



DESCENARIOS

MÉXICO - COSTA RICA - LAS VEGAS



1981-2025

38 JULIO 2026
EDICIÓN DIGITAL

! 207A33J ON 23 3J8i207mi 0J i



WWW.REVISTADESCENARIOS.COM

MODA - NEGOCIOS - ESPECTÁCULOS - ESTILO DE VIDA - GASTRONOMÍA - FAMILIA

REVISTA
D
DESCENARIOS

WWW.REVISTADESCENARIOS.COM

MÉXICO - COSTA RICA - LAS VEGAS



¡ GRACIAS !

**1.245.289 suscriptores la reciben directamente
celulares, computadoras y tabletas**

RENDIMIENTO 17.019.609 DESCARGAS GRATUITAS

VAMOS X+ EL CAMINO ES EXITOSO

EN PORTADA



02



CON BUENA EDUCACIÓN PROSPERA
LA ECONOMÍA Y EL DEPORTE

77



VESPER MARTINI

22



MUSCLE CARS

REVISTA D **DESCENARIOS**
MÉXICO - COSTA RICA - LAS VEGAS

PRESIDENTE & ASOCIADO

DAVID ÁLVAREZ MEX

ASOCIADOS

SANDRA SOLÍS COSTA RICA

IGGY MAGAÑA LAS VEGAS

COLABORADORES

SANDRA SOLÍS

DAVID ÁLVAREZ

JOSE ANTONIO GODOY

CÉSAR HERNÁNDEZ

SEBASTIÁN MONTOYA

ÁNGEL ÁLVAREZ

BEATRIZ TEXTA

DAVID ESTRADA

ESTEFANÍA BARNES

JURÍDICO LEGAL

LIC. CARLOS MARTÍNEZ MEX

LIC. CATALINA PUJOL CR

REVISTA D es una publicación de circulación mensual. El contenido de los artículos es responsabilidad exclusiva de los autores. © 2021 todos los derechos reservados REVISTA D ESCENARIOS. De no existir previa autorización, queda expresamente prohibida la publicación, retransmisión, edición y cualquier otro uso de los contenidos.

SOMOS UNA EDITORIAL DE



David Álvarez
—PRODUCTOR—

Diseño de marca | Editorial | Publicidad



03



LA IMPORTANCIA DE UNA BUENA
CAPACITACIÓN

27



JORGE CAMPOS

06



BEAVIS AND BUTT-HEAD

72



EL COSTO DE LA ROTACIÓN Y EL PODER
DE LA FORMACIÓN

CARTA DEL EDITOR

MTV no sólo era un canal de televisión, se convirtió en un modelo de vida y entretenimiento para varias generaciones, gracias a MTV conocimos la verdadera música y la trayectoria de grandes celebridades que todavía siguen en la escena musical. También sus programas marcaron un precedente muy diferente a los contenidos de la televisión abierta. MTV se convirtió en un icono cultural de arte musical. Quienes vivimos esa experiencia de vida nada podrá hacernos cambiar del sentir musical, el ritmo, los conciertos, y sobre todo esas extraordinarias canciones.

La información de negocios ya forma parte de nuestro entorno editorial, así como las premiaciones y galardones que enaltecen la trayectoria de grandes personas por su legado profesional.

Sigue nuestras redes en facebook e instagram descubre publicaciones divertidas o de conocimiento.

Actualmente con más de 1 millón de suscriptores directos y 17.019.609 descargas gratuitas. Más portadas internacionales programadas. Muchas gracia por tu lectura y tu preferencia..

David Alvarez



REVISTA D **DESCENARIOS**
MÉXICO - COSTA RICA - LAS VEGAS

**LA NUEVA ERA
EDITORIAL DIGITAL**

**EXPERTOS Y VISIONARIOS SABEN
DEL IMPACTO GLOBAL DE LOS E-BOOKS**



La Gira Mundial...
más espectacular
del momento!!!

ICONS OF CLASSIC ROCK

El Soundtrack de tu vida...
en Vivo.

