







*emwa*  
Joyeros desde 1949

Calzada del Valle 472 Cto. Col. Del Valle, Monterrey Tel. (818) 335-01-77  
Centro Comercial "Calería Valle Oriente", Col. Valle del Mirador, Monterrey Tel. (818) 485-01-08  
Centro Comercial "Plazo del Sol", Col. Las Haciendas, Chihuahua Tel. (614) 430 04 78  
Centro Comercial "Galerías Laguna", Col. Fresno, Tamsón Tel. (871) 750 07 90



**ROLEX**

ATENCIÓN A CLIENTES: (55) 52.63.99.99

BMW  
Sierra Motors



[www.bmw.com.mx](http://www.bmw.com.mx)

El placer de conducir

## Sierra Motors.

La nueva cara del servicio.

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



Copiloto: ¿Hay una explicación simple  
de qué es el Active Steering?  
Piloto: Diversión.



## BMW X5. Creamos un icono.

El sistema **Active Steering\*** aumenta o reduce el ángulo de giro de las ruedas delanteras en función de la situación de la conducción. Al conducir a baja velocidad, el servomotor gira en el mismo sentido que el volante. De esta manera es más fácil maniobrar al volante, obteniendo una dirección más directa. Pero al conducir a alta velocidad, el servomotor gira en el sentido contrario al volante. De esta manera se reduce el ángulo de giro de las ruedas delanteras.

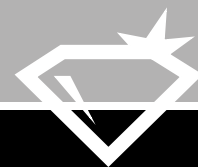
**Sierra Motors**  
Fundadores esq. David A. Siqueros 101  
Col. Valle Oriente  
66269 San Pedro, Garza García, N.L.  
Tel: (81) 50.35.35.50  
[www.bmwsierramotors.com.mx](http://www.bmwsierramotors.com.mx)

BMW X5

[www.bmw.com.mx](http://www.bmw.com.mx)



El placer de conducir



# CONTENIDO Enero 2009



Ricardo  
**Seco** 36  
HISTORIAS DE ÉXITO

## Lo + y lo - del 2008

**42**  
**¿UN NUEVO  
ZEITGEIST?**

**46**  
**EL AÑO DE LA  
INCERTIDUMBRE**

**49** EURO Y DÓLAR  
**AL DESPUNTE DEL  
2009**

**52**  
**Serpientes y escaleras**



**16**  
**ESTILO**  
Fría Moda

**22**  
**TEMPS**  
Perfección en cada segundo



**26**  
**GUESS WHO**  
Christian Audigier  
Diseñando el éxito

**70**  
**TRABAJO**  
Cerrar ciclos



**9** NUMERALIA  
Bienvenido sea el 2009

**11** ENCICLOPLAYERS  
Noticias más impactantes del siglo XXI

**12** STARS OF LIFE  
Elton John, exitoso, extravagante y caritativo

TRAVESÍA  
Brasil: Belleza exuberante **30**

WINES  
Festejo invernal **34**

LIDERAZGO  
Hoy comienza el camino del resto de tu vida **74**

# ¿TU MINI NECESITA BUENAS MANOS?

## MINI SERVICE



### Sierra Motors

Fundadores esq. David A. Siqueiros  
Col. Valle Oriente  
66269 Garza Garcia N.L.  
Tel. 50.35.35.50

[www.bmwsierramotors.com.mx](http://www.bmwsierramotors.com.mx)

**MINI.COM.MX**



# Carta Editorial

Edición 34 Enero



El principal tono de la edición con la que iniciamos este año junto con nuestros lectores, es ofrecerles como contenido central un original recuento del 2008, que aparte de traer a la memoria los acontecimientos que a juicio del equipo editorial de PLAYERS of life fueron más relevantes, sirva para analizar y reflexionar, pero también para divertir, tomando como conducto el mecanismo del popular juego Serpientes y escaleras, que ejemplifica a la perfección los altibajos de nuestra historia más reciente.

Estamos convencidos de que la vida y sus sucesos se encuentran regidos por el claroscuro del contexto en que acontecen. Desde esta perspectiva, el equilibrio entre lo que calificamos como bueno o malo se hace posible, aunque es verdad que en algunos momentos la balanza se inclina hacia uno u otro extremo. Además, acompañamos este listado de noticias que ocuparon los titulares de los diarios, con tres ensayos

escritos por igual número de nuestros expertos colaboradores, quienes desde su amplio punto de vista nos comparten un panorama del año que recién transcurrió: Heriberto Ramos aborda el ámbito internacional y César Tovar el nacional.

La portada se viste con la presencia de Ricardo Seco, el diseñador de modas lagunero que al tiempo que trasciende en el mundo del *fashion* con su propia marca, es Director Creativo de Converse México. En Historias de Éxito les damos a conocer su trayectoria, inspiración y proyectos futuros, que sin duda se convertirán en elementos motivadores para todo emprendedor. A la par de estos contenidos, ofrecemos a todos los PLAYERS que seguramente ya prospectan sus actividades para este año, algunos artículos que estamos seguros, contribuirán a sus planes tanto en los negocios como en los placeres.

Les deseamos un feliz inicio de año y que se cumplan todos sus proyectos.♥

Maurice Collier de la Marliere

Alejandro Martínez Filizola

# PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & PLEASURES

## DIRECCIÓN GENERAL

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

## GERENCIA EDITORIAL REGIONAL

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

## GERENCIA CREATIVA REGIONAL

Victor H. Blankense P.  
victor.blankense@grupomacom.com

## GERENCIA DE DISEÑO REGIONAL

Alejandra Aguilar Vilardell  
alejandra.aguilar@grupomacom.com

## ADMINISTRACIÓN REGIONAL

Cecilia Martínez Filizola  
cecilia.martinez@grupomacom.com  
Veronica González Román  
veronica.glz@grupomacom.com

## GERENTE EDITORIAL

Édgar Ruiz del Río  
edgar.ruiz@grupomacom.com

## GERENTE DE DISEÑO

Jorge Rincón  
jorge.rincon@grupomacom.com

## GERENTE COMERCIAL

Polo Mayorga  
polo.mayorga@grupomacom.com

## ASISTENTE ADMINISTRATIVA

Perla Grisel Macías Coronado  
perla.macias@grupomacom.com

## FOTOGRAFÍA

Ernesto González / Marco+Chuy / Studio LC

## LOGÍSTICA

Ricardo Vega Flores

## ASESOR Y ANALISTA POLÍTICO

Gustavo Espinosa-Mireles Segura  
gustavo@grupomacom.com

## COLABORADORES

Tabata Ayup / Alfredo Peraza / René O. Díaz  
Francisco Mijares Quintero / Rebeca Mijares Quintero /  
César Tovar / Heriberto Ramos Hernández /  
Jorge Medina / Armando Torres / Noe Garza  
Humberto Guajardo Acuña / Javier Prieto / Esteban de Gyvés

## VENTAS Y SUSCRIPCIONES MACOM Torreón

Tels: (871) 192 34 34, (871) 712 34 56  
(871) 192 47 68, (871) 192 47 69  
Clzda. Cuauhtémoc No. 999-B Nte. Col. Centro  
27000 Torreón, Coahuila. México  
ventas@playersoflife.com

## VENTAS Y SUSCRIPCIONES MACOM Monterrey

Tels: (81) 1522 0536 / 37  
Plaza Comercial Pabellón Vasco. Local 10-2º piso  
Vasconcelos 192 Pte.  
66220 San Pedro Garza García, N.L. México.

## VENTAS Y SUSCRIPCIONES MACOM Chihuahua

Lateral Ortiz Mena #1607- 2ºPiso  
Colonia Residencial Campestre  
31238 Tel. (614) 200 37 08 / 09  
Chihuahua, Chihuahua. México

PLAYERS of Life. Marca Registrada. Año 2 No. 26. Fecha de publicación: 1 de enero de 2009.  
Revista mensual, editada y publicada por Grupo MACOM. Clzda. Cuauhtémoc No. 999-B Nte. Col. Centro, C.P. 27000 Torreón, Coahuila. México. Editor responsable: Victor 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. Cada uno de los colaboradores es responsable directo de la información que facilita para ser publicada. Todas las colaboraciones reciben corrección de estilo. Prohibida su reproducción parcial o total.

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

www.playersoflife.com



Bienvenido sea el

# 2009

**1,940,107**  
mexicanos nacerán este año, según cálculos de la CONAPO.

El FMI prevé que el Producto Interno Bruto (PIB) de México crecerá **0.9%**

**27,513,560**  
es el número de hogares que habrá en la República mexicana.

El parque vehicular mexicano estará formado por **22,892,134** automotores, de los cuales **66.09%** serán vehículos legales.

Se estima que para finales del 2009 existan **861** celulares por cada mil personas en el país.

De acuerdo con The Economist Intelligence Unit (EIU), en México se prevé una inflación de **5%**.

México alcanzará el nivel más alto de consumo de gasolina en su historia, pues aproximadamente **839 mil** barriles diarios de combustible serán consumidos.

Para este año fiscal se crearán sólo **161 mil** fuentes de trabajo, **57 mil** menos de las estimadas.

Se espera que el turismo internacional crezca, ya que se calculan ingresos de **14 mil 500** millones de dólares en este rubro.

En promedio, la producción de petróleo mexicano será de **2.15 millones** de barriles por día.

# Gadgets de ensueño

¿Es el futuro un sueño difícil de descifrar? Esa pregunta la respondemos con sencillez cuando frente a nuestros ojos los expertos en tecnología presentan sus más singulares creaciones, que cargadas de complejos procesos y una apariencia futurista, nos cautivan.♥

## NokiaMorph

Concepto proveniente de la unión de expertos tecnológicos de la Universidad de Cambridge que le propusieron a Nokia este nuevo teléfono móvil, que haciendo uso de la nanotecnología, tan de moda, pueda fabricarse de materiales flexibles, elementos transparentes y superficies que se autolimpian. Se espera verlo en el mercado en el 2015, aunque de seguro estará a la venta mucho antes.

Precio: no disponible

[www.nokia.com/A4852062](http://www.nokia.com/A4852062)



## Handpresso

Descubre el mejor producto diseñado para los amantes del café, ten listo tu espresso donde sea que vayas y en el momento que gustes. Con Handpresso, tus *coffee breaks* se convertirán en los momentos más ansiados del día.

Precio: \$125 USD

[www.handpresso.fr](http://www.handpresso.fr)



## Tenori-On

El artista multimedia Toshio Iwai y Yamaha han colaborado para diseñar un nuevo instrumento musical digital para el siglo XXI: Tenori-On, una matriz de 16x16 interruptores LED que permite a toda persona tocar música de forma intuitiva, creando una interfaz de "música visible".

Precio: \$2,200 USD

[www.tenori-on.yamaha-europe.com](http://www.tenori-on.yamaha-europe.com)



## Nintendo DSi

La DSi es la tercera versión de la portátil Nintendo DS y saldrá a la venta este año en Japón. Esta nueva y esbelta portátil de pantalla doble se presentó en la conferencia de prensa de Nintendo Co. Ltd.

Precio: no disponible

[www.nintendo.es](http://www.nintendo.es)



## Creative Zen

Zen te pone todo un mundo de entretenimiento al alcance de la mano. Este sorprendente reproductor digital multimedia, del tamaño de una tarjeta de crédito y con una pantalla fabulosa, es la elección ideal para disfrutar de las canciones, películas y fotos que hayas descargado de tu biblioteca digital o de páginas web de todo el mundo. El Zen, que incluye radio FM integrado, está disponible en versiones con 2, 4, 8, 16 o 32 GB de capacidad.

Precio: \$79.99 USD

[www.creative.com](http://www.creative.com)



# Noticias más impactantes del siglo XX1

## Recuento

Economía, política y ciencia; conoce los 10 hechos que han marcado nuestra historia en lo que llevamos andado de este nuevo siglo.♥

2 de julio del 2000

Vicente Fox gana las elecciones; el PRI pierde el poder en México después de 71 años.



26 de diciembre del 2004

Un tsunami sacude al sudeste asiático y deja miles de muertos.



11 de septiembre del 2001

Las Torres Gemelas de NY se derrumban tras el impacto de dos aviones.

2 de abril del 2005

Pesar en el mundo: muere el papa Juan Pablo II.



12 de febrero del 2001

Hito científico: la secuencia del genoma humano es identificada.



24 de agosto del 2006

El Sistema Solar se reduce: Plutón deja de ser planeta.

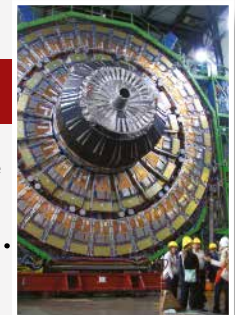


1 de enero del 2002

Europa, hacia una identidad común: comienza a circular el euro.

10 de septiembre del 2008

Gran Colisionador de Hadrones pretende recrear el Big Bang.



13 de diciembre del 2003

Saddam Hussein es capturado por fuerzas estadounidenses en Tikrit.



4 de noviembre del 2008

Cae la barrera racial: B. Obama arrasa en elecciones y logra triunfo histórico en EU.



# Elthon John

**Exitoso, extravagante y caritativo**

Nacido en Middlesex, Londres, en 1947, es considerado uno de los artistas más grandes de la historia musical. Ha complementado su fructífera carrera con sucesos controversiales y actos de caridad hacia los enfermos de SIDA y otras nobles causas en el mundo.

