

## **CAPITULO III**

### **3.1 Definición de agencia regional de noticias**

En este trabajo, se define a una agencia regional noticiosa como la que recaba, produce y distribuye información escrita y/o audio-visual en forma inmediata a otros medios de comunicación o instituciones diversas suscritas en una zona determinada del interior de un país, mediante algún tipo de tecnología y cobro, con un enfoque periodístico de interés e incidencia prioritaria en su área de cobertura y servicio.

### **3.2 Propuesta para la creación de una agencia regional de noticias**

No basta con identificar los problemas que acarrea el centralismo informativo (ver parágrafo 1.4.4) prevaleciente en México: deben proponerse soluciones.

La propuesta medular del presente trabajo consiste en presentar la idea de la creación de una agencia regional de noticias autónoma para contrarrestar, en primer término, el vacío que deja el centralismo informativo y sus secuelas negativas.

La idea inicial incluye manejar información escrita y artículos de opinión, desde una visión y tratamiento regional de su material periodístico, sin perder de vista su inserción orgánica en el contexto nacional e internacional. Después podría ampliar sus servicios informativos en los formatos de video y audio.

En ese sentido, no puede perderse de vista la perspectiva internacional, particularmente en el caso del noroeste de México, que tiene una economía orientada hacia la exportación, principalmente con Estados Unidos y con el cual comparte su frontera. (ver parágrafo 3.2.1).

La información de esta agencia regional debe de ser de interés e impacto periodístico para su zona, en forma prioritaria e inmediata, lo que propiciará condiciones favorables para la toma de decisiones adecuadas entre los diversos sectores de la sociedad, apegados a la realidad de su área en conjunto y que, a la postre, permitirá tener una visión más integral e integradora del noroeste en lo económico, político, social y cultural.

Se propone la apertura de la agencia regional de información general (económica, política, social, cultural y deportiva) en la zona noroeste con sede en Hermosillo -aunque también podría ser otra la sede, según la conveniencia-, por las razones de costo operativo y geográficas, ya que es el punto geográfico intermedio de sus estados integrantes.

Su delimitación geográfica incluirá a los estados de Sonora, Sinaloa, Baja California, Baja California Sur y Chihuahua. Operará las 24 horas del día y los 365 días del año.

Se buscará darle "tratamiento regional" o enfoque periodístico que sea aprovechado y de interés para los medios donde se tenga la cobertura, dándole prioridad a la de mayor incidencia o impacto.

En esta agencia regional quedará descartada la "triangulación" del envío con la Ciudad de México, ya que su sede estará en Hermosillo.

Es decir, la información que transmita se hará en forma directa de Hermosillo a los suscriptores de su región, sin tener que pasar por el tamiz o tratamiento periodístico centralista de alguna instancia de la Ciudad de México.

Desde el punto de vista empresarial y régimen de propiedad, será una sociedad anónima, con participación accionaria de sus trabajadores. (ver parágrafo 3.4).

En sus estatutos se establecerá claramente su política editorial independiente y profesional, así como los mecanismos para evitar desviaciones en tales objetivos.

Buscará darle seguimiento a las informaciones de trascendencia regional y contará con una sección especializada en asuntos económicos, por su importancia para el desarrollo regional.

También deberá caracterizarse por dar a conocer los valores de la cultura regional, como literatos, héroes locales, etcétera.

En síntesis, la agencia regional de noticias se caracterizará por ser un medio autónomo que proporcionará información general de su zona, en forma prioritaria e inmediata, que acogerá todas las tendencias económicas, políticas, sociales, culturales y deportivas, con lo cual descarta su sumisión a algún grupo de poder en particular.

Sobrevivirá con sus propios recursos, provenientes de sus ingresos por los servicios prestados, lo que le permitirá solvencia económica y autonomía en el manejo informativo.

### 3.2.1 Agencia regional binacional

Aunque la propuesta de la creación de una agencia regional noticiosa va dirigida a la zona del noroeste mexicano, no se descarta que a largo plazo pudiera ampliar su cobertura y servicios informativos a los estados de la Unión Americana de California, Arizona y Texas, que colindan con Baja California, Sonora y Chihuahua.

