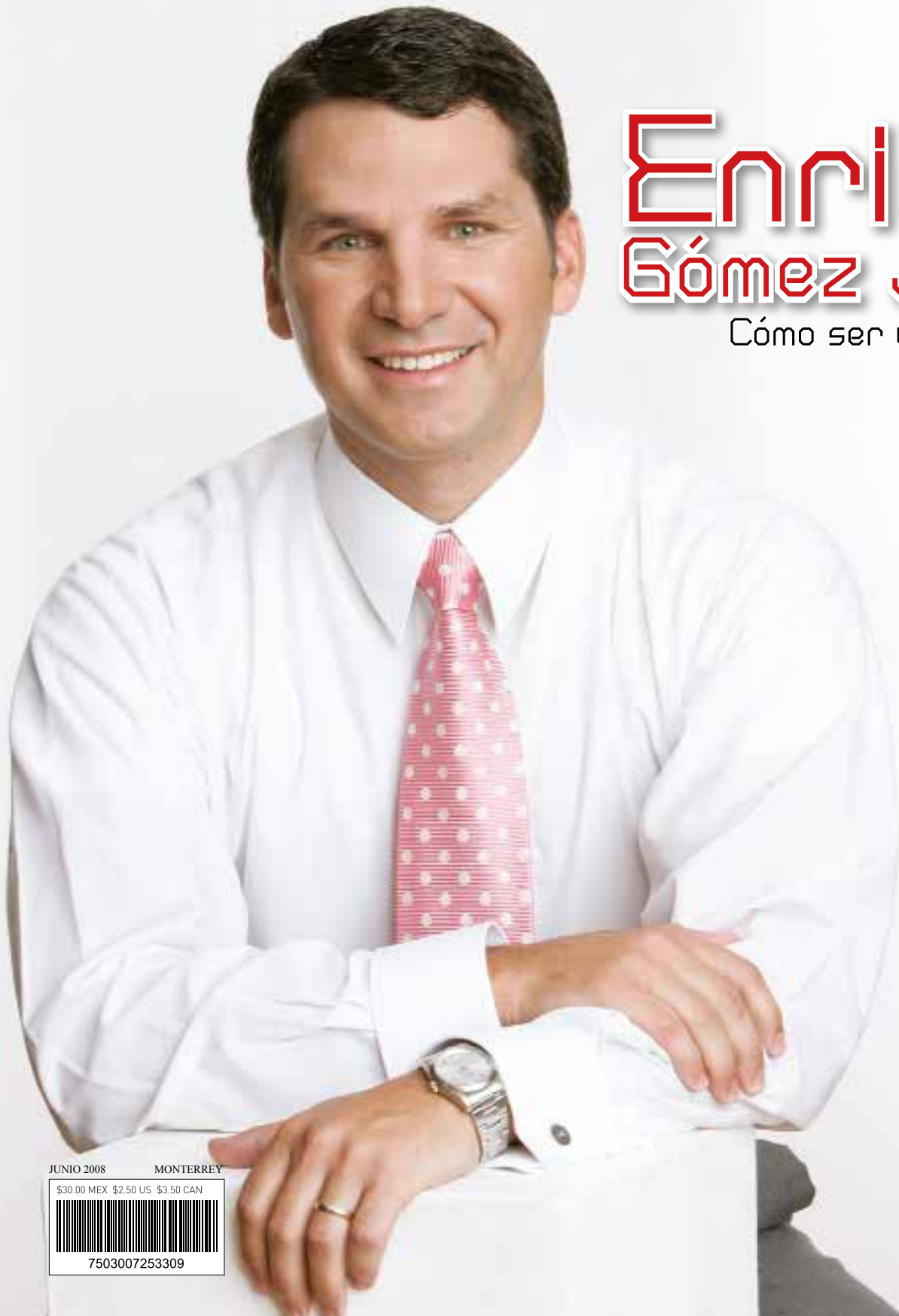


PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & PLEASURES



Enrique Gómez Junco

Cómo ser un gran

MERCADOS <
GLOBALES
Turismo Low Cost

TRAVESIA <
Destinos Ideales
para la familia

FINANZAS <
Las marcas más
poderosas

OUTDOORS <
La emoción del
Hiteboarding

ECOLATINA <
Empresas
francesas en
Mexico

GUESS WHO <
Ralph Lauren

JUNIO 2008 MONTERREY

\$30.00 MEX \$2.50 US \$3.50 CAN



7503007253309

HERMOSO POR SU SENCILLEZ. FIABLE POR SU PRECISION.

La máquina del Cosmograph Daytona ilustra a la perfección la técnica relojera de Rolex. Su elegante sencillez incorpora sólo 290 componentes, muchos menos que un cronógrafo normal. Esta arquitectura excepcional reduce la complejidad, al tiempo que mantiene una absoluta precisión cronométrica y garantiza una mayor fiabilidad. El desarrollo de esta máquina, concebida y ensamblada únicamente por Rolex, supuso más de cinco años de trabajo. Incorpora elementos exclusivos de Rolex, como el espiral azul Parachrom. Este grado de innovación y de tecnología se incorpora a modelos de toda la gama Rolex, consiguiendo así que cada reloj sea una obra maestra, tanto por dentro como por fuera. Descubre más en ROLEX.COM



OYSTER PERPETUAL COSMOGRAPH DAYTONA



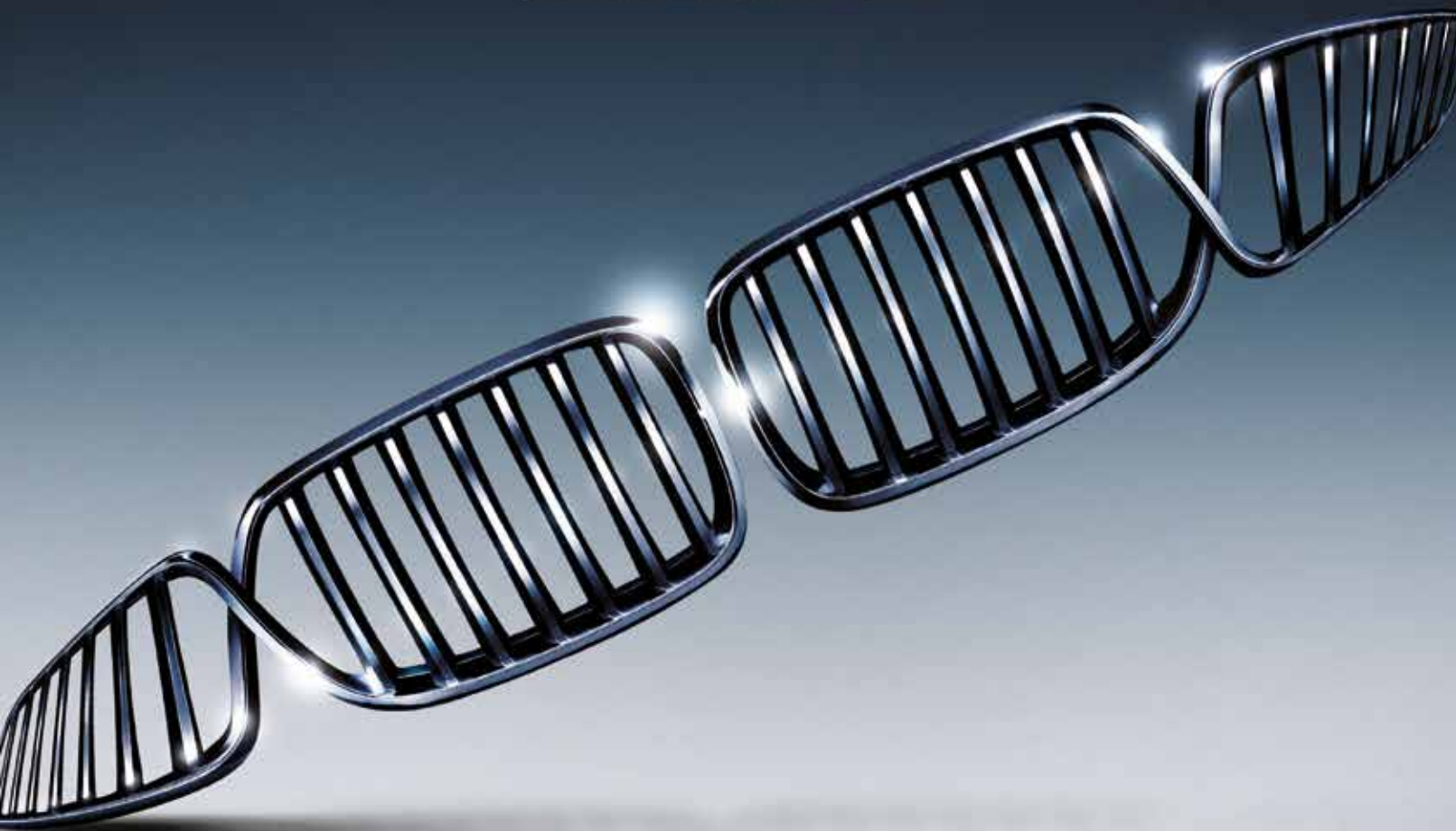


emwa[®]
Joyeros desde 1949

Calzada del Valle 472 Ote. Col. Del Valle, Monterrey Tel. (818) 335-01-77
Centro Comercial "Galería Valle Oriente", Col. Valle del Mirador, Monterrey Tel. (818) 496-01-06
Centro Comercial "Plaza del Sol", Col. Las Haciendas, Chihuahua Tel. (477) 773-56-85
Centro Comercial "Galerías Laguna", Col. Fresno, Torreón Tel. (871) 750-07-80


ROLEX

Alteramos el ADN del SAV y del Coupé
para crear el primer SAC.



Nuevo BMW X6.
Una nueva genética automotriz.



Nuevo BMW X6. **xDRIVE s01**

BMW presenta el Primer Sport Activity Coupé (SAC).

Innovación significa traspasar los límites de definiciones. El **nuevo BMW X6** combina la fuerza y la funcionalidad de un **SAV** (Sport Activity Vehicle) con lo deportivo y elegante de un Coupé. Conjuga lo mejor de dos mundos: poder, versatilidad y espacio, combinados con la armonía de líneas. Experimenta características nunca antes vistas como el **Dynamic Performance Control** con el **xDrive** de BMW. El vehículo más ágil del mundo. Disfruta el poder y el desempeño del nuevo motor **Twin Turbo V8**. Es tiempo de que la innovación signifique armonía.

El **nuevo BMW X6**. Un Coupé por encima de los demás.

Sierra Motors
Fundadores esq. David A. Siqueiros 101
Col. Valle Oriente
66269 San Pedro, Garza García, N.L.
Tel: (81) 50.35.35.50
www.bmwsierramotors.com.mx

Nuevo BMW X6

www.bmw.com.mx

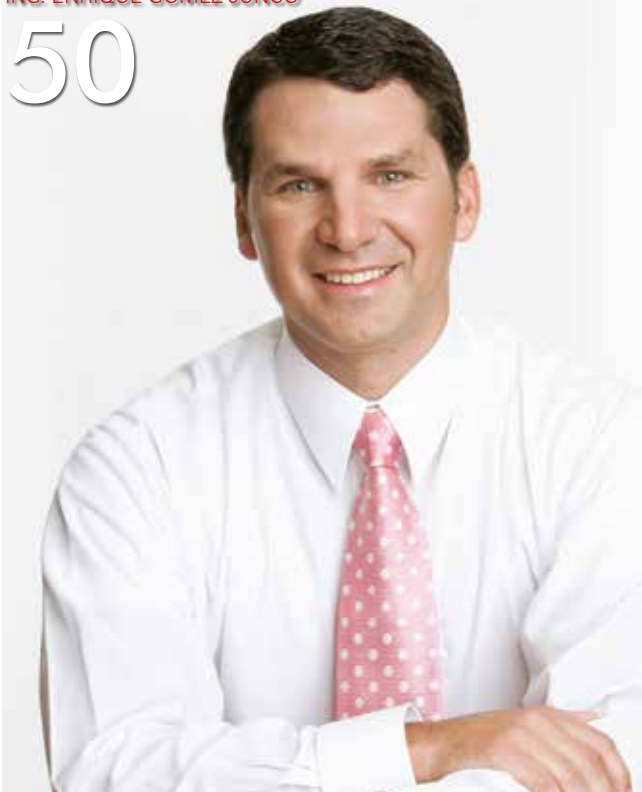


El placer de conducir

Especial Tecnología y Comunicación

HISTORIAS DE ÉXITO
ING. ENRIQUE GÓMEZ JUNCO

50



56

REPORTAJE ESPECIAL
HOTELES Y SPAS

12 MATERIAL WORLD
Gadgets para toda ocasión



16 GUESS WHO
Ralph Lauren

24 TEMPS
Elegancia a tiempo

30 AUTOMOVILISMO
Audi Cross Cabriolet



42

66

74

82

92

NUTRICIÓN
Top Ten nutricional

PERFILES
Lucía Rodríguez Bortoni

LIDERAZGO
Hombres de éxito

ZOOM
Golf: ¿trabajo o diversión?

BUSINESS WORLD
Yahoo y Facebook

MÚSICA, LETRAS Y ACCIÓN
Las recomendaciones de este mes

94



DIRECCIÓN GENERAL
Maurice Collier de la Marliere S. / Alejandro Martínez Filizola
maurice@grupomacom.com / alejandro.martinez@grupomacom.com

DIRECCIÓN EDITORIAL REGIONAL
Mariana de los Ángeles Ramírez Estrada
mariana.ramirez@grupomacom.com

DIRECCIÓN CREATIVA REGIONAL
Víctor H. Blankense P.
victor.blankense@grupomacom.com

DIRECCIÓN DE DISEÑO REGIONAL
Israel Sinai Charur Méndez
israel.charur@grupomacom.com

GERENTE ADMINISTRATIVA REGIONAL
Verónica González Román
veronica.glz@grupomacom.com

DIRECCIÓN EJECUTIVA
David Montiel Iniestra
david.montiel@grupomacom.com

GERENTE EDITORIAL
Mariana Serna
mariana.serna@grupomacom.com

GERENTE DE DISEÑO
Jorge Rincón
jorge.rincon@grupomacom.com

GERENTE COMERCIAL
Polo Mayorga
polo.mayorga@grupomacom.com

ÁREA ADMINISTRATIVA
Bertha Cortéz y Wendy Rodríguez García
bertha.cortez@grupomacom.com y wendy@grupomacom.com

FOTOGRAFÍA
Ernesto González / Carlos Gómez

LOGÍSTICA
Ricardo Vega Flores

ASESOR Y ANALISTA POLÍTICO
Gustavo Espinosa-Mireles Segura
gustavo@grupomacom.com

COLABORADORES
Javier Prieto / Rubén Treviño / Esteban De Givés / Armando Torres /
Paola Moye / Gerardo Sáenz / Gloria del Carmen Muñoz Ramírez

VENTAS Y SUSCRIPCIONES MACOM Monterrey
Plaza Comercial Pabellón Vasco
Vasconcelos No. 192 Pte. Local 10, 2do piso
San Pedro, N.L.
Tel. (81) 1522.0536/37
ventas@playersoflife.com

VENTAS Y SUSCRIPCIONES MACOM Torreón
Tels: (871) 192 34 34, (871) 712 34 56,
(871) 192 47 68 y (871) 192 47 69
Calz. Cuauhtémoc No. 999-B Nte. Col Centro
C.P. 27000 Torreón, Coahuila. México
ventas@playersoflife.com

VENTAS Y SUSCRIPCIONES MACOM Chihuahua
Lateral Ortiz Mena No. 1607, Segundo piso
Col. Mirador, C.P. 31238, Chihuahua, Chihuahua, México
Tel. (614) 200 37 08/09
ventas@playersoflife.com

PLAYERS of Life. Marca Registrada. Año 02 N° 19 Fecha de publicación
1 de Junio de 2008. Revista mensual, editada y publicada por Grupo MACOM.
Calz. Cuauhtémoc 999-B Nte., Col. Centro, C.P. 27000 Torreón, Coahuila, México.
Editor Responsable: Víctor H. Blankense P. Certificado de Licitud, Título y Contenido:
En proceso. Título de registro de marca: 1005840, Impresa en México. Grupo MACOM
investiga sobre la seriedad de sus anunciantes, pero no se responsabiliza con las ofertas
relacionadas con los mismos. Prohibida su reproducción parcial o total.

IMPRESA EN MEXICO - PRINTED IN MEXICO.
TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. ALL RIGHTS RESERVED.

www.playersoflife.com

Impreso por:

Celsa Impresos

www.celsaimpresos.com.mx
Tel. (871) 159-1135 / 36
ventas@celsa.com.mx



Esta edición es muy peculiar para nosotros; presentamos un interesante especial para todos nuestros lectores: Hoteles & Spas. Tema que sin duda alguna cautiva a todos los seres humanos pues presenta la posibilidad de conocer lugares exóticos, degustar nuevos platillos, admirar paisajes maravillosos, estar en contacto consigo mismo y sobre todo disfrutar del mejor servicio.

El objetivo que nos hemos propuesto en PLAYERS of life para este mes es traerle a nuestros lectores una amplia variedad de opciones para que conozcan más acerca de hotelería y spas de primer nivel. Estamos seguros que el contenido de Junio te llevará a conocer y disfrutar el placer de un gran viajero.

Como cada mes, dentro del contenido de nuestra revista nos hemos dado a la tarea de traerte los temas de mayor interés y actualidad en cuanto al mundo de los negocios y el placer: desde la importancia que está alcanzando la tecnología en el mundo empresarial hasta las tendencias de moda más relevantes para los amantes del fashion. Asimismo, te presentamos una entrevista con una de las mujeres más experimentadas en el ramo de las agencias de viaje, la señora Lucía Rodríguez Bortoni, quien nos comparte la historia de su agencia y detalles acerca de la organización de viajes e itinerarios.

En portada contamos con el señor Enrique Gómez Junco, Director General de Óptima Energía y reconocido empresario de nuestra región, quien nos deja saber más sobre su trayectoria empresarial, sus esfuerzos dirigidos hacia la creación de empleos y de nuevas empresas dentro del país para apoyar a jóvenes emprendedores y su orgullosa participación en la mejora del medio ambiente de nuestro mundo.

Deseamos que como lector sea todo un placer tener la presente edición de PLAYERS of life en tus manos, ya que para nosotros constituyó todo un gusto editarla. ♥

Maurice Collier de la Marliere

Alejandro Martínez Filizola

Vacaciones exclusivas

Sólo para **PLAYERS**

Pasaje de primera clase en una excelente aerolínea, reservación para comer en el mejor restaurante del mundo, estancia en una lujosa suite del hotel más costoso del planeta, unos días de relax en un crucero de ensueño y otros más en una isla privada; todo es posible si lo que deseas son unas vacaciones inolvidables, así que prepara tu maleta y por su puesto, también tu bolsillo.



Para paladares exigentes

El Bulli es un restaurante situado a unos 200 kilómetros de Barcelona, España. Pero se preguntarán, ¿qué tiene de extraordinario este lugar? Pues simple y sencillamente es considerado el mejor restaurante del mundo desde el año 2006 y hasta a la fecha. Este restaurante recibe cerca de 400 mil pedidos de reservas de todas partes del mundo, abre sólo seis meses al año y el costo promedio del consumo por persona es de 200 euros. Por lo pronto este 2008 ya tiene su agenda completamente saturada.



Adán y Eva

Si lo que deseas es sentirte literalmente en el paraíso, entonces no existe un mejor sitio para vacacionar que el hotel North Island, el cual se encuentra en una de las 115 islas que forman el archipiélago de las Seychelles, en el océano Índico, al norte de Madagascar. Las cabañas fueron construidas con madera, las cuales cuentan con todas las comodidades del más moderno hotel de cualquier lugar, además de una terraza de 200 metros cuadrados y piscina privada. El costo de la habitación varía entre dos mil 700 y cinco mil euros por noche, dependiendo de la temporada.



Vuelo de altura

Si estás preparado para despegar, entonces sólo tienes que acomodarte en uno de los asientos de primera clase de Cathay Pacif, considerada la aerolínea con el mejor servicio VIP para pasajeros. Si estás dispuesto a desembolsar 12 mil euros por un vuelo ida y vuelta Londres-Tokio, por ejemplo, podrás disfrutar de una confortable cabina que dispone de ocho o 12 asientos reclinables a 180 grados y con pantalla de televisión incorporada. También podrás tomar una ducha o relajarte en un baño de burbujas, a la vez que disfrutarás de una cena de calidad a la carta.