Su nombre real es Reginald Dwight

Inició su educación en la Royal Academy of Music, a la edad de 11 años, gracias a una beca, pero seis años después abandonó los estudios para dedicarse a la música pop

Recientemente un magnate ruso le ofreció alrededor de 4.5 millones de dólares por cantar exclusivamente para él en una fiesta privada

En diciembre del 2005 formalizó su relación con el cineasta canadiense David Furnish, su pareja sentimental por más de 12 años, al entrar en vigencia la nueva ley británica de uniones civiles homosexuales

Fundó la Elton John AIDS Foundation (1995), una de las mayores organizaciones no lucrativas para la erradicación del SIDA, a la que destina todos los beneficios de sus singles

El día 31 de este mes, Elton John llevará a cabo un concierto benéfico en pro de la calidad educativa en nuestro país. Tendrá lugar en el ex Convento de las Vizcaínas (ciudad de México) y la apertura estará a cargo James Blunt. Los boletos, que ya se encuentran agotados, costaron nueve mil pesos

A lo largo de sus más de 40 años de carrera musical, ha vendido 250 millones de discos y colocado más de 50 canciones en las listas de popularidad

En 1971 empezó a perder el cabello, situación que actualmente lo obliga a usar peluca

En 1985 participó en el concierto Live Aid, realizado en el Estadio Wembley en Londres, evento donde también estuvieron presentes David Bowie, Sting, Eric Clapton, Phil Collins y Queen, entre otros

En el 2004 la revista Rolling Stone le otorgó el lugar 49 en la lista de los 100 mejores artistas musicales de la historia

Candle in the Wind (1997), el homenaje que hizo para su gran amiga la princesa Diana, batió todos los récords, convirtiéndose así en uno de los singles más vendidos en la historia discográfica



PLAYERS of life invita a los ilustradores a participar en esta sección. En la próxima edición las estrellas serán: Eli Manning y Matt Cassel

Contacto: [victor.blankense@grupomacom.com](mailto:victor.blankense@grupomacom.com)



Este inicio de año, donde las prioridades económicas se centran más en los gastos personales y destinados a continuar con las operaciones de los negocios, debemos prevenir.

**Por Noé Garza**  
**Director de Negocios**  
**Internacionales AON**

Un accidente de auto, problemas de salud o enfermedades, accidentes en la casa habitación o en los activos, podrían desestabilizar nuestra economía.

### **Seguros Personales**

Es muy importante darle continuidad a la póliza de gastos médicos, ya que de esta forma se logran beneficios de coberturas que, al cambiar o reanudar el seguro en algunos casos, se pierde la retroactividad de ciertas coberturas que requieren de antigüedad. Un factor importante, en cuanto a las pólizas individuales, para lograr beneficios en reducción de primas, es la baja de siniestros en el periodo de la vigencia y otro factor importante es la participación del asegurado en los deducibles. Estos seguros individuales son considerados de

mucho operación, por lo que los incrementos o reducciones varían según el comportamiento de la historia de siniestros.

### **Seguros Empresariales**

Para los seguros patrimoniales existen ciclos de comportamiento de mercado que varían según las catástrofes y capacidades de las compañías de seguros. Actualmente las primas de seguros se rigen con base en el giro del negocio, exposición al riesgo, límite de capacidad, siniestralidad y deducibles. Una forma de abatir los incrementos en primas se basa en implementar un programa de prevención de pérdidas donde prácticamente las empresas, primero que nada, protegen los activos y los intereses de los accionistas, buscan alargar la vida útil de los equipos y así aseguran la continuidad del negocio.

Debe existir un compromiso de la alta dirección para que se dé prioridad a la implementación de las recomendaciones, sobre todo las que implican inversión, como los sistemas y equipos contra incendio. Este programa de prevención se debe establecer en conjunto con su asesor de seguros, así como con una compañía, y crear compromisos a largo plazo.

Para los seguros de beneficios el comportamiento de los incrementos o reducciones en primas van en función de su historia de siniestros. Una forma de buscar ahorros en las renovaciones, es implementando a través de la compañía de seguros, convenios con hospitales y laboratorios clínicos para cirugías ambulatorias. Otra manera de procurar el ahorro es teniendo programas con un médico interno para controlar la siniestralidad. ♥

# La franquicia

## al cuidado de tu salud y bienestar

Sin duda una de las situaciones que diferencian nuestra época de otras anteriores, es la consciencia que se tiene del cuidado de la salud, el bienestar y la calidad de vida.



Por Ing. René O. Díaz  
Asesor en Crecimiento  
Empresarial y Franquicias  
Gallastegui Armella

Cada día es mayor el número de personas que buscan programas de cuidado personal en forma integral, que les permita afrontar el ritmo de una vida acelerada, el manejo del estrés y en muchas ocasiones, no llevar una alimentación adecuada. Hoy en día el cuidado personal tanto en la apariencia como en la salud es un asunto prioritario y necesario para el hombre y la mujer contemporáneos, sin importar la edad y situación física, resulta imprescindible la práctica sistemática de diversos programas de actividad en conceptos tan diversos como natación, pesas, acondicionamiento físico, ciclismo, y rutinas como pilates, kick-boxing o bien, yoga y tai chi, entre otras.

Un PLAYER más que nunca debe conocer los requerimientos que su situación exige, si su vida es sedentaria o con alto nivel de compromisos sociales; sin lugar a dudas es prioritario tener un programa bien planeado de adiestramiento y acondicionamiento físico, pero lo interesante es crear un hábito y con ello, adquirir buenos valores tanto en la alimentación como en la actividad, incorporando rutinas de ejercicio.

La gran interrogante es ¿dónde y quién tiene programas integrales que me ayuden en esta necesidad, ante tiempos cada día más limitados? Es por ello que algunos gimnasios se han expandido mediante el sistema de franquicia como Curves, Bally, Rock Sport y Gold Gym Franchising, ofertando en una misma ubicación la infraestructura, equipos y sistemas que

permiten la mejora corporal e incremento de la condición física, convirtiéndose en una alternativa viable y accesible, con programas que se adaptan a la necesidad individual del hombre o mujer modernos. También hay sistemas de acondicionamiento físico infantil en conceptos tan innovadores y distintos como The Little Gym, Pee Wee Workout y Children's Fitness Center, donde el niño desde sus primeros años va adquiriendo habilidades psicomotoras que le permitirán en edades mayores tener más facilidad de practicar deportes.

La buena nutrición es un hábito que resulta indispensable adquirir. Tener expertos calificados que guíen un plan alimenticio acorde a mi realidad física, estilo de vida y aspiraciones, es un aspecto importante que expertos en nutrición como La dieta de los Asteriscos, Quita Kilo y Body Factor, mediante sus unidades franquiciadas hacen posible, complementando los productos alimenticios y suplementos nutricionales de GNC Franchising y Weight Loss Center, que contribuyen a hacer de la comida y nutrición una fuente de bienestar.

Y qué decir de la apariencia, ámbito en que las clínicas de cosmetología, depilación láser, centros de bronceado, cuidado de la piel y estéticas son un apartado tan trascendente en la vida de un PLAYER, que bien merecen ser analizados en un artículo posterior.

La salud y una buena apariencia son consecuencia de un plan de vida, la franquicia nos da múltiples opciones de realizarlo y dar solución integral a nuestro cuidado personal.

En este inicio de año tienes la oportunidad de elegir aquello que te ayude a lograr tus objetivos en esta área de tu vida.♥



### DATOS DEL COLABORADOR

René O. Díaz: Ingeniero Industrial (UIA), Maestro en Administración de Empresas (ITESM) y Alta Dirección de Empresas (IPADE). Director General de Asesoría y Consultoría en Franquicias, SC y Socio de Orbere Consulting, SA de CV y Dire & Asociados, SC, entre otras.

[editorial@playersoflife.com](mailto:editorial@playersoflife.com)



LACOSTE



un peu d'air sur terre

Lacoste Monterrey: Centro Comercial Calzada del Valle, Avenida Calzada del Valle No. 401 local D-4 Colonia del Valle San Pedro Garza García  
y Galerías Valle Oriente Calle Lázaro Cárdenas No. 1000 local No. 1102 Primer Nivel Colinas de Valle Oriente Monterrey  
Nuevo León, Monterrey

[www.lacoste.com](http://www.lacoste.com)

# Fría moda



Fotos: Arturo Morán  
Coordinación de moda: Victor Blankense  
Modelo: Octavio Garfias  
Agradecemos al Hotel Chipinque todas las atenciones prestadas





Pantalón negro, suéter y abrigo, Ermenegildo Zegna.



Chaqueta de cuero, camisa de rayas, pantalón y cinturón de piel, **Salvatore Ferragamo**.



Traje negro, camisa blanca,  
corbata y abrigo negro,  
Ermenegildo Zegna.





Pantalón caqui, camisa, chaleco  
y abrigo. **Ermenegildo Zegna.**

Perfección en  
cada segundo

El mejor regalo que existe es un buen reloj, y si en Navidad no lo recibiste, no te preocupes, todavía puedes pedirselo a los Reyes Magos.



**Kalpa Tonda 42 tourbillon-  
PARMIGIANI**

Movimiento: Manual.

Material: Caja en oro amarillo de 42 mm y brazalete en piel color café.

Complicaciones: Tourbillon y reserva de marcha de 7 días.

**Edición limitada a 100 piezas**

**Contemporary Millenary Man  
Day-Date AUDEMARS PIGUET**

Movimiento: Automático.

Material: Caja en oro blanco de 18 k, con fechador y brazalete en piel color negro.

Hermeticidad: 20 m.



Modelos disponibles en  
**emwa**  
Joyeros desde 1949



### **Vintage Portofino IWC**

**Movimiento:** Manual.

**Material:** Caja en acero de 46 mm y brazaletes en piel color negro.

**Complicaciones:** Fase lunar.

**Hermeticidad:** 30 m.



### **Kalpa Hemispheres PARMIGIANI**

**Movimiento:** Manual.

**Material:** Caja en acero, fechador y brazaletes en piel de cocodrilo color negro.

**Complicaciones:** Segunda zona horaria.



**Porsche Flat Six**

Automático  
 Cara negra/Date  
 Caucho negro  
 Acero inoxidable pulido



**Porsche Flat Six**

Automático/Crono  
 Acero inoxidable pulido  
 Cara gris con negro



**Porsche Dashboard**

Automático/Crono  
 Titanio/Caucho  
 Cara roja

Modelos disponibles en  
**GHIBERTI**  
 arte milenario



B A U M E & M E R C I E R & M E

Fotografía: © 2008, Erdmann



Ha llegado la HORA de marcar la diferencia. Descubre cómo Baume & Mercier y TERI HATCHER colaboran con los programas para mejorar la educación de nuestros niños, la investigación para el tratamiento de la curación del cáncer, así como la protección del medio ambiente visitando nuestra página web: [www.baume-et-mercier.com](http://www.baume-et-mercier.com)

**BAUME & MERCIER**  
GENEVE • 1830

**GHIBERTI**   
arte milenario

GALERÍAS VALLE ORIENTE  
Av. Lázaro Cárdenas #1000, L-1141  
Tel: 8486 0303, Monterrey, N.L.  
[info@ghiberti.com.mx](mailto:info@ghiberti.com.mx)

PLAZA FIESTA SAN AGUSTÍN  
Batallón de San Patricio #1000, L-2432  
Tel: 8368 4811, San Pedro Garza García, N.L.  
[www.ghiberti.com.mx](http://www.ghiberti.com.mx)



RIVIERA





## Diseñando el éxito

Su carismática personalidad, su habilidad para los negocios y su amplio talento para diseñar, lo han llevado a lograr una carrera llena de éxitos dentro de las marcas de moda más vanguardistas de nuestro tiempo.

Considerado uno de los crecimientos meteóricos más fuertes en la historia del fashion, Christian Audigier ha utilizado sus diseños y su aguda experiencia en los negocios, como un medio para convertirse en icono del mundo de la moda en el corto periodo de cuatro años. A través de empresas internacionales, por medio de nueve grandes marcas ha conseguido presentar más de 60 exitosas colecciones.

Audigier tiene a su cargo un conglomerado de marcas entre las que se incluyen: Ed Hardy, Christian Audigier, SMET y Crystal Rock. Las de reciente aparición son: C-Bar-A, Savoir Faire, Evel Knievel, Rock Fabuloso y Paco Chicano, las cuales se distribuyen en Estados Unidos, Europa, Asia y algunos países del Continente Americano.

Christian comenzó la carrera de sus marcas dentro de la industria de la moda después del fortuito lanzamiento de MacKeen Jeans. Asimismo, ha participado en los diseños de grandes firmas como Diesel, Fiorucci, Bisou Bisou, Levi's y NafNaf American Outfitters. El estilo de Audigier es tan sencillo de identificar, que en la actualidad se le conoce como King of Jeans, es decir, "El rey de la mezcilla".



Recientemente Audigier proyectó su ingenio junto a la empresa americana trasnacional Von Dutch, donde ha logrado catapultar la marca desde la oscuridad hasta convertirse en un nombre reconocido en el mundo entero.

Ha sido creador de tendencias de moda responsables de revolucionar la industria, entre ellas las famosas gorras truck (cachuchas de camionero), las cuales han sido utilizadas por la mayoría de las personalidades del espectáculo y los jóvenes estudiantes, entre muchos otros sectores.

Sin duda alguna, Christian Audigier, quien llevó la responsabilidad de Van Dutch, usó toda su experiencia y conocimientos dentro de esas compañías para ir abriendo camino a lo que sería su próxima gran empresa.

Fue en el año 2004 cuando el famoso diseñador dejó la dirección de la marca Von Dutch para por fin lanzar sus mejores colecciones en la tan recurrida marca Ed Hardy. En específico se le concedieron los diseños exclusivos de Don Ed Hardy, a quien comúnmente se le conoce como el Padrino del Tatuaje. Con Ed Hardy, Christian no sólo ha construido una marca, sino que ha desarrollado todo un estilo de vida de alta costura, proveniente de la calle: ha comercializado, como si fueran pan caliente, las marcas Ed Hardy y Christian Audigier, alcanzando envidiables metas en el mundo de la moda.

