevas formas y combinaciones. Ofrece el Mezcal como la bebida de la casa y una de las cavas más extensas de vino mexicano.

Ubicado en el corazón del centro histórico de Coyoacán en la ciudad de México. En Coyoacán encontrará además un amplio repertorio de museos, galerías, iglesias, cafeterías, neverías, placitas y el tan añorado ambiente provinciano que entre todos logramos preservar.



“La Bipolar” No es sólo un nombre, este restaurante-bar realmente tiene doble personalidad: algunos lo conocen como La Bipo, otros simplemente como La B; muchos la recuerdan por su ambiente de cantina del piso inferior mientras que muchos otros la recordarán bien por el ambiente más antrero del piso de arriba. Sea como sea, este recinto propiedad del actor Diego Luna, es el consentido de muchos sureños.

El concepto es de cantina antigua del Centro, pero definitivamente no es igual a las demás. La decoración kitsch y a la vez fresca que es fácil de identificar por las mesas de Cervecería Modelo, frases escritas en la pared, salsas en botellas de refresco Lulú e imágenes de personajes muy mexicanos como El Santo o la Virgen de Guadalupe.

Cañón Río La Venta

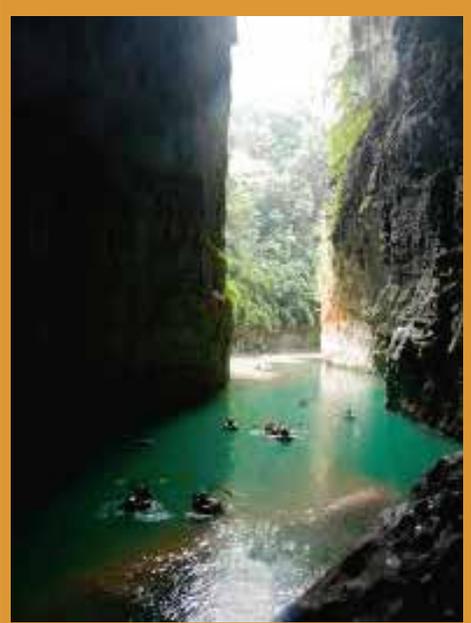
Colaborador: Juan Carlos Guizar Coutiño/ Gerente Honda Avenida

¿Cómo llegamos? Carretera Federal Tuxtla Gutiérrez – México, a 19 KMS de la ciudad de Ocozocoautla, se encuentra el desvío de 3 km de terracería que conduce a la cascada el Aguacero punto de partida del Río la Venta.

Este cañón de aproximadamente 80km de longitud se encuentra formado por paredes de hasta 400m de alto y angosturas de hasta 10m. Se extiende esta fractura geológica de paredes verticales, cuevas y cascadas. Desde la cascada “El aguacero” hasta el embalse de la presa de Malpaso.

En las cuevas podemos observar sus enormes paredes calizas con estalactitas en las cuales podemos encontrar rastros de las antiguas comunidades que las usaron para refugio, sus rápidas corrientes, la flora, la fauna y la vegetación selvática, hacen del Cañón Río la Venta, uno de los mejores lugares para el turismo de naturaleza y aventura en Chiapas.

La flora que rodea está compuesta por una selva de musgos y helechos, de la fauna que habita en esta zona, sobresalen el mono araña, el jaguar, las garzas, el tapir, los ocelotes y el puma. Así que, si quieres salir de lo común, el Cañón Río la Venta puede ser una buena opción.



Pasión por Chiapas

“Hierva el Agua”



Escenario espectacular natural de Oaxaca

Colaborador: Alma Miguel Rojas / Control de calidad Honda Oaxaca

Este escenario espectacular de cascadas de sal o petrificadas se ubica a unos 50 km de la ciudad de Oaxaca, en la población de San Isidro Roaguía, municipio de San Lorenzo Albarradas, esto en el maravilloso estado de Oaxaca y muy cercano a la zona arqueológica de Mitla.

El manantial que dio origen a las cascadas se aprovechó para formar una gran alberca que actualmente funciona como balneario natural por sus aguas termales. Además, en la zona hay algunas pozas naturales excavadas desde donde pueden observarse muy bien las cascadas petrificadas, estas son de origen natural y se formaron hace miles de años, esto por el escurrimiento de agua con alto contenido de minerales, como el carbonato de calcio y del cual obtienen el color blanco. Es también un lugar de interés arqueológico, pues posee un complejo sistema de irrigación y terrazas construido por los zapotecas hace unos 2500 años.