Original Rock Legends
www.iconsofclassicrock.com



USA +1 702 354 1189
MX +52 444 185 2200
CR +506 640 99733

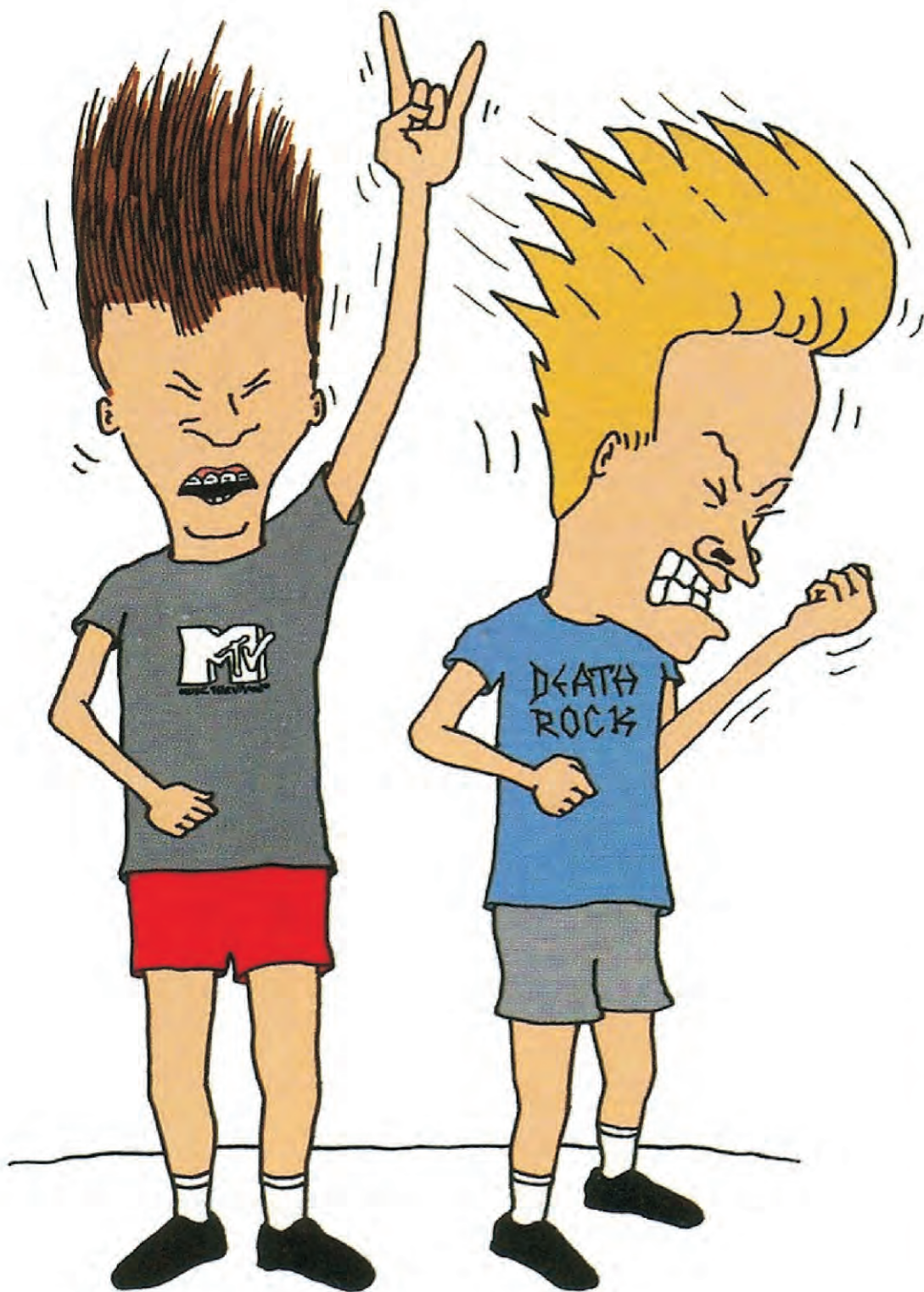


BEAVIS AND BUTT-HEAD

POR
DAVID ÁLVAREZ
- MÉXICO -

Beavis y Butt-Head son dos adolescentes cuya vida se resume en ver televisión, comer comida basura (generalmente nachos), beber refrescos, ir a centros comerciales, escuchar heavy metal y hard rock, intentar "anotar" como dicen ellos (tener sexo) y practicar el acto de la masturbación. En ocasiones trabajan en un local de comida rápida llamado Burger World, donde Beavis se desempeña como cocinero y Butt-Head es el cajero.

Beavis and Butt-Head fue una serie de dibujos animados para jóvenes emitida, originalmente, por MTV. La serie fue transmitida de 1992 a 1997, y tuvo un breve regreso en 2011 en Comedy Central. Fue creada por Mike Judge. Un regreso de la serie sin fecha de estreno confirmado en el Canal de Comedy Central se ha hecho público desde 2020, como también una película en Paramount+.



Beavis y Butt-Head son una pareja de antihéroes, un par de descerebrados y groseros adolescentes, enajenados por la televisión y fans de los videos musicales del heavy metal. Para ellos la vida gira alrededor de tres cosas: mirar la televisión, crear problemas en el colegio, hablar mal de todo y de todos los que se interponen en su camino.

Serie de animación para adultos, emitida y producida en 1992 por el canal MTV, que ha tenido gran éxito en todo el mundo, convirtiendo a la pareja de jóvenes rebeldes en antihéroes de toda una nueva generación.

La serie, basada en un cortometraje, se terminó en 1997, tras 5 años de emisión, pero MTV ha seguido emitiéndola con nuevos pases, debido al éxito conseguido por la irreverente pareja animada, que después protagonizarían un largometraje. Lo que realmente caracteriza a Beavis y Butt-Head es que están obsesionados con el sexo y son un poco deficientes mentales. Butt-Head parece un poco más inteligente y calmo que Beavis, este último es propenso a padecer ataques de hiperactividad, convirtiéndose en el famoso "Cornholio". Butt-Head es inconscientemente más sutil, mientras que Beavis es inconscientemente más obvio. Beavis and Butt-head suelen ser malinterpretados o verse envuelto en confusiones -de las cuales la mayoría de las veces salen impunes-, debido a que los demás no les toman en serio sus franquezas, creyendo que bromean.

Beavis y Butt-Head es una de las series esenciales del ámbito de la animación para adultos de la cultura pop -y de la animación a secas- y una de las propuestas más controvertidas de la televisión estadounidense. Al elegir a dos adolescentes idiotas, vagos, prácticamente analfabetos, delincuentes y probablemente sociópatas, Mike Judge y MTV fueron objeto de numerosas y feroces críticas, especialmente entre quienes no supieron captar su carga satírica y su denuncia del tipo de sociedad occidental y contemporánea que creaba esa clase de individuos. El caso es que ver los videoclips seleccionados a lo largo de las siete primeras temporadas es también una buena manera de conocer la industria musical de la época y, por extensión, la evolución de la industria del entretenimiento.

222 capítulos de entre 5 y 22 minutos (8 Temporadas). los dos jóvenes del show tenían 15 años de edad.

En el año 1995, Beavis y Butt-Head protagonizaron un pequeño episodio de promoción de la Gira Ballbreaker, de AC/DC. El video trata de lo siguiente:

Beavis y Butt-Head están delante de una sala donde descansan los miembros de AC/DC. El acceso a la sala está prohibido, así que se quedan parados delante de la puerta. Entonces, llegan dos chicas, y los protagonistas, debido a su obsesión por el sexo, intentan ligar con ellas. Las chicas pasan de ellos y entran en la sala. Luego, llegan otras dos mujeres, que también entran en la sala. Butt-Head, furioso, comienza a gritar. Entonces, sale de la sala Angus Young, guitarrista principal de AC/DC. Silba y sale una mujer vestida con una capa, un traje negro muy ceñido y un taladro. Esta mujer es el símbolo del álbum Ballbreaker (1995). La mujer comienza a perseguir a Beavis y Butt-Head, y éstos empiezan a correr asustados. La escena termina con Angus Young riéndose de forma malvada frente a la cámara.

ESPAÑA * GUATEMALA * MÉXICO * ARGENTINA * CHILE * PERÚ * BELICE * REP DOMINICANA * COSTA RICA * BRASIL * LAS VEGAS

CAPACITAR TU CAPITAL HUMANO ES LA INVERSIÓN QUE MÁS INTERESES GENERA

CONFERENCIAS, TALLERES, CAPACITACIONES, SOFTLANDING

MÉXICO - CENTROAMÉRICA - SUDAMÉRICA - USA - EUROPA



Fortalecimiento de Capital Humano

ILLUSIONARIUM
Magia · Capacitación · Producciones

**INGLÉS
ESPAÑOL**



MÉXICO +52 444 1852200
COSTA RICA +506 64099733
USA +1 747 4776932

+15 AÑOS EN ESCENA + 01 MILLÓN DE APLAUSOS + 500 EMPRESAS

Con buena educación prospera la economía y el deporte

POR
GUSTAVO PUENTE
- MÉXICO -



**LA SOBERBIA ES LA DISCAPACIDAD
DE LOS INFELICES QUE,
DE PRONTO, PRUEBAN EL PODER.**

Con el Campeonato Mundial del Fútbol (FIFA) que se está llevando a cabo en nuestro país, se han estado analizando las distintas técnicas que están aplicando en este deporte los 48 países que compiten, y así mismo, su condición física, disciplina, edad promedio, estatura, peso de los jugadores y dentro de ello, nos parece a los economistas que existen otras combinaciones dentro de estas conductas humanas que están influenciadas por la economía de su país. En algún programa radiofónico se comentó sobre el total de la población de un país y el impacto de su educación tecnológica y universitaria en la economía (PIB) y en el deporte. Se dio como ejemplo a Corea del Sur, y a México, y se hizo el escenario de nuestro país con 133 millones de habitantes y Corea del Sur 51.6 millones. Bajo estos datos México en su partido contra Corea del Sur debió haber ganado con un marcador de 2.5 goles a 1, y el marcador real fue de 1 a 0 a favor de México. También se platicó sobre la influencia de los jugadores nacionalizados que juegan en las selecciones que no son de países donde nacieron y que esto también influye en la conducta del resto del equipo, también cuando del entrenador del mismo es extranjero.