Las celebridades se han convertido en las princi-

pales seguidoras de esta marca, entre ellas hemos visto a Madonna, Britney Spears y Kanye West portar en múltiples ocasiones diseños que emergen de la creatividad de Audigier. El famoso diseñador francés declaró que en su base de datos de compradores asiduos se encuentran cerca de cinco mil famosos de todo el mundo, particularmente atletas y músicos de todos los géneros.

En el 2008, Christian anunció al mundo su última aventura de la moda, a la que llamó "When I Move You Move" ("Cuando me muevo te mueves"), dentro de un desfile en que se presentaron todas las marcas de la familia Audigier. En esta exposición se exhibieron 60 nuevos productos, incluyendo tan diversos ámbitos, como prendas de vestir, joyas, patines, chocolates, vino, agua, vodka e inclusive, un aromatizante.

Pero, este famosos diseñador no sólo está triunfando en del mundo de la moda, sino que también logró introducirse a la diversión nocturna, abriendo la cadena del Christian Audigier The Nightclub, ubicado en Treasure Island, Las Vegas. Un mejor punto no pudo haber tenido, en el paraíso del juego y la diversión. Dentro del club, el glamour que tiene el rock'n'roll es su máxima inspiración, misma que alimenta el estilo del famoso diseñador. En las paredes del centro nocturno se pueden apreciar diferentes diseños de Christian. Actualmente, es el lugar de moda en Las Vegas. ♣



# BIO

Christian Audigier nació en la ciudad de Avignon, en el sur de Francia. Su vida encarna y representa la mejor muestra de lo que significa alcanzar el éxito del sueño americano. En la actualidad reside con su familia en Los Angeles, California. Su impresionante lista de logros, sagaz sentido de los negocios y carismática personalidad, lo han llevado a tener en sus manos el éxito mundial del que goza hoy en día.



**TechnoMarine**  
GENÈVE

[www.technomarine.com](http://www.technomarine.com)

**GHIBERTI**   
arte milanese

Plaza Fiesta San Agustín - (51) 8368 4811  
Galerías Valle Oriente - (31) 8486 0303

# Brasil

Belleza exuberante



- \* Un país cosmopolita y cautivante, que asegura a sus visitantes el placer y la vitalidad, mezclados en sus soleadas playas de aguas cristalinas y el ritmo multicolor de su gente. \*

# Río de Janeiro: sol y diversión



Carnaval de Río

Uno de los sitios brasileños más preciados por los turistas es Río de Janeiro, “la ciudad maravillosa”, que tiene paisajes bellísimos y en la que se realiza la fiesta popular más grande del mundo: el carnaval. Aunque este evento es popular en todo Brasil, es en Río de Janeiro donde se celebra con más fuerza, lujo y glamour, reuniendo cada año a miles de personas que participan o son espectadores de los fastuosos desfiles de las escuelas de samba.

El foco de la fiesta es la Parada del Marquês de Sapucaí, en el Sambódromo, donde las escuelas de samba celebran el campeonato de la especialidad. El ritmo, los colores, los trajes deslumbrantes y las bellas líneas de los cuerpos femeninos en movimiento son los llamativos ingredientes del espectacular concurso.

El carnaval tiene lugar cuarenta días antes de la Pascua (marcando el comienzo de la cuaresma). Este año se llevará a cabo del 2 al 5 de febrero. El primer desfile de las escuelas de samba en el Sambódromo será el domingo 3 de febrero, desde las nueve de la noche y hasta el amanecer.

Y para después de la fiesta, nada mejor que disfrutar de las bellas playas de Río. Una de las más famosas, no sólo de Brasil sino del mundo, es Copacabana, que despliega sus onduladas arenas a lo largo de una zona residencial muy poblada. En Copacabana la vida es dinámica tanto de día como de noche, y es el escenario de gran parte del turismo de la ciudad, debido a la concentración de hoteles, restaurantes y tiendas. Otras playas atractivas de la ciudad son Ipanema, Pepino, Barra da Tijuca, Flamengo y Arpoador.

Capital de Brasil por casi 200 años, Río de Janeiro es uno de los principales centros culturales del país, con sus innumerables cines, teatros, museos, salas de concierto, casas de show, galerías de arte y bibliotecas; en donde la visita obligada es subir el cerro del Corcovado, lugar donde se encuentra el Cristo Redentor.



Cristo Redentor



Copacabana

## Sao Paulo: urbe cosmopolita

Es la ciudad de Brasil con mayor población, la de mayor parque industrial y producción económica, la de mayor registro de inmigrantes y por supuesto, no podría dejar de ser la urbe más cosmopolita de Sudamérica. Identificada como centro comercial, industrial y financiero, Sao Paulo puede ser el lugar ideal para quien gusta disfrutar de las actividades y la vida nocturna de las grandes ciudades. Entre los sitios de interés destaca el Teatro Municipal, de estilo barroco; el edificio Copan de Niemeyer; el Museo de Arte de Sao Paulo; y el Patio del Colegio, primera edificación de la ciudad.

Sin embargo, Sao Paulo también ofrece una gran variedad de playas para los amantes del sol. Entre las más fascinantes están Sao Vicente, Praia Grande, Mangaguá, Itanhaém, Peruíbe, Ilha Comprida, Bertioga, Ubatuba, Caraguatatuba e Ilha Bela, caracterizadas por su rara belleza, y además, porque algunas, aún hoy, permanecen poco habitadas, convirtiéndose en verdaderos refugios preservados, con la Mata Atlántica circundando sus escondites de arenas blancas, aguas tranquilas, mucho sol y un pueblo hospitalario.

Por si esto fuera poco, Sao Paulo es considerado uno de los mayores polos gastronómicos del mundo. Una red de de mil restaurantes ofrece comidas típicas de todas las regiones de Brasil y un variado menú internacional. Por eso, el esparcimiento siempre incluye ir a un restaurante después del teatro, el cine, antes de bailar, o después de hacer las compras.



Museo de Arte de Sao Paulo



Teatro Municipal de Sao Paulo



Ipanema

## Visitantes famosos

Brasil es un destino cautivador para cualquier visitante, incluso para los famosos que se dejan seducir por su incomparable belleza. Javier Bardem y Penélope Cruz, la pareja de actores españoles, decidieron elegir la paradisíaca isla tropical de Fernando Noronha para vacacionar. Es una región sumamente protegida que sólo admite el desembarque de 120 visitantes al día, con un máximo de 420 turistas al mismo tiempo.

Otra pareja famosa que decidió vivir su romance en Brasil es la conformada por la modelo brasileña Gisele Bündchen y el actor Leonardo DiCaprio, quienes realizaron un viaje turístico por el Amazonas y se asolearon en las playas de Sao Paulo. ♥



## Hoteles



### Fasano Hotéis

El mejor hotel boutique de la ciudad, no sólo por estar ubicado en un lugar de moda, sino también por la calidad de sus servicios.  
Rua Vittorio Fasano 88  
Sao Paulo, SP, Brasil 0141-020  
Tel: +55 11 3896 4000  
Fax: +55 11 3896 4156  
Email: sp@fasano.com.br



### Grand Hyatt Sao Paulo

Situado en el corazón de la ciudad, en la zona financiera conocida como Marginal Pinheiros.  
Avenida das Nacoes Unidas 13301  
Sao Paulo, SP, Brasil 04578-000  
Tel: +55 11 2838 1234  
Fax: +55 11 2838 1235  
Email: reservations.ghsaopaulo@hyattintl.com



### Copacabana Palace

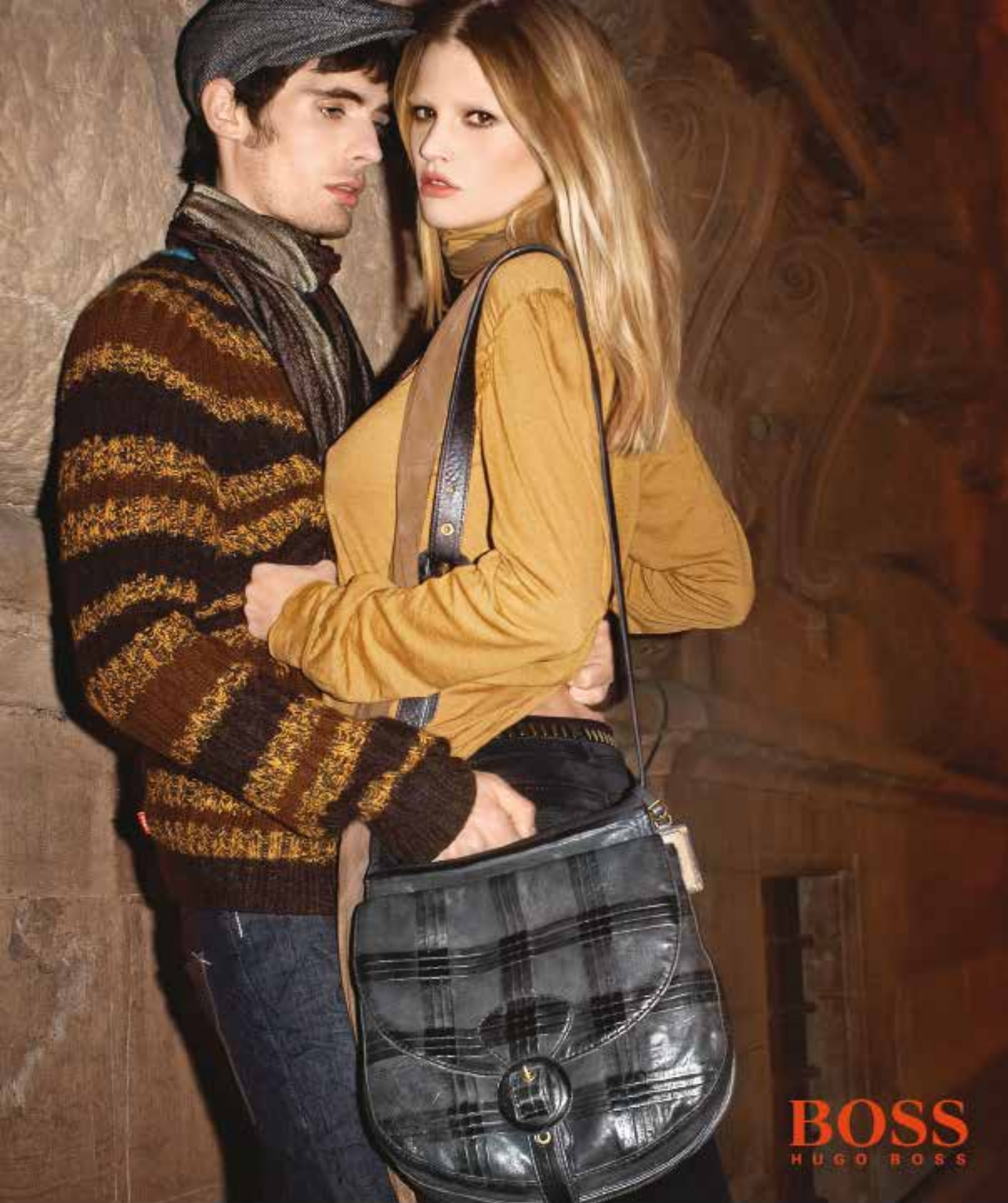
Localizado en la playa de Copacabana, es uno de los sitios preferidos de los famosos para hospedarse.  
Avenida Atlântica 1702  
Rio de Janeiro, RJ, Brasil 22021-001  
Tel: +55 21 2548 7070  
Fax: +55 21 2235 7330  
Email: reservas@copacabanapalace.com.br



### Rio 180° Suites & Cuisine

Ubicado en una zona tranquila y segura del barrio de Santa Teresa, a 15 minutos de Ipanema.  
Rua Dr. Júlio Ottoni 254  
Santa Teresa, RJ, Brasil  
Tel: +55 21 2205 1247  
Fax: +55 21 8700 5114  
Email: rio@rio180hotel.com





**BOSS**  
HUGO BOSS

Plaza XO Monterrey • Plaza 401 Monterrey

# Festejo invernal

## Temporada 2009

Por Rebeca Mijares Q.  
Fotografía Francisco Mijares Q.

Como todo en esta vida depende de las tendencias de moda, también en tu forma de festejar puedes lucir trendy, así que para que lo logres, te traemos las bebidas que serán el éxito de esta temporada. Recuerda que para ser un buen anfitrión, debes ofrecer la mejor mesa, el mejor vaso y la mejor cara.♥

### White Russian Espresso

- 2 oz de vodka Stolichnaya
- 1 ½ oz de licor de café
- 1 ½ oz Starbucks *double shot* espresso (lata)
- 2 oz de crema o leche
- Guarnición una cereza



Agrega hielo en un vaso *old fashion*, sirve el licor de café (Kalahua o Tía María), después el Starbucks *double shot* espresso y el vodka. Al final añade la crema o leche hasta llenar el vaso, y guarnición con una cereza.



### Red Stuff

- 1 oz de vodka
- 3oz de Alize Red Passion
- 1 *splash* de amaretto
- Refresco de limón

En un vaso *old fashion* coloca vodka, Alizée red passion y un *splash* de amaretto, posteriormente vierte el refresco de limón y para decorar, utiliza una cereza.

### Plato Español

- 70 gr chorizo español
- 4 boquerones
- Tomates cherry rellenos de queso crema
- Cacahuates y nueces de la India
- Galletas saladas

En un plato acomoda el chorizo español cortado en aproximadamente siete rebanadas, también coloca los cuatro boquerones y los tomates cherry rellenos de queso crema. Además sirve en pequeños recipientes cacahuates, nueces de la India y galletas saladas para limpiar el paladar de los sabores fuertes.