Su mercado natural serían los medios de comunicación hispanos en esas tres entidades estadounidenses, empero, ese proyecto excede en este momento el objetivo trazado en el presente trabajo académico.

### 3.3 Ventajas y desventajas de la agencia regional

Definitivamente son más las ventajas que representaría la creación de una agencia regional autónoma de noticias, en este caso en el noroeste mexicano.

Para Raúl Trejo Delarbre *"operar desde el interior (de México) tiene todavía algunas desventajas, aunque potencialmente ofrezca una gama muy novedosa de posibilidades (una agencia regional tiene, por ejemplo, más posibilidades de rescatar la pluralidad y la riqueza de las expresiones sociales, culturales y políticas del país, en la zona que le corresponda).*

*"Entre sus desventajas, en cambio, se encuentra la dificultad de 'captar' con oportunidad informaciones nacionales y transmitir las con velocidad. Algunas agencias con sede en la Ciudad de México han considerado que el tiempo de transmisión es un problema grave de las agencias locales o regionales"* (Trejo 1989: 48).

En este punto de las supuestas desventajas de la creación de una agencia regional, el autor del presente trabajo está en desacuerdo con lo señalado por Trejo.

En primer lugar, en su planteamiento existe un error de apreciación al exponer como desventaja -es la única que menciona- *"la dificultad de 'captar' con oportunidad informaciones nacionales y transmitir las con velocidad. Algunas agencias con sede en la Ciudad de México han considerado que el tiempo de transmisión es un problema grave de las agencias locales o regionales"*. (Trejo 1989: 48).

Es un error señalar que una agencia regional debe buscar competir con una agencia nacional, ya que sus respectivas estructuras y funcionamiento están orientadas a servir a distintos mercados y demarcaciones geográficas.

La agencia regional tendrá como su mercado "natural" precisamente una determinada zona del país, con lo cual podrá disponer y concentrar su estructura y recursos para atender informativamente una específica región, con más cantidad de corresponsales asignados en su área de influencia y dándole un tratamiento regional a su material, así como más calidad y cantidad de noticias.

En cambio, una agencia nacional de noticias tendrá como su mercado "natural" a todo el país y no solo una determinada región de éste, por lo cual su tratamiento periodístico será nacional y no regional, es decir, difícilmente puede ser una competencia para la agencia regional propuesta en este trabajo.

Guardando las proporciones, es como si la agencia mundial francesa AFP pretendiera competir con la agencia mexicana Notimex, en el suministro de información nacional entre los suscriptores del territorio mexicano.

Como referencia, el director adjunto de la AFP en México, Eduardo García Aguilar, precisa que a nivel México *"no se maneja mucha información de provincia, sólo en casos especiales como las explosiones de Guadalajara en el sector Reforma del 22 de abril de 1992, pero en general, el número de notas enviadas del interior de la República no supera las 10 diarias (...). También especificó que sólo cuentan con corresponsales fijos en las principales ciudades como Guadalajara y Monterrey"*. (Hernández 1993: 18).

En contraste, la agencia mexicana Notimex cuenta con una *"red de 92 corresponsales repartidos a lo largo y ancho del territorio nacional, y cuya estructura regional, entre coordinadores, jefes de información, administradores, reporteros y secretarías suman 80 personas"*. (El Hilo de Notimex: 3)

Es decir, por estar dirigido a un mercado nacional, Notimex tiene concentrado a un numeroso personal en el territorio mexicano, con 92 corresponsales en las principales ciudades de México, mientras que la AFP cuenta con corresponsales sólo en Monterrey y Guadalajara, independientemente de los que tiene asignados en la capital mexicana.

La diferencia en la asignación de recursos humanos, obedece a que Notimex es una agencia nacional, mientras que la AFP es mundial y tiene que diseminar su personal en diversos países.

Lo mismo debe ocurrir en el caso de una agencia regional y una nacional. La regional no competirá con la nacional, porque su objetivo es más específico, tiene una estructura y funcionamiento orientado a servir a una región, mientras que la nacional es más amplio y tiene un propósito más general, de dimensión e impacto nacional.

Con respecto a la velocidad de transmisión, en la actualidad se cuenta con equipo moderno que puede ser adquirido por una agencia regional, con lo cual estará en condiciones de proporcionar un servicio eficaz y con calidad.