Tomando como referencia el campeonato mundial de 1986, llevado a cabo en nuestro país, Corea era una pequeña nación con poco crecimiento poblacional, y donde todos sus activos se encausaron en la alta tecnología y en la educación (5 veces más que México). En nuestro país, las grandes marcas comerciales e industriales están más vinculadas al consumo (Bimbo, Corona, Cemex, Maseca, José Cuervo, etc.), y Corea del Sur tiene como principales marcas a Hyundai, Posco, Sam Sung y varias marcas de autos. El crecimiento poblacional durante los últimos 40 años (1986-2026) México lo tuvo en 77 millones y Corea en 41.2 millones. Los números son fríos y eso mantiene los análisis más objetivos. México tiene una población del 50 % menor a los 30 años de edad. En la educación básica (primaria y secundaria) en 1986 México tuvo un registro de 21 millones de personas y en el 2026 la misma cantidad. Corea del Sur en 1986 impartió esta misma educación a 10 millones y en el 2026 a 5 millones. La influencia en Corea del Sur fueron las carreras técnicas. El PIB nacional y per cápita (por persona) en México fue de \$ 2.12 billones de dólares y \$ 15,799 dólares. Esta generación de riqueza se da con un 60 % de servicios, 30 % industria y 10 % agropecuario. En Corea del Sur su PIB nacional es \$ 1.87 billones de dólares y el per cápita de 36,107 dólares. Sus ingresos son principalmente de un modelo industrial orientado a las exportaciones de alta tecnología y representa el 80 % de su PIB.

Los resultados que vemos, son en el caso de Corea, su filosofía de trabajo y la disciplina que este país aprendió durante varios años al estar dominada por Japón, y eso se ve reflejado en su educación, economía y en su deporte. En el caso de México, las políticas de educación han estado cambiando en forma constante y esto se ha visto reflejado en nuestra economía y en el deporte. El espíritu del mexicano ha sido un factor indiscutible que ha perseverado desde nuestra independencia.

P.D. LA PEOR PÉRDIDA DE TIEMPO ES DISCUTIR CON UNA PERSONA IGNORANTE, A LA QUE NO LE IMPORTA LA VERDAD, SINO LA VICTORIA DE SU PROPIA IGNORANCIA.

CONSUMA LO HECHO EN MÉXICO Y ESTARÁ DANDO TRABAJO A MEXICANOS

POR
DAVID ÁLVAREZ
MÉXICO

La capacitación en las empresas es una inversión estratégica que permite a los colaboradores adquirir nuevos conocimientos y desarrollar habilidades. Esto se traduce en una mayor productividad, adaptación ágil a los cambios del mercado y la retención del talento clave al mejorar la motivación y el sentido de pertenencia.

LA IMPORTANCIA DE UNA CAPACITACIÓN ADECUADA EN LAS EMPRESAS

Las empresas procuran rodearse siempre del mejor talento, y por lo tanto cada vez se vuelve más evidente la importancia de la capacitación. Ayudar a los empleados, tanto nuevos como establecidos, a alcanzar su máximo potencial a través del aprendizaje aumentará drásticamente sus posibilidades de éxito.

Creamos este artículo con el objetivo de darte una idea general sobre la importancia de una capacitación empresarial de alto nivel. Y también te damos algunos consejos para que puedas aplicar estas tendencias en el marco específico de tu negocio.

En términos simples, la capacitación empresarial es toda aquella actividad enfocada en aportar un conocimiento que le permitirá a una persona realizar mejor su trabajo. Esto puede ser desde una actualización en las mejores prácticas de cierta industria hasta la enseñanza de una habilidad o herramienta completamente nueva.

El objetivo final es que los equipos de trabajo coexistan en un nivel de evolución permanente. En este panorama laboral donde las tendencias cambian rápidamente, es muy importante mantener siempre una ventaja sobre los competidores.

Una de las formas más eficaces y comprobables para lograr esto es un esquema de formación constante para que los colaboradores puedan desarrollar sus conocimientos y por ende aumentar el desempeño y la productividad.

Cada persona tiene una forma única de entender y hacer las cosas. Esta diversidad es sana y necesaria en cualquier ámbito laboral. Sin embargo, cuando se trata de crear una cultura empresarial y ofrecer consistencia a los clientes, a veces es necesario construir a partir de acuerdos comunes.

Es por ello que debes saber seleccionar el capacitador correcto que debe tener experiencia y sobre todo, trayectoria, ya que demuestra su verdadero potencial.

Uno de los principales errores cometidos por los empleadores es considerar que su principal propósito en una organización consiste en producir bienes y servicios, pero no formación. Otro obstáculo es que las instancias de capacitación son exclusivas para el personal superior de las compañías, mientras que los trabajadores de menor rango están limitados a lo que puedan aprender de manera directa de sus jefes.

Una de las principales barreras es la falta de convicción de los altos mandos en lo que al aprendizaje de los trabajadores se refiere. Hoy, muchos directivos se resisten a incorporar programas de capacitación en sus organizaciones, pues siguen viéndolo como un gasto, antes que una inversión. Así, resulta un desafío importante mostrar a las compañías los beneficios que se obtienen al capacitar a su personal, entre los que destacan el aumento de la producción, el impulso de la calidad y la rentabilidad del trabajo, un mejor clima laboral y el fortalecimiento de la autoestima de los trabajadores.

Las áreas de recursos humanos están observando de manera constante al personal de las empresas, pero, dado que los directivos de las organizaciones muestran resistencia a invertir en capacitación, es evidente que se presentarán diversos obstáculos para llevarla a cabo. Sin embargo, siempre debe recordarse que las capacitaciones son una ventana al conocimiento, la innovación y el perfeccionamiento que ayuden a las empresas a alcanzar sus objetivos. ¿Qué programas de capacitación se realizan en tu empresa?




INSIONARIUM

COSMETICA VS COSMETICA NATURAL

LA VERDAD DE LA COSMETICA CONVENCIONAL

Adentrándonos al mundo de la cosmética convencional

Estamos acostumbrados a usar productos del día al día sin saber de donde provienen, sin saber sus ingredientes y sin saber el impacto que podría causar en nuestras vidas. los cosméticos que encontramos día a día pueden contener más de 1,000 sustancias perjudiciales para nuestra salud, ya que no están reguladas por nuestro país, en la cosmética convencional no solo se a demostrado que puede contener ingredientes tóxicos que aumentan el riesgo de enfermedades si no que también no sabemos lo que realmente estamos usando. en Europa se han prohibido más de 1000 ingredientes en uso cosmético por el daño que representa en el cuerpo humano, ejemplo:

- parabenos - cancer
- sulfatos - disrupciones hormonales
- plomo - alto nivel de intoxicación
- y mucho más.



Adentrándonos en el mundo de la cosmética natural

A diferencia de la cosmética convencional, la cosmética natural se centra en nutrir la piel utilizando ingredientes naturales aptos para uso tópico, ingredientes derivados de plantas, minerales e ingredientes orgánicos lo que reduce el riesgo de enfermedades por ingredientes tóxicos, la cosmética natural ayuda a mejorar la piel desde la capa más profunda de la dermis ya que su base es solucionar el problema de raíz, a menudo estos contienen más vitaminas, minerales y antioxidantes para la piel lo que lo vuelve un aliado increíble para tu salud y pieles sensible, al ser ingredientes libres de disruptores ayudan a regenerar la piel, algunos de los ingredientes más usados son:

- Jarite- mejora la elasticidad de la piel.
- Elastia - mejora la apariencia de las arrugas
- Óxido de Zinc - protege de manera natural contra los rayos del sol.