Sobre las olas

Una de las mejores opciones para disfrutar de unas vacaciones inolvidables es realizar un crucero privado a bordo del yate más exclusivo: el Annaliese. Una excursión por el Caribe o el Mediterráneo Occidental tiene un costo de 661 mil 500 euros. Sin embargo, parece que este alto precio queda justificado por las instalaciones que posee, ya que cuenta con balneario, ducha romana de mármol, saunas, jacuzzi, spa, teatro, centro de negocios y helipuerto.



BOSS
HUGO BOSS

Plaza XO Monterrey • Plaza 401 Monterrey

El turismo en México



en 2007
ingresaron
12 mil 979
millones de dólares
por divisas turísticas, **66%**
más que el año anterior.



5
millones
de turistas
estadounidenses se
internaron en el país.

25.8 \$
millones
de pasajeros utilizaron
el Aeropuerto Internacional
de la Ciudad de México.

La inversión turística privada
alcanzó los

3 mil **400**
millones de dólares.

Existe una oferta de
más de

13 mil
establecimientos de
hospedaje

21 millones 551
mil

turistas internacionales
arribaron a México.
De este volumen, **60.4%**
se internaron en el país y
el restante **39.6%** fueron
visitantes fronterizos.



La **transportación**
aérea alcanzó
un total de
43 millones
de **pasajeros nacionales e**
internacionales.

Aproximadamente

850

cruceros arriban a
Cancún y Cozumel
cada año.



69,819

es el número de vuelos
con operaciones nacio-
nales a centros de playa.

58 millones
132 mil

turistas nacionales
llegaron
a hoteles, con un promedio
de estadía de **1.6** noches.

En promedio un turista
extranjero gasta

487.4
dólares

en territorio nacional.



**MONT
BLANC**



Colección Exploding Star
en plata de ley 925 grabada
y perlas naturales.

GADGETS PARA TODA OCASIÓN

El mundo de los gadgets rompe barreras y te ofrece las mejores soluciones para cualquier problema.

Reloj monitor de ciclos de sueño



Este reloj monitorea tus ciclos de sueño y suena una alarma sólo cuando estás en una etapa de sueño ligero, evitando la sensación de aturdimiento al despertar de un sueño profundo. Despertar de esta manera reduce la inercia del sueño que puede llevar a una actividad cerebral superior, un mejor carácter y estar alerta en la mañana.

Sintonizador de Televisión por Internet

Aparato que redirecciona la señal de TV, satélite, cable o incluso de un DVD grabador mediante Internet y que luego puedes verlos desde tu computadora, siempre que la conexión sea de calidad.



Contador de días pasados

Este pequeño contador de días digital te indica cuántos días han transcurrido desde que realizaste alguna actividad. Es simple y fácil de usar. Perfecto para recordar tareas cíclicas. Cuenta hasta 99 días y después reinicia en el día uno. Se puede adherir a distintas superficies.



Cámara Digital Fujifilm

FinePix F50fd 12 Megapixels

- » Sensor: Super CCD HR de 12,00 MP
- » Máxima resolución: 4224 x 2816 p.
- » Objetivo (35 mm): 35.0-105.0mm
- » Zoom: 3x (óptico) / 8.2x (digital)



FREDERIQUE CONSTANT
GENEVE



 **MARIO RAMOS**
Su joyero

Galerías Valle Oriente 8486-0016
Plaza Fiesta San Agustín 8363-8810
Paseo San Pedro 8335-2358

Mel Gibson

La pasión de un corazón valiente

En 1979, la cinta *Mad Max* lo catapultó a la fama y 25 años más tarde se convirtió en uno de los directores más polémicos con *La Pasión de Cristo*, una película que recaudó más de 300 millones de dólares.

Aunque muchos piensan que este actor y director es australiano, en realidad nació en Peekskill, Nueva York, en 1956. Sin embargo, a los 12 años se trasladó con su familia a Australia para evitar que sus hermanos mayores fueran enviados a la guerra de Vietnam.

En el año 2000, fue el primer actor en inaugurar el club de los 25 millones de dólares al cobrar dicha cantidad por su participación en la película *El Patriota*.

A finales de 2006 fue detenido por conducir ebrio y emitir insultos antisemitas. Quedó en libertad después de pagar 5 mil dólares y ocho horas de detención.

Con una fortuna de 850 millones de dólares ocupó el sitio 47 entre las 50 personas más ricas de Los Ángeles en 2006.

En la polémica cinta *La Pasión de Cristo*, las manos que clavan a Jesucristo en la cruz durante la escena de la crucifixión son las de Mel Gibson.

La espada que utilizó en *Corazón Valiente* (1995) en su papel de William Wallace fue subastada en 25 mil dólares por la casa neoyorkina Guernsey, en marzo de este año.

Su fama y fortuna se la debe a su carrera como actor, sin embargo ha confesado sentirse arrepentido de haber tomado la decisión de seguir esta profesión.

Fue director, escritor, y productor de *La Pasión de Cristo*. Además se gastó 25 millones de dólares de su propio dinero en la investigación del tema, la cual inició en 1992 y culminó en 2004.

En 2004 obtuvo el primer lugar dentro de la lista '100 Celebrities' de la revista *Forbes*, al ser la celebridad de mayores ingresos ese año con 210 millones de dólares, superando a Oprah Winfrey, JK Rowling, Tiger Woods, Michael Schumacher y Steven Spielberg.

Tiene mansiones en Malibu, California; un rancho en Australia; una casa en Guanacaste, Costa Rica, y una isla privada cerca de Fidji. En diciembre de 2004, compró la isla de Mago a una cadena hotelera japonesa por 15 millones de dólares.





Irresistible.

Oris Regulateur Meistertaucher



ORIS

Swiss Made Watches

Since  1904

www.oris.ch



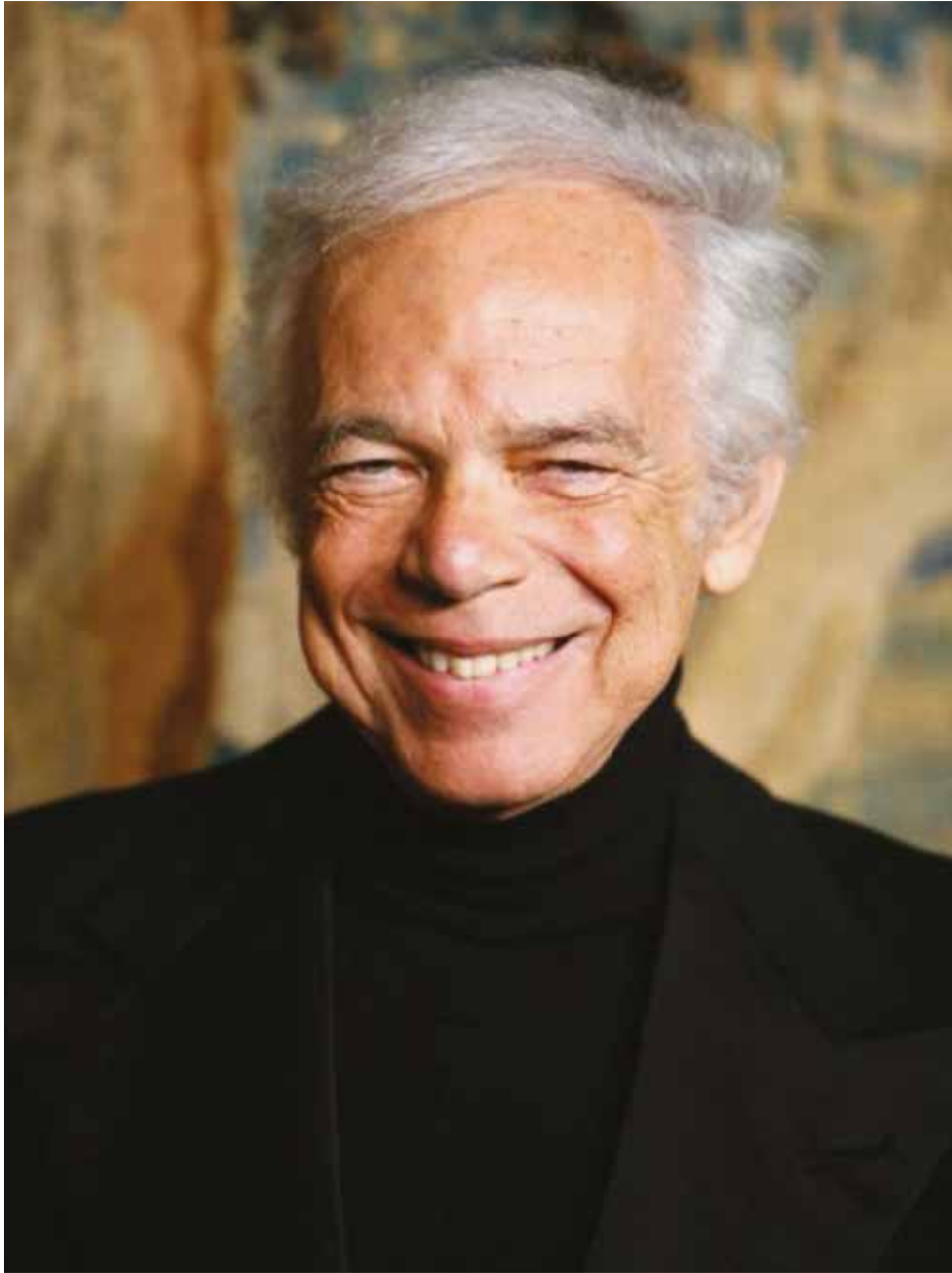
GHIBERTI 
arte milenario ®

GALERÍAS VALLE ORIENTE
T: (81) 8486-0303
Av. Lázaro Cárdenas # 1000 L-1141
Col. Valle Oriente, Monterrey, N.L.

www.ghiberti.com.mx

PLAZA FIESTA SAN AGUSTIN
T: (81) 8368 4811
Batallón de San Patricio # 1000 L-2432
Residencial San Agustín, Garza García, N.L.

info@ghiberti.com.mx



RALPH LAUREN



Todo un imperio

Lauren vende mucho más que ropa y muebles para el hogar, vende sofisticación, clase y gusto.

De padres rusos, Ralph Lauren nació en el Bronx (Nueva York), el 14 de octubre de 1939, con el nombre de Ralph Lifshitz. Ha recorrido un largo camino desde los días en los que compartía cuarto con dos de sus hermanos. Criado en una familia judía de clase media, Ralph y sus tres hermanos mayores fueron educados por su madre, mientras su padre pintaba casas.

Su sentido de la moda fue reflejado desde una edad muy temprana, cuando compraba trajes exclusivos con el dinero que ganaba trabajando al salir de la escuela. No estudió en una escuela de modas, sino en el City College, en Manhattan, del que salió poco antes de titularse en economía.

Trabajó un tiempo como vendedor de guantes y luego para un fabricante de corbatas llamado A. Rivetz & Co, esta actividad lo inspiró a diseñar corbatas y abrió su primera tienda en 1967.

Entre la escuela y su profesión, sirvió en el ejército de los Estados Unidos de 1962 a 1964. Se casó con Ricky Low-Beer al salir. Tiene tres hijos: Andrew, David y Dylan.

Con sus diseños de corbatas y un préstamo de 50 mil dólares, fundó su compañía Polo Fashions en 1968. Elegir el nombre de la marca junto con su hermano mayor, debido



Ralph Lauren fue de los primeros diseñadores en tener su propia tienda

al poder, estilo e intriga con la que la firma siempre había estado asociada.

El estilo clásico ha caracterizado toda su línea como Polo/Ralph Lauren for Men, Ralph Lauren for Women, Double RL, Ralph Lauren Home e incluso, Ralph Lauren Paint. La marca de Lauren ha logrado ser un imperio de millones de dólares no porque tuviera mucha suerte, sino por su imaculado sentido del estilo es completamente innovador. Una interesante anécdota de los inicios de Lauren en Bloomingdale's, en los años sesenta. La tienda departamental insistía en que Lauren removiera su nombre de las marcas de las corbatas y las hiciera más estrechas, pero éste no cedió ante el gigante de las ventas y se negó a proveerle bajo aquellas circunstancias. Gracias al éxito que tuvo su marca después, la tienda regresó rogándole a Lauren que entrara de nuevo a la tienda, con los propios términos que él impusiera.

El traje de Polo era considerado símbolo de poder a principios de los ochenta, pero después la marca Armani trajo de vuelta al traje de poder italiano, lo cual dejó el estilo de Polo a un lado; pero Lauren peleó con su sofisticada línea de trajes y camisas para hombre, confeccionadas en finas telas.

Su compañía tiene un valor aproximado de 10 mil millones de dólares; además, fue el primer diseñador de modas en tener su propia tienda, así como el primero también en vender toda una imagen de un estilo de vida que los consumidores siguen cual reba-

ño de ovejas alrededor del mundo.

Su colección de autos va desde un Bentley 1929 y un Alfa Romeo 1937, hasta un Bugatti 1938 y un Ferrari 1962. Posee un rancho en Colorado, casas en Jamaica y Long Island, una finca en Bedford, New York, y reside en la Quinta Avenida en Manhattan.

A pesar de su éxito económico es un hombre que siempre busca ayudar a su comunidad; Tras los hechos del 11 de septiembre, la fundación Ralph Lauren creó el American Heroes Fund, que permite a los 10 mil empleados y clientes de Polo en todo el mundo participar en la obra de beneficencia.

La compañía igualó las contribuciones de sus empleados, donando además el 10% de las ventas efectuadas en las tiendas Ralph Lauren y Polo.com, durante el mes de octubre del 2001. La mayor parte de los cuatro millones de dólares recaudados se destinaron al programa American Heroes Scholarship, a través de la fundación Citizens Scholarship, que proporciona escolaridad a los hijos de las víctimas.

La tienda abrió sus puertas en Tokio en el 2006, en el distrito comercial de Omotesando, que representa un hecho clave para la compañía. Su última ampliación fue hecha en Rusia, en dos lugares emblemáticos de Moscú, Tretyakovskiy y Barvikha, a media hora del centro de esta ciudad.

La firma opera alrededor de 275 tiendas de venta al menudeo y tiendas de rebaja en los Estados Unidos. Ralph todavía controla casi 90% del poder de voto de la compañía. ♥



El éxito que ha ido logrando Ralph Lauren ha alcanzado el gusto de grandes celebridades de talla mundial como Lady Di y Hillary Clinton.

**MONT
BLANC** 

El verdadero
éxito reside
en ayudar
a los demás.

ESTA ES LA RAZÓN POR LA QUE
EVA GREEN, COMO EMBAJADORA
DE MONTBLANC, APOYA LOS
DIVERSOS PROYECTOS ALTRUIS-
TAS DE ARTE Y CULTURA DE
LA MARCA. ELLA PRESENTA EL
ATRACTIVO RELOJ MONTBLANC
PROFILE LADY ELEGANCE
DIAMONDS.



Piezas de CALIDAD

Realiza una buena inversión y adquiere accesorios de la mejor calidad, que además de tener una mayor duración, te harán lucir impecable.



» Loción Boss Selection. HUGOBOSS.com

» Cinturones negros de piel. HUGOBOSS.com

» Cartera vertical de bolsillo y carteras en distintos tamaños, de piel en color café. ZEGNA.com

» Bolso de fin de semana con doble asa y correa. ZEGNA.com



» Zapatos negros de piel de becerro, con cintas. HUGOBOSS.com

» Zapatillas deportivas de piel de becerro y ante. ZEGNA.com

» Maletín de piel en color café. ZEGNA.com





» Camisa blanca, maletín negro y cinturón.
CORNELIANI.com

www.zegna.com

Monterrey NL Calz. San Pedro 208 Norte Colonia del Valle Tel 83561632

ZegnaSport
SOLAR-JKT

GREAT MINDS THINK ALIKE

Elegancia a tiempo

No importa lo que suceda el tiempo pasa irremediablemente, así que sigue nuestras recomendaciones para aprovecharlo al máximo.



Bvlgari
Ergon White Chronograph Steel

Movimiento: automático.

Material: Caja con cristal zafiro en 40 mm de Acero inoxidable al igual que el brazalete.

Complicaciones: Cronógrafo y fechador
Hermeticidad de 30 m.

Modelos disponibles en

emwa
Joyeros desde 1949

TAG HEUER
Aquaracer Calibre S Regatta

Movimiento: electromecánico calibre S.

Material: Caja de 41mm en acero al igual que el brazalete.

Complicaciones: Cronógrafo regata y fecha retrograda con calendario perpetuo hasta el 2099. Hermeticidad de 300 m.



Tag Heuer
Tiger Woods Golf Mens

Movimiento: Cuarzo.

Material: Caja de titanio color negro en 38 mm con brazalete de caucho, cristal zafiro resistente a las ralladuras.

Complicaciones: Fechador. Hermeticidad de 50 m.

Modelos disponibles en
MARIO RAMOS
Su joyero

FrederiqueConstant Healy

Movimiento Automático
Caja de Acero, Cristal de
Zafiro, Carátula Negra
Cronógrafo y Fechador
Hermeticidad 10 Bars



FrederiqueConstant Healy

Movimiento Automático
Caja de Acero, Cristal de
Zafiro, Carátula Beige
Cronógrafo y Fechador
Hermeticidad 10 Bars



FrederiqueConstant Moonphase Carre

Movimiento Cuarzo.
Caja Acero inoxidable,
Cristal Zafiro Convexo.
Horas, Minutos, Día y Fe-
cha, Meses, Fase Lunar.
Hermeticidad 3 Bars.





Pier 1 imports

SEARS
Me entiende

www.sears.com.mx



HydroConquest
 profundamente deportivo

Resistente hasta los 300 m de profundidad
 -Bisel giratorio unidireccional
 -Corona y fondo de atornillados
 -Protección de la corona y cierre desplegable doble de seguridad, con extensión de submarinismo integrado.



Conquest
 la elegancia de las prestaciones

- Automático
- Bisel acero pulido
- Resistente 300mts de profundidad
- Corona y cierre desplegable triple de seguridad
- Carátula madre perla blanco



GrandeVitesse
 a medida del récord

- Caja de acero 42mm de diámetro
- Cronógrafo y taquímetro
- Automático
- Gran '12' inspirado en la gráfica de los coches de carrera
- Carátula negro asfalto.

Elegance is an attitude

LONGINES®



"...I've found generosity. You have given me your shoulders to stand on to reach for my dreams, dreams I could have never reached without you... Thank you."

Andre Agassi

Longines supports The Andre Agassi Charitable Foundation



GrandeVitesse

Monterrey - Ghiberti - Galerías Valle Oriente
Saltillo - Patricia Joyas - Plaza Real

Audi Cross Cabriolet

Quattro

Es poco común ver un SUV descapotable, sin embargo lo más sorprendente es notar la calidad con que está diseñado y las características tecnológicas que tiene.

Increíblemente descapotable

El prototipo, con sus 1.63 metros de altura, es considerablemente más alto que cualquier descapotable del mercado. Respecto a su longitud, puede ser equiparable a la de un convertible de gran tamaño, como podría ser el Audi A4, del que toma prestada su mecánica y parte de sus elementos estructurales.

Para moverlo, se ha usado el motor 3.0 TDI de 240 CV. Gracias a esta motorización, su velocidad máxima se cifra en 240 km/h, tardando 7.2 segundos en pasar el crono de 0 a 100 km/h. Pero los mejores atributos de su motor no son sus consumos y emisiones.

Con una media 7.3 L/100 km

Como buen SUV, cuenta con la tracción quattro y una suspensión neumática, que es capaz de levantar la carrocería 40 mm por si hay que subir algún bordo demasiado grande en un estacionamiento, además también es posible controlar la dureza de los muelles, para una conducción agradable tanto en asfalto como por terrenos más complicados.

Y como buen prototipo, viene cargado con toda la tecnología que veremos en un futuro no muy lejano. Por ejemplo, el navegador se

conecta vía Internet a Google Maps/Earth para planificar las rutas, teniendo en cuenta el tráfico y el estado del tiempo, además de ser una perfecta herramienta para visualizar el camino correcto, gracias a la resolución que alcanzan las fotografías de satélite.

