

# PLAYERS **OF LIFE**

BUSINESS & PLEASURES

Vive México

en SUS  
DESTINOS **+**  
lujosos

HISTORIA

DE UN MAGNATE

Larry Ellison

Mario  
Laborín

Un hombre sencillo y práctico

Ex Director General de Nafinsa y Bancomext

LUIS TREVIÑO  
Creatividad en pro  
del turismo

PINEDA COVALIN  
Glamour  
mexicano

JULIO 2009

MONTERREY

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

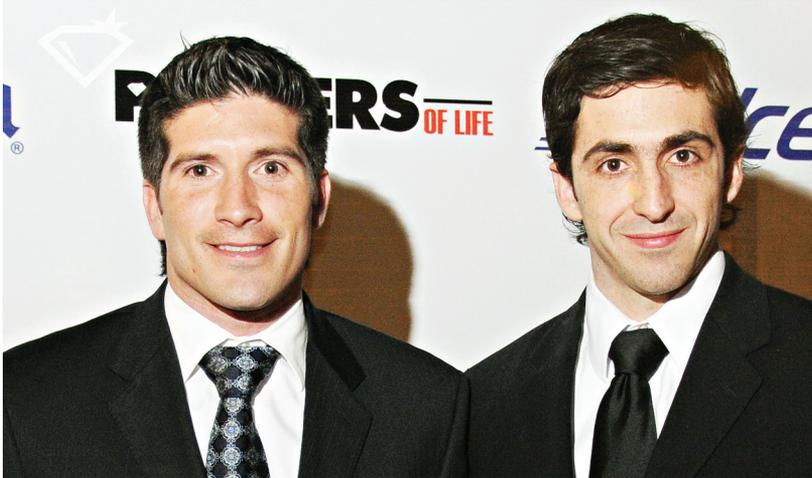


7503007253309

# Carta Editorial

Edición 32 Julio 2009

**PLAYERS** OF LIFE  
BUSINESS & PLEASURES



En plenas vacaciones, quisimos mostrar a nuestros lectores la riqueza que México ofrece, satisfaciendo las expectativas más exigentes de pasar unos días lejos de la rutina y el acelerado ritmo cotidiano. Optamos por elegir aquellos lugares que cuentan con bellas instalaciones, inmejorable servicio y ambiente exclusivo, a la altura de cualquier otro destino del mundo. En la sección Lujo y Descanso presentamos un ranking de los que podemos considerar paraísos mexicanos, con 50 destinos en variadas ubicaciones, para así contribuir a ampliar los horizontes de los viajeros, y tomamos los diez primeros para comentarlos a detalle, como ejemplo de lo que define a esta rama turística nacional.

Nuestra portada cuenta con la distinguida presencia de Mario Laborín, uno de los hombres más conocedores de economía y finanzas en México, quien además de integrar destacadas empresas y firmas nacionales, encabezó dos instituciones fundamentales en el contexto económico global: Nafinsa y Bancomex. En Historias de Éxito es po-

sible constatar su sencillez, mediante una amena e interesante entrevista, en la que nos comparte sus grandes pasiones y principios de éxito, al igual que su percepción en cuanto al momento crítico por el que atraviesa nuestro país y algunos posibles mecanismos que pudieran apoyar la búsqueda por salir adelante.

Continuando con el tema del turismo, en esta edición retomamos la sección Zoom, donde nuestro nuevo colaborador, Marcelo Barreiro, reconoce la belleza de las montañas y cañones en la región, y la enorme oportunidad que representan para impulsar el turismo. Por otra parte, charlamos entre amigos con Luis Treviño Chapa, Secretario de Turismo de Nuevo León, quien nos platicó acerca de las acciones estatales en materia de turismo, así como de los retos y logros obtenidos en los últimos meses.

Estamos convencidos de que al leer las páginas que aquí te entregamos, disfrutarás tanto como nosotros al realizarlas, como siempre, pensando en ti.