Biosisu.mx

Vesper Martini:

el cóctel creado por James Bond que trascendió la ficción

POR
DAVID ÁLVAREZ
- MÉXICO -

En el universo de la coctelería existen bebidas nacidas en hoteles legendarios, otras en bares centenarios y algunas surgidas por accidente. El Vesper Martini pertenece a una categoría mucho más exclusiva: es uno de los pocos cócteles clásicos cuya creación puede rastrearse hasta las páginas de una novela. Su historia mezcla espionaje, literatura, glamour y una elegancia atemporal que lo ha convertido en una leyenda tanto dentro como fuera de la ficción.

La historia comienza en 1953, cuando el escritor británico Ian Fleming publicó la novela *Casino Royale*. En ella aparecía por primera vez un personaje que cambiaría para siempre la cultura popular: James Bond.

Durante una escena en un casino francés, Bond solicita una bebida muy particular. No pide un Martini tradicional. En cambio, describe una receta propia con precisión casi militar:

"Tres medidas de ginebra, una de vodka y media de Kina Lillet. Agítese muy bien hasta que esté helado y añádase una fina tira de piel de limón."

Más tarde, Bond bautiza el cóctel con el nombre de Vesper, en honor a la enigmática agente doble Vesper Lynd, una de las figuras más importantes de la novela.

Lo fascinante es que el cóctel trascendió inmediatamente las páginas del libro. Bartenders de todo el mundo comenzaron a recrearlo, convirtiendo una bebida ficticia en una receta real que terminaría formando parte de la historia de la coctelería.

La receta clásica del Vesper Martini

Ingredientes:

- * 90 ml de ginebra London Dry
- * 30 ml de vodka
- * 15 ml de Lillet Blanc (sustituto moderno del antiguo Kina Lillet)
- * Hielo abundante
- * Twist de limón

Preparación:

1. Colocar todos los ingredientes en una coctelera con abundante hielo.
2. Agitar vigorosamente hasta alcanzar una temperatura muy fría.
3. Colar en una copa Martini previamente enfriada.
4. Decorar con una fina piel de limón.

El resultado es un cóctel seco, potente, elegante y con una personalidad muy distinta a la de un Martini tradicional. La combinación de ginebra y vodka crea una estructura alcohólica intensa, mientras que el Lillet aporta notas florales, cítricas y ligeramente dulces.



Anécdotas y curiosidades

Una de las curiosidades más interesantes es que el ingrediente original, Kina Lillet, ya no existe en la misma fórmula que conoció Ian Fleming. La receta fue modificada décadas después, reduciendo notablemente su amargor. Por ello, algunos bartenders modernos añaden unas gotas de bitter para acercarse al perfil original descrito en la novela.

Otra anécdota fascinante es que el famoso lema de Bond, "agitado, no mezclado", nació precisamente alrededor de este cóctel. Aunque muchos expertos consideran que remover produce una textura más refinada para un Martini, Bond prefería agitarlo para conseguir una bebida extremadamente fría.

Curiosamente, algunos puristas sostienen que el Vesper ni siquiera debería considerarse un Martini tradicional, ya que carece del vermouth característico de esa familia de cócteles.

Impacto mundial

Pocas bebidas pueden presumir de haber sido impulsadas por una franquicia cultural tan poderosa. Gracias a las novelas y posteriormente a las películas de James Bond, el Vesper Martini se convirtió en un símbolo universal de sofisticación, lujo y estilo.

Su popularidad experimentó un nuevo auge en 2006 con el estreno de *Casino Royale*, protagonizada por Daniel Craig. Millones de espectadores descubrieron nuevamente el cóctel, provocando que bares de todo el mundo lo incorporaran a sus cartas.

Hoy puede encontrarse en hoteles de lujo, bares clásicos y establecimientos especializados en coctelería de autor desde Londres hasta Tokio, desde Nueva York hasta Buenos Aires.

Lo que transmite el Vesper Martini

A diferencia de cócteles tropicales o festivos, el Vesper transmite precisión, confianza y elegancia. Es una bebida que no busca ser accesible ni complaciente. Su fortaleza y carácter exigen atención, algo muy acorde con la personalidad del agente secreto que lo hizo famoso.

Representa una época donde el glamour se medía en detalles: un traje a medida, una copa perfectamente fría y una conversación mantenida en voz baja bajo la luz tenue de un casino.

Conclusión

La mayoría de los cócteles nacen en una barra y luego se convierten en historias. El Vesper Martini recorrió el camino contrario: nació como una historia y terminó convirtiéndose en un cóctel real.

Más de setenta años después de su aparición en una novela, sigue siendo uno de los tragos más reconocibles del planeta. No solo por su receta, sino por todo lo que representa: misterio, sofisticación, aventura y el poder de una buena historia.

Porque cada vez que una copa de Vesper Martini llega a una mesa, no solo contiene ginebra, vodka y Lillet. Contiene un fragmento de literatura, una leyenda del espionaje y una prueba de que algunas creaciones son tan memorables que logran escapar de la ficción para convertirse en parte de la realidad.



COSTA RICA:
INNOVACIÓN Y CRECIMIENTO
EN ARMONÍA



“Elige tu éxito, la confianza está en ti”

NETWORKING & SOFTLANDING México

**Quieres invertir o
exportar tus productos
o servicios en Costa Rica.
Contáctanos.**



MX+52 444 1852200

CR +506 64099733

UNA AGENCIA DE MEXICANOS PARA MEXICANOS

POR
 DAVID ÁLVAREZ
 - MÉXICO -



La despedida definitiva de las señales lineales dedicadas a la música de MTV marcó el final de 44 años de historia.
El cierre simbólico de canales como MTV 00s, MTV 80s y MTV Live ocurrió el 31 de diciembre de 2025,
cerrando una era que transformó a la música visual en un fenómeno cultural global

El Adiós de una Era

El cierre definitivo de estas señales vino acompañado de una profunda ola de nostalgia, ya que generaciones enteras crecieron descubriendo artistas, modas y tendencias a través de la pantalla. Este final no solo representó apagar una televisión musical, sino decirle adiós a un ícono de la cultura pop que fue pionero en los años ochenta y noventa.

Momentos Musicales y Simbolismos

Para rendir homenaje a más de cuatro décadas de historia, las últimas transmisiones de la cadena fueron cuidadosamente seleccionadas para evocar el recuerdo:

En MTV 00s, el cierre definitivo se acompañó con el icónico tema "Bye, Bye Bye" de *NSYNC.

En MTV Live, la despedida sonó al ritmo de "Dancing On My Own".

En MTV 80s, el final se selló con "Together in Electric Dreams".