La Mejor Cocina de Mariscos de la Costa del Pacífico

Un nuevo integrante de la familia en

**Cd. de México**  
Insurgentes Sur

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

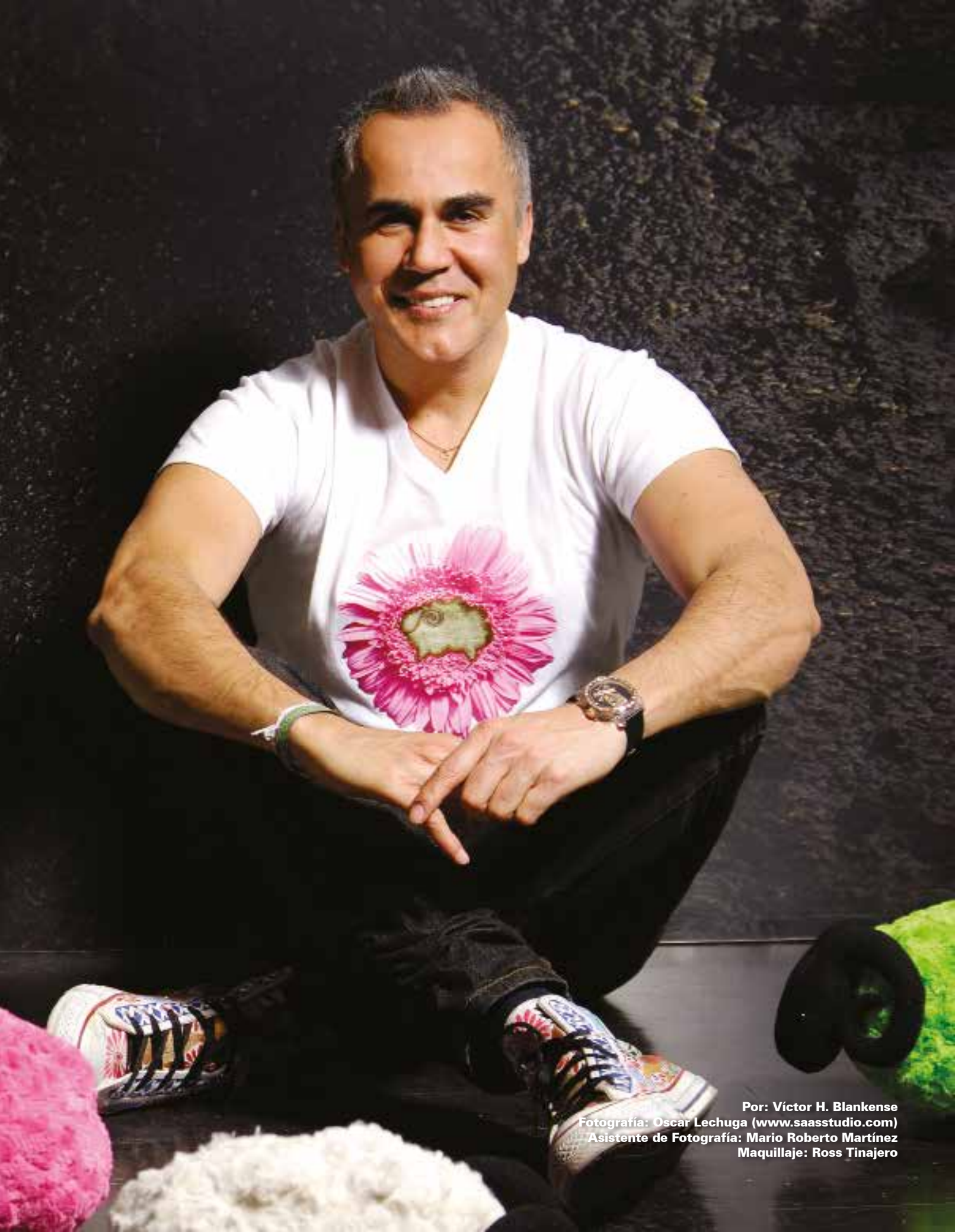
Culiacán Mazatlán Tijuana Mexicali Cd. Juárez Guadalajara Cd. de México Monterrey Toluca San Diego USA

# Ricardo Seco

un diseñador con visión de empresario...

Creatividad, pasión y vocación son las características que definen el resultado del trabajo de este diseñador lagunero que actualmente triunfa en los escaparates de la moda mexicana.





Por: Víctor H. Blankense  
Fotografía: Oscar Lechuga ([www.saasstudio.com](http://www.saasstudio.com))  
Asistente de Fotografía: Mario Roberto Martínez  
Maquillaje: Ross Tinajero

**E**n exclusiva para PLAYERS of life, tuve el placer de realizar una cálida y agradable entrevista al famoso diseñador de modas Ricardo Borrego Seco, quien con su sencillez y buen sentido del humor, nos deja conocer más sobre su vida personal y nos habla de sus experiencias. Actualmente maneja su propia marca llena de color, diseño, texturas y movimiento bajo el nombre Ricardo Seco, en un local ubicado en el corazón la colonia Condesa, en la capital del país, un espacio donde se encuentra la esencia de un lagunero que con una vasta trayectoria en la industria de la moda, logra expresar sus sentimientos plasmados en prendas. Además, actualmente Ricardo es Director Creativo de Converse México, firma en la que ha podido catapultar la marca Converse by Ricardo Seco, demostrándole al mundo su capacidad de imaginar y hacer realidad su sueño: la moda.

**—Sabemos que estudiaste la carrera de Relaciones Industriales, y que incluso la ejerciste con agrado durante algunos años. ¿Cómo fue que diste con tu verdadera vocación: el diseño de moda?**

—Desde muy pequeño me sentí identificado con la ropa. Cuando íbamos de viaje con mi familia, lo primero que hacía era ir y observar los aparadores. Te estoy contando de cuando estaba en primaria, cuando íbamos a los viajes de compras a Laredo siempre opinaba acerca de lo que mis hermanos y papás comparaban; era como si pasara por mi aprobación. Después, ya estando en secundaria me dio por comercializar ropa, asimismo participaba en bazares típicos navideños, ese fue sin duda mi primer contacto con la moda, pero sinceramente en aquel momento era un sueño guajiro pensar que yo sería diseñador... Me cambié tres veces de carrera y ya en la última mi papá me dijo: "hijo, ¿y por qué no te vas a Italia y estudias diseño de mo-

das?" Mi respuesta inmediata fue negativa, aunque tuviera el deseo no lo aceptaba, ya que en provincia eres más juzgado y tiendes a seguir lo que hacen los demás en vez de lo importante, que es ir tras tu propio sueño.

**—¿Fue un proceso largo asimilar que el centro de tu vida sería la moda?**

—Sencillamente puedo afirmar que es un proceso, y en mi caso, tengo que aceptar que gracias a la familia que me tocó tuve oportunidad de muchas cosas. En ese momento no hice caso de lo que me decía mi papá y opté por estudiar Relaciones Industriales en la Ibero Laguna, de la cual guardo excelentes recuerdos, al igual que de las demás escuelas donde estuve. Finalmente terminé y tuve la oportunidad de trabajar en Grupo Libra, lo que fue una experiencia increíble. Estuve como Jefe de Personal de una maquiladora que se llamaba Marvi, ahí aprendí y conocí los problemas y el trabajo de producción; pero también disfrutaba todo el proceso de su función. En aquel momento hacíamos los jeans de Gap. Después tuve la oportunidad de trabajar para una empresa de tarjetas de crédito internacionales como ejecutivo de cuenta de Durango y Coahuila, experiencia que también disfruté mucho y me permitió conocer gente, y el negocio de una tarjeta de servicio corporativo.

**—Cuéntanos ¿cómo te desprendiste físicamente de La Laguna?**

—Comencé a tener la inquietud de cambiar de residencia, y se presentaron varias oportunidades de trabajo, pero vino la más importante y que decidí tomar: me fui a trabajar a Ciudad Juárez, en la agencia aduanal de mi hermano Job; conocí todas las funciones, hasta que llegué a ser el Gerente General.

**—¿Cómo te trató esa ciudad?**

—De Juárez te puedo decir mil cosas increíbles: trabajo, amigos, estabilidad. Esa experiencia laboral me dio la oportunidad de ir tras mi sueño, ya que aunque trabajaba a gusto, tenía amigos muy padres y ganaba bien, sentía que me faltaba algo, y era que no estaba haciendo lo que yo en verdad quería.

**—¿Cómo fue el proceso para que avanzaras al siguiente paso?**

—El confort muchas veces te detiene para no arriesgarte, y pues yo primero me arriesgué a irme a estudiar moda en Milán durante un verano. Imagínate, yo ya todo un ejecutivo llegando al país de la moda, con una cultura impresionante sobre ese tema.

**—¿Qué fue lo primero que te impactó al estar en el epicentro de la moda?**

—Darme cuenta de que la moda no es superficial, que en ese lugar es como para nosotros la leche en Torreón, es lo que mueve a la economía y de alguna manera es su reactor. Fue un shock total, yo no sabía eso, y luego llegar al colegio en donde los estudiantes son diez años más chicos que tú y dibujan como fotocopiadoras, y yo que había estado alejado de esas habilidades; fue algo frustrante, pero decidí hacerlo y el resultado al final de curso fue: "quiero dedicarme totalmente a esto".

**—Y centraste todos tus esfuerzos en formarte como profesional de la moda...**

—Pero, mientras dibujaba y recortaba tela, en la madrugada me hablaban de la agencia aduanal para decirme que había tocado rojo en una importación y yo tratando de solucionar situaciones desde el otro continente. Así terminé dos veranos, pero cada que concluía, mi responsabilidad era la agencia. Supe que debía decidirme a dejar todo y seguir mi sue-



ño; y finalmente así sucedió al regresar de otro curso en París, en ese momento dije: “en un año dejo todo y me dedico a esto, nada más”.

### —¿Cómo marcó tu vida esa decisión?

—Ha sido, sin duda, la decisión más difícil de mi vida, porque implicó dejar todo y con ello, la seguridad. Tuve que asimilar lo más difícil: que habría gente que no entendería mi determinación, porque me querían y temían que me fuera mal y posteriormente me arrepintiera. Me pasaron mil cosas por la cabeza, pero lo que siempre estaba presente era creer en lo que quería hacer, y eso lograba contagiárselo a la gente que estaba cerca de mí.

La felicidad es lo que uno logra con sus acciones y no lo que te dicen que hagas.

### —¿Qué te emociona más: el momento en que te inspiras para realizar una colección o cuando ves tus prendas lucir en un desfile de modas?

—Ambas tienen momentos gratificantes. El desarrollo de una colección para mí es expresar lo que siento en ese momento, reflejarlo en ropa; todo empieza a coincidir, desde que decido el tema, las telas, las siluetas, la idea, la música, los modelos, la logística y la invitación, hasta el día de la presentación, en que la adrenalina está al máximo. Es importante que todo esté como lo planteaste en el ensayo, pero es más gratificante cuando mi gente está presente, mi familia y mis amigos; disfruto mucho cuando mis invitados de Gómez Palacio y Torreón vienen a mis desfiles, me emociona verlos, me da fuerza, me reconforta; incluso la prensa me lo dice: “en tus desfiles pasa algo extraño, la gente vibra con una energía distinta, eso simplemente se siente”.

### Tu nombre es Ricardo Borrego Seco, ¿por qué optaste por dejarte solo el segundo apellido en tu marca?

—Para mí es tan importante el primero de mis apellidos como el segundo. Desde hace ocho años que comencé mi carrera, elegí

llevar el segundo apellido en el nombre de la marca y opté por utilizar al Borrego como logo. Mi papá siempre nos decía que era importante que también usáramos el apellido materno, así que se que él está orgulloso de mi, de mi nombre y de mi marca.

### —¿Qué rasgos definen al estilo de Ricardo Seco?

—Pues que la ropa es como yo, sin pretender nada más. Es difícil para mí definir mi estilo, eso se lo dejo a los que lo ven desde fuera. Yo sólo puedo decir que en mi ropa trato de transmitir mi esencia, lo que sueño.

### —Desde tu punto de vista como experto en el diseño, ¿qué necesita México para destacar en el mercado interno y externo de la moda?

—Creo que nos faltan apoyos gubernamentales, más consciencia de negocio y una infraestructura que nos permita aterrizar las ideas. En México hay mucho talento, nos falta creer en eso y vernos como lo que somos: un

país con una cultura y unos valores que nos hacen únicos, y que al transmitirlo en las diferentes disciplinas te haga decir “estamos presentes y muy bien”. El famoso dicho de que siempre nos falta un poquito más, ya pasó. Eternamente a todos, en cualquier lugar, nos faltará algo; todos tenemos una misión, la que sea, y en ella no deben existir la envidia y el egoísmo.

### —El mundo de la moda se ha visto envuelto por una fama de frialdad y misterio. ¿Quiénes lo manipulan en nuestro país?

—Pues hay de todo: gente increíble y otros a quienes de repente les cuesta trabajo entender que llegue alguien y se atreva a decir lo que piensa, personas que sabes que sólo van a estar en la fiesta, unos cuantos más son oportunistas; pero en fin, todo es parte de este mundo que para mí es lo máximo, que comparto con mis amigos, respetando a todos y dándole a cada uno el lugar que se merece. Creo que realmente cuando tú res-



petas, la gente te respeta; en lo personal siento que también me ha ayudado mi carácter, porque es totalmente cierto que al final la gente te va a ver como tú quieras que te vea.

### —¿Cuál es el grado de dificultad que enfrentan los diseñadores de moda del interior del país para expresar sus propuestas a nivel nacional?

—Que todo está centralizado en la ciudad de México, todo se mueve de este lado: la prensa, el lugar para estar y hacerse notar continúa siendo la capital; en Monterrey y Guadalajara pueden tener algo, pero en México están todas las marcas que te pueden patrocinar, la gente especializada, las oficinas de las tiendas departamentales, la mayor fuerza de los medios. Creo que sí es muy importante la proyección nacional e inclusive la internacional, pero no debemos olvidar el compromiso de acercar la moda al interior. En lo personal, me encanta cuando voy a provincia, los organizadores siempre me dicen “aquí no es México”, y yo les contesto, “cálmense, ya lo sé, soy de La Laguna”.