El navegador también puede combinarse con el Audi Drive Select en el modo Efficiency (cuenta también con los modos Dynamic y Sport) para conseguir unos mejores consumos en viajes largos: cuando detecta una curva pronunciada, en lugar de dejar que el conductor frene de forma brusca, lo hace automáticamente de una manera más progresiva y con mayor anticipación, optimizando así el consumo debido a que se evitan tantos cambios de velocidad. Todas estas funciones se controlan con el Touch Pad, situado en la parte alta de las salpicaderas.

Sin duda alguna, el acabado de los interiores está a la altura de la marca, aunque siendo un prototipo, siempre se tiende a la exageración.

Para las dimensiones que tiene, cuesta creer que la configuración de su habitáculo sea sólo de cuatro plazas, pero, el futuro Audi Q5 si contará con la plaza extra. ♥



FICHA TÉCNICA:

Longitud:	4.62 m
Altura:	1.63 m
Motor:	240 CV
Velocidad máxima:	240 km/h
Consumo:	7.31/100 km





 **QualityPost**®

Nadie te va a querer más



Outdoors >

Kite board ing

Adrenalina al máximo

Nada se compara a poder navegar libremente con tu papalote por el tiempo que tú quieras.



Por Luis Loaiza

El Kiteboarding (también conocido como Kitesurfing, Surf Volantín o Fly-surfing), es un deporte de navegación que consiste en el uso de una cometa de tracción (kite en inglés), que está sujeta al deportista por 4 ó 5 cuerdas que se sujetan al cuerpo mediante un arnés, esto le permite al deportista deslizarse sobre el agua mediante una tabla que está diseñada para esto.

Inicios muy antiguos

La práctica del Kiteboarding es relativamente reciente, se practica en México desde hace aproximadamente 10 años desde Baja California hasta Quintana Roo. Pero se considera que inició en China e Indonesia en épocas muy antiguas en las que se usa-



ban cometas para arrastrar pequeñas embarcaciones. Es hasta 1977 que Gijsbertus Adrianus Panhuisse patenta el sistema que se conoce actualmente. Es una mezcla de deportes como el Wakeboard, Windsurf, Surf y volar papalotes o cometas.

Deslizándote

La sensación de ir deslizándote por el agua jalado por un papalote es indescriptible, más aún si es en el mar y hay olas, además, brincar y estar suspendido en el aire es muy diferente en comparación al Wakeboard porque en ocasiones llegas a tomar alturas increíbles, perfecto para los adictos a la adrenalina.

Hoy en día se puede usar el papalote con diferentes aditivos, como patines, snowboard en la nieve, con buggys, kayaks, pa-

tinetas y cualquier cosa que sea deslizable por alguna superficie.

Equipo necesario

Se necesita un papalote de 4 líneas manejado por una barra aproximadamente de unos 40 cm, también requerirás un arnés que va a tu cintura y por supuesto, una tabla. El papalote se mide en tamaños de área, cada área dependerá de la velocidad del viento y de tu peso, como una simple regla de matemáticas, a mayor velocidad del viento, menor el tamaño del papalote y viceversa.

Cómo practicarlo

La técnica es muy similar al windsurf o velleo, vas a navegar casi en perpendicular a la dirección del viento subiendo y bajando el



papalote en la dirección que deseas tomar. Es muy recomendable que tomes cursos de iniciación, estos cursos cuentan de dos partes una teórica y otra práctica que comienza en la arena para que se acostumbre el alumno a la fuerza de la cometa.

Después de realizar esto, viene la práctica en el agua que se llama "bodydrag" que consiste en desplazarse en el agua pero sin tabla y después se practica el "waterstart" que es la salida con la tabla desde el agua.

Para todas las edades

No existe una edad específica para este deporte, pueden practicarlo desde niños pequeños hasta personas de más de sesenta años, incluso hay familias completas que lo practican. En México es un deporte nuevo y no existe mucha promoción, pero sí existen ya diversas asociaciones y torneos en donde se reconoce a los mejores exponentes y los llevan a representar al país en justas internacionales, este es el caso de Sean Farley de Colima, él es el campeón mundial de Kiteboard en modalidad carreras de velocidad y regatas y sigue ganando torneos a la corta edad de 19 años. ♥



Modalidades de Kiteboarding

- »**Estilo libre:** Consiste en los trucos que puedas realizar.
- »**Rey de la altura:** Los saltos más altos que puedas realizar.
- »**Regata:** Son carreras de velocidad siguiendo un trayecto.
- »**Downwind:** Salir de un lugar en dirección al viento y llegando a otro diferente del cual salieron.

Este deporte es muy emocionante porque además de divertirse, puedes hacer mucho ejercicio y esto lo logras sin perjudicar al medio ambiente, no contaminas el agua ni el aire y lo mejor es que ¡son gratis! Tenemos que cuidar nuestro mundo.

INFORMES: LUIS LOAIZA
luisloaiza@hotmail.com

PLAYERS **OF LIFE**

BUSINESS & PLEASURES



**Suscríbete a Players of Life
por solo \$299+iva mensual**

Tel. 15 22 05 36/37

Spinning

Diversión + Ejercicio

El *spinning* es una de los mejores ejercicios que existen para liberar estrés, además de que te ayudará a bajar esas "llantitas" y mejorará tu condición física.

Por Gerardo Sáenz

Cuando escuchamos hablar de *spinning*, pensamos que estamos usando una bicicleta estacionaria de los años sesenta y que no obtendremos ninguna emoción o meta por cumplir.

Aunque se piense que realmente el *spinning* ya no es tan popular, se trata de una de las actividades más solicitadas en todos los centros de acondicionamiento físico, así como salas especializadas para practicarlo.

¿Por qué es tan solicitada o recomendada esta actividad física? Aquí te hablaremos de los beneficios que se obtienen al practicarla:

Uno de los beneficios principales es el trabajo cardiovascular muy necesario hoy en

día, ya que nos ayuda reducir los niveles de estrés, colesterol y sobre todo, a quemar calorías. Y si traes por ahí algún problema de rodillas o tendones, no hay mejor terapia.

El ciclismo de salón es todo un reto para el asistente, porque en cada sesión existe una meta a cumplir. Hoy en día las bicicletas y el equipo que puedes usar como apoyo (relojes y monitores) te ayudan a desplegar un mejor esfuerzo y tener un rendimiento real, para conseguir tu objetivo.

En una clase de éstas puedes llegar a quemar entre 450 y 600 más calorías, dependiendo de la ruta y el empeño que le pongas. Uno de los puntos fundamentales es la

posición, es muy importante respetar los parámetros del acomodo de la bicicleta; cuida que sea completamente acorde a tus medidas físicas.

Si no conoces la manera de acomodarla es mejor que permitas que tu instructor o monitor de clase te diga cómo hacerlo para evitar lesiones. Hay muchas personas que se lastiman en la primera o segunda sesión, porque les da vergüenza o sienten que no tienen nada que preguntar.

Al no preguntar, realizan la rutina de manera incorrecta, así que más vale informar al instructor que te apoya de todas tus dudas





para que comiences con el pie derecho tus sesiones de *spinning*.

Si el asiento te molesta o estás incómodo, no te estreses ni te apures, esto sólo durará la primera semana. La molestia se genera porque dejamos caer el peso sobre el cuerpo y nuestros músculos de las piernas no están acostumbrados a trabajar de una manera constante e intensa como lo hacen con este ejercicio.

La duración aproximada de la sesión es de entre 45 y 55 minutos, incluyendo el calentamiento y enfriamiento, que son muy importantes para obtener los mejores resultados.

Como consejo: empieza la sesión con tu botella de agua a un lado, porque perderás mucho líquido y la hidratación es fundamental para que tengas suficiente energía que permita seguir con el entrenamiento.

Tu instructor debe tener música de acuerdo a la sesión que van a practicar, y sobre todo, estar monitoreando tu desarrollo a lo largo de cada sesión.

Si tu intención es deshacerte del estrés, divertirse y de paso, perder kilos, ésta sería una muy buena opción ya que realizarás trabajo muscular, trabajo cardiovascular, y gozarás de mucha diversión. Si eres una persona reservada, también lo harás con tu estilo ya que el uso de la bicicleta es individual y el resultado es 100% personal.

El tiempo que tardarás en ver resultados es en promedio, de un mes o mes y medio, ahí es cuando empezarás a notar cambios en tu cuerpo y en tu salud.

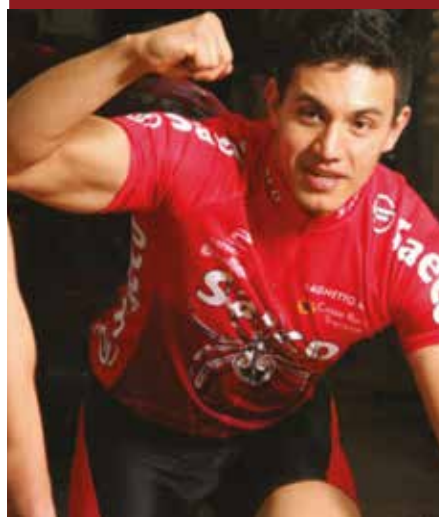
Recuerda que si tienes alguna lesión debes decírselo a tu instructor en el momento de entrar al salón.♥

Consejos para mejorar el desempeño en esta disciplina:

- » Usar tenis de suela dura (zapatillas para ciclismo)
- » Termo con bebida hidratante
- » Toalla
- » Reloj monitor (hoy en día existen varias marcas, busca la más precisa para tus actividades)
- » Ganas de ver resultados

Tips para el verano:

- » Toma mucha agua o bebidas hidratantes, esto te ayudará a hidratar tu cuerpo y limpiar tu organismo
- » Come vegetales y ensaladas, esto también te mantendrá hidratado y te ayudará a desinflamar el abdomen y mantenerte más ligero
- » Las frutas se recomiendan en la mañana y hasta media tarde, como cena no sería buena opción, ya que se convierten en azúcares o carbohidratos
- » Cena dos horas antes de ir a la cama





Ciel+ Jamaica
Purificación.

Extracto
Natural



Ciel+ Limón
Defensas.

Equinácea



Ciel+ Toronja
Mejor Digestión.

Fibra
Soluble

Ciel+

Ganas de estar bien. Ganas de Ciel.

un producto de The Coca-Cola Company

© 2014 The Coca-Cola Company. Ciel+ es una marca registrada y propiedad de The Coca-Cola Company 2014

TOMA AGUA DIARIAMENTE

Los Mejores Accesorios

La búsqueda de una mejor calidad de vida no estaría completa sin un complejo programa para ejercitarte, y para esto necesitas los mejores accesorios.



Reloj POLAR F11, ECG wireless que calcula el ritmo cardiaco con un programa que te indica que cantidad, con qué fuerza y por cuánto tiempo debes hacer ejercicio para alcanzar metas específicas.



Tapete para yoga NIKE, se adhiere perfectamente al piso y absorbe el sudor.



Guantes para ciclismo TRICORSO, con palmas acojinadas.



Maleta para gimnasio NEW BALANCE, con múltiples compartimentos.



Casco para ciclismo PROWELL, extra ligero, ajustable y con diseño aerodinámico.

exclusivo

TODOS LOS DEPORTES...
TODA LA FAMILIA

PRO-FORM
HOME FITNESS

CAMINADORA ELÍPTICA

- PASO AJUSTABLE 18"
- BOCINAS
- 2 JUEGOS INTERACTIVOS
- 12 NIVELES DE RESISTENCIA
- 12 PROGRAMAS

\$11,999



CALZADA DEL VALLE
PLAZA CUMBRES
INSURGENTES
GALERÍAS VALLE ORIENTE

martí MR

Vivir es un deporte

PAGA A 9 MENSUALIDADES SIN INTERESES CON TARJETAS PARTICIPANTES.
COMPRA MÍNIMA \$1,500. VIGENTE HASTA EL 15 DE JUNIO DEL 2008.





El top 10 Nutricional

Descubre los 10 alimentos más saludables que puedes consumir fuera de casa para mantener una dieta equilibrada.

Por Lic. Gloria del Carmen Muñoz Ramírez
Nutrióloga

Verduras

En las principales comidas siempre debe haber vegetales, ya sea como ingrediente en el primer platillo o como guarnición en el segundo. Las ensaladas deben pedirse sin aderezos para así controlar la cantidad de grasa que se consume.



Legumbres

Garbanzos, frijoles y lentejas son un inmejorable componente de la dieta, porque además de aportar fibra y proteínas, nos hacen sentir satisfechos por más tiempo, ya que se digieren lentamente.

Pastas

Son una buena elección siempre y cuando no tengan como base la crema.



Arroz

Pedirlo hervido en lugar de frito. Pruebe el arroz y la pasta integrales, que contienen más fibra y nutrientes que los productos refinados.

Pan

De preferencia integral; la cantidad a consumir dependerá de la cantidad de alimentos ricos en carbohidratos (legumbres, pastas y arroz) que incorporemos en nuestro menú.



Pescado

Es una opción perfecta. Puede alternarse el pescado azul (salmón, sardinas, atún) rico en ácidos grasos omega 3 con el blanco. A muchas personas les resulta difícil cocinar el pescado, por lo tanto, hay que aprovechar cuando se va al restaurante. Lo ideal es que esté cocinado a la plancha, al vapor, hervido o al horno.

Pollo o pavo

Consumirlos sin piel, asados, a la plancha o a la parilla para disminuir el consumo de grasas y tener un excelente y completo aporte de proteína.



Carnes

Elegirla con poco contenido de grasa, como filete, falda, ternera, cuete y molida sin grasa.

Frutas

Sin dudar, pedir fruta fresca, enlatada o congelada como postre.



Aceite de oliva

Usarlo siempre como aderezo. Por su alto contenido en grasas monoinsaturadas contribuye a reducir el colesterol disminuyendo el riesgo de enfermedades cardíacas.

Medicina Anti Edad

Envejece con gracia

El envejecimiento es en realidad un proceso inevitable, pero hoy en día los científicos y doctores han unido sus esfuerzos para encontrar nuevos tratamientos que retarden sus efectos



La piel del hombre y de la mujer son muy distintas, principalmente gracias a tres factores como el espesor, la firmeza y la secreción sebácea. Estas características hacen que los hábitos de limpieza y cuidado sean distintos también. La piel masculina es un 24% más espesa que la de la mujer, y por lo tanto más resistente. Como la piel del hombre es más firme esto causa que envejezca más tarde pero de forma más brusca.

Existen diversos factores que afectan de manera negativa a la piel como el estrés, la contaminación, la dieta desequilibrada, los problemas de salud, falta de ejercicio, fumar y consumir alcohol. Todos estos ayudan que la piel del hombre envejezca más rápido, sus células mueren y conforme va teniendo más edad es más difícil la regeneración.

Hoy en día se cuenta ya con tratamientos

“antiaging” que pretenden retrasar el reloj biológico del ser humano. Los aminoácidos, suplementos vitamínicos, minerales, el ejercicio y la dieta son la base de estas nuevas medicinas.

A continuación te presentamos los cinco pilares fundamentales para vivir más:

Ejercicio Físico. Como mínimo debe practicarse media hora diaria y como máximo 60 minutos al día tres veces por semana. Si se sobrepasa puede producir estrés oxidativo y originar el efecto contrario.

Administración de suplementos nutricionales. No se deben ingerir nunca sin consultar al experto en medicina anti-edad. Es necesario realizar un análisis previo para saber las necesidades de cada persona.

Reemplazo hormonal. Sobre todo, en la menopausia. Y en el hombre, durante la an-

dropausia, normalmente a partir de los 45 años

Dieta. Debe de ser baja en grasa y alta en carbohidratos complejos, sobre todo, verduras y frutas.

Las grasas preferiblemente deben ser monoinsaturadas, como el aceite de oliva virgen, los frutos secos y el pescado azul, rico en ácidos grasos Omega 3. Incrementar la cantidad de fibra, ésta se encuentra en las frutas, legumbres y verduras, especialmente en su piel. Consumir moderadamente alcohol o no tomarlo. Mantener el peso preferiblemente entre 5 y 10 por ciento por debajo del considerado ideal, esto aumenta la longevidad.

Control de estrés. Por medio de la relación mental y con la práctica de ejercicio físico se llega a controlar los niveles de estrés.♥

Con movistar,
papá verá su regalo las veces que quiera.



Este **Día del Padre**, contrata un **movistar Plan** desde **\$179**
y llévate para **papá** un **increíble DVD**
que disfrutará, cuantas veces quiera, **con toda la familia**.
Presenta este anuncio para hacer válida la promoción.

Búscanos en:

Galerías Monterrey
Av. Insurgentes #2500,
loc. 5, Col. Vista Hermosa,
Monterrey, N.L.
Tel. 8348-5576

Galerías Valle Oriente
Av. Lázaro Cárdenas #1000,
loc. 2168 y 2231,
Col. Valle del Mirador
Monterrey, N.L.
Tel. 8486-0244 y 8486-0244

Plaza Fiesta San Agustín
Av. Real de San Agustín #222,
isla A loc. 1, Col. Residencial
San Agustín,
San Pedro Garza García, N.L.

Plaza San Pedro
Humberto Lobo #520,
loc. 32, Col. Del Valle,
San Pedro Garza García, N.L.
Tel. 81009637

Plaza La Fe
Av. Miguel Alemán y Félix
Galván #100, loc. 12 y 13,
Col. La Fe, San Nicolás
de los Garza, N.L.
Tel. 1090-8927

Plaza La Silla
Av. Eugenio Garza Sada
Sur #3755, loc. H24 y 25,
Col. Country
Monterrey N.L.
Tel. 8369-1762

Heb Sendero
Av. Sendero Norte #1001,
loc. E6, Col. Cerradas
de Anáhuac,
Escobedo, N.L.
Tel. 8302-2801



Válido del 1 al 30 de junio de 2008 o hasta agotar
500 DVD. Limitado a un regalo por compra.



Familia:

El destino Ideal

Lugares para que disfruten grandes y chicos





Viajar con niños muchas veces puede ser frustrante, ya que gran cantidad de destinos no ofrecen actividades o lugares que puedan ser de interés tanto para los padres como para los hijos. Mientras que, si se encuentran los destinos adecuados, las vacaciones se convierten en una experiencia muy agradable y divertida.

Los asuetos en familia buscan lograr un acercamiento de padres e hijos, además de esparcimientos y para esto, la planeación anticipada de cada detalle es de suma importancia. Durante el viaje los padres deben estar conscientes de que se presentarán situaciones que se habrían de resolver fuera del entorno acostumbrado.

Para disfrutar al máximo no olvides:

- Elegir el destino adecuado. Considerando la edad de los niños, pues entre más pequeños sean, más dificultades se presentan (por ejemplo, caminar largas distancias o subir y bajar montañas).
- Optar por actividades que sean exclusivamente para los niños (puede ser visitar algún zoológico o parque).
- Ya estando en el sitio, determina con los niños el horario de cada actividad y con quién la realizarán, ellos deben estar al tanto para sentirse seguros, y saber las reglas y límites.
- Si el viaje está planeado para fechas de mucho tránsito, haz las reservaciones con anticipación y confirma un día antes para mayor seguridad.

Madrid y las Maldivas son dos de las ciudades que ofrecen a los viajeros actividades que también sus hijos disfrutarán al máximo. Recuerda que la mayoría de ellas deben de ser planeadas con la finalidad de que puedan realizarlas tanto padres como hijos, pues así la convivencia será un éxito y todos podrán disfrutar del lugar.

Madrid con niños

Madrid es una ciudad que se ha relacionado de manera importante con la literatura y las artes desde sus inicios. Proporciona diversión y entretenimiento para toda la fa-

milia: teatros, cines y exposiciones harán de este viaje un recorrido cultural que seguramente inolvidables.

Para los niños existen actividades diversas, entre las que por ejemplo destacan varias librerías que tienen cuenta-cuentos. Ya sea que les narren historias medievales, o de actualidad, los niños se acercarán a la cultura madrileña a través de ellas. La Librería Pedagógica, La mar de Letras y la Biblioteca, son algunas a las que puedes acudir.

También se encuentra el Parque de Atracciones de Madrid, que cuenta con más de 40 juegos repartidas por las diferentes zonas del parque, como el Tornado, Top Spin, 7 Picos, Lanzadera, Los rápidos, Los fiordos, La máquina, El templo perdido y Mas-max. Además tiene una zona dedicada a los más pequeños, con mini-atracciones acorde a su

edad. Los niños menores de tres años no pagan entrada a las familias numerosas se les ofrece 20% de descuento.