La Evolución Digital

La nostalgia del adiós de MTV se entiende mejor al ver cómo el consumo musical evolucionó. Las plataformas de streaming (como Spotify o Apple Music) y los videos bajo demanda (como YouTube y TikTok) desplazaron por completo el modelo tradicional de la televisión. La marca MTV se mantiene viva a través del entretenimiento en formatos de telerrealidad, pero el canal que transmitía videoclips 24/7 pasó a ser historia oficial.

El impacto de "Music Television": Durante décadas, MTV fue mucho más que un canal: fue un oráculo de tendencias, moda y consumo musical. Los VJs: Rostros icónicos como Mark Goodman, Martha Quinn y Nina Blackwood guiaban a las audiencias y acercaban a los artistas directo a las salas de los hogares. El videoclip como arte: Transformó canciones en obras maestras visuales, siendo "Video Killed the Radio Star" de The Buggles la primera pieza en emitirse y también la elegida para cerrar sus transmisiones. Momentos que paralizaron al mundo: Actos inolvidables como el beso de Madonna con Britney Spears y Christina Aguilera en los escenarios, o el debut del rey del pop, Michael Jackson, en la cadena.



La campaña "I want my MTV" (Quiero mi MTV), lanzada en los años 80 por Robert W. Pittman, fue una estrategia publicitaria donde ídolos musicales como Mick Jagger, David Bowie y Sting exigían a los operadores de televisión por cable incluir el canal en sus parrillas.

El origen de la campaña

En los inicios del canal, muchos operadores de cable se negaban a incluir la señal por considerarla "demasiado arriesgada". Para solucionar esto, MTV lanzó en 1982 una brillante campaña de marketing que consistía en comerciales cortos donde celebridades y estrellas de rock miraban a la cámara y decían la famosa frase.

El impacto de la estrategia

La frase "¡Quiero mi MTV!" se convirtió rápidamente en un grito de guerra para los jóvenes, quienes inundaron con llamadas a sus proveedores de cable locales para exigir el canal. La presión popular funcionó y la señal se expandió rápidamente por todos los hogares. La magnitud del impacto cultural fue tal que la frase pasó al lenguaje cotidiano e inspiró la letra de éxitos musicales, como "Money for Nothing" de Dire Straits (en la que Sting canta el eslogan).

El fenómeno de los VJs

Aunque no fueron los protagonistas directos del famoso eslogan, el éxito de la campaña estuvo fuertemente respaldado por las figuras que presentaban los videos. Los VJs (Video Jockeys) se convirtieron en iconos y en la cara amable del canal, entre ellos destacan Martha Quinn, Nina Blackwood, Mark Goodman, Alan Hunter y J.J. Jackson

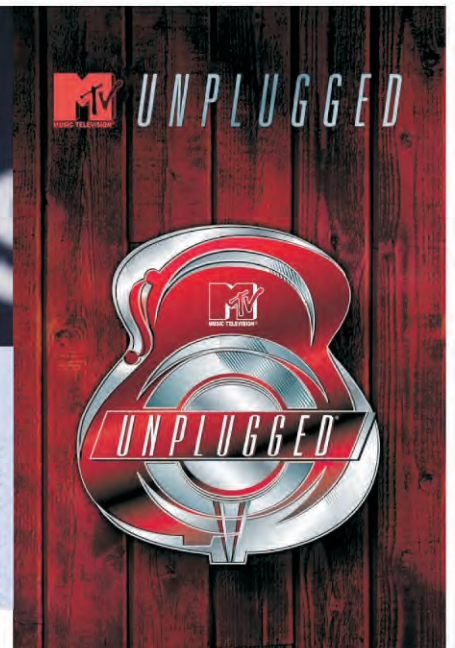
Los músicos y presentadores presionaban a la audiencia diciendo: "I Want My MTV"

Músicos principales: Mick Jagger (The Rolling Stones), David Bowie, Pete Townshend (The Who), Madonna, Cyndi Lauper.

Cerebro creativo: Robert Pittman: Ejecutivo de Warner Amex que creó la estrategia utilizando su red de contactos.



MUSIC TELEVISION®

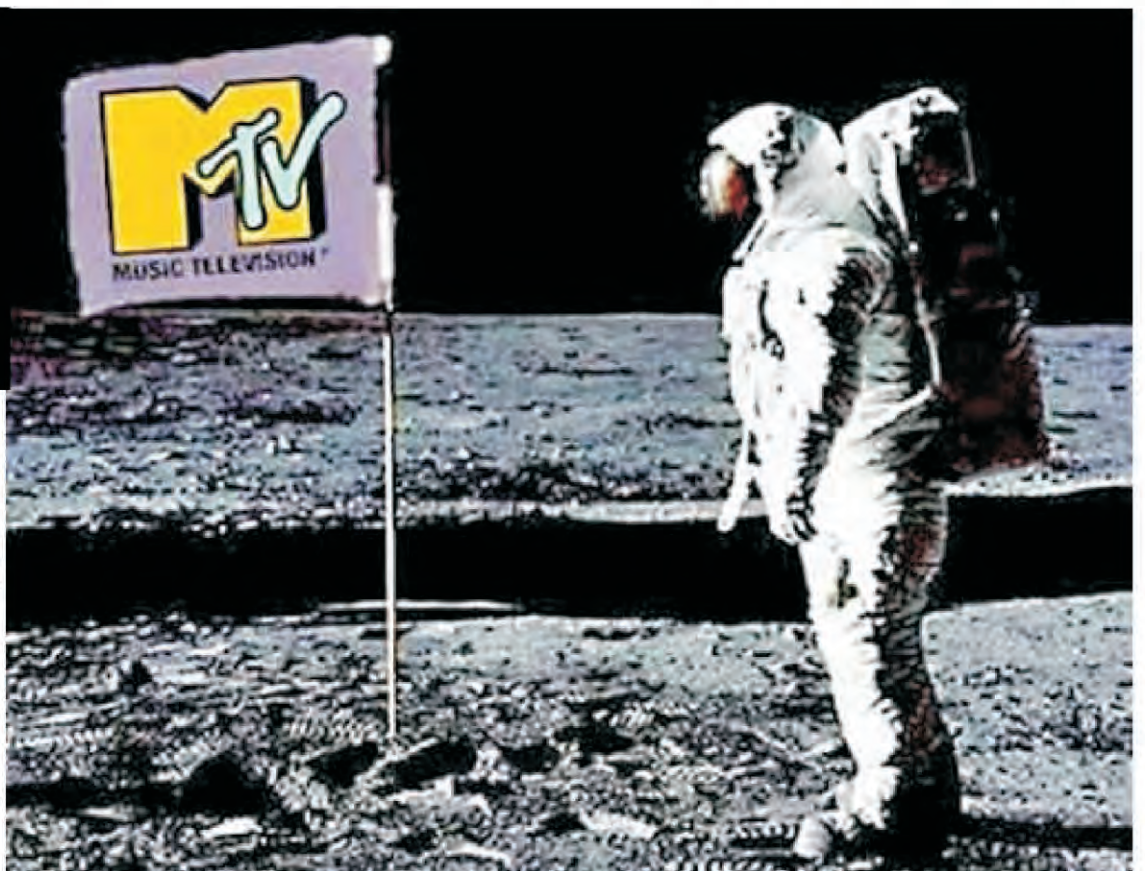


El canal se convirtió en el validador definitivo de tendencias comerciales. La creación de los premios anuales (VMAs) se transformó en un escaparate global y un motor de ventas sin precedentes, donde estrenar un video o realizar una actuación impactante se traducía directamente en un aumento masivo de compras de álbumes.