### —¿Realmente en México es redituable la labor de un diseñador de modas independiente?

—Creo que como en cualquier profesión, tú diriges el rumbo de tu negocio; por supuesto, la moda es más difícil, porque en nuestro país no tenemos una cultura amplia al respecto, aunque ya estamos acabando con el malinchismo con el que crecimos. Ahora es distinto, la gente empieza a acercarse a consumir la moda mexicana, pero creo que eso también depende de los diseñadores, de encontrar la forma de hacer más propuestas y generar más ingresos. Yo soy así: me encanta crear cosas, conceptos, ideas, ropa, y de todo trato de sacar provecho; a mí que no me vengan a decir que no puedo hacer tal cosa, porque estoy convencido de que todos podemos decir y hacer lo que queramos, pero con el objetivo y la consciencia de hacerlo bien.

### —¿Qué significa ver tus diseños exclusivos hechos realidad dentro de tu tienda?

—Ver mi ropa en mi tienda es lo máximo, pero lo es más cuando ando en la calle, en un restaurante, en una fiesta o disco y veo gente con mi ropa, y más cuando se acercan y me dicen: “esto es tuyo”. Ha habido ocasiones en que me comentan: “siempre que me pongo tu camisa me pasa algo bueno”... Eso es lo mejor.

### —Además eres Director Creativo de Converse México,

### ¿qué sensación te produce ver que el resultado de tu trabajo se encuentra en las calles?

—Ver que una marca comercialice el resultado de dirigir la parte creativa es increíble, pero lo es más cuando todas las tiendas departamentales y boutiques especializadas la venden; ver que contigo empezó el proyecto, la verdad es muy gratificante, aparte de que es una marca que es como Ricardo Borrego Seco, no le importa si eres o si no eres, si tienes o no tienes, somos marcas que sencillamente te permitimos ser.

### —Con tu experiencia, ¿pudieras decirnos qué aspectos clave y estrategias son necesarios para que un negocio relacionado con la moda funcione y alcance el éxito?

—Enfocar bien tu mercado. Tener un buen equipo. Recordar siempre que la moda no es un *hobbie*, sino un negocio. No hacer tuyas las experiencias de los demás, sólo observarlas y tomarlas, teniendo en cuenta que actuamos y reaccionamos diferente. Creer en ti. Sentir lo que haces. Ser tú y no olvidar de dónde vienes. Ser honesto y leal. Y algo muy importante: sacar provecho de que eres de La Laguna, no me preguntes qué, pero siempre hay algo que nos hace distintos: valores, humor, netas... esto no todos lo tienen, y ayuda muchísimo.

### —Siempre has sido muy constante en tu formación. ¿Qué le aconsejarías a los jóvenes diseñadores para destacar en esta atractiva actividad?

—Que se atrevan, que den todo, que cuando sientan que deben hacer cualquier cosa, tengan el valor y la hagan. Que les dé gusto cuando le vaya bien a la gente; que disfruten el hoy y el ahora, porque sólo así sabrán qué sigue; que se preparen, y que cada uno haga su propia estrategia. Que entre más se parezca a ti lo que haces, la gente lo recibirá con mayor congruencia.

### —¿Qué planes vienen para Ricardo Seco en el corto, mediano y largo plazo?

—Actualmente estoy con mi tienda en La Condesa, en la ciudad de México; hay planes de una en Monterrey y otra en Playa del Carmen. En lo referente a la internacionalización, me acaban de invitar al Fashion Week de Los Angeles y me estoy preparando para ello, porque quiero conocer el mercado norteamericano. Además tengo un proyecto con Disney; otro proyecto muy interesante con una marca de tequila, de la cual no puedo decir el nombre; y un programa de televisión. La verdad, el 2009 viene con todo para Ricardo Seco, estoy contento y creo que lo voy a estar más.♥

**Torreón:** Humor, “La Pestaña”, lonches, reborujado, nieve

**Diseñador admirado:** Carlo Demichelis

**Marca favorita:** Ricardo Seco y Converse

**Color:** Negro

**Aroma:** Limpio, cítricos

**Material ideal:** Lino

**Propósito 2009:** Internacionalización

**País preferido después de México:** España

**Hobbie:** Ahora el cine, la música, las revistas

**Pasarela:** Emoción

**Borrego:** Mi papá, lo máximo, por eso es mi logo, mi apellido, mi familia, lo mejor

**Nueva York:** El lugar

**La mejor modelo:** Muchos: Uriel, Amanda, Marcus, Román

**Converse:** Agradecimiento por creer en mí, aprendizaje, visión de negocio, la mejor marca, la única que en 100 años ha sabido estar

**Runway:** Oportunidad





**NUEVA**



MÁS LIGERA



TODO CON MEDIDA

[www.gmodelo.com](http://www.gmodelo.com)

083300201C2137



# 2008

## ¿un nuevo *zeitgeist*?

### Balance y perspectiva

En un recorrido multifacético por el año que recién hemos concluido, lo mejor que podemos destacar es la intención de vivir intensamente este 2009 que despunta.

**Por Heriberto Ramos Hernández**  
Especialista en Economía y Finanzas

Originalmente *zeitgeist* es una expresión del idioma alemán que significa “el espíritu del tiempo”. Denota el clima social, intelectual y cultural de una era. Los hechos y las ideas que identifican y además sintetizan los signos, señales, significados, sentimientos, constructos e improntas de una colectividad que se mira y se re-conoce de tiempo a tiempo. Para Google, *zeitgeist* es el ranking de las palabras con mayor número de búsquedas, como si algún antiguo oráculo llevara la estadística temática de sus consultas. ¿El término más buscado?: “Sarah Palin”, por el trance del anonimato a la fallida vicepresidencia, pero potenciado también desde el ocio cibernauta; por ese aire de oficinista golosa, por un pasado de aspirante a Miss Alaska, y por los 145 mil dólares gastados en vestuario e imagen durante 60 días de campaña.

"Reforma" es la palabra más buscada en México. Este país que anhela una nueva forma, porque la que hoy tiene ya no nos gusta ni nos ayuda. La violencia y la inseguridad que nunca será exorcizada con marchas blancas. Los monopolios, sean públicos o privados. El reclamo que asoma indignado desde el "si no pueden, renuncien", hasta el hartazgo del "eso es no tener madre", y un par de adolescentes, lamentablemente entre muchos, que este año ya no verán el sol, como no lo verán los más de cinco mil muertos que sólo en 2008 arrojó la guerra contra el narco.

"Pemex", la segunda palabra más buscada. ¿A dónde se nos fue la renta petrolera? Un dilema multidimensional, que alcanza temas de incertidumbre y desventajas comparativas en insumos energéticos, calentamiento global, insuficiencia tributaria, irresponsabilidad en el gasto corriente, balanza de pagos y exportaciones, y presupuestos aptos para la opacidad en los derroches del "feudalismo". Gobernadores y Alcaldes, señores de horca y cuchillo, "Gobers" preciosos, piadosos y bailarines, Ediles motociclistas, y helicópteros del amor. Un Secretario de Gobernación sumamente criticado, y un experto policiaco frecuentemente amenazado, que viajan juntos en la aeronave que se desploma en Monte Pelvoux y Ferrocarril, pero que no alcanza la Reforma. Seguimos esperando la rifa de Hummers. Con suerte y tal vez podamos amortiguar las minusvalías de las afores, la abrupta depreciación del peso o la desaparición de nuestro banco en Wall Street.

Lehman Brothers y Bear Stearns ya no existen. Merrill Lynch fue absorbido por Bank of America, a su vez salvado por el

Departamento del Tesoro. Morgan Stanley y Goldman Sachs perdieron el glamour de la banca de inversión para así conseguir la captura de depósitos masivos y recibir apoyo gubernamental como cualquier banco de ventanilla. JP Morgan Chase y Citi sobrevivieron como los viejos mamuts de la banca conservadora, pero aún no sabemos de qué tamaño será el desastre.

700 mil millones de dólares a cargo del contribuyente norteamericano. Un monumento a lo que en el argot de la teoría económica llamamos "riesgo moral". Sí, ganancias privadas, pero pérdidas públicas cuando las hay. Keynes regresa con un Estado como renovado motor económico, quizás único por ahora. Citar a Marx se devela moda retro para cuestionar la eficacia del mercado como transmisor del riesgo sistémico. La exuberancia irracional de Greenspan, quien también se confiesa sorprendido. El Premio Nobel de Economía para el profesor Paul Krugman, acérrimo crítico de la política económica de Bush, quien ya no pidió queso, sino menos zapatazos.

El precio del petróleo en montaña rusa, desde 150 dólares hasta menos de 35 en cuatro meses. El fantasma de los derivados que no van al súper, sino a "la comer". Las Bolsas mundiales que nos recuerdan que todo lo que hace *boom*, hace *crack*. Las hipotecas subprime, que como las latas de sardinas de aquel cuento, eran buenas para vender, pero no para comer. La fiebre de los bienes raíces en California, Florida y Nuevo México.

*Obama on our minds. The change on our hearts.* El electorado norteamericano que recordando a Bob Dylan se percata de que si no se ocupan de nacer, estarán ocupados en morir. Rosa Parks que elige

un asiento en la Casa Blanca. Y la famosa arenga de Luther King. La inútil guerra en Irak, costosa y asesina, materia prima para que dentro de 20 años algún discípulo de Oliver Stone haga el refrito de *Born on the fourth of july*, con un equivalente afroamericano de Tom Cruise.

El terremoto chino en la provincia de Sichuan, 90 mil muertos y cinco millones de desamparados. Fidel Castro que renuncia a la reelección, después de 50 años en la práctica de un poder unipersonal absoluto. Ingrid Betancourt liberada de sus captores.

China con 51 medallas de oro en su Olimpiada. Guillermo Pérez, el oro y el himno en el podio para México. En la geopolítica, Siria y Líbano restablecen relaciones diplomáticas después de 60 años. Piratas armados se apoderan de un buque petrolero saudita, el Sirius Star, en el Océano Índico. Carlos Fuentes cumple ochenta años, y con él, su "novela collage" tan transparente como la región que la protagoniza.

Un año para el ídolo del arte contemporáneo Damien Hirst, quien en sólo dos días obtuvo 139 millones de euros por la subasta de 223 de sus obras plásticas. La Federación Mexicana de Fútbol, y su involuntaria profecía económica por sus equipos campeones, Santos y Diablos, del cielo al infierno en un semestre.

2008, año de la tecnología y del *gadget*, del G1 de T-Mobile, del Ipod Touch, las renovadas MacBooks, el nuevo receptor de e-mail Peek, Youtube, FaceBook, y el 23andMe, un test doméstico de DNA.

¿Qué nos dejó el 2008? Simple: la vida, el recuerdo, los abrazos, la historia, la reflexión paradigmática, y un 2009 para vivirlo intensamente.▼

mazda



# 2008

el año de la incertidumbre

---

**Como lo vivió México**

---

Por César Tovar  
Periodista



---

Solamente aquel que construye el futuro tiene derecho de juzgar el pasado.

Friedrich Nietzsche-

---

La incertidumbre es siempre peor que el desengaño. Y el 2008, para nuestra desgracia, fue un año parido por ésta, lo que deja al incipiente 2009 navegando en un mar de dudas, sin visos de una playa donde encallar. Y es que, justo cuando los mexicanos creíamos aniquilada nuestra capacidad de asombro, el año que recién finalizó vino a desmentirnos, dejándonos en un páramo donde las dudas superan, por mucho, a las respuestas.

Los que iniciaron como doce meses de bienaventuranza, culminaron con un país sumergido en la peor crisis social, económica y política que se recuerde en las dos últimas décadas. Acostumbrados a torear la inestabilidad y soportar el pobre nivel de la clase política, varios de los sucesos ocurridos en el año que recién ha terminado, trastocaron de tal forma el entramado social de los mexicanos, que por todos lados, los fantasmas acechan. Aunque hay dos por encima del resto: la narcoguerra y la crisis económica.

### La guerra que debilita

Desde que Felipe Calderón decidió emprender el combate, presuntamente frontal, a los cárteles del narcotráfico, la nación entera vive en la zozobra, coartada de su libertad, no por leyes, sino por el temor a un entorno, que otrora era tranquilo y apacible.

Las más de cinco mil ejecuciones ocurridas a lo largo y ancho del territorio nacional hablan de que la estrategia ha servido de poco y nada, pues tanto las fuerzas federales como el ejército quedaron rebasados a menos de dos años de iniciar la cacería. Con grosera impunidad, los narcos desgastan la imagen presidencial, que, al paso que va, no parece tener la fuerza para soportar las arremetidas.

A cuatro años de culminar la actual administración, el combate al crimen organizado comienza a quedarse sin márgenes para actuar, con todo lo que ello implica. Con el

ejército en las calles y unas corporaciones policíacas corrompidas e infiltradas hasta el último resquicio, la más perjudicada es la sociedad, pues es a la que se le liquida la moral y pone en riesgo su pellejo. Y como muestra, mil botones: secuestros, levantones, extorsiones, robos y violaciones de todo tipo.

Por ello, con todo su hartazgo contenido en los riñones, y contrario a su inercia histórica, el pueblo presentó visos de organización para exigir cuentas y resultados. Las marchas por la paz y las ONG fundadas (SOS de Alejandro Martí es un buen ejemplo), son de las pocas buenas nuevas que el 2008 dejó. Por fin, pareciera que los movimientos sociales, indispensables en los países industrializados, comienzan a trazar una brecha que al tiempo, marque la pauta y ayude a sostener un Gobierno sobradamente debilitado.