Otras de las sugerencias para los pequeños son el Museo de Cera y el Zoológico, el primero cuenta con más de 450 figuras entre las que se encuentran deportistas, políticos, artistas y personajes de dibujos animados. En el Zoológico, situado en el recinto de

la Casa de Campo, hay especies animales de todo el mundo, pequeños centros con fines didácticos y una mini granja, donde los niños pueden jugar a ser granjeros. Dentro del zoo también se encuentra el Acuario y el Delfinario.

Por último, la Casa de Campo también llamada "el pulmón de Madrid", en la que puedes pasear, andar en bicicleta, hacer un pic-nic, remar en el lago o visitar sus restaurantes y cafeterías. El Planetario tiene como objetivo principal la difusión de la astronomía y la ciencia, presentando temas de gran interés para los infantes, como el sistema solar, el espacio, las estrellas y constelaciones, la evolución estelar, la historia del desarrollo de la astronomía y la ciencia en general, y los procesos creativos y destructivos en el cosmos y la vía láctea.

Si el viaje está planeado para fechas de mucho tránsito, haz las reservaciones con anticipación y confirma un día antes para mayor seguridad.



Las diferentes especies marinas te sorprenderán.

Las Maldivas

Unas vacaciones familiares en las Maldivas se enfocan completamente al mar, la arena y el sol. Se puede realizar esnórquel, buceo, pesca en la profundidad marítima, windsurf, navegar e incluso surfear. En caso de que llegues a cansarte de la naturaleza, los deportes en agua y la playa, existe la parte cultural de esta nación, que ofrece muchos sitios para explorar.

Puedes ir a recorrer una de las villas, los habitantes son muy amables, pero debes cubrir tus hombros y piernas, tanto hombres como mujeres deben hacerlo, ya que son costumbres de la región. Además de conocer su cultura, podrás disfrutar de manualidades y artesanías que caracterizan al lugar.

A pesar del daño que sufrió el arrecife causa del tsunami del 2004, la diversidad de la vida marina no tiene comparación alguna. Se encuentran más de mil especies de peces, en las cuales se incluye la mantarraya, el pez tigre y varios tipos de coral. El clima se caracteriza por dos monzones, el seco que es de diciembre a abril y el húmedo, de mayo a noviembre. El surf es mejor durante el húmedo y el esnórquel y buceo en marzo y en abril.

Los niños vivirán una experiencia inolvidable al conocer el mundo marino y estar en contacto con la naturaleza les dará una importante noción sobre el cuidado que requiere el medio ambiente y la relación tan cercana que tenemos con él. Los viajes familiares siempre estarán más completos si se une la parte cultural con la de la diversión. Recuerda que no hay mejor maestra que la vida misma.

EUA y los niños

Estados Unidos cuenta con muchas ciudades que atraen a millones de vacacionistas cada año, sobre todo por la variedad de atracciones y actividades que ofrecen para los niños.

Orlando es una de estas ciudades, considerada como la capital mundial del entretenimiento. Desde la llegada de Walt Disney World aparecen más parques temáticos como SeaWorld Orlando y Universal Orlando, Epcot Center, MGM Studio y Animal Kingdom.



Las playas son siempre una buena opción.

Sólo entre los tres primeros atraen a más de 50 millones de visitantes al año, lo cual ha significado un gran aumento en la apertura de hoteles, restaurantes y tiendas.

La ciudad es además uno de los cinco destinos favoritos de América para la celebración de convenciones pero la atracción principal para 99% de los visitantes continúan siendo los parques y el cercano Kennedy Space Center. ♥



Disney World es uno de los destinos clásicos que eligen año con año los viajantes.



Museo Casa Redonda

Fotografía Fernando Valbués

Chihuahua

Congresos y convenciones sin límites

Chihuahua es el DESTINO ideal para tus reuniones, juntas de trabajo y convenciones; punto importante de encuentros en el rubro de negocios. Ven y disfruta una de las maravillas naturales de México "Barrancas del Cobre" y una de las maravillas creadas por el hombre "Ferrocarril Chepe".



Hoteles en la Cd. de Chihuahua

Hoteles Gran Turismo tarifas desde:	Hoteles ***** tarifas desde:	Hoteles **** tarifas desde:	Hoteles *** tarifas desde:
\$ 1250.00	\$ 770.00	\$ 550.00	\$ 390.00

Aprovechá las tarifas de fin de semana pagando una noche con tarifa comercial.
Tarifas por persona, por noche en base a ocupación doble, incluye impuestos.
Reservaciones en 01 800 508 0111 y en www.hoteleschihuahua.org
Tarifas válidas hasta el 31 de Diciembre de 2008

¡Experimenta tus sentidos!



Vive hoy, vive lo tuyo

Enrique ^{Junco} Gómez

Un emprendedor nato

Los estudios internacionales dicen que gran parte del porqué no emprendemos en los países no desarrollados, es por el temor al fracaso o porque no tenemos confianza en nosotros mismos, en México debemos vencer a las estadísticas.

Por Mariana Serna





En una actividad de integración con el Cerro de la Silla como fondo.

“Los emprendedores somos héroes anónimos porque hemos tenido que luchar contra todas las barreras que existen, contra todas las crisis y contra toda la falta de apoyo”

Ingeniero Químico Administrador, egresado del Tecnológico de Monterrey, Enrique Gómez Junco está convencido de que la educación y sobre todo, la cultura emprendedora son las bases que impulsarán al crecimiento y desarrollo de nuestro país. En esta entrevista Enrique nos platica acerca de sus inicios y sobre cómo un emprendedor nace y se hace.

¿Cómo se define Enrique Gómez Junco?

Yo me defino como uno más, como alguien que tiene grandes convicciones, especialmente muy tenaz y como un soñador que siempre llega a sus objetivos.

Has sido toda tu vida un gran emprendedor, consideras que un emprendedor ¿nace o se hace?

Un emprendedor nace y se hace, por un lado creo que se hace porque soy producto del programa emprendedor del Tecnológico

de Monterrey y de no haber sido tocado por esos maestros y por esa cátedra no hubiera sido un emprendedor.

Por otro lado, también naces con cierta disposición a emprender y al poner a los jóvenes en contacto con esta nueva realidad o necesidad que tenemos como país, se detonan muchas inquietudes que seguramente no se hubieran detonado si no estudian.

¿Cómo y en qué año comienza Óptima Energía?

Nosotros fundamos la empresa en 1988, y todo comienza con la inquietud sembrada en el programa Emprendedor pero la idea en sí nace porque voy a la Biblioteca del Tec de Monterrey a ver libros, a ver quién me iluminaba y tuve dos opciones, una era la parte de fertilizantes para la industria agrícola y la otra parte era la de energía solar.

En aquel tiempo no había internet, entonces el programa emprendedor me facilitó una

liga que tenía la Biblioteca del Tec con la Universidad UT, en Estados Unidos y de ahí yo obtuve algunas patentes, y así inicia la idea de desarrollar lo que es energía solar, y posteriormente de asociarnos con el Tec de Monterrey, que fue un proceso muy largo pero muy interesante al mismo tiempo.

¿Cómo nace la idea de crear un negocio que ahorre recursos a las empresas y además cuide el medio ambiente?

Nacemos como una alternativa verde para el calentamiento del agua, nosotros pensábamos que tenía que venir una corriente que sustituyera la quema de combustibles y que al adaptarse responsablemente al medio ambiente, pudiéramos utilizar otras fuentes que no utilizamos, como el sol.

Creo que estuvimos muy adelantados para nuestro tiempo, hoy lo que hacemos no necesariamente tiene que ver con energía solar porque encontramos que en los procesos industriales en los que trabajamos, fundamentalmente en la hotelería, los equipos que ya operan ahí generan el calor suficiente para calentar el agua que nosotros calentábamos con energía solar.

En la industria y en este caso, en la hotelería, se genera calor de desperdicio que luego tiramos a la atmósfera, suficiente para calentar el agua quizá de dos hoteles. El aprovechamiento de este calor es parte fundamental de lo que hacemos nosotros, nuestro objetivo fundamental es generar una rentabilidad para nuestro cliente.

Afortunadamente como subproducto de este proceso generamos un impacto al medio ambiente muy importante que se traduce en transmisiones de CO₂, esta reducción ronda alrededor de 2000 toneladas de reducción de partículas de CO₂ por cliente al año.

Nuestros clientes compran el proyecto por la rentabilidad que generan los ahorros de las tecnologías, pero al mismo tiempo, por el impacto que generan al medio ambiente y la imagen que les produce esto como institución.

Recientemente Óptima energía tuvo una asociación con Grupo Inbursa ¿Hasta donde buscan llegar?

Hemos tenido cinco fondos de capital como socios, Inbursa es la quinta empresa con la que nos asociamos, verdaderamente es un

compromiso grandísimo tener un socio como ellos.

Nuestra perspectiva fundamental es no quedarnos pequeños, crecer mucho, no tenemos un objetivo muy puntual, pero hoy somos líderes en el mercado, no lo vamos a dejar de ser, pero sin embargo nos toca desarrollar un mercado que no existe en el país. Ahora que está de moda todo esto de la reforma energética, hablan de cómo generar más, de cómo sacar más petróleo pero no se habla de cómo ahorrar energía, lo cual desde nuestro punto de vista es bastante ridículo, porque es una manera de incentivar la productividad, es mucho más rentable que generar energía eléctrica.

¿Qué recomendaciones darías a los jóvenes emprendedores de Monterrey?

La mejor solución para erradicar la pobreza es la cultura emprendedora, generar nuevas empresas y más empleos. A los jóvenes de Monterrey les digo que vivimos en un estado que se ha distinguido por ser emprendedor, así que lo llevamos en los genes, y además que tienen la fortuna de tener las raíces del Tecnológico aquí y que cuenta con la incubadora académica de empresas más grande en el mundo.

Esto les va a facilitar y a dar oportunidades que no tuvimos los que empezamos, como orientación, mentoría ó expertos a los que consultar. Hay una serie de factores y valores adicionales muy importantes que un grupo de empresarios estamos tratando de agregar que no tiene la incubadora hoy.

Lo que estamos haciendo es juntar ese talento y ponerlo a disposición de estas empresas que están en la incubadora para acelerar su crecimiento, estamos convencidos de que el Tec es una excelente universidad académica pero que para que estos emprendedores puedan desarrollarse más rápidamente necesitan la experiencia de los hombres de negocio que ya lo vivieron muchas veces y que están dispuestos a donar gran parte de su tiempo.

¿Qué responsabilidades conlleva el haber sido nombrado uno de los líderes latinoamericanos del Milenio por la revista Time y por CNN?

Para mí muchísimas, me siento un representante de los millones de emprendedores que



“La mejor solución para erradicar la pobreza es la cultura emprendedora, generar nuevas empresas y más empleos.”



Enrique Gómez Junco con el equipo de Óptima Energía.

hay en el país y considero que somos héroes anónimos porque hemos tenido que luchar contra todas las barreras que existen, contra todas las crisis, contra toda la falta de apoyo y si me siento muy comprometido y trato de reflejar este compromiso en el desarrollo de emprendedores en el país.

¿Qué importancia ha tenido la familia en ti?

Ellos son la piedra angular, especialmente mi esposa que ha tenido que soportar las altas y bajas que tiene el ser un emprendedor, sobre todo al principio, mucho apoyo, hemos tenido cambios dramáticos como el dejar de ser empresa de energía solar y convertirnos en esto. Larguísimas negociaciones y angustias cada vez que hemos negociado fondos de capital, entonces ha sido una experiencia difícil en lo personal pero ha sido solventada por esta unión familiar que para mí ha sido la base del éxito, seguramente si no hubiera tenido a mi familia respaldándome, hoy estaría trabajando en otra empresa.

¿Qué valores han regido tu vida?

La honestidad, la ética por sobre todas las cosas y la tenacidad. Más que ser brillante y tener gran capacidad, es estar atrás de las cosas hasta cumplir ese objetivo que nos fijamos. Los valores que se inclinan hacia el desarrollo humano y que son base de la empresa son la innovación y la creatividad, siempre hemos sido punta de lanza en todo lo que hacemos.

¿Qué proyectos tienes a futuro?

En lo personal me apasiona mucho el tema de la cultura emprendedora, y me enriquece mucho estar con los emprendedores que están empezando sus empresas, que tienen esa ilusión que seguramente yo tuve cuando empecé. Me cargo de baterías para venir aquí a echarle mas ganas, aprendo mucho de las ideas, de las nuevas tecnologías. Mi plan de vida, es seguir apoyando a los emprendedores, que creo que para mi país sería la mejor manera en que puedo contribuir y por otro lado, siempre estoy involucrado con

organizaciones no lucrativas o con empresas sociales, en este caso me ha tocado participar, ya tengo cinco años con "Unidos Somos Iguales" que se dedica a integrar a la sociedad a las personas con discapacidad, me tocó ser presidente de esa institución un par de años, me tocó llevarla a nivel nacional y hoy somos una franquicia social, la primera en el país y eso es algo que me gusta mucho y que quiero seguir haciendo.

¿Qué legado quieres dejar en el mundo?

A mi me gustaría dejar un legado en la empresa, en los valores de la empresa y su desarrollo, en el sentido de que aquellos que tengamos una cierta capacidad de emprender, lo hagamos responsablemente y generemos empleo y riqueza para nuestro país. Y también concientizar a la sociedad para que ayude a las Instituciones Sociales, de las cuales depende tener una sociedad y una comunidad en armonía. ♥



MI
ESPACIO

los siete

H **&** **S**
h o t e l e s s p a ' s



chic
de América

Blue Spa at Carlisle Bay

Locación St. Mary's, Antigua

Tarifas Desde \$500 hasta \$5,500 dlls*

¿Cómo llegar desde el DF? DF-Miami-Antigua-
Miami-DF (Continental Airlines)

Costos aéreos \$1,500 dlls

Página de internet www.ritzcarlton.com

Servicios

Nueve canchas de tenis

Entrenadores personales en gimnasia

Amplios espacios para recreación y contacto con la naturaleza

Alberca olímpica

Línea de productos naturales Blu&Spa

Clubes para niños con supervisión

Transporte de lujo aeropuerto-hotel-aeropuerto

Reconocimientos

2007 Condé Nast Travelers – Mejor Spa en Us Virgin Island

*Los precios son por persona, por noche.

Carlisle Bay representa la pureza del lujo contemporáneo del Caribe, con una hermosa playa y una amplia bahía, y teniendo de fondo el bosque lluvioso tropical. Cuenta con dos sobresalientes restaurantes y un excepcional spa con productos naturales y su filosofía se encuentra fundamentada en el bienestar y el generoso servicio. Localizado en la impactante costa de Antigua, el sitio vacacional esta a 30 minutos del aeropuerto y de la pequeña capital de St. John's, y a 20 minutos del astillero de Nelson y el puerto Inglés. Carlisle Bay posee 80 hermosas, contemporáneas y lujosas suites, espaciaosas e irresistibles, diseñadas con fabulosos y bien pensados extras. Las suites tienen un balcón y una terraza amuebladas convenientemente, y ornamentadas con una galería fotográfica original e impactante; sus vistas al océano quitan el aliento. ♥

INFO

Carlisle Bay Old Road, St. Mary's, Antigua, West Indies

Tel: +268 484-0000 Email: info@carlisle-bay.com



Esperanza An Auberge Resort

Locación Cabo San Lucas, Baja California Norte, México

Tarifas Desde \$475 hasta \$6,000 dlls*

¿Cómo llegar desde DF? DF-Los Cabos-DF (Aeromexico)

Costos aéreos \$350 dlls

Página de Internet www.esperanzaresort.com

Servicios

Terrazas privadas

Servibar y cafetera

Restaurante frente al mar

Cenas semanales

Picnics

Boutique con artículos de spa

Galería de arte

Práctica de yoga y pilates

Fitness Center

Reconocimientos

2007 Condé Nast Travelers—Mejor Spa en México

2007 Travel + Leisure—Spa Número Uno en Latinoamérica

Durante muchos años se le ha catalogado como el principal destino para viajeros exigentes. El hotel incluye un nuevo y glamoroso penthouse con más de dos mil metros cuadrados de espacio interior y exterior, y vista panorámica del Mar de Cortés, así como siete nuevos cuartos de tratamiento en el spa, incluyendo una exclusiva suite privada destinada a parejas con acceso VIP. Diseñado por la firma SB Architects, el recién ampliado spa también cuenta con un salón de belleza con servicios de manicure y pedicure. Altamente solicitado por celebridades, ejecutivos de la industria del entretenimiento y ávidos viajeros gracias a su extraordinario servicio y privacidad, el centro vacacional de 57 habitaciones incluye 10 nuevas suites de lujo y el nuevo penthouse de una habitación, con elevador privado de acceso a una espaciosa sala de estar y dos terrazas exteriores, además de un jacuzzi privado y espaciosas camas para tomar el sol de manera discreta. El penthouse también cuenta con sábanas italianas Pratesi que visten su lujosa cama king size, un espacioso baño con una cómoda tina, y un vanguardista sistema de entretenimiento con grandes pantallas de plasma. A lo largo de la suite se encuentra una colección de pinturas, esculturas y piezas de cerámica de los artistas más reconocidos del país. ♥

INFO

Esperanza Cabo San Lucas - Baja California Norte - México

Tel: +52 624 145 6400 - Email: info@esperanzaresort.com



Rosewood Little Dix Bay

Locación Virgin Gorda, British Virgin Island

Tarifas Desde \$325 hasta \$3,500 dlls*

¿Cómo llegar desde el DF? DF-Atlanta-Viejo San Juan-Virgin Gorda-Viejo San Juan-Atlanta-DF (Continental Airlines y Seaborn Airlines)

Costos aéreos \$1,100 dlls

Página de Internet www.littledixbay.com

Servicios

Cocktail de recepción

Tardes de terraza con café y té

Noches de películas

Tienda de regalos

Transporte ferri-aeropuerto

Línea exclusiva de esencias realizadas por Lady Primrose

Botellas de ron y agua disponibles en todo momento

Sistema de sonido ambiental Bose®

Reconocimientos

2008 Reader's Choice Platinum List-Top 10 International Spas

2008 Condé Nast Traveler-Gold List Caribbean & Atlantic Islands

2007 Condé Nast Traveler-Top 25 Caribbean Resorts

*Los precios son por persona, por noche.

Este maravilloso Spa, fundado en 1964 por Laurance S. Rockefeller, proviene de la visión de un hombre por encontrar la armonía en la tierra y un balance entre la naturaleza y los seres humanos. Se ha construido un indestructible palacio lleno de glamour y elegancia, donde los invitados pueden disfrutar de un sinfín de actividades de esparcimiento, como: buceo y snorkeling, entre otros deportes acuáticos, que sin lugar a dudas constituyen experiencias de clase mundial.

El resort cuenta con 100 espaciosas habitaciones, cada una de las cuales posee su propio patio o terraza, diseñada a partir de la cultura ancestral de Gorda Virgen. Los interiores denotan elegancia y brillo, unas tonalidades de color que crean un perfecto ambiente de paz, junto con los muebles hechos a mano. ▼

INFO

Rosewood Little Dix Bay - P.O. Box 70 - Virgin Gorda, British Virgin Islands

Tel: +284-495-5555 - Email: littledixbay@rosewoodhotels.com



Mii Amo

Locación Sedona, Arizona

Tarifas Desde \$500 hasta \$700 dls*

¿Cómo llegar desde el DF? DF-Houston-Phoenix-Sedona-Phoenix-Houston-DF (Continental Airlines)

Costos aéreos \$650 dls

Página de Internet www.miiamo.com

Servicios

Todas las habitaciones cuentan con balcones a hermosas vistas

Entrenadores personales en fitness

Clases yoga

Alimentación balanceada diseñada por expertos nutriólogos

Zonas comunes de hermoso diseño

Alberca olímpica

Productos naturales para purificar la piel

Transporte de lujo aeropuerto-hotel-aeropuerto

Reconocimientos

2008 Condé Nast Travelers—Favorite Overseas Spa Retreat

2007 Travel + Leisure Magazine—Number One Destination Spa in the World

*Los precios son por persona, por noche.