El impacto comercial de MTV en la industria discográfica fue revolucionario: transformó el mercado musical al fusionar la música con la narrativa visual, dictando las ventas de discos y estableciendo la imagen del artista como un factor tan crucial para el éxito financiero como la calidad de las canciones.

A partir de su lanzamiento en 1981, el canal convirtió los videos musicales en la principal herramienta de marketing para las compañías discográficas. Los sellos comenzaron a invertir millones en la producción de clips de alta calidad, ya que la difusión continua en el canal multiplicaba exponencialmente la venta de discos y permitía llenar estadios a escala mundial

MTV no solo vendía música, construía marcas personales. Fue el motor principal que catapultó al estrellato mundial a artistas pop como Michael Jackson y Madonna. Además, el canal revitalizó de manera espectacular las carreras comerciales de artistas veteranos cuyas ventas habían disminuido, como Tina Turner, Peter Gabriel y ZZ Top.



GALARDÓN



DIOSA HISPANA

C O S T A R I C A

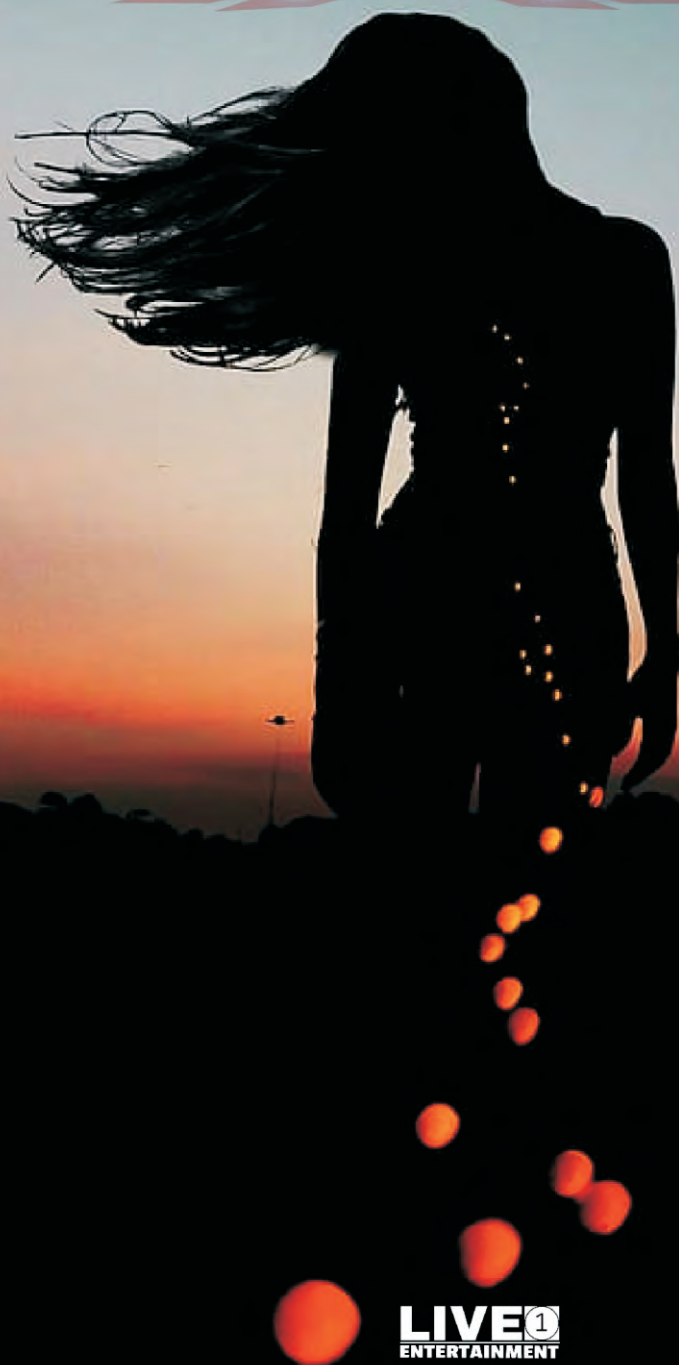
M É X I C O

L A S V A E G A S

2026

PROXIMAMENTE
COMING SOON

COMING SOON
ПРОКИММЕНТЕ



LIVE 1
ENTERTAINMENT

REVISTA
D
ESCENARIOS

CONGRESO NACIONAL
DRM
COSTA RICA

12 SEPTIEMBRE HOTEL RADISSON



**Nos dedicamos a brindarte un
EXCELENTE servicio para viajar,
tu satisfacción, la de tu familia o amigos
es nuestra misión.
Llegar a su destino y disfrutar momentos únicos
a bordo de nuestras unidades nuestro objetivo.**

COTIZACIONES SIN COMPROMISO



**TURISMO
TURISMO
LN**

RENTA DE AUTOBUSES Y VAN PARA VIAJES
ESPECIALES DENTRO DE LA CIUDAD,
A TODA LA REPÚBLICA Y ESTADOS UNIDOS.

JUAN LUIS MARTÍNEZ ROMERO
8117766659

**TURISMO
LN**

RENTA DE AUTOBUSES VIAJES LOCALES Y FORANEOS

**Nuevo
León**

CONTACTO:
f TURISMO LN 8117766659

RETENCIÓN DE TALENTO

El Costo de la Rotación y el Poder de la Formación



POR
JOSE ANTONIO GODOY
MÉXICO

La rotación de personal es un problema costoso para las empresas. No solo implica gastos directos en reclutamiento y capacitación de nuevos empleados, sino que también afecta la productividad, la moral del equipo y la experiencia del cliente. Sin embargo, muchas empresas pasan por alto un factor clave en la retención de talento: la formación. Invertir en el desarrollo de los empleados no solo reduce la rotación, sino que también fomenta la lealtad y mejora el desempeño general de la organización.

El Alto Costo de la Rotación de Personal

Cada vez que una empresa pierde a un empleado, enfrenta costos visibles e invisibles. Algunos de los más importantes incluyen:

- Gastos de reclutamiento y selección: Publicación de vacantes, entrevistas y contratación.
- Tiempo y dinero en capacitación: El nuevo empleado tarda en alcanzar su máximo rendimiento.
- Pérdida de conocimiento y experiencia: Cada salida debilita el capital intelectual de la empresa.
- Impacto en la moral del equipo: La rotación constante desmotiva a los empleados que se quedan.
- Afectación en el servicio y la productividad: Un equipo inestable genera inconsistencias en el trabajo.

¿Por Qué Se Van los Empleados?

Las razones más comunes detrás de la rotación de personal incluyen:

1. Falta de oportunidades de crecimiento: Cuando los empleados sienten que no pueden avanzar, buscan nuevas oportunidades.
2. Liderazgo deficiente: Un mal jefe es una de las principales razones por las que la gente renuncia.
3. Ambiente laboral negativo: Falta de reconocimiento, presión excesiva o cultura tóxica.
4. Salarios y beneficios poco competitivos: Aunque el dinero no lo es todo, sigue siendo un factor importante.
5. Falta de formación y desarrollo: Si los empleados no sienten que están aprendiendo y creciendo, pierden el interés.