Debilidad no sólo acuñada por el caso del narco, sino por una seguidilla de aplastantes derrotas de Acción Nacional (partido de Calderón) en los comicios celebrados durante los doce meses previos al actual, así como por las constantes acusaciones de fraude, corrupción y tráfico de influencias sobre el Gabinete, de las que no se salvó ni Juan Camilo Mouriño, el personaje más cercano al Presidente, quien murió en un accidente aéreo cuyas explicaciones no dejaron satisfecho ni al más ingenuo.

### La crisis: ave de la tempestad

Calderón llegó a Los Pinos con la promesa de ser “el Presidente del empleo”. Según los creadores de su campaña, los conocimientos del michoacano sobre la economía de libre mercado relanzarían la fuerza laboral. Sobra decir que fracasó.

Durante el 2008 no sólo no generó las plazas prometidas, sino que perdió decenas de miles, incapaz de atraer inversiones relevantes y armar políticas públicas que fortalecieran el mercado interno. Su ímpetu se

limitó a cristalizar las tan anheladas reformas, que como todas sus pretensiones, fueron degradándose al paso de los días. Por ejemplo, la Reforma Energética pasó a Reforma Petrolera y terminó en una reducida Reforma a Pemex que no solucionará los problemas de fondo.

Y si o antes mencionado fuera poco, el país, como el resto del mundo, enfrenta la más cruenta crisis económica mundial desde que el libre mercado impera en él. Justo en tal coyuntura es donde se rompe el análisis del año pasado, porque la devastación financiera, además de lapidar los pocos aspectos positivos que ofreció, arrastra al año nuevo a sitios donde reina la oscuridad junto con, como ya se dijo, la terrible incertidumbre.

Dependiente en gran medida del capital extranjero, a México lo acecha la historia eterna de su orfandad de proyectos y políticas que permitan aliviar las calamidades monetarias; a la fecha, luego de más de cien días de confirmarse la recesión global, no existe una ruta crítica que amilane la situación, ni por parte de la Iniciativa Privada ni por parte del Gobierno Federal, el cual se ha limitado, como acostumbra, a lanzar campañas mediáticas.

Panorama desolador, sin duda. Con todo y que muchos presentadores de noticieros y seudo analistas digan lo contrario, acuñando proverbios chinos como el que enuncia que “crisis es igual a oportunidad”, la realidad cae, con todo su peso, encima de las esperanzas, que seguirán falsas si nos mantenemos sometidos, casi en el nombre de Dios, al capital.

Porque, para salir de pie de este 2009, tendremos que remediar los crasos errores cometidos en el 2008, comenzar a tejer redes sociales que nos acerquen como pueblo y así, fortalecernos en conjunto. Sólo de esa manera la incertidumbre se diluirá, permitiéndonos construir el futuro. ♦





# Euro y dólar

## al despuntar el 2009

---

Por Jorge Medina  
Licenciado en Ciencias de la Información



El 2008 estuvo caracterizado por una serie de alzas y bajas económicas, después de haber tenido un gran auge en años anteriores, en los cuales se veían repuntes del barril petrolero en sus máximos históricos; las bolsas del mundo generando dinero en una escalada y créditos bancarios al por mayor, cerrando este periodo con quiebras, fraudes y devaluación monetaria.





Estábamos acostumbrados a una bonanza económica que se venía generando de años atrás, y aunque México no se encontraba en una situación excelente, si existía una certidumbre de balance, que se recuperó en gran medida por la seguridad petrolera y la fortaleza en el peso, debido a las reservas existentes, de las cuales podemos agradecer a la administración federal pasada. Aunado a esto, la atinada decisión del Secretario de Hacienda, Agustín Carstens, de adquirir coberturas para el precio del petróleo.

Ahora, ¿qué sucedió durante el 2008 con el dólar y el euro? Analicémoslo de manera sencilla. Podemos observar que la caída del dólar frente al euro en los últimos seis años ocurrió debido a varios factores: una guerra ya pedida, el problema de las hipotecas y la recesión aceptada tardíamente.

La razón principal ha sido el largo déficit presidencial en Estados Unidos con respecto del resto del mundo. La insuficiencia de la cuenta corriente que incluye los bienes y servicios y algunos otros pagos que constituyeron alrededor de 5% de la economía de este

país: estamos hablando de aproximadamente medio trillón de dólares en el último año.

Las compañías que venían desarrollando inversiones y haciendo negocios en Norteamérica prefirieron retirarlas para dirigir las a otros países, lo cual puso bajo presión al ya lastimado dólar. Los inversionistas temían una pérdida tras la guerra con Irak, que representaba demasiado riesgo para un retorno próximo. El terrorismo causó desconfianza y miedo en el consumidor final, aunado a una incertidumbre de hacer negocios.

Podemos observar una visible caída a partir del mes de agosto, que ha sido el escenario en que se produjo el desplome de la moneda norteamericana: subida del 16% en las bolsas de EU desde mínimos, repunte de nueve dólares por barril en el crudo y cierta estabilidad en los mercados de deuda (pero en los de deuda pública con rentabilidades cerca de mínimos).

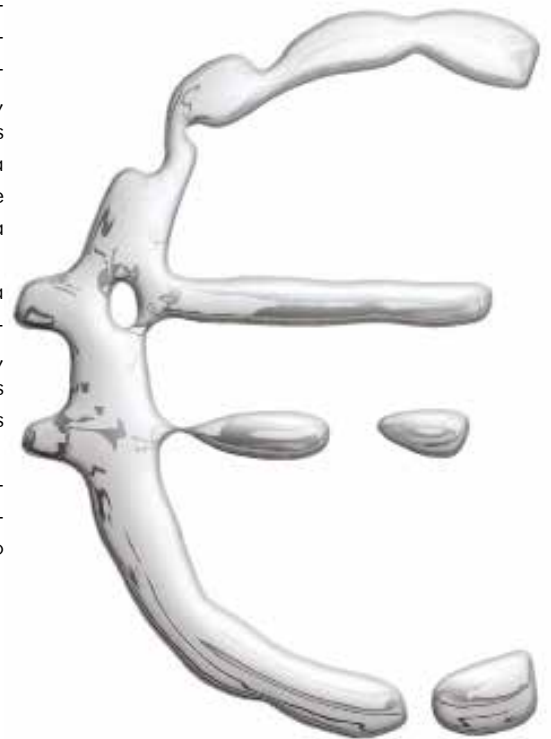
Estas últimas semanas la moneda americana, después de tener aproximadamente un mes inmersa en un movimiento lateral bajista en comparación con el euro, apoyado en el importante soporte de los 1,23, rompió al alza, animado por una menor aversión al riesgo y unos datos que mostraban la contracción de la economía estadounidense.

El problema de la economía americana con Japón y Europa es que las exportaciones han bajado considerablemente, porque los productos americanos son más costosos que los fabricados en estas otras dos regiones.

En los mercados orientales, específicamente en Japón, se piensa en una recuperación del yen. Sakakibara, ex Ministro

de Divisas de aquel país, consideró que esta moneda podría seguir apreciándose en los mercados de divisas, continuando de esta forma la reducción del apalancamiento observado en los últimos meses.

Es así que se espera una recuperación lenta del dólar para principios del 2009, sin embargo las perspectivas dependen no sólo de la entrada de Obama a la Casa Blanca, ya que en estos momentos penden de un hilo las tres armadoras más importantes de Estados Unidos, a quienes el Congreso rechazó brindarles el apoyo ofrecido por George W. Bush; y aún peor, con la nueva debacle del caso Madoff a cuestas, debido a que con esta situación Barack Obama deberá hacer un cambio total a la regulación del sistema financiero norteamericano.♦





# Jugando Serpientes





# y escaleras

con los acontecimientos que marcaron el 2008

El año que acaba de finalizar nos deja una gama de sentimientos que indudablemente se convierten en el punto desde el que partimos para comenzar el tránsito por este 2009. Sin embargo, siempre es positivo hacer un recuento con tono de análisis para destacar lo que fue más relevante de este ciclo que termina, y para ello aquí les presentamos a todos nuestros PLAYERS las noticias que ocuparon los titulares de los principales diarios del mundo, México y nuestra ciudad, mostrados de una manera fresca que recuerda a uno de los juegos de mesa tradicionales más popular en nuestro país: Serpientes y escaleras.

Nombran a Juan Camilo Mouriño Secretario de Gobernación / Inauguran la muestra Abu Ghraib y la escultura monumental "Cabello" de Fernando Botero / El petróleo mexicano alcanza un precio histórico de 139 dólares / Ley Antitabaco aprobada / Aprehenden a Alfredo Beltrán, cabeza del



Kosovo declara su independencia / Entra en vigor el IETU (Impuesto Empresarial a Tasa Única) / Navidad no terminará el Anillo Vial Metropolitano

Rodrigo Medina, Secretario General de Gobierno de NL, es papá de trillizos / El Congreso investiga a J. C. Mourino por tráfico de influencias / La DGAC suspende las operaciones de la aerolínea Magnicharters / Detienen submarino con droga en Oaxaca / Ilícitos del PRD en elección de Presidente de partido /

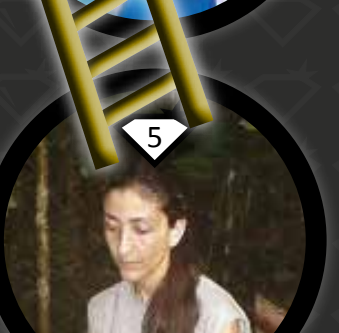




The grid contains the following images and numbers:

- 36: A person holding a newspaper.
- 35: Two women talking.
- 34: A man in a racing suit holding a bottle.
- 33: A man in a military uniform.
- 29: A forest fire at night.
- 30: Two men embracing.
- 31: A man in a military uniform.
- 32: A submarine on the water.
- 20: A soccer team on a field.
- 19: A man speaking at a microphone.
- 18: A woman in a white outfit on a stage.
- 17: A protest with signs for PEMEX and PT.
- 13: A night view of a city with NASDAQ and JVC signs.
- 14: A woman in a black jacket.
- 15: Stacks of yellow boxes.
- 16: A man speaking at a podium.
- 4: A shirtless man in athletic wear.
- 3: A man in a suit.
- 2: A group of people with a 'CLAUSURA' banner.
- 1: Two men shaking hands.

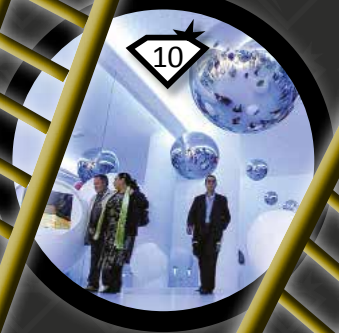
Reunión del Consejo Nacional de Seguridad Pública / Termina operaciones franquicia Popeye's / Secuestro del niño Martí / paraliza a México / Adalberto Madero, alcalde de Monterrey, inhabilita 7 mil 500 parquímetros / Tragedia en discoteca News Divine del DF / Guillermo Pérez y María del Rosario Espinoza



Rescate de Ingrid Betancourt tras seis años como rehén de la FARC / El BCMI subastó más de 15 mil millones de dólares en dos días, depreciando al peso

Desierto de los Leones / Inauguran ampliación de Línea 2 del metro / Elba Esther Gordillo regala 59 Hummers a líderes seccionales / Se celebra

Aprobación de la Reforma Energética / Puesta en marcha del Gran Colisionador de Hadrones en la frontera franco-suiza / 15 detenidos en narcomanía del





Inauguran el hotel boutique Habita en Monterrey / Más de 160 muertos en atentado a hoteles de Bomba / El abogado Gómez Mont es el nuevo Secretario de Gobernación / La bandera china flota por primera vez en el espacio / En Coahuila aprueban promover la pena de muerte en el Congreso Federal /





El Vaticano declara psicológicamente trastornado a Fox / Federico Sada renuncia como director de Vitro

---

# PREPÁRATE PARA LA NUEVA EXPERIENCIA

---



**POSTERMEDIA**  
.COM.MX

(81) 8865 3700 | 01 800 522 1229

[info@postermedia.com.mx](mailto:info@postermedia.com.mx)



POSTERMEDIA

alimenta  
tu  
imagen



# LO MÁS RELEVANTE

DE LOS NEGOCIOS EN MONTERREY...

Por Armando Torres

## COMPROMETIDOS CON EL SUR



**TECNOLÓGICO  
DE MONTERREY.**



Con el firme propósito de propiciar la creación de 600 nuevos negocios y beneficiar a 12 mil personas con programas educativos, el Banco Nacional de México, el grupo industrial Xignux y la universidad del ITESM, firmaron un convenio de colaboración para impulsar el desarrollo en el sur y el sureste del país. El compromiso lo firmaron el doctor Rafael Rangel Sostmann, rector del Tecnológico de Monterrey; el ingeniero Eugenio Garza Herrera, presidente del Consejo y Director General de Xignux; y el licenciado Manuel Medina Mora, presidente de Citi en América Latina y director general de Grupo Financiero Banamex. A través de este acuerdo, se crea una alianza cuyo objetivo es impulsar la cultura del emprendimiento, a través de un nuevo modelo de desarrollo denominado Centros Regionales de Transferencia del Conocimiento en otras 15 regiones clave de los estados de Campeche, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Tlaxcala, Yucatán y Chiapas. Actualmente, hay 47 Centros Comunitarios de Aprendizaje.

El proyecto descansa en tres grandes programas: Programa educativo, Emprendimiento y Desarrollo sostenible. Comprende dos rubros de servicios gratuitos: impartición y asesoría especializada sobre cómo emprender un negocio y programas educativos dirigidos a niños, jóvenes y adultos, diseñados por especialistas del Tecnológico de Monterrey. En el programa educativo se ofrecerán cursos de educación comunitaria, educación formal, emprendimiento y desarrollo económico local. En el programa de emprendimiento se dará capacitación a microempresarios, formación de líderes en desarrollo económico comunitario, incubación de empresas, integración de cooperativas, vinculación a microcréditos y a cadenas de comercialización, entre otros.