El diseño del resort Mii Amo se inspiró en la arquitectura nativa de los anastazi. Las instalaciones del spa se funden con el cañón de rocas rojas que parece salido de otro mundo, y utiliza como temas la luz natural y el agua; asimismo, las rocas naturales y algunos elementos del paisaje de Arizona penetran en la decoración de las suites y los centros de tratamiento del resort. Mii Amo es una palabra yuman cuyo significado es “viaje”. La filosofía de esta organización, así como muchos de los tratamientos que ofrece, están inspirados por las tradiciones nativas estadounidenses de descubrimiento personal y rituales para el bienestar mental, corporal y espiritual. Mii amo se esfuerza por ofrecer el entorno óptimo para la verdadera exploración del bienestar personal, donde aunque se dictan talleres y existen paquetes de tratamientos para fomentar la tranquilidad, también se alientan la reflexión y el autodescubrimiento, en medio de una atmósfera lujosa y bella. ♥

INFO

525 Boynton Canyon Road 86336, Sedona, Arizona USA

Tel: +888 749 2137 - Email: info@miiamo.com, miiamo.com



The Spa at Sandy Lane

Locación St. James, Barbados

Tarifas Desde \$4,950 hasta \$25,000 dlls*

¿Cómo llegar desde DF? DF-Orlando-Bridgetown-Sandy Lane-Bridgetown-Orlando-DF (Aeromexico)

Costos aéreos \$830 dlls

Página de Internet www.sandylane.com

Servicios

Conserje y servicio de habitación las 24 horas

Mantenimiento de habitación dos veces al día

Bares privados y personalizados

Almacenaje de belices

Cocktail de bienvenida

Lujoso transporte desde el aeropuerto

Bently en renta

Reconocimientos

2007 Condé Nast Travelers – Mejor Spa en Barbados

*Los precios son por persona, por noche.

Fue originalmente construido por Ronald Tree en 1961, dentro de una vieja plantación de azúcar. El nuevo Sandy Lane tiene un diseño a base de piedras de coral. Cuenta con 112 lujosas habitaciones, 26 suites Orquídeas, seis habitaciones Orquídeas de Lujo, 10 habitaciones Océano, 60 habitaciones Océano de Lujo, cinco habitaciones Delfín, tres habitaciones Delfín de Lujo, dos penthouse y cinco villas. Todas las habitaciones han sido diseñadas completamente espaciales, con un lujo impecable, muebles únicos, pantallas de televisión de plasma, panel de control a un lado de la cama y toda la tecnología que sólo un hotel de alto nivel puede tener. El Spa se encuentra en una muy extensa área destinada a brindar terapias tradicionales provenientes de las culturas del Caribe, el viejo Este y Europa. Incluyen 14 suites personalizadas, áreas de relajación y cuartos de meditación, una cueva de hielo, una alberca de hidromasaje, estudio de ejercicio, entrenador privado y un sinnúmero de opciones que crean momentos inolvidables. ♥

INFO

Sandy Lane St. James, Barbados

Tel: +246-444-2000 - Email: mail@sandylane.com



The Spa at Ritz Carlton

Locación St. Thomas, U.S. Virgin Islands

Tarifas Desde \$379 hasta \$900 dlls*

¿Cómo llegar desde el DF? DF-Orlando-Houston-San Juan-St Thomas-San Juan-Houston-DF (Continental Airlines)

Costos aéreos \$1,500 dlls

Página de Internet www.ritzcarlton.com

Servicios

12 hectáreas de jardines y vistas panorámicas

180 habitaciones renovadas cada una con balcón y terraza

Cocina americana, caribeña y del mar

Spa renovado

Albercas y jacuzzis

Centro acuático con agua natural

53 lujosos catamaranes

Check In del aeropuerto desde la recepción del hotel

Reconocimientos

2007 Condé Nast Travelers – Mejor Spa en Us Virgin Island

*Los precios son por persona, por noche.

Las fabulosas aguas del Caribe con su color turquesa impactan la vista de cualquier viajero, pero lo que deja sin habla a los turistas más experimentados del mundo es sin duda la paradisíaca costa del Ritz Carlton, St. Thomas. Esta experiencia te llevará a un escape tropical que culminará en una maravillosa cena o un gran momento de relajación, contemplando la naturaleza o la bella arquitectura del hotel. ♥

INFO

6900 Great Bay, St. Thomas, U.S. Virgin Islands - 00802 - USA
Tel: +340 775-3333 - Email: jenny.highlander@ritzcarlton.com



The Spa at Mandarin Oriental

Locación New Yor, USA

Tarifas Desde \$475 hasta \$6,000 dlls*

¿Cómo llegar desde el DF? DF-New York-DF
(Aeromexico)

Costos aéreos \$350 dlls

Página de Internet www.mandarinoriental.com

Servicios

Seis habitaciones con tratamientos multifuncionales

Suite Thai Yoga con tina de relajación

Alberca revitalizante para ellos y ellas

Lounge de relajación privados para ellos y ellas

Oriental Tea Lounge

Cocina Spa

Reconocimientos

2007 Condé Nast Travelers – Mejor Spa en EU

*Los precios son por persona, por noche.

Localizado en el piso 35, el Spa at Mandarin Oriental, New York, cuenta con mil 348 metros cuadrados, completamente llenos de lujo. El Spa de cinco estrellas, ofrece la oportunidad de rejuvenecer holísticamente y relajarse en un espacio lleno de tranquilidad.

Bambús, piedras naturales y un set de hojas de oro, hacen de este maravilloso paraíso de Manhattan la experiencia más inolvidable. El Spa cuenta con seis habitaciones multifuncionales donde hay áreas de baño personal, lounges para él y ella, lounge de té oriental y una exquisita suite VIP con sauna privado, tina de masaje y una chimenea especial. ▼

INFO

Mandarin Oriental 80 Columbus Circle at 60th Street - New York - USA

Tel: +212 805 8880 - Email: info@esperanzaresort.com





CASA GRANDE®

Operadora de Hoteles



Vacaciones de Verano

Relájate y disfruta en familia de todo lo que tenemos para ustedes

Radisson

HOTELES CASA GRANDE

Cd. Juárez y Monterrey Valle
Incluye una bebida nacional en cortesía

\$715.00

más impuestos
CD. JUÁREZ

\$990.00

más impuestos
MONTERREY

RESERVACIONES:
01(800) 333-3333

Microtel Inns & Suites®

Chihuahua, Culiacán y Cd. Juárez
Desayuno continental incluido

\$670.00

más impuestos

RESERVACIONES:
01(800) 505-7070

CASA GRANDE®

Hoteles business plus®

Chihuahua y Delicias
Incluye una bebida nacional en cortesía

\$695.00

más impuestos
CHIHUAHUA

\$735.00

más impuestos
CD. DELICIAS

RESERVACIONES:
01 (800) 711-4222

Oficinas corporativas en la Cd. De México

01 (55) 33 00 54 19

Tarifa sujeta a disponibilidad, previa reservación necesaria. Precio en habitación sencilla o doble. Las tarifas varían de acuerdo al hotel de su preferencia y estarán vigentes del 01 de julio hasta el 24 de Agosto del 2008.

www.hcg.com.mx

Lucía Rodríguez Bortoni

Detrás del éxito de Viajes Le Grand

Comprometida y llena de energía, Lucía Rodríguez Bortoni es la Directora de Marketing y Ventas de la agencia de viajes Le Grand, en esta entrevista nos platica sobre los logros de esta empresa y cómo han logrado mantenerse en los primeros lugares en Monterrey a lo largo de tantos años.



¿Cómo inicias en Viajes Le Grand?

Viajes Le Grand empezó en 1975 como parte de grupo ALFA, fue creada para abastecer los viajes de sus ejecutivos. Durante toda esa época mi mamá, la Sra. Patricia Bortoni de Rodríguez trabajó dentro del área de Relaciones Públicas pero por cuestiones familiares se salió y la agencia cayó por malos manejos administrativos.

Es después de algunos años que le hablaron a mi mamá para ofrecerle la agencia. Ella ya tenía la inquietud y lo platicó con nosotros sus hijos y con mi papá y decidió aceptar, de esto hace ya 16 años. Es ahí que yo me integro a la empresa, me iba a quedar cuatro meses en lo que juntábamos el equipo pero pues ya vez, se alargó un poco más.

¿Qué servicios ofrecen?

Principalmente somos asesores de viajes, nuestra misión es prestar un servicio completo y brindarle al viajero un mundo de posibilidades. Somos expertos en lunas de miel, pero además brindamos servicios a grupos familiares, misiones comerciales a Asia o a Europa. No sólo se vende el boleto de avión y hotel sino que contribuimos y asesoramos en los diseños de itinerarios, conseguimos citas en el extranjero, entre otros. También tenemos viajes de convenciones, viajes para

torneos de golf, viajes estudiantiles, viajes de placer como los destinos que ofrecen Spa o los fines de semana cortos.

¿Cómo has visto la evolución de los viajeros regios desde que comenzó viajes Le Grand hasta el día de hoy?

Totalmente diferente, tiene que ver mucho también con la globalización, ahora con el internet tienes muchos destinos al alcance de tu mano, con toda la tecnología y las alianzas que hemos logrado. Otro punto es que la gente ahora conoce muchos destinos, hay mucha información y por lo tanto exige, es un consumidor que sabe.

¿Cómo se vio afectado el turismo después de los atentados del 11 de septiembre de 2001?

Yo creo que fue un parte aguas, hubo un cambio muy drástico de las aerolíneas en su forma de operar como mayores medidas de seguridad, incremento en tarifas o impuestos y eso afecta al viajero. La industria de las aerolíneas ha tenido momentos muy difíciles a raíz de estos sucesos, pero no nada más por el 11 de Septiembre, también por el problema del Combustible o de las tendencias Low Cost. El turismo es un área de negocios muy vulnerable a estímulos externos.

¿Cómo logras conjugar la vida personal con la vida profesional?

Es un equilibrio que se tiene que lograr a mi me ha costado mucho, llevo 16 años trabajando como loca pero no me importa, a mi me gusta y me apasiona y sí tengo una vida social muy buena, y pues es disciplina, saber coordinar, saber equilibrarlo. Es difícil sobre todo porque este es un negocio de mucho servicio, aprendes a darle la dimensión a las cosas. Cualquier negocio que tengas tienes que tener una cierta vida espiritual de la religión que seas, para poder saber manejar las presiones, el estrés y todo eso, te ayuda mucho a equilibrarte, si no lo tienes te vuelves loca.

¿Qué destinos son los más recomendados para este 2008?

Los cruceros, dependiendo de la época, pero son muy padres, son hoteles cinco estrellas no tienes que empacar y desempacar, hay destinos muy novedosos. Se puede ir a Alaska, un crucero por Croacia, Istanbul, Medio Oriente. China y Oriente están muy en boga, África, Sudáfrica con los safaris fotográficos, Dubai y si tienes poco tiempo, lo más recomendable son las playas mexicanas, en nuestro país tenemos destinos increíbles y que se renuevan constantemente. ♥

¿Ya te Renovaste?

Ahora, puedes hacerlo con nosotros
Renueva tu **PLAN CORPORATIVO***
actualiza tu equipo SIN HACER FILAS



BlackBerry Pearl
8110 con GPS

* APLICAN REQUISITOS TELCEL

Garantizamos 40% de Ahorro en nuestras soluciones
Te atendemos en tu domicilio
LLAMANOS... Consulte sin compromiso

Tel. (83) 8220.9067 ventas@mactel.com.mx

MacTel 

Distribuidor Autorizado

 **telcel** M.R.

LO MÁS RELEVANTE

DE LOS NEGOCIOS EN MONTERREY...

Por Armando Torres.

DESTACA CREATIVIDAD DE R TREVIÑO & ASOCIADOS



Monterrey, N.L.-Cervecería Cuauhtémoc eligió a la prestigiosa agencia de marketing creativo de Monterrey, R Treviño y Asociados (RT&A), por su propuesta de diseño para la nueva botella de aluminio Tecate Light Premium.

El departamento de Innovación y Empaque de Cervecería Cuauhtémoc contactó a la agencia de marketing creativo de Monterrey, R Treviño y Asociados, para formar parte del pool de agencias publicitarias y de branding, que tendrían como objetivo desarrollar las propuestas para la nueva edición de Tecate Light, botella de aluminio.

La firma regiomontana inició un proceso de branding que culminó con cerca de 40 propuestas creativas. De entre éstas se definió un shortlist de 12 para presentar como finalistas. Al final se seleccionaron dos diseños, entre ellos la propuesta de Jorge González, Art Senior de RT&A y fue este el elegido para la nueva botella de aluminio de Tecate Light Premium.

“Para nosotros en un orgullo saber que logramos ese triunfo, considerando que competamos con agencias del DF. Es un triunfo para la agencia y para Monterrey. Se confirma que el talento y la creatividad de los regios pueden trascender nacionalmente”, comentó David Hurtado, Director Creativo de RT&A.

INICIA CYDSA UNA NUEVA ETAPA

*Invertirá 200 millones de dólares



Tomás González Sada: Presidente de CYDSA.

Monterrey, N.L.- El grupo empresarial Cydsa inició el 2008 con una fortaleza financiera y un portafolio de negocios más equilibrado que le permite avanzar en el camino del crecimiento rentable e implementar proyectos rentables de inversión por alrededor de 200 millones de dólares.

Los resultados obtenidos por CYDSA durante el 2007 sustentan la nueva etapa de expansión de esa compañía presente en dos áreas de negocio, productos químicos y plásticos e hilaturas para manufacturas textiles, con más de 20 subsidiarias y exportaciones a más de 30 naciones.

Durante la Asamblea Anual de Accionistas celebrada el pasado 23 de abril, el Ingeniero Tomás González Sada, Presidente del Consejo de Administración y Director General Ejecutivo de CYDSA, afirmó que "durante el 2007 CYDSA logró un avance fundamental en el fortalecimiento de sus operaciones y estrategia de negocios, que permitieron sentar

las bases para el crecimiento rentable".

En su mensaje a los accionistas, destacó que al cierre del 2007 CYDSA logró por quinto año consecutivo un incremento en el UA-FIRDA, un crecimiento de sus ventas medidas en dólares del 3.4 por ciento y disminuyó la deuda bancaria a 143.8 millones de dólares.

Uno de los grandes logros de CYDSA durante el 2007, es haber acumulado cinco años de crecimiento en la generación de Recursos de Operación (UAFIRDA), indicador que en el año pasado alcanzó un monto equivalente a los 82 millones de dólares ó 14.8 por ciento de las ventas.

Por su parte la deuda bancaria de CYDSA a Diciembre 31 de 2007, disminuyó a 143.8 millones de dólares, que se compara favorablemente con el monto de deuda total previa a la reestructura de enero de 2005. La deuda de CYDSA alcanzada al finalizar el 2007 bajó hasta un 76 por ciento en relación al monto reportado en el 2000.

REAFIRMA CRECIMIENTO CONSTANTE

San Pedro, Garza García, Nuevo León.-Por quinto año consecutivo Value Grupo Financiero, logró un crecimiento en el capital contable superior al 30 por ciento.

De hecho, el capital contable de ese grupo financiero alcanzó los mil 282.5 millones de pesos al cierre del 2007, un incremento del 30.8 por ciento, en comparación al mismo período del año anterior.

Javier Benítez Gómez, Presidente del Consejo de Administración y Carlos Bremer, Director General, destacaron el ritmo de crecimiento constante que ha registrado Value en los últimos cinco años.

El extraordinario desempeño de Value en 2007 se reflejó en un nivel de utilidades de 266.2 millones de pesos, un aumento del

30.1 por ciento en comparación al monto reportado en 2006.

La filial más dinámica de ese grupo financiero es Value Casa de Bolsa, en donde la Custodia de clientes aumentó en 8 mil 289 millones de pesos, para alcanzar un total acumulado de 58 mil 146 millones de pesos.

En el caso de la Casa de Bolsa, el capital contable fue de 723.6 millones de pesos, con un crecimiento del 29.4 por ciento en relación al 2006. Esa filial registró un elevado nivel de utilidades del orden de los mil 431 millones de pesos.

Value Arrendadora reportó un aumento del 96.03 por ciento en sus utilidades y Value Factoraje finalizó el 2007 con un crecimiento del 147 por ciento en la cartera de financiamiento.



Carlos Bremer: Director General de Grupo Financiero Value.





CRISTALIZA NUEVA PLATAFORMA DE CRECIMIENTO

San Pedro Garza García, N.L.- Con inversiones por 729 millones de dólares en los últimos cinco años, Vitro uno de los principales fabricantes de vidrio en el mundo, logró consolidar una nueva plataforma de crecimiento.

El Director General Ejecutivo de Vitro, Federico Sada González, sostuvo que el enfoque orientado hacia la inversión, ha tenido un positivo impacto en la eficiencia y rentabilidad del gigante del vidrio de origen mexicano.

En la Asamblea Anual de Accionistas, se dio a conocer que durante el 2007, las inversiones de Vitro alcanzaron los 242 millones de dólares, 124.1 por ciento superior al monto invertido en 2006.

En su mensaje a los accionistas, el Director de Vitro, explicó que el refinanciamiento de la deuda concluido en 2007, permitió incrementar las inversiones y del total invertido alrededor de 209 millones de dólares fueron destinados al incremento de capacidad y

mantenimiento del negocio de envases.

Agregó que esa inversión contempla la transferencia de la planta de perfumes, cosméticos y artículos de tocador de la Ciudad de México a Toluca, con lo cual incrementaron la producción en un 30 por ciento.

Mientras que en la división de Vidrio Plano se invirtieron 29 millones de dólares.

Otra inversión estratégica realizada por Vitro en 2007 fue la implementación de SAP, una nueva aplicación tecnológica que ha beneficiado a esa compañía para mejorar el proceso operativo y proveer de información oportuna para apoyar la toma de decisiones.

“La reestructura financiera, la implementación de SAP, el incremento de la inversión de capital para expandir nuestra capacidad, así como el enfoque en incrementar la eficiencia y reducción en costos respaldado por estrictas prácticas de gobierno corporativo, nos permitieron consolidar una plataforma sólida e innovadora para apuntalar nuestro

crecimiento”, enfatizó Sada González.

Sin duda alguna, uno de los eventos más relevantes de Vitro en 2007, fue el refinanciamiento de la deuda de ese grupo industrial, lo que fortaleció la estructura de capital e incrementó la flexibilidad financiera de esa compañía.

Fue en enero de 2007, cuando concluyó el proceso de reestructuración mediante la emisión de un bono por mil millones de dólares, en dos partes, una de 700 millones de dólares con vencimiento en el 2017 y la otra emisión de 300 millones de dólares con vigencia hasta el 2012. ▼

INVERSIONES EN ACTIVO FIJO



**Es un hecho, nuestros tacos
gubernador no conocen de política,
pero ah que bien saben**



LOS ARCOS[®]
RESTAURANT BAR

La Mejor Cocina de Mariscos de la Costa del Pacífico



Av. Ignacio Morones Prieto
2414. Tel. 8347•2301/05



Av. Eugenio Garza Sada 3752
Local 32A. Tel. 1100•1220



Av. Manuel L. Barragán
550-2, Tel 8332•1500/01



Culiacán • Mazatlán • Tijuana • Mexicali • Cd. Juárez • Guadalajara • Ciudad de México • Monterrey • Toluca



Turismo LOW COST

Una tendencia Mundial

El concepto “*low cost*” ha dejado de aplicarse solamente a las aerolíneas de bajo costo, ahora afecta a todos los sectores involucrados con el turismo.

El concepto “*low cost*” surge en Estados Unidos, después se expande a Europa en los 90, y de ahí al resto del mundo. Se aplicaba solamente a las aerolíneas de bajo costo o de descuento que ofrecen bajas tarifas a sus clientes, debido a que eliminan muchos de los servicios de los que gozaban los pasajeros.

El modelo empresarial que siguen estas compañías casi siempre es el mismo, aunque algunas buscan diferenciarse de los demás numerando los asientos o comprando otra clase de aviones: una única clase de pasajeros, una flota de aviones de un mismo modelo (generalmente el Airbus A320 o el Boeing 737), un solo tipo de tarifa (el precio crece a medida que se venden los boletos recompensando la reserva con anticipación), asientos sin numerar, vuelos cortos y con muchas frecuencias a aeropuertos secundarios, rutas simplificadas, potenciación de la venta directa de boletos, empleados que realizan múltiples tareas, desaparición de *catering* gratuito,

políticas agresivas de acaparamiento de combustible y bajos costos de operación.