En resumen, la supuestas desventajas que plantea Raúl Trejo, en torno a la creación de una agencia regional, carecen de sustento y por lo tanto existen más ventajas para la apertura de un servicio informativo de este tipo.

### 3.4 Régimen de propiedad

El régimen de propiedad de la agencia regional que se propone en el presente trabajo es de carácter privado, mediante la creación de una sociedad anónima, con participación accionaria de los trabajadores, de grupos civiles y democráticos e independientes que acuerden realizar el proyecto.

De preferencia, debe buscarse que las aportaciones accionarias sean equitativas, para evitar la concentración en decisiones en uno de los aportantes.

La máxima autoridad será la asamblea de accionistas, como lo establece la Ley General de Sociedades Mercantiles, a la cual estará supeditada legalmente su constitución y operación. (Ley General Mercantil 1997: 45).

Esa autoridad delegará la operación de la agencia regional en un consejo de administración. El presidente del consejo de administración tendrá la representación legal de la empresa o quien determine la asamblea de accionistas, pero deberá consultar con los demás miembros del consejo, según la trascendencia de las decisiones y sus atribuciones.

El consejo de administración designará al director editorial de la agencia, el cual será el responsable inmediato de su operación sustantiva: el procesamiento, con calidad y eficiencia, y la distribución de la información en la región.

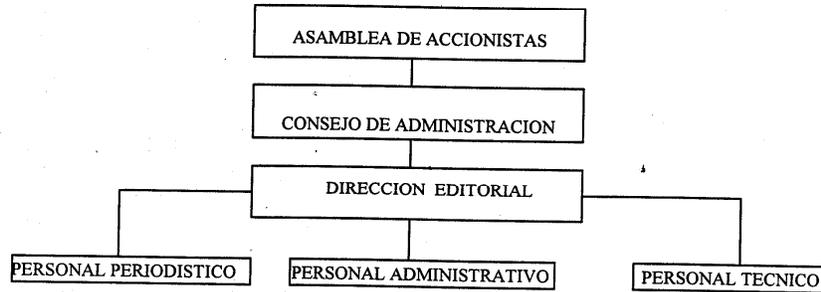
El consejo de administración, en coordinación con el director editorial, será el responsable del reclutamiento y de que se capacite al resto del personal periodístico, administrativo y técnico que se vaya a contratar.

La agencia deberá funcionar mediante la realización de presupuestos de ingresos y egresos anuales. Para determinar su presupuesto de inversión inicial, deberá efectuarse una investigación de mercado y análisis de sus costos de producción, entre otros factores. (ver parágrafo 3.5).

En ese sentido, se propone elaborar un plan maestro para la creación ordenada de la agencia regional de noticias, como a continuación se expone. (ver parágrafo 3.5).

En cuanto a las jerarquías de la agencia, se incluye el siguiente esquema:

### ESQUEMA DE JERARQUIAS DE LA AGENCIA REGIONAL DE NOTICIAS



### 3.5 Plan maestro

Para la realización de un proyecto serio y ordenado, de la creación de la agencia regional noticiosa autónoma, se requiere elaborar un plan maestro que contenga la serie de etapas y el calendario de trabajo respectivo.

Debe contarse con el tiempo suficiente para desarrollar en forma adecuada las diversas etapas o fases del plan maestro.

Para este caso, se proponen cuatro etapas o fases generales, con un total de 12 meses de duración.

#### PRIMER TRIMESTRE

En este lapso se deberá efectuar la investigación de campo sobre el potencial de mercado de la agencia regional; realizar un estudio para determinar el monto de la inversión inicial y posibles socios, así como establecer los costos de producción de los primeros tres años de funcionamiento.

#### SEGUNDO TRIMESTRE

En caso de resultar viable el proyecto y de ser aprobado, desarrollar un plan general de operaciones de la agencia (que no es lo mismo que el plan maestro, ya que el primero incluirá hasta el mínimo detalle para la concreción de la agencia) con los datos que arrojen la investigación de mercado, el estudio sobre la inversión inicial, composición de la sociedad y los costos de producción. Iniciar la constitución legal de la empresa.

### TERCER TRIMESTRE

Plan de adquisiciones de equipo, mobiliario, vehículos, etc., y arrendamiento o compra de inmueble, así como su instalación.