La meta del proyecto durante el primer año de operaciones es detonar el nacimiento de 600 nuevos negocios y favorecer a cerca de doce mil personas con programas educativos.

México, D.F.

## ESTANCAMIENTO EN

# alfa

Ante los efectos demolidores de la crisis financiera global, el grupo industrial ALFA revisó a detalle su posición estratégica y financiera, y será hasta finales de enero de 2009, cuando pueda emitir sus expectativas de crecimiento para el nuevo año. La crisis provocó pérdidas cambiarias superiores a los 250 millones de dólares en ALFA por posiciones en derivados. Sin embargo, ante la evidente depreciación de sus títulos accionarios, se vieron obligados a salir al mercado para calmar a los inversionistas.

En el escueto comunicado, el Presidente de ALFA, Dionisio Garza Medina, explicó que en cuanto a los resultados financieros estimados para el año 2008, esa compañía espera obtener ingresos consolidados por 10 mil 800 millones de dólares, 13 por ciento más que en 2007.

Mientras que el flujo de operación crecerá apenas un 2 por ciento, para ubicarse en los 985 millones de dólares. Esto, a pesar del efecto negativo en las operaciones petroquímicas del huracán Ike, que se estima ascendió a 25 millones de dólares.

Para el siguiente año, ALFA estima que seguramente su EBITDA consolidado se mantendrá en los mismos niveles que el 2008, prácticamente un estancamiento en sus indicadores financieros.

Monterrey, N.L.

## DEVELAN BUSTO DE DON ADRIÁN SADA TREVIÑO



En un merecido homenaje a su extraordinaria trayectoria empresarial y social, fue develada una escultura de bronce del empresario Don Adrián Sada Treviño, uno de los forjadores de la industrialización y modernización de Nuevo León y México. El evento en donde fue develado el busto del empresario, fue realizado en una de las instalaciones del CONALEP que lleva el nombre del destacado hombre de negocios, visionario y Presidente Honorario del Consejo de Administración de Grupo Vitro

El Presidente del Consejo de Administración de Grupo Vitro, Adrián Sada González, el Presidente del Ternium México, Julián Eguren, y el Gobernador Natividad González Parás, develaron el busto de Don Adrián Sada, reconocido como un icono de la industria de Nuevo León. A nombre de las familias Sada González y Sada Treviño, el integrante de la Junta Directiva del CONALEP Nuevo León, Eduardo Macías Santos, hizo una semblanza del empresario Adrián Sada Treviño, destacando su trayectoria como capitán de empresa y el impulso que le dio al rubro educativo del Estado.

El Gobernador del Estado aseguró que "gracias al esfuerzo de las familias, de los padres de familia, de los maestros y de empresarios visionarios, ha habido muchos vinculados con la visión de formar, de construir mejores ciudadanos, como han sido entre otros el caso de un gran empresario nuevoleonés, Adrián Sada Treviño", puntualizó.

Monterrey, N.L.



## ESPERAN EMPRESARIOS 2009 RETADOR

dad en plena crisis de 1995, cuando el error de diciembre los empujó al ruedo y pusieron a prueba su capacidad gerencial para sacar a flote a esos grupos industriales. Así como en 1995, en el 2008, los empresarios nuevamente han vuelto a agarrar al toro por los cuernos y han tomado decisiones para aminorar el impacto negativo de la crisis financiera global desatada en esta ocasión por la economía de Estados Unidos. El costo ha sido durísimo para las empresas regias, en el caso de ALFA, reportó pérdidas por 250 millones de dólares por posiciones de derivados. Y qué me dicen de

grama para reducir costos por 500 millones de dólares y un compromiso indeclinable para continuar bajando sus niveles de deuda. Otro es Vitro que con el objetivo de mejorar su liquidez aportó activos no productivos en bienes inmuebles a un fideicomiso, por lo cual recibió un pago inicial de 100 millones de dólares por parte de un Banco de Desarrollo.

Sin embargo, es conveniente, acotar que estos empresarios "anticrisis", reaccionaron con prontitud e implementaron acciones que si bien algunas son dolorosas, en el corto y mediano plazo les permitirá garantizar la viabilidad de sus negocios y la estabilidad de sus empresas. Además de que con esas acciones, no solamente actuaron con responsabilidad, sino que lograron renovarse para comenzar el 2009 con la esperanza de que las condiciones económicas de Estados Unidos, de la mano del presidente electo, Barack Obama, tome un nuevo rumbo de crecimiento.

Es bien sabido que las empresas han sido duramente golpeadas en una de las áreas donde más les duele que es la generación de valor para sus accionistas, la totalidad de las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana han visto caer drásticamente el valor de sus títulos y las regias no son la excepción.

Por eso de ahí la trascendencia de que en una reacción oportuna estos empresarios "anticrisis", han implementado programas emergentes para enfrentar esta coyuntura económica. Al mal tiempo, buena cara, ni hablar.

Monterrey, N.L.

**L**a crisis financiera global que mantiene aterrado a los empresarios mexicanos, se ha convertido en una oportunidad para fortalecer sus negocios, sanear sus finanzas, redireccionar sus estrategias y corregir el rumbo. Las grandes empresas regiomontanas reducirán costos por más de 2 mil 500 millones de dólares. En el caso de los empresarios, y no es que sean santos de mi devoción, hay que reconocer la inmediata reacción que tuvieron para hacer frente a esta crisis, ya que en eso no son novatos, más bien expertos.

De hecho los presidentes de los consejos de administración de firmas como Cemex, Femsa, Cydsa, Alfa y Vitro, asumieron su responsabi-

Vitro, que aprovechando el temporal, tomó la decisión sacar de la dirección general a Federico Sada.

Por ello, las decisiones asumidas por esos empresarios van desde la venta de activos, hasta la reducción de personal y otra serie de medidas para reducir costos. Administrar con austeridad será la constante en el 2009. De hecho, empresarios regiomontanos como José Antonio Fernández Carvajal de FEMSA, han reconocido la gravedad de la crisis y establecido que estos son "tiempos de retos", para los empresarios mexicanos.

Así vemos casos como el de Cemex que dirige Lorenzo Zambrano, que anunció un pro-

Estés donde estés®

nos multiplicamos por un  
Superservicio

 **QualityPost**®



# Cerrar ciclos para avanzar

Todo ciclo es una oportunidad para comenzar, para terminar... para avanzar.

**Por Humberto Guajardo Acuña**  
**Psicólogo Clínico**

**H**oy en día el avance en el crecimiento y la productividad no es cuestión de interés, de ganas ni de buenas intenciones, es un conjunto de elementos que entre más se organicen y definan, mayor nivel de dirección darán como resultado. Los ciclos se incluyen entre esos elementos.

Un ciclo es un evento que inicia y termina, y que puede repetirse mejorando o empeorando el anterior. La naturaleza nos muestra que los ciclos son parte de la vida, que participamos en ellos sin que dependan de nuestra voluntad, tal como las estaciones del año, los días, las semanas y cantidad de ejemplos más. También los hay como parte de la sociedad en que vivimos: el periodo de pagos, los horarios de trabajo, los ciclos escolares. Otros dependen más de la propia persona y sus decisiones: una relación amorosa, el lugar en que trabajamos, la casa en que vivimos. Ahora mismo estamos viviendo un ejemplo: el cambio de año, que es un buen pretexto para revisar.

Saber detectar estos periodos y usarlos en nuestro beneficio y el del entorno, es una exigencia actual, ya que el dinamismo con el que vivimos en el siglo XXI no permite rezagarse en situaciones tanto personales como

sociales y laborales, que de una u otra manera ya quedaron atrás. El proceso de productividad requiere acomodar los eventos que nos han sucedido y proponerle cosas nuevas a la vida.

Imagínese, amigo lector, una empresa de mediano tamaño, con cierta cantidad de empleados y un flujo adecuado de trabajo, porque son muy buenos en lo que hacen: bien hechos, cumplen a tiempo, tienen como política un trato amable al cliente y la relación entre el dueño y su gente es inmejorable. Qué tipo de desarrollo tendrá esta empresa si el patrón se empeña en conservar los modelos de contabilidad y administración general a la manera antigua: papel, lápiz y capacidad de memoria, negándose a las computadoras y usando, para llenar formularios, aquella máquina de escribir que en otros lados ya es pieza de museo. Es un caso real que en la actualidad se da, y muestra la resistencia a los cambios. Se le ha comentado al dueño que esa es una de las razones para que su negocio no crezca como pudiera, pero le cuesta reconocer que su modelo ya es obsoleto.

Esto sucede más seguido de lo que suponemos. Que una persona no logre visualizar

que el tiempo del cambio, en el área que sea, ha llegado, le impide desarrollarse adecuadamente, porque van quedando rezagos que se acumulan y a veces pesan tanto, que sentimos que la piedra de El Pípila es cosa de niños.

Le pido por favor que voltee a su alrededor y observe las cosas que hay. Ahora me gustaría que se preguntara cuáles de las hechas por mano humana, no se hicieron tratando de cubrir una necesidad, ya sea vital o no, estética, de comunicación, etcétera. Si no me equivoco, todas esas cosas en su momento respondieron a una necesidad. Ahora revise cuáles se mantienen en su idea original: escritorio, plumas, teléfono, ropa, sillas y muchos otros objetos. Creo conocer la respuesta.

La innovación en productos, en servicios, en material o en mobiliario es tan importante como la renovación en actitudes, lo que indica que se deben revisar los procesos productivos externos e internos para asegurarnos de que estamos respetando esos ciclos de los que hablábamos, que naturalmente ocurren y que no siempre nos damos cuenta en qué etapa están; es más, muchas veces no notamos que ya han pasado y seguimos manteniéndonos ahí.

Una de las cosas que más afectan a una persona o a una empresa es la inercia, es decir, que todo se vaya dando porque así se ha ido dando, sin detenerse a revisar cómo se está haciendo. La inercia lleva a una conducta que es tremendamente dañina: la rutina. Y es dañina porque frecuentemente no se le ve como una manera establecida de llevar a cabo tareas, sino como una red en la que uno se siente atrapado, y que genera tedio y aburrimiento. De ahí que mucha gente siente el trabajo como un mal necesario y no como la oportunidad para desarrollarse, tanto en lo económico como en lo personal.

¿Cómo darnos cuenta de que los ciclos se cumplen? A menudo se manifiestan a través de las crisis, que son estados temporales de desorganización, dudas, conflictos y dificultades en la relación entre personas. Estas crisis generalmente se suscitan debido a que el tiempo natural se va cumpliendo: la edad, el crecimiento de los hijos, los jóvenes que ingresan a nuestra empresa con formas de trato diferentes, los acontecimientos sociales, provocando que lo que aprendido ya no pueda aplicarse de la misma forma. La idea de estar en crisis provoca mucho temor, ya que casi siempre se asocia con lo negativo, sin embargo, las crisis son oportunidades que se presentan y lo malo está en no saber aprovecharlas para crecer. Como dijo un director de una empresa muy importante y de gran tradición: "o me subo al carrito del cambio o el cambio me atropella".

La mejor manera de aprovechar el cierre de un ciclo es reconociéndolo y entendiendo que automáticamente se empieza a abrir otro, ése es el "carrito" del que se hablaba antes. En todo periodo vamos a encontrar aciertos y desaciertos, aquí el asunto es qué vamos a hacer con ellos. A muchas

personas les da flojera, pero si hacemos una revisión y la llevamos al papel, podremos sacarle más jugo a lo que aconteció, porque seguido tenemos maravillosas ideas, pero se quedan en el aire. Igual al regresar el video para observar los errores cometidos sin llevar un registro, desperdiciamos oportunidades de avance. Por ejemplo, es importante encontrar por qué sucedió aquel error, definir si fue relevante y cómo afectó, si pudo haberse evitado con un poco más de control, pero sobre todo, establecer de qué manera podemos abordar el que viene.

Es claro que si vamos a iniciar, lo mejor es poner objetivos y metas. Para desarrollarlos más directamente, la sugerencia es contestar a las siguientes preguntas: ¿qué queremos?, ¿para qué?, ¿con quién?, ¿cómo?, ¿en cuánto tiempo? En el área de los negocios, esta revisión es conveniente hacerla apoyándose en un equipo, ya que diferentes puntos de vista enriquecen la observación y se aportan variadas alternativas al momento de aplicarla.

Recordemos que el gran motor de toda empresa es ser cada vez más productiva, entendiendo que no se trata de producir mucho, sino que el resultado sea mayor que la inversión de esfuerzo, dinero, tiempo, planes, comunicación, ambientes. Compararnos con lo que fuimos e hicimos es una catapulta hacia adelante, de ahí que si no aprovechamos los ciclos, estamos a merced de ellos. Por eso se dice que si haces lo que siempre has hecho, vas a obtener los resultados de siempre. Para obtener resultados diferentes, hay que hacer cosas distintas. El pasado nos sirve sólo para regañarnos, decepcionarnos, pelearnos, quedarnos estancados, o bien, para aprender y avanzar. La decisión está en nuestras manos.♥

## Puntos de revisión

Para mejores resultados de los procesos que se dan y se repiten, lo mejor es revisar:

- Capacidad de observación de los ciclos
- Actitud frente al cambio
- Nivel de flexibilidad
- Objetivos basados en experiencia y necesidad
- Grado de creatividad
- Manera en que se fomenta la motivación (como personas y como trabajadores)
- Dimensionar los errores y no cargarlos
- Detectar el porqué de las equivocaciones
- Indispensable: medir el grado de aprendizaje del ciclo anterior



**Coahuila**  
TURISMO



**AVENTÚRATE  
EN Saltillo**



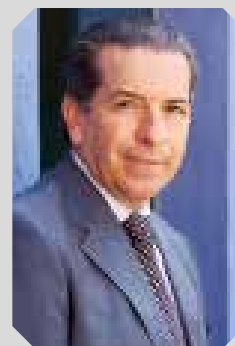
[www.secturcoahuila.gob.mx](http://www.secturcoahuila.gob.mx)  
01 800 718 4220

 **Coahuila**  
El Gobierno de la Gente

# Hoy comienza el camino del resto de tu vida...

## ¿sabes adónde vas?

Vivimos una crisis aguda que arrebató a muchos hogares su derecho a la alegría, es una crisis de confianza y esperanza que afecta a sociedades enteras. Una crisis ante la que no podemos permanecer indiferentes y que nos compromete a actuar. Por tanto, nunca es tarde para volar y nadie es tan viejo para dejar de soñar.