Gracias al auge que han tenido estas aerolíneas la demanda de viajes cortos se acrecenta y ahora el cliente busca reducir sus costos no sólo al adquirir boletos de avión, sino en hoteles, restaurantes y servicios de tours, de ahí que el concepto *low cost* abarque ya la mayoría de los aspectos relacionados con el turismo.

Los vacationistas se dan cuenta de que pueden ahorrar dinero en muchos aspectos que no les son necesarios, o que es posible visitar los destinos que siempre han soñado si reducen los lujos que ofrecen los hoteles. Un ejemplo de esto son las tarifas de los hoteles europeos que desde hace algunos años han ido cayendo, en contraste con las establecidas en Estados Unidos, que suben cada vez más.

Este fenómeno se debe a que los destinos turísticos difieren de los de carácter empresarial, en Estados Unidos prolifera más el turismo de tipo empresarial por lo

que los precios o se mantienen estables o suben gracias a los servicios que se ofrecen al cliente.

El turismo vacacional, que se da en la mayor parte de Europa, no se basa en los servicios que brinda el sector hotelero o de aerolíneas, sino en los sitios a conocer, por los precios que lo bajan.

En México la proliferación del turismo *Low Cost* favorece en distintos ámbitos, ya que con el incremento del número de usuarios, se da un crecimiento importante en la utilización de la infraestructura secundaria y dentro de las plazas de trabajo.

Además de esto, el aumento de las líneas de bajo costo permitirá que cada vez más mexicanos tengan acceso a este servicio.

Se estima que en el mundo hoy 75 compañías de este tipo, que transportan a mil 700 millones de pasajeros al año; En nuestro país contamos con Aeroméxico Connect, Alma de México, Aladia, Aviaca, Avolar, Gol, Click, Interjet, Magnicharters, NovaAir, Republicair, Viva Aerobus y Volaris. ♥



La Parola
TAVOLA E TAVERNA



Av. San Jerónimo 1102 Col. San Jerónimo Monterrey, NL Tel. 8333 5490



Por Ing. Javier Prieto

HOMBRES DE ÉXITO

TODOS PODEMOS LLEGAR A SERLO

Conocemos las historias de éxito de grandes hombres todo el tiempo, las escuchamos y son comunes a nuestros oídos; pero más que nada debemos reflexionar acerca de que podemos ser como ellos y crear nuestro propio camino.

Todas las historias de éxito reflejan claramente la importancia de tres aspectos: comprometerse con alguna actividad o proyecto, conocer el propósito de la propia vida o soñar con metas relevantes. Esto se conoce como tener una *visión* o un *proyecto* a futuro. Pero ¿qué nos limita para lograr esa visión a futuro?

De alguna manera u otra, todos tenemos obstáculos mentales que reducen nuestro potencial: los golpes de la vida por la pérdida de seres queridos, la falta de trabajo, la baja autoestima que nos hace inferiores y enanos ante los retos, el fracaso en "mi proyecto" o la negación de lo pretendido. Todos enfrentamos guardias y soldados que nos imponen rutinas y desafíos que parecen ir más allá de nuestra capacidad; muchas veces somos nosotros mismos nuestros peores y más duros críticos.

Sin embargo, esto sólo nos afecta cuando no hemos encontrado el propio sentido de nuestra vida, el cual por supuesto, difiere de una persona a otra, de una época a otra o de una circunstancia a otra; por lo que en lo individual es posible responder a la pregunta obligada: ¿Cuál es el sentido de tu vida?

Para encontrar el sentido de nuestra vida y tener los medios de direccionar nuestra visión a futuro, ayuda sobre todo contar con una base espiritual sólida que nos da la fuerza ante la adversidad; ésta puede provenir de la inspiración o influencia de quienes nos rodean, por lo que sería importante reconocer la importancia de quienes nos rodean y que pueden hacer la diferencia en los momentos más trascendentes.

Otro elemento que parecería fundamental en la búsqueda del sentido de nuestra vida es la acep-

tación de que la falta de rumbo y sentido provoca ansiedad, lo cual provoca, de manera habitual, un círculo vicioso que nos lleva al hastío. Tener una razón para vivir, por quién vivir o por qué luchar, ha sido la fuente natural de inspiración de todo el que lucha y trasciende; saber y distinguir claramente lo que se requiere y lo que se busca, representa un avance de gran parte del camino. En cierta manera esa visión se convierte en un faro de luz que nunca se apaga, aún en las noches más oscuras.

Conocer tu propósito en la vida, te da "foco" en la aplicación de recursos, y por ende, mejores resultados en mucho menor tiempo, ya que implica una mejor dirección del esfuerzo, así como tener un orden en las prioridades de actuación. Esto se convierte en un valor ampliamente reconocido por los demás, en especial de quienes valoran el hecho de que los jóvenes sepan claramente lo que desean.

Pero será aún más positivo si ese proyecto de vida implica un reto al nuevo entorno que hoy enfrentamos, que se define como complejo, y en donde la esperanza se convierte en algo esencial y relevante, que nos da fuerza mental para luchar por nuestros sueños.

Hace cinco años tuve la fortuna de entrevistar a uno de esos grandes visionarios de nuestra época que son reflejo fiel de la importancia de trazarse un propósito en la vida, un sueño, una visión a futuro, elementos que le han permitido posicionarse en una de las industrias más competidas mundialmente: me refiero a Michael Dell. La manera en que construyó un imperio se fundamenta en una visión cuyo sello es innovar e imaginar para producir una ventaja competitiva adicional sobre su competencia, lo que le implicó ir más allá de lo convencional para lograr lo que ninguno había podido hacer.



Con un capital inicial de mil dólares, tres computadoras y un dormitorio de la universidad como oficina y centro de operación, creció hasta convertir a Dell Computers en una de las empresas más admiradas y buscadas por los inversionistas. Su visión era y continúa siendo, brindarle al cliente, de manera directa una computadora de alto rendimiento, considerando sus propias características y requerimientos.

Todo comenzó en la universidad mientras hacía mejoras a los equipo de cómputo de sus amigos, luego la red creció mediante las recomendaciones a personas que le pagaban por los servicios. Posteriormente inició procesos de licitación de proyectos gubernamentales para transformar y mejorar las computadoras a un menor precio que los negocios establecidos, debido a que no manejaba grandes inventarios y tenía menores costos de infraestructura.

Lo demás, es historia conocida: mucho esfuerzo, alianzas positivas, fracasos y decepciones, sorpresas, planes y estructuras... que le permitieron convertir su sueño en realidad, y ser motivo de inspiración de muchos que hoy siguen sus pasos.

ALGUNAS REFLEXIONES PERTINENTES:

1. Para construir tu visión debes buscar dentro de ti, teniendo presente tus historias, recuerdos, momentos y emociones, o escuchando al exterior, sus necesidades e intereses.

2. Tu visión deberá contar con una dirección, expectativas a lograr, cifras y fechas de terminación para redireccionar o abandonar; es necesario hablarlo para que se conozca ampliamente y se generen sinergias positivas, y la acción transformadora oportuna para iniciar el cambio.

3.-Algunas preguntas que te ayudarán para ver si tu visión tiene futuro son: ¿qué tan convencido estás de la visión que has formado?, ¿piensas que esta visión es relevante para tu comunidad?, ¿te emociona hablar de esto y lo haces recurrentemente?, ¿estás dispuesto a poner tu nombre y credibilidad en la línea?, ¿estás decidido a proclamarlo abiertamente, aunque sepas que no todos piensan como tú?, ¿estás dispuesto a invertir tu tiempo y esfuerzo, y a veces tu dinero para realizarlo?, ¿te sientes comprometido a llevarlo a cabo por largo tiempo?

Ánimo, todavía hay mucho por construir y reformar para alcanzar mejores condiciones para nuestro desarrollo.♥



DATOS DEL COLABORADOR

Javier Prieto de la Fuente es el actual Director de la Cátedra de Liderazgo del Sistema del Tecnológico de Monterrey; anteriormente fue Subsecretario de Empleo y Política Laboral del Gobierno Federal con el Presidente Calderón, y también se desempeñó como Coordinador de Asesores del Secretario de Gobernación del Gobierno del Presidente Fox. Anteriormente, y por 22 años, ejerció varios cargos directivos en el Grupo CEMEX. Es fundador de SELIDER, organización dedicada a la promoción y formación del liderazgo.



umai
by Garza García



Calzada del Valle 358 Ote.
Plaza Las Villas Local 6
San Pedro, Garza García
N.L. México

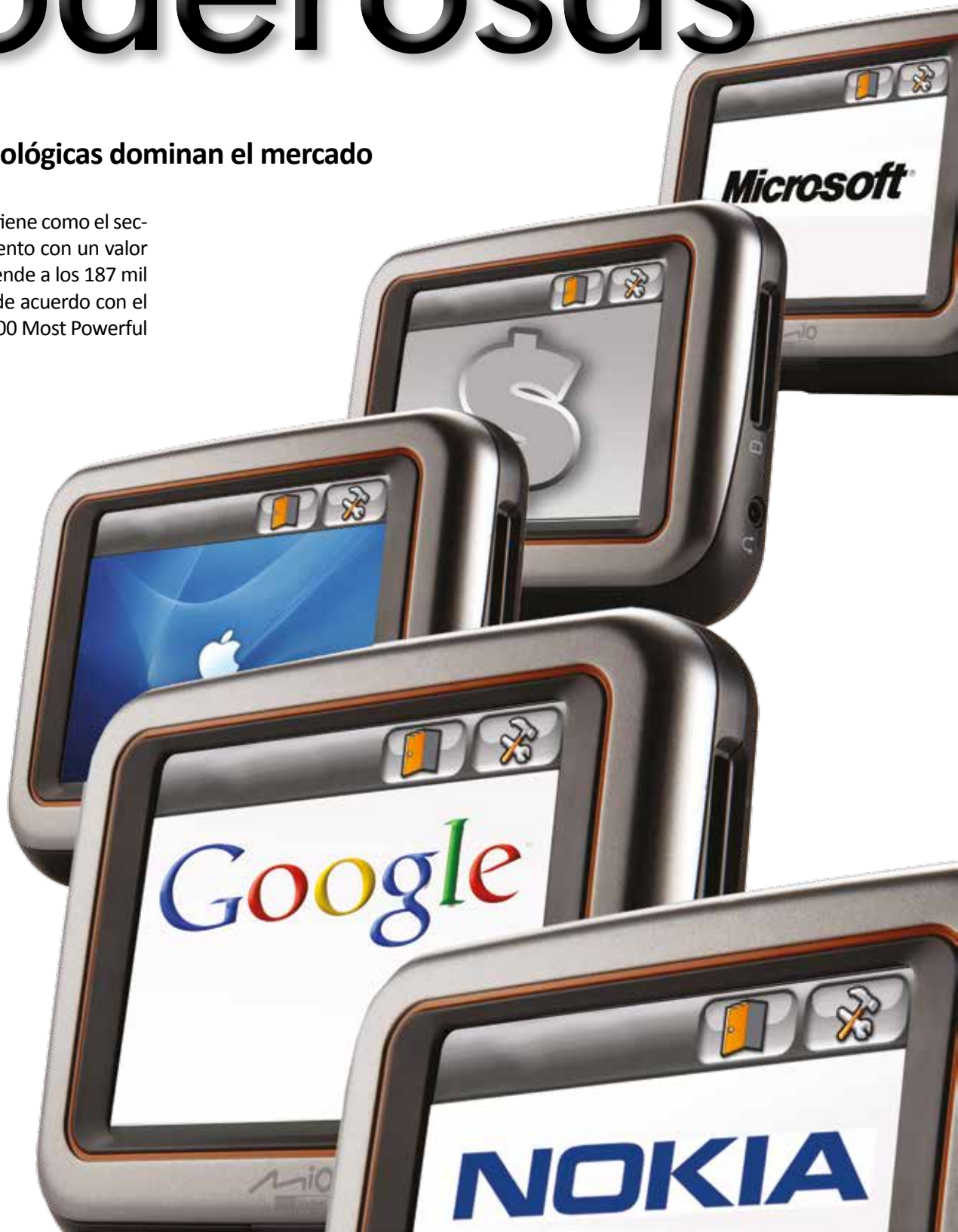
8378.58.48 y 8378.58.49
umai@umai.com.mx

Las marcas más

poderosas

Empresas tecnológicas dominan el mercado

La tecnología se mantiene como el sector de mayor crecimiento con un valor de mercado que asciende a los 187 mil millones de dólares, de acuerdo con el reporte BrandZ Top 100 Most Powerful Brands Ranking.



Google se ha consolidado como una de las mejores empresas del mundo y por segundo año consecutivo ha sido nombrada la marca más valiosa del planeta, de acuerdo con el BrandZ Top 100 Most Powerful Brands Ranking (Las 100 marcas más poderosas), publicado por Millward Brown, consultora líder a nivel mundial en investigación de mercados.

El buscador más famoso de la red encabezó la lista con un valor de marca de 87 mil 57 millones de dólares, seguido por General Electric con 71 mil 379 millones, en tanto que Microsoft se situó en la tercera posición con 70 mil 887 millones.

Como resultado general del estudio resalta el importante avance de las marcas de compañías tecnológicas sobre las tradicionales; así también China Mobile, IBM, Apple y Nokia superan a Marlboro, McDonald's, BMW, American Express e incluso el valor de marca de HSBC, que con 10 mil oficinas abiertas en los cinco continentes y bienes calculados en dos trillones de dólares, fue catalogada como la empresa más grande del mundo. Además de estas organizaciones también sorprendieron BlackBerry con 14 mil millones de dólares, Yahoo con 11 mil 400 millones, eBay con 11 mil 200 millones y Motorola con 7 mil 500 millones; aunque estas tres últimas han perdido valor en comparativa con el año anterior.

Disminución generalizada

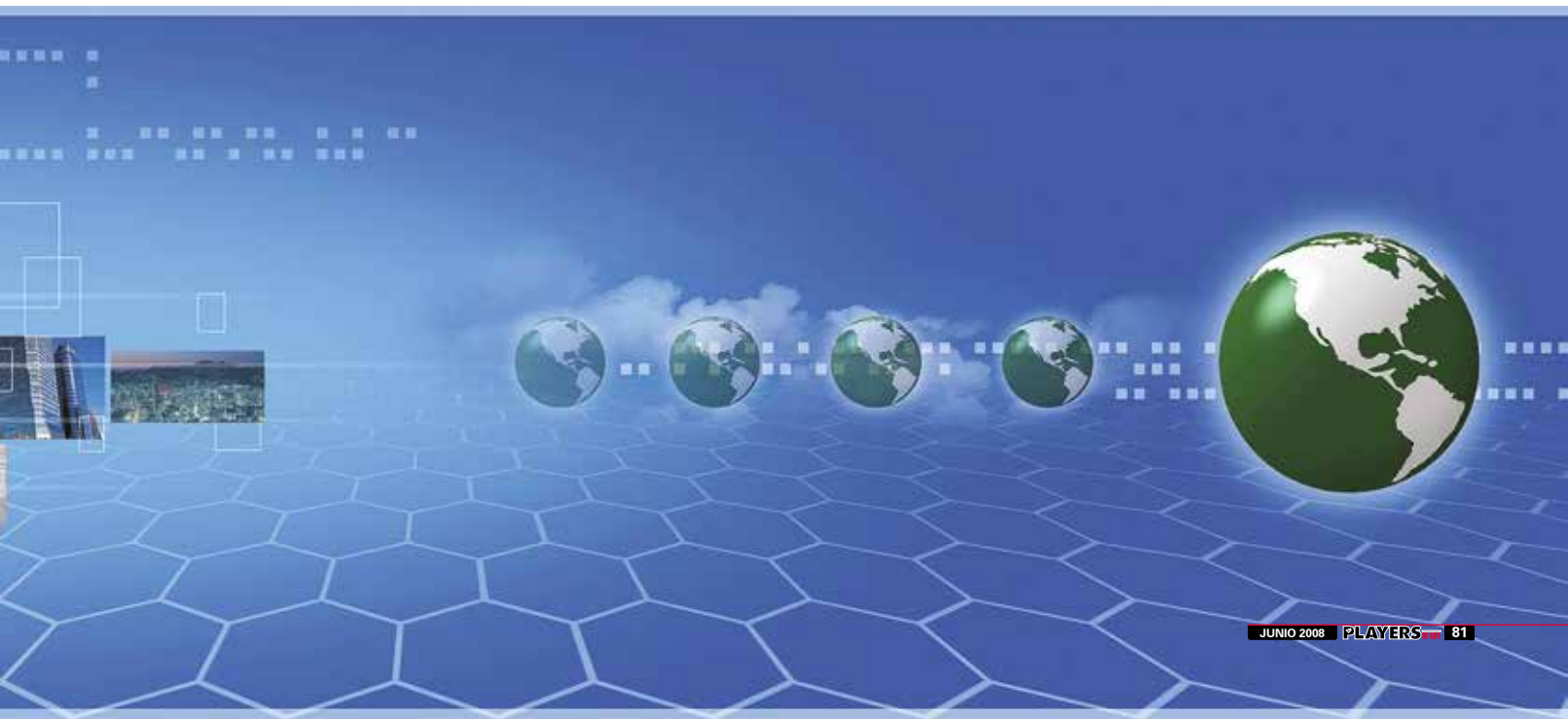
A pesar de que Google, la compañía número uno del listado tuvo un crecimiento cercano a 30%, reporta una disminución en su tasa de desarrollo respecto de la del 2007, en que obtuvo un crecimiento de 77% contra el 30% que alcanzó en 2008 General Electric, la corporación de electrónicos y desarrollo de tecnología tuvo una tasa de crecimiento de 15%; en tanto que Microsoft repite el tercer lugar con un aumento de 11% en contraste al listado anterior. Otro de los gigantes del internet, Yahoo, también observó movimientos notables, pero de manera negativa, ya que cayó 20 puestos, al pasar del sitio 42 en 2007 al 62 en 2008. Según el reporte de Millward Brown, la compañía californiana pasó de los 13 mil a los 11 mil millones de dólares, cifra que se encuentra por debajo de los 44 mil millones que ofreció Microsoft en febrero para adquirir la totalidad de las acciones de Yahoo. Una de las pocas excepciones de notable progreso fue Apple, pues en el registro anterior la empresa de Steve Jobs ocupaba el puesto número 16 con un crecimiento de 55% y un valor total de 24 mil millones de dólares. Sin embargo, el año pasado logró escalar nueve posiciones para situarse en el séptimo lugar con un crecimiento de 123% y un valor de marca de 55 mil millones de dólares, desarrollo, según los expertos, derivado del impacto y la aceptación

que ha tenido su teléfono móvil iPhone.

Tendencias notables

Según el reporte BrandZ Top 100 Most Powerful Brands Ranking en 2008 una de cada cuatro marcas en el ranking pertenece a los sectores de tecnología o telefonía móvil, y conforman más de la tercera parte del valor total. Además, son responsables de más de la mitad del crecimiento en valor desde 2007. Resulta curioso que las marcas "frutales" como Apple, BlackBerry y Orange, crecieron de manera importante: la canadiense BlackBerry con 13 mil 734 millones de dólares es la marca con el mayor incremento porcentual (390%), haciendo su debut en la posición 51; Orange, la marca comercial de France Telecom creció 42%, con 14 mil 93 millones de dólares, ascendiendo 17 lugares hasta el 50; y Apple, como se mencionó anteriormente, con 55 mil millones de dólares, aumentó su valor en 30 mil millones (123%) para colocarse en el séptimo sitio. Las empresas provenientes del continente asiático también continúan fortaleciéndose en el top de las marcas más poderosas, principalmente las chinas. Siete de las 100 firmas proceden de economías asiáticas maduras: Japón, Corea y Hong Kong.

Su valor agregado de marca se acrecentó 7% en el último año, a 111 mil millones de dólares.



En contraste, el valor de las cuatro marcas chinas que quedaron entre las 100 primeras de este año se incrementó 51%, a 124 mil millones de dólares. China Mobile, Bank of China, China Construction Bank y el ICBC (Industrial and Commercial Bank of China) están comenzando a expandirse fuera de su país, por lo que tienen gran potencial de desarrollo. El documento también señala que los mercados emergentes conocidos como BRIC (Brasil, Rusia, India y China) son clave

para impulsar el crecimiento de marcas internacionales como Apple, al mismo tiempo que sus firmas ganan impulsa. De esta manera, Rusia debuta en el listado con MTS, un operador de telefonía móvil cuyo valor asciende a ocho mil 77 millones de dólares.