Contratación y preparación del personal periodístico, administrativo y técnico.

### CUARTO TRIMESTRE

Plan de marketing o venta del servicio en la región. También debe elaborarse el libro de estilo y estatutos de redacción. Asimismo, desarrollar pruebas con los suscriptores que se tengan afiliados, para determinar la fecha exacta de inicio de operaciones formales.

#### 3.6 Manual de estilo y estatutos de redacción

En el manual de estilo de la agencia regional de noticias se incluirá *"las normas de redacción encaminadas a lograr unos servicios más completos, precisos y homogéneos"*. (Normas de EFE 1989: 9).

En cuanto a la moralidad del periodista, se retomará lo planteado en el Informe MacBride *"la ética profesional se expresa en la firmeza moral con la que se enfrenta un periodista a diversos intereses y presiones que tratan de hacerlo cambiar o distorsionar sus conocimientos y hallazgos, o de que no publique la verdad"*. (MacBride 1980:200).

En cuanto al estatuto de redacción, éste ordenará las relaciones profesionales del personal periodístico de la agencia regional con su dirección editorial, el consejo de administración y la asamblea de accionistas, *"con independencia de las sindicales y laborales"*. Esa idea fue retomada del diario español El País (1994: 517).

En los estatutos de redacción, la empresa deberá definirse como una agencia regional autónoma de información general, de transmisión inmediata y veraz, que acogerá a todas las tendencias de la sociedad, es decir, reflejará su pluralidad de ideas.

Como ya se planteó en el párrafo 3.5, en el plan maestro se prevé que se elabore el libro de estilo y estatutos de redacción en el cuarto trimestre, a cuyo cargo estará el cuerpo de redacción, coordinado por el director editorial de la agencia.

En ese documento deberá incluirse el derecho a la información que tienen los usuarios de su servicio y garantizar el manejo adecuado del lenguaje, incorporando al mismo vocablos propios de la región cuando así lo amerite, con la consiguiente significación de estos, para quienes no tengan la familiaridad sobre ellos.

#### 3.7 Función operativa periodística de la agencia regional

La función operativa periodística de la agencia regional consistirá en que el corresponsal o reportero, desde cualquier ciudad a la que esté asignado, cubrirá un suceso de interés y enviará la información por teléfono, telefax o faxmodem (correo electrónico) a la mesa de redacción ubicada en Hermosillo, en donde se procesará, seleccionará y determinará la distribución de las noticias entre los suscriptores.

La mesa de redacción, para procesar la información recibida, con la debida calidad, profesionalismo y orden, deberá contar con el siguiente personal:

- El director editorial
- Coordinador de redacción
- Editores
- Redactores
- Corresponsales o reporteros

#### **DIRECTOR EDITORIAL**

La función que desempeñará el director editorial es la de supervisión, evaluación y coordinación de la labor general de la mesa de redacción y de las áreas administrativas y técnica, así como de que en su conjunto marchen en forma adecuada y se mejore en forma constante su servicio.

Encabezará las reuniones cotidianas para analizar lo desarrollado el día anterior por la mesa de redacción, realizará previsiones sobre temas o dará sugerencias de trabajo y el seguimiento de información.

Deberá contar con un calendario de trabajo bien especificado por semana, mes y año de las actividades de la empresa.

#### **COORDINADOR DE REDACCION**

Su trabajo consistirá en servir de enlace entre el director editorial y todo el personal de la mesa de redacción, al igual que estar atento sobre toda la información que se recibe y que se le dé cumplimiento a las sugerencias de trabajo asignadas a los corresponsales o reporteros, así como a las tareas de cada integrante de la mesa de trabajo.

Además deberá evaluar y enriquecer el contenido de la información, con el apoyo de los editores y redactores que están bajo su responsabilidad inmediata. También determinará la prioridad con la cual se emitirán las notas de la agencia a los suscriptores del servicio.

Supervisará que los editores y redactores cumplan con los requisitos de redacción y presentación de originales.

#### **LOS EDITORES**

Los editores deberán revisar y cuidar que el manejo del lenguaje, en el contenido del material periodístico, sea el correcto y colocará los títulos o "cabezas" a cada información que se transmita a los usuarios.