Por Ing. Javier Prieto  
editorial@playersoflife.com

Todos sabemos que las crisis pueden superarse, pero muchos esperamos a que las cosas se resuelvan solas y no hacemos nada para mitigar los daños que causan. Quienes siempre se muestran más dispuestos al cambio son los jóvenes, porque son los que mantienen viva la esperanza de un mejor mañana; ellos reciben la estafeta de la generación que los antecede, así como el compromiso histórico de edificar un mundo más justo y más humano. Son ellos los que infunden optimismo y confianza.

El mes pasado tuve la suerte de conocer y compartir momentos memorables con el maratonista Charlie Engle, quien cruzó el desierto del Sahara, un total de siete mil 450 kilómetros en 111 días. Este súper atleta nos acompañó en SELIDER para compartir la historia de su vida, llena de esfuerzo y dedicación.

En su testimonio, compara al maratón con la vida, donde lo importante es conocer tu meta y tu destino, pero siempre consciente de que el camino puede tener otras alternativas; recalca la importancia de elaborar un programa de acción como único medio para lograr la meta, aunque reconoce que el éxito es haber disfrutado del viaje.

También enfatiza la necesidad de reconocer tus fuerzas y habilidades para enfrentar las vicisitudes. En tanto mejor nos conozcamos, más eficaces serán nuestros actos.

### Metas alcanzables, medibles y que valgan la pena

Una buena reflexión para iniciar este 2009, sería contestar algunas preguntas: ¿Qué quieres hacer el resto de tu vida? ¿Con qué elementos cuentas? ¿Qué vas a lograr? ¿Cómo vas a medir tu logro? Vivir la vida con un propósito no sirve de nada si no lo puedes medir o lograr en tiempo y forma. Aunque como dice Charlie, en el camino tendrás oportunidad de precisar y adecuar el curso.

Tus metas deben ser alcanzables, realistas, de lo contrario experimentarás una frustración que podría arrastrarte a abandonar tu lucha. Por otro lado no deben ser fáciles, sino demandar esfuerzo y lo mejor de ti mismo. Se trata de conseguir metas en secuencia, una tras otra, que te motiven a seguir adelante, intentando cada vez metas un poco más difíciles y complicadas. Lo más importante es tener claro tu propósito. No se trata de mostrar nada a nadie, sino de acompañarte a ti mismo en el camino hacia un fin último.

Las metas son mejores cuando puedes medirlas, sólo así podrás comprobar que avanzas. Es muy fácil engañarnos con juicios subjetivos. Tus metas deben ser objetivas y claras, pero también valederas. Deben centrarse en tu verdad, en lo que realmente valoras. Cada uno de tus logros debe añadir valor a tu vida. Las metas efectivas son aquellas que nos con-

ducen a ser mejores personas, ciudadanos, empleados, padres de familia y esposos.

Te invito, en este inicio de año, a reflexionar respecto al valor de las acciones que realizamos cada día, semana y mes; conscientes de que un paso a la vez nos acerca a la meta. Es imperdonable que desperdiciemos nuestro tiempo en cosas que no aportan nada a nuestra vida.

Engle cruzó el Sahara, y como él, todos tenemos nuestro desierto enfrente. Depende de nosotros hacer de la experiencia algo trascendente, que deje huella. ♥



#### DATOS DEL COLABORADOR

Javier Prieto de la Fuente es Director de la Cátedra de Liderazgo del Sistema del Tecnológico de Monterrey; 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, ocupó diferentes cargos directivos del Grupo CEMEX. Es fundador de SELIDER, organización dedicada a la promoción y formación de liderazgo.



# VALLAS DONDE VAYAS®

D.F. • Monterrey • Guadalajara • Tijuana • Ensenada •  
 Hermosillo • Cd. Juárez • Saltillo • San Luis Potosí • Pachuca •  
 Puebla • Veracruz • Mérida • Cancún • Torreón • Acapulco •  
 Morelia • Aguascalientes • León

Somos los creadores y líderes del medio más impactante para llegar directo a la mente de sus consumidores. Presencia en las zonas más exclusivas y principales arterias, exposición las 24 hrs, cobertura peatonal y vehicular. En Vallas y Gigantografías de México, sabemos y entendemos lo que quiere su público, porque estamos donde está la gente.

Informes y contrataciones: Monterrey (81) 8123-1689  
 Tijuana (664) 684-0034

GPO  
 VALLAS®

[gpovallas.com](http://gpovallas.com)

# Tus clientes actuales

## ¡CONSIÉNTELOS!

La mayor parte del tiempo gastamos toda nuestra energía en conseguir más clientes para nuestro negocio, pero ¿qué pasa con nuestros clientes actuales?. Aquí te doy algunos tips para que cuides a aquellos que ya decidieron confiar en ti.

Por Esteban de Gyvés

**D**e acuerdo con la revista de negocios de Harvard, el 67% de los clientes que escogen un nuevo proveedor estaban satisfechos con su proveedor anterior; en promedio, la mayoría de los negocios en México pierden la mitad de sus clientes base cada 5 años. Entonces, ¿porqué los clientes que están satisfechos, simplemente dejan de hacer negocios contigo?

Las estadísticas nos dicen que el hacer clientes nuevos nos cuesta entre 6 y 10 veces más

que conservar a los clientes actuales. Además de que perder clientes puede afectar tu credibilidad, reputación, ventas, referidos e ingresos.

Aquí te doy 7 tips para retener a tus clientes actuales:

- Nunca supongas lo que ellos quieren, mejor pregúntales. Tus clientes son una gran herramienta para entender las necesidades del mercado, para innovar y encontrar otras maneras de solucionar sus problemas y exceder sus expectativas.

- Mide y compensa la satisfacción de tus clientes: Si la satisfacción de tus clientes es realmente una prioridad para tu negocio, entonces demuéstraselo a tu equipo. Desarrolla un método para poder medirlo, establece metas para mejorar y compensa a tu equipo cuando estas metas sean alcanzadas. Cuando contrates personas que vayan a interactuar con tus clientes, asegúrate que posean habilidades para el servicio al cliente, tales como confianza, empatía, flexibilidad, comunicación verbal y pro actividad. Cada cliente



que contacta a tu equipo de trabajo es una oportunidad para construir o para destruir tu reputación.

- **Agradece.** Por más obvio que sea esto, considéralo: ¿Cuándo fue la última vez que recibiste una nota de agradecimiento de alguna empresa con la que hiciste negocios? Esta es una simple estrategia que puede causar un verdadero impacto, además dice mucho acerca de la compañía y del valor que se le da a los clientes.

- **Permanece en contacto con tus clientes,** por teléfono o por e-mail. La frecuencia pue-

de variar, pero mínimo debes de tener contacto cada tres meses.

- **Consigue que tus clientes se sientan más apreciados** que los que todavía no son clientes frecuentes o son prospectos. Mientras que los nuevos clientes son críticos para crecer, asegúrate de dar un trato especial a tus clientes actuales. Los programas u ofertas funcionan bien.

- **Busca oportunidades de vender múltiples productos o servicios a tus clientes existentes,** para dar la percepción de que siempre habrá más soluciones y mejoras que ofrecerles. Las

investigaciones demuestran que esto trae consigo lealtad y retención. Es una excelente manera de incrementar tus ingresos y utilidades.

- **Finalmente, haz que el servicio al cliente sea responsabilidad de todos,** especialmente en negocios pequeños donde los miembros del equipo se encargan de muchas actividades a la vez.

Entrena a tu equipo sobre el servicio al cliente. Desde la recepcionista hasta el repartidor, todos causan una impresión. ¡El tipo de impresión que den depende de ti! ♥



Las playas de nuestro país han demostrado ser un gran atractivo para el desarrollo inmobiliario turístico, lo que ha traído grandes inversiones privadas tanto nacionales como extranjeras, consolidando al sector turístico como un importante participante en el PIB.

Por Arq. Alfredo Peraza

Entre las zonas en desarrollo se encuentra la Riviera Nayarit, situada al poniente del país, en el municipio Bahía Banderas del estado nayarita; tiene como vecinos a Puerto Vallarta y Mazatlán, lo que generaría un corredor turístico de gran potencial. La Riviera Nayarit es una franja costera de 180 km que tiene como paisaje el océano Pacífico y a espaldas la Sierra Madre, la conforman Nuevo Vallarta, Punta Mita, Litbu, San Blas, San Pancho, Punta Raza y Boca de Chila, entre otros.

Con el fin de desahogar las saturadas Nuevo Vallarta y Punta Mita, se planea este desarrollo con un crecimiento controlado para amortiguar el impacto a la naturaleza. Algunos proyectos importantes son el Centro Integralmente Planeado (CIP) que cuenta con una inversión de 700 mdd y se planea beneficie a los destinos de Vallarta (tanto Nayarit como Jalisco), Litbú y El Capomo. El CIP comprende ocho hoteles de lujo, tres campos

de golf, cinco clubes de playa y alrededor de mil unidades residenciales.

Otro es en Punta Raza, la constructora C&C Capital con una inversión de 118 mdd en una extensión de 293 hectáreas, pretende construir una zona residencial de mil 800 hogares, campo de golf, marina para 250 embarcaciones, zona comercial y ocho hoteles de cinco y cuatro estrellas.

La Riviera Nayarit es lo que hace 10 años la Riviera Maya, una zona virgen de gran potencial junto a un destino abarrotado como Cancún, que al verse saturado, va transfiriendo de manera paulatina ese potencial a los sitios vecinos y por consiguiente, cuenta con seguridad para la inversión turística.

Dentro de la Expo Mexicana de Inversión Inmobiliaria el Gobernador del Estado, Ney González aseguró que "Nayarit va muy bien en materia de desarrollo económico y empleos, por ejemplo, en el año 2007 cerramos con un reporte de inversión de cuatro mil 720

millones de pesos, con marcas de prestigio internacional consolidadas, y siguen confiando en nosotros; y en el primer semestre de 2008, la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal reporta a Nayarit como el primer lugar nacional en mayor atracción de inversión privada con nueve mil 30 millones de pesos y, durante el primer trimestre del año, Nuevo Vallarta, en la Riviera Nayarit, se consolidó como el primer lugar nacional en ocupación hotelera, con el 86.11% de los espacios ocupados".

Sin duda seguiremos escuchando del progreso en los desarrollos turísticos en esta zona del país, porque está posicionándose como un sitio predilecto tanto del turista como del inversionista. Apenas es el comienzo, así que esperemos que realmente hagan desarrollos conscientes de la naturaleza para no ver el comienzo de la pérdida de una reserva natural extraordinaria. ♥

NO TE QUEDES  
CON LAS GANAS  
DE PROBAR

*Coca-Cola*

la vida es como te la tomas *light*





# BICEBISTRO

presenta nuevos vinos

El pasado 27 de noviembre de 2008, el restaurante Bice Bistro, ubicado en los interiores del hotel Camino Real, realizó una degustación de vinos procedentes de algunas regiones del mundo como España, Francia, Argentina y México que engalanan su nueva cava. Entre los vinos que se dieron a catar se encuentran, entre otros, el Castello Banfi Le Rimel y el Castello Banfi Centine Toscana; con los cuales se realizó un maridaje basado en platillos como la pizza rústica con papas, prosciutto, mozzarella y parmesano; frijoles blancos con camarones y tomate confitado; atún fresco, ensalada de quinoa, vinagreta de naranja y soja; risotto milanese con ragout de ossobuco y deliciosos postres como Trio di dolci, Cannoli Siciliani y Pudding de chocolate blanco. ♥





# Cóctel Herman Miller

Este 4 de diciembre a las 8:00 p.m tuvo lugar el coctel de inauguración de las nuevas oficinas de Herman Miller, ubicadas en el Parque Corporativo Santa Engracia, en el Edificio IOS-D. Bacardi fue uno de los principales patrocinadores de este gran evento al que acudieron alrededor de 150 invitados aproximadamente, entre desarrolladores, arquitectos de alto nivel y socios. ▼



Alejandro Du Solier y Ana Treviño



José Gómez, María Monteverde, Adan Lozano, Mauricio Bufajer y Alejandro Arias



Ramón Foyo y Raúl Chapa



Juan Andrés Vergara y José Peña



Adrián García Iza, Juan Andrés Vergara, Jan Manuel Lemus y Carlos Núñez



Degustación whisky Macallan



## Líderes de Opinión con **MACALLAN**

Whisky Macallan reunió a varios líderes de opinión de nuestra ciudad, entre ellos a Juan Bernardo García, Roberto Safi, Agustín Landa, Francisco Martínez, Reynold Montemayor, Manuel Huerta y Nicolás Alverde, el pasado 28 de noviembre de 2008 en el Sky Bar del muy de moda hotel Habita. El evento estuvo rodeado de glamour y dio inicio alrededor de las 8:30 p.m, los invitados pudieron degustar bocadillos y por supuesto, el exquisito whisky Macallan. ♥



Eva Carrillo de Martínez y Fco. Martínez Ballesteros



Adrián Treviño y Lucía de Treviño



Cordelia Fariás y Welester Silva



Marcela Villarreal y David Hurtado