La Formación como Estrategia de Retención

Las empresas que invierten en la formación de su personal no solo desarrollan habilidades técnicas y humanas, sino que también envían un mensaje claro: "nos importas y queremos que crezcas aquí". Algunos beneficios de una estrategia de formación bien implementada incluyen:

- Mayor sentido de pertenencia y compromiso.
- Menor rotación y reducción de costos de contratación.
- Equipos más preparados y productivos.
- Mejora en la moral y satisfacción laboral.

Condiciones de Trabajo: Más Allá del Salario

Para retener talento, la formación debe ir acompañada de condiciones adecuadas de trabajo, como:

- Oportunidades de crecimiento y promoción interna.
- Liderazgo inspirador y comunicación efectiva.
- Flexibilidad y balance entre vida laboral y personal.
- Ambiente positivo, con reconocimiento y motivación constante.

Empleados Felices = Más Ventas y Mejor Servicio al Cliente

Un empleado contento no solo se queda más tiempo en la empresa, sino que también impacta directamente en los resultados de negocio. Cuando los empleados están motivados y comprometidos:

- Ofrecen un mejor servicio al cliente, lo que se traduce en clientes más satisfechos y leales.
- Aumentan las ventas, ya que su actitud positiva y confianza generan mejores interacciones con los clientes.
- Representan mejor la marca, transmitiendo los valores de la empresa de manera auténtica.

Recomendaciones para Mejorar la Retención

Para reducir la rotación de personal y fortalecer la lealtad de los empleados, las empresas deben:

1. Implementar programas de formación continua que desarrollen tanto habilidades técnicas como competencias humanas.
2. Fomentar un liderazgo positivo que motive y escuche a los empleados.
3. Establecer planes de crecimiento profesional para que los colaboradores vean un futuro en la empresa.
4. Ofrecer un ambiente laboral saludable, con reconocimiento, equidad y balance entre vida y trabajo.
5. Crear incentivos que vayan más allá del salario, como beneficios adicionales, flexibilidad y cultura de bienestar.

Conclusión

La retención de talento no es solo una cuestión de salarios competitivos, sino de ofrecer crecimiento, formación y un ambiente laboral donde los empleados se sientan valorados. Invertir en el desarrollo del personal no solo reduce la rotación, sino que también mejora la productividad, las ventas y la calidad del servicio al cliente. Una empresa que cuida a sus empleados se convierte en un lugar donde todos quieren trabajar y crecer.

Contacto
Formación Corporativa Ilusionarium México
WhatsApp +52 444 1852200



¿ VIAJAS A CANCÚN MÉXICO?
VISITA EL PARAÍSO GASTRONÓMICO POR EXCELENCIA...

VIVE LA EXPERIENCIA!!!



e f a n h a i
THAI & INDIAN KITCHEN



CANCÚN MÉXICO +52 998 1440364 Plaza La Isla

VIVE LA EXPERIENCIA CRIZPY SAN LUIS!!!

Verdaderos TENDERS...



CRIZPY
BY GP

+ *the art of* +
DIPPING



Crizpy by GP es un restaurante de pollo
estilo comfort food ubicado en San Luis Potosí,
famoso por sus tenders crujientes,
sándwiches (como el "Clásico de Lolo")
y sus característicos aderezos

Jorge Campos no tenía el cuerpo que el fútbol esperaba de un portero

así que construyó una leyenda con todo lo que supuestamente le faltaba.

POR
DAVID ÁLVAREZ
- MÉXICO -

Jorge Campos fue portero, delantero, espectáculo y desafío.

El fútbol quiso medirlo en centímetros.

Él respondió haciéndose gigante en la memoria.

Medía cerca de 1.68 metros, una estatura que para muchos entrenadores era casi una sentencia. En una posición dominada por gigantes, donde cada centro al área parecía pertenecer a hombres enormes, Campos llegó desde Acapulco con reflejos imposibles, elasticidad de felino y una seguridad que no necesitaba pedir permiso.

Le dijeron que era demasiado bajo.
Él respondió volando.

Creció entre playa, arena, colores intensos y una forma distinta de entender el movimiento. Quizá por eso nunca pareció un portero convencional. No vestía de negro ni de gris como mandaba la tradición. Diseñaba uniformes grandes, brillantes, llenos de formas y colores que parecían salir del sol de Acapulco. Para algunos eran exagerados. Para otros, una rareza. Para él, eran identidad.

Campos no quería desaparecer bajo el arco.
Quería ser visto.
Y lo fue.

Pero su verdadera revolución no estuvo solo en la ropa. Estuvo en la forma de jugar. Jorge Campos salía del área, anticipaba, corría, tocaba el balón con una confianza poco común para un guardameta de su época. Era portero, sí, pero pensaba como futbolista completo. Mientras otros protegían la línea, él se atrevía a ocupar el campo.

Y luego hizo algo que parecía imposible: también marcó goles.

En Pumas llegó a jugar como delantero y anotó con la naturalidad de quien nunca aceptó que una posición definiera toda su vida. Más de 30 veces el portero terminó celebrando al otro lado del campo. En algunos partidos empezaba bajo los tres palos y más tarde podía aparecer en ataque, como si estuviera desmontando una regla invisible delante de todos.

En 1994, durante el Mundial de Estados Unidos, su figura se volvió global. Sus uniformes eran inolvidables, pero sus atajadas también. En un torneo visto por millones, el portero bajito de México demostró que la estatura no siempre se mide desde el suelo. También se mide desde el salto, desde la valentía y desde la imaginación.

Jorge Campos no cambió el fútbol porque quiso parecer distinto.
Lo cambió porque fue distinto de verdad.

Convirtió una supuesta desventaja en estilo. Transformó la crítica en personalidad. Hizo de su tamaño una provocación y de su creatividad una respuesta. Donde otros veían un límite físico, él vio una oportunidad para jugar de una manera que nadie esperaba.

Su legado no se reduce a sus uniformes ni a sus goles.

Su legado está en haber demostrado que el fútbol también pertenece a quienes no encajan en el molde. A los que no tienen la medida exacta, el perfil esperado ni la apariencia aprobada. A los que llegan con otra energía y obligan al mundo a mirar dos veces.

Durante la segunda mitad de los años 60 y el inicio de los 70, Estados Unidos vivió la época más gloriosa de los muscle cars. Las marcas competían por construir el auto más potente, rápido y agresivo de las calles, dando origen a modelos que hoy son auténticas leyendas y alcanzan precios de colección de cientos de miles de dólares.

Entre todos ellos, tres nombres sobresalen por encima del resto: Chevrolet Impala SS 427 de 1967, Dodge Charger R/T HEMI de 1970 y Ford Mustang Boss 429 de 1969. Cada uno representó una filosofía distinta, pero compartían el mismo objetivo: dominar el asfalto con enormes motores V8 y un sonido inconfundible.