Además, tendrán que procurar que las informaciones que se distribuirán lleven entradas (o "leads") claras, concisas, sencillas y directas, al igual que deberán cuidar la adecuada jerarquización de datos en cada noticia. También serán el enlace entre los redactores y el coordinador de redacción.

#### **LOS REDACTORES**

Los redactores estarán atentos a las informaciones que reciban de parte de los reporteros de la agencia, así como de los boletines de prensa de organismos

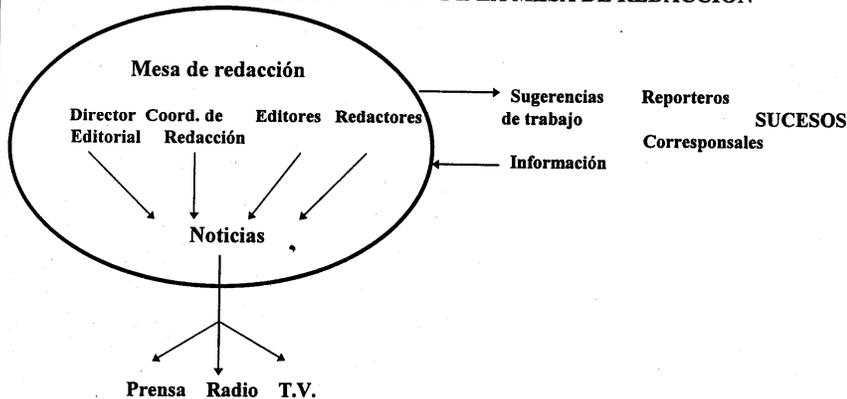
Organismos políticos, etc., ya sea vía telefónica, por correo electrónico o fax. La obligación del redactor es tener una clara y rápida recepción de los materiales; al igual que efectuar monitoreos de noticiarios de televisión y radio y revisar lo publicado en los periódicos.

### REPORTEROS O CORRESPONSALES

Los reporteros o corresponsales (regularmente se designa a los primeros con ese nombre ya que están en la sede matriz de la agencia y a los segundos se les nombra de esa forma porque están en otras ciudades o plazas) son los responsables de recabar la información sobre los sucesos más importantes que tengan interés y consecuencias para su región en los ámbitos político, económico, social, cultural y deportivo y transmitirla de inmediato a la mesa de redacción, para que a su vez esa instancia la distribuya entre los suscriptores del servicio.

Por otra parte, es importante que -desde el punto de vista de desarrollo profesional- los reporteros o corresponsales desempeñen el rol, cuando así lo amerite y lo solicite, de editor y viceversa. Los reporteros o corresponsales -lo mismo que editores o redactores- podrán desempeñarse como enviados especiales para cubrir algún suceso.

### FLUJO DE INFORMACION DE LA MESA DE REDACCION



### 3.8 Operación administrativa y comercial

El área de apoyo administrativo y de comercialización es primordial para que el proyecto de la agencia regional de noticias se mantenga como una actividad rentable, desde el punto de vista empresarial, y no deje de operar en su función sustantiva: el procesamiento y distribución de información.

Esta área será asignada a una persona que cubra el perfil profesional adecuado, siendo su cargo el de gerente y el cual jerárquicamente estará supeditado al director editorial, para que exista una verdadera coordinación entre la administración y la operación periodística.

Su función consistirá en mantener al corriente la operación administrativa y comercial de la empresa, como la contabilidad, pagos fiscales, de nómina, ventas del servicio, etc. Desde luego deberá contar con el respaldo del personal suficiente y apropiado para el caso.

Como ya se asentó en el plan maestro, en el párrafo 3.5 del presente trabajo, la operación administrativa está contemplada para iniciar funciones a partir del tercer trimestre.

### **3.9 Infraestructura y tecnología**

La empresa deberá contar con el espacio físico suficiente para albergar las oficinas y el sistema de cómputo, lo cual quedará determinado en el plan maestro.

En cuanto a la tecnología, se va a utilizar (para este párrafo el autor se basó en las ideas expuestas en el manual de operaciones de Azimut descritas en El Hilo de Notimex No. 5: 5) el programa de comunicaciones Azimut, que fue adaptado para recibir, consultar y transmitir información, en este caso de una agencia de noticias.