“El ranking de este año demuestra la importancia de invertir en las marcas, especialmente durante tiempos turbulentos del mercado. Nuestros datos muestran cómo las marcas fuertes continúan superando a

las débiles en términos de participación de mercado y en el precio por acción en épocas de recesión”, comenta Joanna Seddon, CEO global de Millward Brown. Sin embargo, es innegable que la tecnología se mantiene como el sector con mayor crecimiento, ya que de las 100 marcas del ranking, 28 de ellas pertenecen a este sector, con un valor de mercado que asciende a los 187 mil millones de dólares y representan más de la mitad del total del crecimiento del resto de las firmas.♥

El top ten de las marcas más poderosas

Marca	Valor de marca (mdd)	Porcentaje de cambio en valor de marca
Google	86,057	30%
GE	71,379	15%
Microsoft	70,887	29%
Coca-Cola	58,208	17%
China Mobile	57,225	39%
IBM	55,335	65%
Apple	55,206	123%
McDonald's	49,499	49%
Nokia	43,975	39%
Marlboro	37,324	-5%



No limites la **comunicación** en tu empresa

Optimízala diseñando tu red interna ilimitada, nosotros te asesoramos



Tenemos el objetivo de generar ahorro en tu organización, a través de nuestra metodología de trabajo, que comienza con un diagnóstico y continúa aún después de la implementación de las líneas, brindando asesoría y monitoreo de facturación por la vida del contrato.

Beneficios de Nuestro Servicio

- Asesoría profesional en control de gastos en telefonía
- Experiencia en servicio Post-Venta
- Monitoreo mensual y reporte de ahorros en facturación total
- Metodología de Reingeniería en Telefonía como herramienta para generar ahorro en tu empresa.



Comenzar a ahorrar es fácil nosotros te asesoramos

Tel.8389-2201
Conn. 8389-2121
ext. 2400

01800-1121-235

jafrarui@immex.femsa.com.mx
www.activacel.com

Tu celular fácil
ActivaCel
Distribuidor Autorizado



Por Rubén Treviño

Golf: ¿Dónde empieza la diversión y terminan los negocios?

Hay de PLAYERS a PLAYERS

De acuerdo con un suplemento recientemente publicado en el *Wall Street Journal*, en los Estados Unidos el golf se encuentra en una etapa de estancamiento, con un pequeño declive en el número de jugadores.

La relación entre los nuevos campos e golf y los que se están cerrando, se encuentra en un aparente estancamiento. Las principales razones son la recesión, de la que ya todos sabemos, y curiosamente el deseo que manifiestan algunas personas de invertir esas horas, más que en los *fairways*, en los campos deportivos o cambiando los *green's* por los establecimientos de los *malls* en compañía de sus familias.

Los *ratings* de las transmisiones de torneos varoniles y el nuevo interés que las mujeres han mostrado por este deporte, han producido audiencias récord, sustentadas en el crecimiento e interés de las damas así como en la variedad de grupos étnicos o raciales que tanto en los Estados Unidos como en otros países se representan.

En el norte de nuestro país podemos ver una interesante tendencia: de ser súper elitista, ahora el golf es sólo elitista, pues principalmente los nuevos *yuppies* y los establecidos *baby boomers* han encontrado en un interesante refugio para combinar deporte y socialización, principalmente durante los fines de semana.

Las empresas que hacen negocios en la categoría *premium marketing* han encontrado un interesante nicho entre los aficionados al golf. Los mercadotecnistas les llamamos actividades "afines" o de "alto involucramiento" para los consumidores, por lo cual a continuación te comparto las recomendaciones de Bill Storte, un gurú en el tema de *business golf* las cuales vale la pena conocer, independientemente de que estemos relacionados o no con esta disciplina, ya sea como anfitriones, invitados o en el peor de

los casos, inocentes víctimas.

BILL RECOMIENDA:

1. Selecciona adecuadamente a tu(s) invitado(s), alguien que tenga poder de decisión, aun y cuando sea "malito" para jugar. Si vas de invitado, prepárate y asegúrate de que no haya sorpresas desagradables. Lo primero que debes hacer es apagar tu celular.

2. *To win or not to win*: algo que se da en el tenis es el que el anfitrión se muestre amable de más y se deje ganar, lo cual puede ser arriesgado si el invitado tiene un IQ promedio o bien, si es un buen golfista. Storte recomienda jugar como normalmente lo hacemos, sin presionar de más, o buscar un formato que sea cómodo para todos (parejas-go-go, si el invitado es novato).

3. Paciencia-paciencia: se recomienda no hablar de negocios hasta bien entrada la ronda. Si eres invitado, usa tus habilidades, pero no permitas que invadan tu privacidad.

4. Si el invitado no conoce la etiqueta básica y tarda de más en sus *swings* de práctica, o es adicto a su celular, educadamente hazle ver que hay un horario a seguir, e importa más dar continuidad al ritmo del campo, que terminar los 18 hoyos.

5. Si vas de invitado, infórmate y respeta las reglas locales; asiste sólo si sabes jugar el mínimo indispensable. Si eres novato, ten cuidado en invitar a un jugador muy bueno, pues lo matarás de aburrimiento (o vergüenza). En una ocasión participé en un torneo donde uno de los compañeros llegó con shorts playeros, camisa de las Chivas y tenis de maratón, era un novato que en cada hoyo tiró más de diez golpes, y no estaba al tanto que debía de levantar



su bola con discreción. Era un cliente importante para alguien, pero una vergüenza ajena y una incomodidad para quienes le acompañamos. Terceros no tienen por qué pagar los platos rotos de novatos mal informados.

6. Para una buena vida, cuidado con la bebida, máxime si el o los invitados no son amigos cercanos. Los temas de negocios, aun y cuando se traten informalmente, requieren de tacto. Aunque seamos invitados, Storte recomienda discreción en las cantidades de consumo para no comprometer de más a nuestra empresa o reputación.

7. Si eres organizador de un evento con varios invitados o un torneo en forma, cuida mucho el balance e integración de los grupos. Imagínate la escena entre un *foursome* de ejecutivos de Corona y Cuauhtémoc que no se conozcan: Pepsi-Coca, familiares disgustados, jugadores muy buenos con nova-

tos, o abogados con demandados. Los criterios deben ser perfectamente estudiados.

8. Ojo con las "fotos del recuerdo". El exceso en snobismo del golf y la poca cantidad de jugadores en México, ha hecho que mortales de lo más normal sean tratados como celebridades en los suplementos de deporte social. Eso puede ser un problema si, como en la mayoría de los casos sucede, el torneo se efectuó en un día de trabajo, entre semana. Hay personas a las que no les gusta que les fotografíen con "desconocidos" o con quienes no se identifican. Si son mujeres, hay un gran reto para que verdaderamente queden satisfechas con la calidad de las fotos, sobretodo las publicadas, ¿o no?.

Recuerdo con nostalgia al buen Fulvio del Valle, ex presidente de varias empresas de telecomunicaciones, que como rutina con sus invitados de negocios balanceaba muy bien al resto de jugadores y hacía una muy buena presentación de cada uno para gene-

rar interés y relajamiento. A los invitados les hacía sentir en casa desde el primer contacto con el personal del club, les obsequiaba una camisa con la imagen del club, bolas de la empresa y un *grand finale* en el hoyo 19. Muchos deseaban volver y destinar de seis a siete horas con este golfista, pero gran maestro de las relaciones públicas, porque todo quedaban contentos.

Si algún deporte se lleva con los negocios de altura es el golf, pero como todo, requiere de un buen análisis de la situación, un objetivo concreto, *gran timing*, una estrategia bien estudiada y una gran ejecución, en busca de una relación a largo plazo. El *score* es lo de menos. ♥

Rubén Treviño M., especialista en mercadotecnia internacional del Tecnológico de Monterrey y Egade; Director general de RT&A - R.Treviño y Asociados, empresa de mercadotecnia creativa y estratégica. Interactúa con Rubén: rtrevino@rtrevino.com

Supervivencia

Por: Gustavo Espinosa-Mireles S.

“una lucha por hambre”

Para la Organización Mundial de las Naciones Unidas (ONU), la “prioridad inmediata es alimentar a los que sufren hambre”, lo anterior relacionado a los recursos que necesitan el Programa Mundial de Alimentos (PMA), y la Organización para la Agricultura y la Alimentación (FAO).

El PMA necesita recursos por 755 millones de dólares para cubrir el mayor costo de los alimentos básicos (cereales) y del combustible que necesita para su distribución.

La FAO, requiere mil 700 millones de dólares para proveer a los países de escasos recursos y con déficit alimentario de semillas, fertilizantes y alimentos para el ganado, de modo que puedan aumentar su producción, un elemento clave en la estrategia propuesta por la ONU. A pesar de esto, este plan no recomienda el establecimiento de un mecanismo para controlar la es-

peculación financiera sobre los alimentos en el mercado internacional, como lo han propuesto algunos expertos en la materia y líderes de organizaciones no gubernamentales.

Para el secretario general de la ONU, Ban Ki-moon, “no existe una causa única” para lo que algunos llaman el “tsunami del hambre” y, recalcó que también han sido detonantes de este problema el cambio climático, con su secuela de inundaciones y sequía, y la variación de los patrones de consumo en países como Asia (India y China).

También mencionó que una decisión fundamental para resolver esta crisis está en ma-

nos de los países industrializados, a los que pido que pongan fin a

sus subsidios agrícolas.

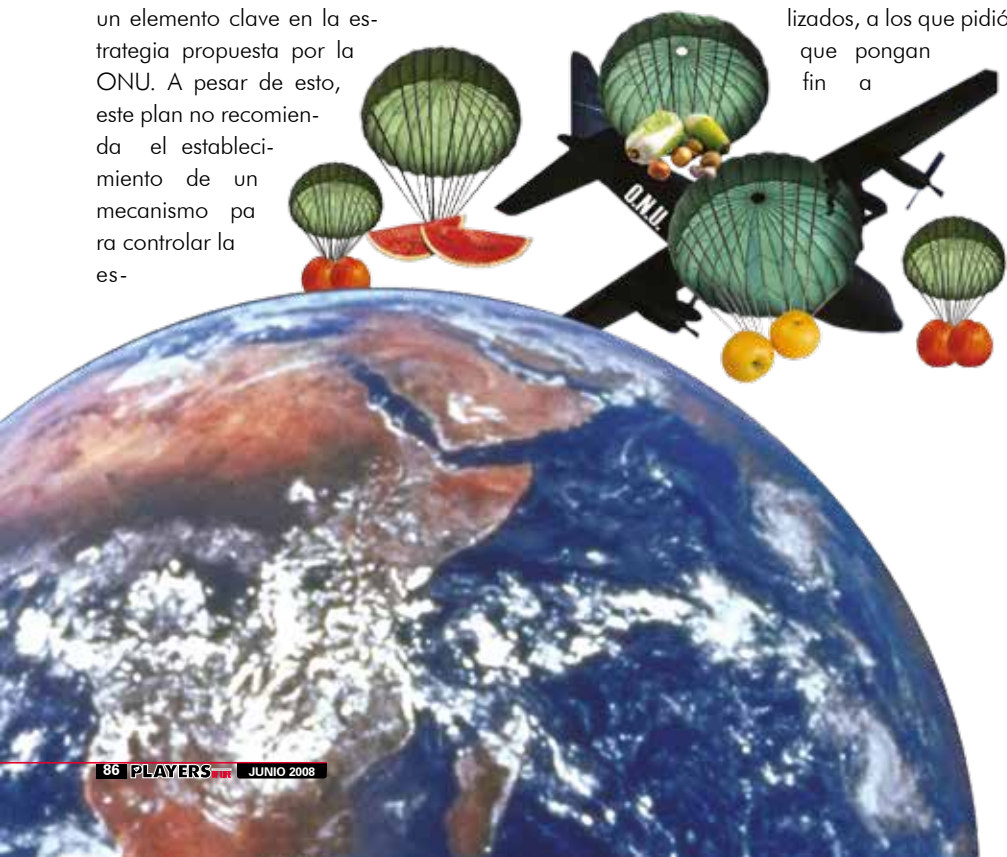
A la cruzada de la ONU se unió el Banco Mundial, cuyo presidente Robert Zoellick, anunció que su entidad estudia la creación de un mecanismo para facilitar los créditos a los países más vulnerables permita “máxima flexibilidad” para financiar al resto.

Por su parte el director general de la Organización para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Jacques Diouf, enfatizó que “se sabía que lo que está pasando iba a ocurrir y alertamos varias veces sobre ello, pero la comunidad internacional no tomó las decisiones adecuadas en el momento oportuno”.

Un aspecto clave para revertir la tendencia a la alza del precio de los alimentos será mejorar la producción, para lo que se requiere proveer a los agricultores de los insumos básicos. La continua alza a los precios de la energía y los fertilizantes “obligará a los agricultores a plantar menos en la próxima estación.

La ONU, invitó de manera urgente a los líderes mundiales para que se unan a la creciente emergencia mundial que aqueja a los países más vulnerables, que debería ser prioridad para el mundo entero.

Ojalá y nuestro país se sume de inmediato a este llamado y contribuya sumando los esfuerzos necesarios para se tomen medidas urgentes lo antes posibles ya que como muchos otros países de nuestro planeta, México conoce muy bien de este tema por que lo vive en carne propia. ♦



Ley General para el Control del Tabaco.



Seguiremos logrando acuerdos en beneficio de todos.



www.diputados.gob.mx

EN CONTACTO CON TUS CLIENTES



LA IMPORTANCIA DE CONFIAR EN TU NEGOCIO Y TU CAPACIDAD DE VENTA

Hay distintas formas de mantenerte en contacto con tus clientes, aunque muchas veces no sientas que es innecesario o que no obtendrás resultados. Aquí te presentamos la primera parte de las tres que conforman este artículo que te ayudará a que esa relación laboral no decaiga y dé frutos.

Por Esteban De Givés

Sección 1

La importancia de la venta frecuente

La frecuencia de ventas (número de transacciones promedio por cliente cada año), es un tema que a algunos empresarios y dueños de negocios pequeños suele causarles dolores de cabeza. La conservación de los clientes es en ocasiones más complicada que la captación de nuevos —o al menos eso pensamos—. Después de todo, cuando

hemos encontrado buenas técnicas de prospección y somos capaces de elevar nuestro porcentaje de conversión, los clientes empiezan a entrar por la puerta, la caja registradora suena más seguido y todo el mundo se siente de maravilla. Sin duda hemos cumplido con nuestra misión como empresarios y de ahora en adelante las ventas y las utilidades se dispararán como tapón de sidra creciendo a ritmo exponencial... ¿correcto?

¡No! Verdaderamente nos encontramos todavía ante enormes áreas de oportunidad. Tan sólo piensa que traer a cada nuevo cliente costó no sólo trabajo y empeño. Has tenido que “comprarlo”, pagando dinero por él. Su costo monetario te fue cobrado anticipadamente y representa una fracción de la primera venta. Incluso en ocasiones, el costo de adquirir ese nuevo cliente supera la ganancia obtenida por la venta. Así que

debemos hacer que regrese nuevamente, tan pronto como sea posible, y compre otra vez y luego otra más. Éste es el concepto de aumentar la frecuencia de ventas.

Sin embargo, algunos empresarios y dueños de pequeños negocios argumentan que “en su negocio esto no es posible”. Particularmente, tal argumento se evidencia en tres diferentes enunciados:

A) “Mi producto es de venta única de por vida”. Hace tiempo, una entusiasta vendedora de servicios funerales a previsión, aseguraba que podría conseguir un monto de venta mayor en cada cierre, asimismo, de que casi todos sus clientes le proporcionarían referencias, pero que jamás lograría hacer que cada uno de ellos regresara para adquirir un segundo servicio funerario. Los productos y servicios de venta única de por vida (como los servicios funerarios, los ahorradores de combustible, las casas habitación y los vestidos de novia entre otros), tienden a ser, por definición, generadores de un alto margen de utilidad (de otro modo pronto desaparecerían del mercado); pero además de eso, producen una valiosísima base de datos que puede y debe explotarse para propiciar nuevas ventas de productos diferentes, quizá no de tan altos márgenes de utilidad como la venta original, pero en donde se aproveche que ya se entabló una relación de confianza cliente-vendedor, en

la que las características del primero están bien definidas para nuevas ventas. En la sección tres veremos cómo aprovechar estas bases de datos para ofrecer nuevos productos, los cuales preferentemente han de estar asociados con el producto vendido originalmente.

B) “No puedo hacer que mi cliente regrese con mayor frecuencia. Vendrá nuevamente sólo cuando le surja la necesidad de hacerlo”. Un médico se justificaba diciendo que no podía lograr que sus pacientes se enfermaran más seguido, y por lo tanto, no veía forma de hacer que un mismo cliente (paciente) aumentara la frecuencia con la que lo visitaba, a menos que actuara de manera deshonesta. No se daba cuenta del hecho de que en este tipo de negocios (médicos, talleres de reparación de autos o plomeros), cuando al cliente le surja la necesidad de compra tal vez no contratará sus servicios. En el caso de un paciente del médico antes mencionado, al enfermar tiene al menos dos opciones adicionales a la de regresar con él: visitar a *otro* médico o esperar a que la enfermedad se retire sola, sin acudir con ningún médico. Pero esto hubiera podido evitarse actuando proactivamente, mediante un contacto regular con nuestra base de datos de clientes y recordándoles por diversos medios que estás ahí cuando de nuevo se les presente esa necesidad. En la sección



tres se hablará más extensamente sobre la técnica para permanecer presente en la memoria de tu cliente.

C) “Mi producto es cíclico (o estacional), y los clientes no comprarán en los períodos de bajas ventas del año”. Los negocios formales de fumigación suelen emitir quejas acerca de que durante los meses de invierno, prácticamente no tienen demanda, mientras que en verano aumenta a tal grado que existe gran cantidad de competencia “ocasional” (sólo por la temporada), que la lealtad de los clientes es baja y la compra ocurre en función del precio. “Así no puede mantenerse ni aumentar la frecuencia de compras”, comentaba el gerente general de un negocio de fumigaciones. La realidad es que, incluso en negocios como éste, el precio es sólo un punto de muy bajo valor en la decisión final del cliente, y una adecuada campaña de contacto regular evitará que sea el factor determinante de compra. La sección tres tratará de la técnica de contacto regular recomendada para conseguir frecuencias mayores incluso en negocios estacionales. ▼



+ Francia en México

Alianza estratégica

En los próximos meses diversas corporaciones francesas invertirán cerca de tres mil millones de dólares en nuestro país, lo cual incrementará la presencia y crecimiento de estas compañías.



Aunque es un país pequeño, Francia constituye una potencia económica y puede jactarse de ser además el primer destino turístico del mundo. Siendo la sexta economía dominante mundial, sólo por detrás de los Estados Unidos, Japón, Alemania, China y Gran Bretaña, ha logrado establecer una fuerte presencia en distintos países.

Sus principales socios se encuentran dentro de la Unión Europea (UE), teniendo en Alemania su primordial aliado comercial. En México, la presencia francesa con frecuencia ha sido subestimada; sin embargo, por proximidad de nuestro país con los Estados Unidos, representa el lugar ideal para los inversionistas galos.

Según cifras de la Secretaría de Economía, al mes de junio de 2006 se contaba con un padrón de 870 sociedades con participación francesa en su capital social, esto significa el 2.6% del total de sociedades con inversión extranjera directa (IED) registradas en México.

Las empresas con inversión francesa en el país se dedican principalmente a los sectores de servicios (44.5%) y comercio (25.6%) y a la industria manufacturera (21.1%); se localizan mayormente en el Distrito Federal, Estado de México y Quintana Roo.

La inversión extranjera directa francesa efectuada en México rara vez se hace su país de origen, esto se debe principalmente a motivos de optimización de montajes financieros, pues muchas implantaciones se crean a partir de filiales galas en Estados Unidos; además, ocasionalmente el activo mexicano es resultado, de la compra de un grupo extranjero.

Principales compañías francesas en México

De acuerdo con la asociación Empresas Francesas en México, en el país existen 360 filiales de grupos galos, más de 400 compañías mexicanas han sido creadas por franceses, con 75 mil empleos directos, y generan 12 mil millones de dólares en ventas de bienes y servicios.