Las “Cascadas” o formación de rocas son dos caídas de agua hechas de rocas y se elevan por encima de los 50 metros desde la base del valle; a una se le denomina CASCADA CHICA y es la más accesible y visitada; la otra baja treinta metros y se extiende por una base de cerca de noventa metros de ancho, y se le denomina CASCADA GRANDE.

El área de cabañas, llamada “Turis Yu’u”, palabra zapoteca que significa “casa para el turista”, cuenta con una piscina y ofrece áreas como vestidor, regadera y restaurante al aire libre; en las albercas naturales, el agua aparece de un color turquesa gracias a la gran cantidad de minerales concentrados. El burbujeo de las fosas es causado gracias a la existencia de corrientes subterráneas, es debido a esto que al lugar se le nombra HIERVE EL AGUA. El agua constantemente fluye provocando se generen depósitos de calcio carbonatado, el cual es visto en las paredes de las albercas o fosas artificiales, además de que al ser aguas termales se les atribuye poderes curativos. Las aguas termales, la belleza natural y el sitio arqueológico han permitido que hoy sea un sitio de gran interés ecoturístico comparable únicamente por su misma naturaleza con Pamukkale, situada en Turquía.

ESLOGAN GANADOR



Como todos bien saben en meses pasados lanzamos una convocatoria para que nos apoyaran a la realización de un eslogan para el logo del 80 aniversario de Grupo Farrera, en total los participantes fueron 172 empleados con un total de 318 eslogans. No fue fácil elegir al eslogan ganador, el comité del 80 aniversario pasó una relación de los mejores al Licenciado Rómulo Farrera Escudero de los cuales le gustaron 3, de éstos sólo hubo un ganador.



1

María Carmen Mijangos Urbina

Fue la creadora del eslogan ganador que acompañará al logo del 80 aniversario de Grupo Farrera, ella se encuentra laborando como gerente de ventas en la División Turismo.

¡MUCHAS FELICIDADES!

JUNTOS COMPARTIENDO HISTORIAS



2

Marley Morales Pérez

Farrera Premium

CONFIANZA QUE TRASCIENDE AL FUTURO



3

Enrique Torresbatiz Serrano

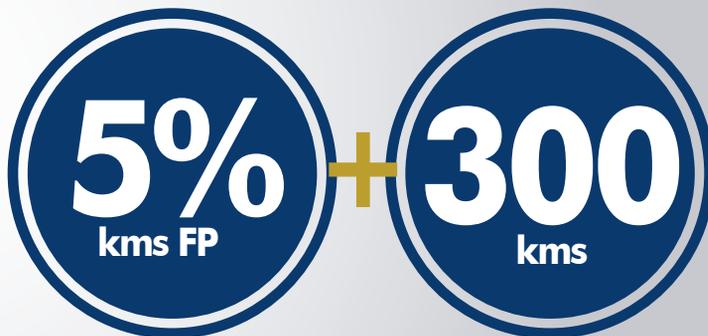
Gerente de Ventas Mitsubishi Oaxaca

TRADICIÓN QUE EVOLUCIONA

Beneficios Farrera Premium



En Mantenimiento y Servicio para tu auto, acumula



Aplica por concepto de factura por Mantenimiento y Servicio

Por casa 3er. Mantenimiento Preventivo*

Horario corrido en nuestras Agencias Automotrices



CHRYSLER

Jeep



DODGE



GMC



BUICK



HONDA



TOYOTA



RAM



ACURA



SUZUKI



MITSUBISHI



Acude a Agencias participantes del Grupo Farrera y recibe éste y otros beneficios por ser Socio Farrera Premium.

*Los 300 kms FP son válidos para el 4to. Mantenimiento. Aplica por no. de serie de vehículo

Consulta las agencias y más detalles en:

www.farrerapremium.com.mx

Acumula y canjea



Presenta tu tarjeta del programa en todas tus compras



+ información: **01-800 FARRERA** (3277372)

enlace@farrerapremium.com.mx