El programa Azimut se instalará en el sistema de cómputo de la agencia regional y se podrá enlazar con los sistemas de cómputo de sus suscriptores del noroeste, mediante una línea privada que puede contratarse ante la empresa telefónica Telmex. A continuación se describirá cómo funciona el programa Azimut.

Azimut funciona en red y realiza tres operaciones:

- Administra 56 puertos de información
- Consulta la información recibida de los reporteros y emitida por la agencia regional a los suscriptores.
- Transmite información de la agencia a los suscriptores.

La administración de los 56 puertos de datos se cataloga en tres tipos:

- Puertos de entrada
- Puertos de salida
- Puertos de entrada y salida de información

#### **PUERTOS DE ENTRADA**

En los puertos de entrada se administra toda la información que se recibe de los corresponsales o reporteros (vía telefax, faxmódem o correo electrónico), así como los servicios de agencias nacionales e internacionales que se contraten en la agencia regional, como referencia o monitoreo.

#### **PUERTOS DE SALIDA**

En los puertos de salida se maneja la información generada por la agencia para enviarla a todos los suscriptores, ya sea por línea privada o cablegráfica.

#### **PUERTOS DE ENTRADA Y DE SALIDA**

Los puertos de entrada y salida pueden ser utilizados como correo interno electrónico entre la oficina regional y donde haya oficinas de corresponsales o reporteros en la zona noroeste.

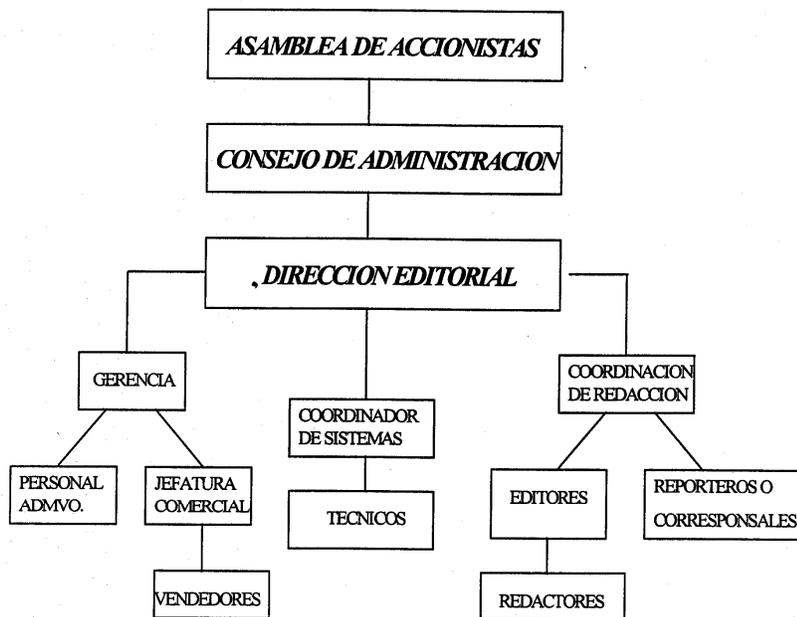
Por otra parte, la operación de consulta de los miembros de la mesa de la redacción de la agencia se logra debido a que las notas, tanto de los puertos de entrada como salida, son almacenadas en el disco duro del servidor de red, permitiendo que cualquier computadora conectada a la red pueda realizar la consulta respectiva.

La operación de transmisión de información consiste en tomar la nota del editor y depositarla en los puertos de salida correspondientes.

Del área tecnológica estará responsabilizada la persona que cubra el perfil profesional y su cargo será el de coordinador de sistemas.

### 3.10 Organigrama general de la agencia regional de noticias

A continuación se presenta el organigrama general de la agencia de noticias regional.



### 3.11 Clientes potenciales de la agencia

Los clientes potenciales de la agencia regional noticiosa en el noroeste podrían abarcar el siguiente listado, basado en la obra de Florence Toussaint "Recuento de Medios Fronterizos (1990), la Agenda de Comunicación Social de la Presidencia de la República (1994) y en la Lista de Suscriptores de Notimex.