Los principales sectores que atienden estas corporaciones son: lujo y consumo (Casa Pedro Domecq, L'Oréal, Ampely, Cartier, Ferrer & Asociados); bancos (Calyon, BNP Paribas, Société Generale); servicios (Accor, Axa Assistance, Logimpex, Sodexo, Alstom, SDV); industria (Renault, Saint-Gobain, Gemalto, Mane, Lafarge, Veolia Water Systems, Eurocopter); salud (Sanofi Aventis, Sanofi Pasteur, Laboratorio Concordia, Laboratorio Servier, Essilor, Pierre Fabre); comunicación y educación (Régie T, Alianza Francesa, Embajada de Francia en México, Servicio de Cooperación y Acción Cultural, Larousse, Le Petit Journal, Publicis Dialog); energía (Gaz de

France, Total, Schneider Electric); tecnología y telecomunicaciones (Alcatel-Lucent, Ascom, Cegelec, Keptos).

Además, el sitio mundial más grande de fabricación e impresión de DVD cinematográficos Thomson/Technicolor, es francés y se encuentra en Guadalajara y la planta más grande de yoghurt de Danone en el mundo se localiza en Irapuato. Por si fuera poco, la república mexicana representa el primer mercado de tarjetas telefónicas para Gemalto (chips).

L'Oréal grupo número uno mundial en productos de belleza tiene presencia en México desde 1962. Cuenta con un portafolio de marcas que incluye: L'Oréal Paris, Garnier, Maybelline, Lancôme, Biotherm, Helena Rubinstein, Kiehl's, Giorgio Armani, Ralph Lauren, Cacharel, Viktor&Rolf, L'Oréal Professionnel, Kérastase, Redken, Vichy y La Roche-Posay. L'Oréal México fabrica muchos de estos productos en la planta Xochimilco, la que emplea a más de mil 500 personas.

En tanto que Sanofi Aventis, el conjunto farmacéutico líder mundial en innovación y desarrollo de vacunas, genera alrededor de dos mil 500 empleos directos en el país, gracias a la planta industrial ubicada en Ocoyoacac, Estado de México, la cual produce alrededor de 100 millones de unidades de medicamentos al año y exporta a varios países de Latinoamérica.

Incremento en la inversión

Recientemente los gobiernos de México y Francia manifestaron que existe una voluntad mutua por desarrollar la instalación de firmas francesas en nuestro país para aprovechar el interés que muestra Francia por pertenecer a la zona dólar, ante la fuerte evaluación del euro frente a la divisa estadounidense.

Al término de un encuentro del Grupo de Alto Nivel Francia-México (GAN) con el presidente francés, Nicolas Sarkozy, Eduardo Sojo, secretario mexicano de Economía, expresó que "muchas compañías francesas

están encontrando en México una muy buena opción para continuar siendo competitivas en esta época de apreciación del euro".

Además, anunció que en los próximos meses del año, empresas francesas invertirán en el país dos mil 285 millones de dólares, a la par de otras inversiones pendientes en el sector aeronáutico. Para ser más concretos, la compañía aseguradora AXA invertirá mil 500 millones de dólares en la adquisición de una parte de ING. Asimismo, habrá inversiones de la llantera Michelin por 749 millones de dólares; Alston, productor de sistemas de energía destinará 25 millones de dólares a su filial mexicana; y Safran, fabricante de motores para avión, empleará recursos por 20 millones de dólares en la rama aeronáutica.

Las conclusiones de esta estructura constituida por presidentes de grandes empresas de ambos países, presentó durante la visita del primer mandatario francés Nicolas Sarkozy a México los días 14 y 15 de mayo, con la finalidad de anunciar proyectos concretos. En la segunda reunión del GAN, la secretaria de Estado gala para el Comercio Exterior, Anne-Marie Idrac, explicó que los objetivos de estos encuentros son "consolidar las inversiones (francesas en México) e intensificar las exportaciones, todo con una lógica política de estabilidad y dinamismo".

Y añadió que las empresas de su país han invertido en México mil 700 millones de dólares, a su juicio un desarrollo "muy interesante", teniendo en cuenta que se puede aprovechar el hecho de formar parte de la zona dólar. "Es muy claro que en Francia ven a México con muy buenos ojos. La inversión francesa en México está creciendo y pensamos que con esta alianza va a seguir desarrollándose", señaló Eduardo Sojo; además existen muchas oportunidades para que los exportadores mexicanos coloquen sus productos en el mercado francés, en especial podrían enfocarse a la venta de aguacate, vainilla, flores y jugos.▼

THE
CHIVAS
PRIVATE JET II



**6 AMIGOS 3 DESTINOS
JET PRIVADO**

Participa en www.chivasprivatejet.com

VINOTECA

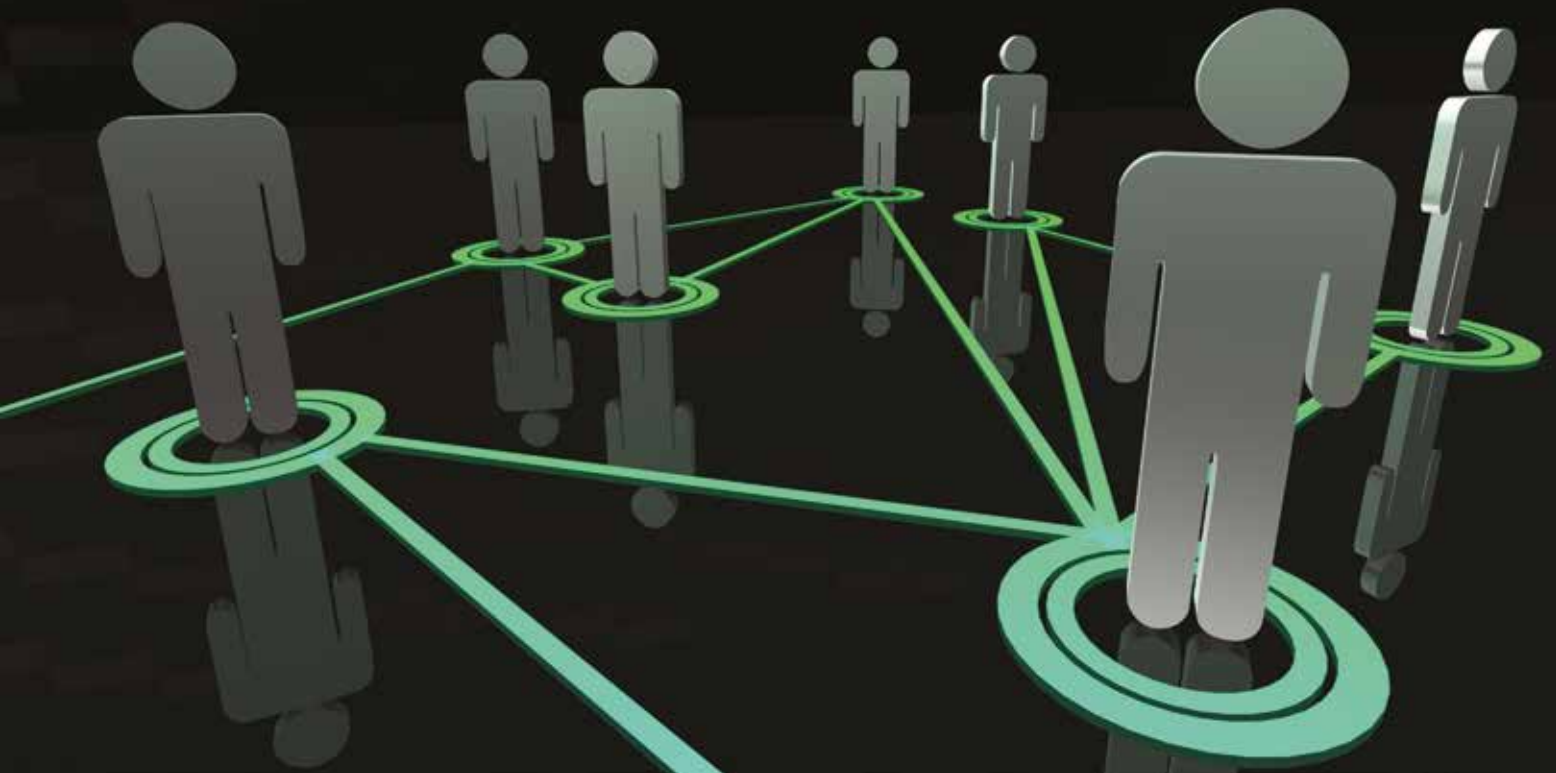
SU ASESOR EN VINOS

Promoción válida para mayores de 18 años, en la República Mexicana del 1 de abril al 15 de junio de 2008.

Consulta las bases. Aplican Restricciones. SSA 083300201C0926. **EVITA EL EXCESO**

Yahoo y Facebook

Las redes sociales más redituables de internet



Si bien es cierto, que el internet ha sido, desde su expansión por el mundo, la herramienta más importante de comunicación de los últimos tiempos, las conocidas "redes sociales" han ganado un significativo terreno, principalmente entre la población juvenil, atrayendo con esto substanciales ingresos publicitarios dirigidos a uno de los sectores más consumista de la actualidad.

Gracias a esto, la compañía de internet Yahoo intentó comprar Facebook, ofertada por la módica cantidad de 10 billones de dólares. Dicho trato fue rechazado debido a que Yahoo consideró que el precio era demasiado elevado.

Ante esta situación, Microsoft se ha hecho presente y mostrando abiertamente su interés por ser la compañía que adquiera Facebook. Se presume que la cantidad podría ascender hasta los 15 billones de dólares

en caso de que Google también lance su oferta.

Según datos de Wall Street, los ingresos esperados para Facebook en 2007 fueron de aproximadamente 150 millones de dólares, y la expectativa para este año es que aumenten a 750 millones, alcanzado así los 1.5 billones de dólares para el 2009.

Si se le compara con Yahoo, las cifras están muy diferenciadas, puesto que se presume que dicha compañía tendrá ingresos aproximados a los 6.6 billones de dólares durante este año.

Debido al fracaso en las negociaciones, Yahoo decidió crear su propia red social titulada Yahoo Mash, en la que al igual que Facebook, los usuarios podrán editar páginas o añadir módulos con un alto grado de personalización.

Facebook es una plataforma que permite la formación de aplicaciones de acuerdo a

los gustos e intereses de cada usuario, servicio que se complementa con salas de chat. Estas características lo han convertido en un sitio sumamente atractivo, en especial para los jóvenes, razón por la que ha obtenido millones de dólares en publicidad dirigida a un amplio sector de la población consumista.

Facebook, fundado y encabezado por Mark Zuckerberg en el 2004, surgió inicialmente como una página social para estudiantes de la universidad de Harvard, la cual rápidamente se extendió a otras universidades, lugares de trabajo, grupos de amigos, etcétera. Actualmente cuenta con 69 millones de usuarios en todo el mundo, de los cuales 2.8 millones de miembros se ubican en Latinoamérica.

En la actualidad este sitio cuenta con grandes inversiones publicitarias, entre ellas, la de Windows Live, motivo más que suficiente para que hasta la fecha continúen las largas discusiones acerca de su venta.♥

Hay cosas que nunca imaginaste ver juntas.



Mientras algunos empiezan a hablar de convergencia, en **Telefónica Empresas** llevamos tiempo ofreciendo esta ventaja a nuestros clientes, poniendo a su alcance soluciones que les ayudan a trabajar mejor y a ser aún más eficientes. Eso es **CONVERGENCIA** y para nosotros simplemente es **hacer las cosas más fáciles.**



Con Telefónica Empresas, tú mandas.

Para mayores informes llama al 81 8177-2900.

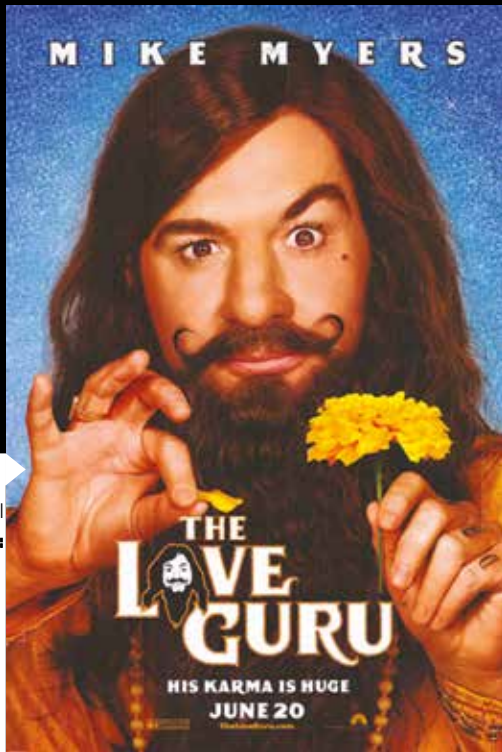
www.movistar.com.mx

Un mundo sin fin (Los pilares de la tierra II)

Autor: Ken Follett // Editorial: Plaza & Janés

Un mundo sin fin es la secuela de Los Pilares de la Tierra, pero el orden en que sean leídos no importa ni afecta a su comprensión. Este libro habla sobre cuatro niños que viven en Kingsbridge: una ladronzuela, un abusón, un pequeño genio y una niña que quiere ser médico. El día después de Halloween de 1327 se escabullen en el bosque cercano a la ciudad y presencian el asesinato de dos hombres.

Conforme van creciendo llegan a conocer la prosperidad y el hambre y cada uno va cumpliendo con sus metas o destinos, pero sus vidas se verán entrelazadas debido a la ambición, la codicia, la venganza y el amor. La sombra del asesinato los perseguirá a lo largo de su existencia. Con más de 525 mil ejemplares a la venta, encabeza las listas en países como Italia, Reino Unido y Estados Unidos.



Director:

Marco Schnabel

Protagonistas:

Mike Myers,
Jessica Alba,
Romany Malco

Estudio:

Paramount
Pictures

La trama de esta película gira alrededor de Pitka (Myers) quien es un norteamericano criado fuera de su país por gurús, después de un tiempo regresa a los Estados Unidos con la finalidad de entrar al negocio de la autoayuda. Su primer reto: arreglar los problemas románticos y resbalones profesionales de un jugador estrella de hockey (Malco), cuya esposa lo dejó

por un amante rival (Timberlake) antes de la copa NHL Stanley. Debido a esto, debe recuperar su autoestima para lograr que su equipo obtenga el primer lugar. El humor es la especialidad de Mike Myers, y en esta película definitivamente no se da la excepción; por otro lado, las expectativas se encuentran alrededor de Justin Timberlake, quien al parecer se robará las escenas.



Hard Candy Madonna

El nuevo lanzamiento de la siempre exitosa Madonna, Hard Candy, ya llegó a las tiendas de música; Los ritmos comulgan con el disco anterior Confessions on a dance floor, y sus doce temas son completamente bailables. La presencia de grandes músicos como Timbaland y Pharrel Williams, es perceptible en todos los tracks del álbum.

Tampoco hay que olvidar a Justin Timberlake, quien proporciona una voz me-

losa a muchos de los temas.

Este trabajo fue muy esperado por los fans de Madonna, y seguramente no quedarán decepcionados, Candy Shop, 4 Minutes, Give it 2me, Incredible, Heartbeat, Dance 2night, Beat goes on, con la participación de Kanye West y Spanish Lesson, con influencia española, son algunos de los títulos con los que te hará vibrar la reina del pop.♥



Alejandro Elizondo, Jorge Quant y Billy Bremer.



Sofía Palazuelos y Daniel Muñoz.



Gaby Arzaga y Rodrigo Munro.

Recorriendo el nuevo mundo a través del vino

El 7 de Mayo del 2008 se llevó a cabo una cata de vinos en el Club Ejecutivo, éste es uno de los eventos de preapertura del bar 11:11 Wine Bar cuya apertura está programada para principios de Junio del 2008 y junto con La Doña fungieron como anfitriones.

Se seleccionó a 50 líderes de opinión que tienen preferencias por el vino y que

les interesa saber más acerca de uvas y países. La plática se dividió en 5 países: México, Argentina, Australia, Chile y Sudáfrica; al mismo tiempo se degustaron bocadillos que iban maridados de acuerdo a los vinos como raviolos de queso feta, camarones al coco y almendras, camembert con chutney de mango y carpaccio de portobellos.



Hans Backhoff y Sandra Dillman.



Romina Romero y Alex Campbell.



Nicola Gilberti y Rafael Salinas.

Presentación Primavera-Verano 2008 Hugo Boss

Hugo Boss presentó su colección Primavera-Verano 2008 en Boss Store Valle 401 el 7 de Mayo del 2008. Al evento acudieron invitados exclusivos y celebridades de la ciudad de Monterrey como Cecy Gutiérrez, Kikín Fonseca y Rosina Ramón que pudieron disfrutar de las propuestas de la exitosa marca.

“Nuevos modernismos” es el nombre de la nueva colección que contiene un estilo limpio y cosmopolita mezclado con elegancia. Las dos líneas que se exponen en Valle 401 son BOSS Black Menswear y BOSS Black Womenswear.

El show corrió a cargo de Alanís-Cantú Eventos



Karen Navarro, Jacinto Rangel, Cecy Gutierrez y Karina Gil.



Modelo de BOSS Black Womenswear.



Juan Carlos Ceballos y Rafael Alanís.



Cinthia Gonzalez y Adriana Varela.



Tania Marquez, Eva Lozano, Denisse Tamez, Ale Garza y Karla Villarreal.



fashion . bodas . quince años . secuencia . niños . familias
graduaciones . despedidas . cumpleaños . publicidad

think•photo
por carlos gómez

tel. (81) 1492 4882 • www.thinkphoto.com

Presentación de **MaxMara** en **Quinta Real** Alta Moda

La firma italiana MaxMara presentó su colección Primavera-Verano 2008 dentro de la tercera edición de Quinta Real Alta Moda. La colección que ofrece la marca para esta temporada resalta el lujo moderno mediante propuestas que van desde lo primitivo al minimalismo, pasando por los años 30's y el auge de los sofisticados cabarets.

El evento dio inicio a las 17:40 hrs con el servicio de merienda para comenzar con el Trunk Show a las 18:00 hrs y terminar con una rifa. Tribal Romantic, Cabaret, Minimal Marine, Black Pearls y Cairo, son los nombres de diferentes creaciones que lució esta gran marca.



Gaby Skutsch, Judy Marcos de la Garza, Martha Valencia y Gloria de Regil.



Leticia Olivares, Lucy Chapa, Alma Sanchez y Lulu Valdivia.



Adriana Tijerina y Lourdes Villanueva.



Gabriela Gonzalez, Arlette Najera, Barbara Graham, Fabiola Sada, Mansabel Garza, Ana Garza, Leo Sada, Ana Laura Montemayor, Samantha Rangel y Talina Sada.



Mary Loreto y Arturo Loreto.

TOUS

Día del Padre



Monterrey

Calzada del Valle Oriente, 279 · T. 81 8378 3890
Avda. Paseo de los Leones, 2121 · T. 81 8370 9646
Avda. Alfonso Reyes, 241 · T. 81 1100 1818

www.tous.com

Paris · Tokyo · New York · Madrid · Barcelona · Shanghai · Miami · Mexico City · Hong Kong

SI TE VOLTEAN A VER ES NORMAL



pininfarina

UPGRADE ROSSO 1877

CÁMARA FOTOGRÁFICA Y DE VIDEO CON LUZ INTEGRADA
REPRODUCTOR MP3, PODCAST, AAC/AAC+ Y BOCINAS ESTÉREO
BLUETOOTH® PARA AUDIO ESTEREOFÓNICO*

EXCLUSIVO DE NEXTEL



Para mayor información consulta www.nextel.com.mx

Llama al 10 18 33 00 y del interior de la República al 01 800 200 93 00.

Busca a tu Representante Autorizado. Pregunta por nuestras áreas de cobertura.

MOTOROLA, y el símbolo Estilizado de la M están registradas en la Oficina de Patentes y Marcas de E.U.A.

Las marcas de todos los demás productos o servicios son propiedad de sus respectivos dueños, © Motorola, Inc. 2008. *No incluye audífonos Bluetooth®.

**EL PODER
DE HACER.**

NEXTEL
Hablemos de negocios