Chevrolet Impala SS 427 (1967)

El Impala SS 427 fue el máximo exponente del tamaño, lujo y potencia de Chevrolet durante los años 60. Aunque muchas personas recuerdan al Chevelle SS como el muscle car de la marca, el Impala SS también fue una verdadera bestia.

- Motor: V8 Big Block de 427 pulgadas cúbicas (7.0 litros)
- Potencia: 435 HP
- Torque: 460 lb-pie
- 0-96 km/h: 5.8 segundos
- Velocidad máxima: 210 km/h

Equipado con carburador de cuatro gargantas, transmisión manual de 4 velocidades opcional y tracción trasera, el Impala ofrecía una mezcla perfecta entre confort y rendimiento. Su enorme tamaño no le impedía acelerar con fuerza gracias al legendario motor 427 Turbo-Jet.

Actualmente, una unidad completamente restaurada puede superar fácilmente los 100,000 dólares, especialmente si conserva el motor original y su documentación.

Dodge Charger R/T HEMI (1970)

Si existe un muscle car que representa la palabra "intimidante", ese es el Charger R/T HEMI. Su diseño agresivo, la parrilla de ancho completo y el mítico motor 426 HEMI lo convirtieron en uno de los autos más deseados de la historia.

- Motor: 426 pulgadas cúbicas HEMI V8 (7.0 litros)
- Potencia oficial: 425 HP (aunque muchos especialistas estiman que entregaba más de 470 HP reales)
- Torque: 490 lb-pie
- 0-96 km/h: 5.6 segundos
- Velocidad máxima: 225 km/h

El famoso motor HEMI utilizaba cámaras de combustión hemisféricas, una tecnología que permitía un mejor flujo de aire y una combustión más eficiente, convirtiéndolo en uno de los V8 más exitosos jamás fabricados.

Su producción fue limitada debido a su elevado costo y a las primas de seguro extremadamente altas de la época. Hoy, un Charger R/T HEMI original puede alcanzar cifras superiores a los 250,000 dólares, mientras que ejemplares en estado de concurso han superado el medio millón en subastas.

Ford Mustang Boss 429 (1969)

El Boss 429 nació con un único propósito: homologar el enorme motor 429 para competir en NASCAR. Ford modificó profundamente el Mustang para poder instalar este gigantesco propulsor, convirtiéndolo en uno de los modelos más exclusivos de toda la historia del Mustang.

- Motor: 429 pulgadas cúbicas V8 (7.0 litros)
- Potencia oficial: 375 HP
- Torque: 450 lb-pie
- 0-96 km/h: 5.7 segundos
- Velocidad máxima: 210 km/h

Aunque oficialmente declaraba menos potencia que sus rivales, muchos expertos coinciden en que Ford redujo las cifras para evitar problemas con las aseguradoras. En pruebas independientes, el Boss 429 demostraba un rendimiento comparable al de los motores HEMI.

Solo se fabricaron alrededor de 1,359 unidades entre 1969 y 1970, lo que lo convierte en uno de los Mustang más raros y codiciados. Hoy, algunos ejemplares superan los 500,000 dólares dependiendo de su estado y originalidad.

TRES LEYENDAS QUE DEFINIERON LA ERA DORADA DE LOS MUSCLE CARS AMERICANOS

POR ÁNGEL DAVID - MÉXICO -

¿Cuál era el más rápido?

En aceleración pura, el Dodge Charger R/T HEMI tenía una ligera ventaja gracias a su enorme torque y a la eficiencia del motor HEMI.

Sin embargo, el Mustang Boss 429 destacaba por su equilibrio, mejor comportamiento dinámico y exclusividad, mientras que el Impala SS 427 ofrecía una combinación difícil de igualar entre lujo, espacio y prestaciones.

Cada uno dominó un aspecto diferente de la era dorada de los muscle cars, y juntos representan una época irrepetible en la historia del automóvil, cuando las marcas competían por ofrecer motores cada vez más grandes, más potentes y con un sonido que aún hoy sigue emocionando a millones de aficionados.

Hoy, más de cinco décadas después, estos tres gigantes continúan siendo símbolos del poder americano y auténticas joyas para coleccionistas de todo el mundo.

Fuentes: Chevrolet Heritage Center, Ford Performance, Stellantis Heritage, Hagerty, Hemmings Motor News.

1967 CHEVROLET IMPALA SS 427



MOTOR	POTENCIA	TORQUE	ACELERACIÓN 0-96 KM/H	VELOCIDAD MÁXIMA
427 PULG ³ V8	435 HP	460 LB-PIE	5.8 SEG	210 KM/H

1970 DODGE CHARGER R/T HEMI



MOTOR	POTENCIA	TORQUE	ACELERACIÓN 0-96 KM/H	VELOCIDAD MÁXIMA
426 PULG ³ HEMI V8	425 HP	490 LB-PIE	5.6 SEG	225 KM/H

1969 FORD MUSTANG BOSS 429



MOTOR	POTENCIA	TORQUE	ACELERACIÓN 0-96 KM/H	VELOCIDAD MÁXIMA
429 PULG ³ V8	375 HP	450 LB-PIE	5.7 SEG	210 KM/H



DISEÑAMOS TU PRODUCCIÓN

EMPRESARIAL, FAMILIAR O ARTÍSTICA
México * Costa Rica



- ➡ Contratación de celebridades
- ➡ Lanzamientos de marcas
- ➡ Aniversarios
- ➡ Inauguraciones
- ➡ Activaciones
- ➡ RP Celebridades
- ➡ Prensa

**TUS EVENTOS
YA NO SERÁN
IGUALES...**

**30 AÑOS DE
TRAJECTORIA**

**Desarrollamos todo un concepto
original para tu marca.
Somos Asesores y Creadores**

**MEX +52 4441852200
CR + 506 64099733**



HOGAR DEL NIÑO A.C.

SAN LUIS POTOSÍ, S.L.P.

SONRISAS QUE NUTREN LA VIDA



FORMAS DE APOYAR:

- ✓ Donando efectivo
- ✓ Becando un alumno
- ✓ Donando útiles escolares
- ✓ Donando despesa
- ✓ Donando un servicio
- ✓ Donando ropa, juguetes



**RECIBIMOS TUS
DONATIVOS EN ESPECIE EN:**

Av. Universidad #1900
Col. El Paseo



**DATOS PARA DONACIÓN
MONETARIA:**

BANORTE
CUENTA BANCARIA:
0840004538
CLABE INTERBANCARIA:
072 700 008 400 045 380



Claudia Purata
44-41-35-82-35



www.hogardelninoslp.com



Hogar del Niño AC Slp



[hogardelnino_slp](https://www.instagram.com/hogardelnino_slp)



DESCENARIOS



MÉXICO - COSTA RICA - LAS VEGAS

LA NUEVA ERA
EDITORIAL DIGITAL

17.019.609 LECTORES
DESCARGAS
¡TOTALMENTE GRATIS!

SI ME LEES FUNCIONA
ANÚNCIATE CON NOSOTROS
TÚ MARCA EN BUENAS MANOS

www.revistadescenarios.com

23 3181209mi 011
! 207A331 ON





Preseas

RAY TICO

Escogí el oficio de hacer música
para llenar de amor
las arcas de mi alma...

Internacional



solo con invitación

Próximamente
18 de Agosto
26^o