A continuación se enumeran por estado y ciudad:

Periódicos/Revistas	Radio	Televisión
<b>Baja California</b>		
<b>Tijuana</b>		
El Mexicano	XEAZ	XEWT
El Heraldito	XEXX	CANAL 12
ABC	XEMD	
Baja California		
Zeta		
<b>Mexicali</b>		
La voz de la frontera		
El Centinela		
La Crónica		
<b>Ensenada</b>		
	XESS	
<b>Baja California Sur</b>		
<b>La Paz</b>		
Avante	Notimedios de California	
BCS		
El Madrugador		
Guaycura		
La Voz		
Peninsular		
Reportaje		
Sudcaliforniano		
Ultimas Noticias		
<b>Los Cabos</b>		
Tribuna de Los Cabos		

**CD. Constitución**

**La Extra**

**Chihuahua  
Cd Juárez**

**Diario de Juárez  
El Fronterizo  
El Norte**

**XEP  
XEPZ  
XECJC  
XEYC  
XHIM  
XEJCC  
XHEM  
XHNZ  
XEJ**

**Canal 44  
Canal 5**

**Diario de Chihuahua  
El Heraldo de Chihuahua  
Vanguardia**

**Chihuahua  
XEDI  
XEFA**

**Canal 2  
Canal 13**

**Diario de Delicias**

**Delicias**

**El Monitor  
El Sol de Parral**

**Parral**

**Diario de Cuauhtémoc**

**Cd Cuauhtémoc**

**El Imparcial  
Cambio Sonora  
El Independiente**

**Sonora  
Hermosillo  
Grupo Uniradio  
XEFX  
XEBH  
XEDL  
XHHB**

**Canal 12  
Telemax**

**Diario del Yaqui  
Tribuna del Yaqui  
La Extra**

**Cd Obregón  
XEEB  
XERSV  
XEHO  
XEOS**

**Canal 2**

**Guaymas**

**La Voz del Puerto**

**XEDR  
XEBQ  
XEFX**

**Navojoa**

**El Informador del Mayo**

**XENS  
XEKE  
XEGL**

**Nogales**

**El Diario de la Frontera**

**XECG  
XEHF  
XHN  
XEXW  
XHRZ  
XHQT  
XHNI  
XEWY**

**Agua Prieta**

**XEAQ  
XEFH**

**San Luis Río Colorado**

**La Prensa  
El Regional**

**XECB  
XEEH  
XECBZ  
XEMW**

**Caborca**  
**XEEZ**

**Sinaloa**  
**Culiacán**

**El Debate de Culiacán  
El Diario de Sinaloa  
Noroeste de Culiacán  
El Sol de Sinaloa**

**Canal 3**

**El Debate de Los Mochis  
Tribuna de Sinaloa  
Noticias**

**Los Mochis**

**El Demócrata  
El Sinaloense  
Noroeste de Mazatlán**

**Mazatlán**

**El Debate de Guasave  
El Guasavense  
El Regional**

**Guasave**

**XORO**

### **3.12 Asignación de corresponsales en los estados del noroeste**

Para contar con una buena cobertura informativa en los diversos estados del noroeste es conveniente contratar y asignar reporteros o corresponsales en las principales ciudades de la región.

Estos corresponsales o reporteros serán, como ya se describió en el párrafo 3.7, los que se encarguen de recabar y transmitir por telefax, teléfono o correo electrónico (según con el equipo con que cuenten), la información de interés para la zona donde se tiene la cobertura del servicio noticioso.

Toda esta información de los corresponsales o reporteros la recibirá la mesa de redacción en Hermosillo, instancia que se encargará de procesarla, editarla y transmitirla al conjunto de los suscriptores del noroeste.

Los corresponsales o reporteros deberán contratarse en los siguientes lugares.

**Baja California**

**Tijuana, Mexicali, Tecate, Ensenada y Rosarito.**

**Baja California Sur**

**La Paz, Los Cabos y Cd. Constitución.**

**Sonora**

**S. L. R. C., Nogales, Agua Prieta, Hermosillo, Guaymas, Cd. Obregón y Navojoa**

**Sinaloa**

**Culiacán, Guamúchil, Guasave, Los Mochis y Mazatlán**

**Chihuahua**

**CD. Juárez, Chihuahua, Camargo, Cd. Cuauhtémoc, Delicias y Parral**