  
Alejandro Martínez Filizola

  
Arturo Villarreal Torres

DIRECCIÓN GENERAL  
Alejandro Martínez Filizola  
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  
Mónica Álvarez Carrillo  
monica.alvarez@grupomacom.com

DIRECTOR EJECUTIVO  
Arturo Villarreal Torres  
arturo.villarreal@playersoflife.com

GERENTE EDITORIAL  
Édgar Ruiz del Río  
edgar.ruiz@grupomacom.com

GERENTE DE DISEÑO  
José Martínez Borrego  
jose.martinez@grupomacom.com

EJECUTIVOS DE VENTAS  
Eugenio González-Paullada  
Francisco Yturria

ASISTENTE ADMINISTRATIVA  
Perla Grisel Macías Coronado  
perla.macias@grupomacom.com

FOTOGRAFÍA  
Lorena Villarreal Torres

FOTOGRAFÍA DE SOCIALES  
Ernesto González

LOGÍSTICA  
Ricardo Vega Flores

COLABORADORES  
Armando Torres / David Pérez / Esteban de Givés / Gloria del Carmen Muñoz R.  
Iván Quintana / Javier Prieto / Jesús Anchondo Rodríguez / Jorge Estrella  
Marcelo Barreiro / Raúl Blackaller V. / René Díaz / Víctor Colmenero

VENTAS Y SUSCRIPCIONES MACOM Torreón  
Tels: (871) 192 34 34, (871) 712 34 56  
(871) 192 47 68, (871) 192 47 69  
C/da. 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. 32. Fecha de publicación: 1 de julio de 2009.  
Revista mensual, editada y publicada por Grupo MACOM. C/da. 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](http://www.playersoflife.com)

**Celsa** Impresos

[celsaimpresos.com.mx](http://celsaimpresos.com.mx)  
(871) 159-1135/36  
ventas@celsa@celsaimpresos.com.mx  
01800-00 CELSA (23572)



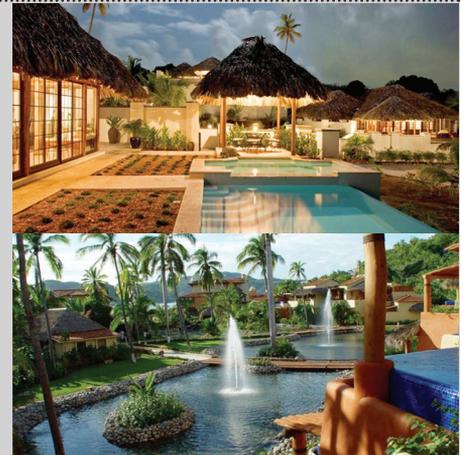
# CONTENIDO Julio 2009



**52** Historias de Éxito  
Mario Laborín

## **36** DESTINOS DE ALTURA EN MÉXICO

- 38 Hacienda de los Santos
- 39 Las Alamandas
- 40 La Purificadora
- 41 Hotelito Desconocido
- 42 The Tides Zihuatanejo
- 43 Le Chante
- 44 Villa Montaña
- 45 Habita MTY
- 46 Esperanza
- 47 Condesa DF



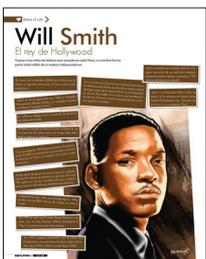
## **10** TRAJES DE BAÑO

Adiós al bañador ajustado



## **16** MODA VERANIEGA

Bienvenida la temporada estival



## **18** WILL SMITH

De carisma blanco

## **22** PINEDA COVALÍN

El haute couture mexicano



**6** ENCICLOPLAYERS  
Somos lo que pensamos

**12** NUTRICIÓN  
¿Maravillosa creatina?

**32** TRAVESÍA  
La colorida Guelaguetza

LIDERAZGO **58**  
Crear es poder

ZOOM **60**  
La oportunidad de las montañas

TEACHING **66**  
Trabajar no es ético

POLÍTICA LOCAL **76**  
Monterrey abandonado



- Para empresas que requieren soluciones probadas y de fácil implementación, contamos con un catálogo de productos estándares.
- Para las empresas que desarrollan sus propias soluciones, contamos con gran variedad de terminales especializadas, herramientas de desarrollo, servicio de acceso inalámbrico y una amplia gama de planes.

## Banda Ancha Telcel

El servicio de Banda Ancha Telcel permite la conexión a Internet con velocidades de hasta 1.5 Mbps a través de la red de Telcel, utilizando una laptop y una tarjeta de datos PCMCIA, ExpressCard o módem USB, lo que permite contar con una conexión de banda ancha con total movilidad.

Ya no es necesario estar conectado a Internet a través de cables o Hot Spots, lo que limita la movilidad de usuario. Ahora sólo se requiere insertar la tarjeta de datos en la laptop y ejecutar la aplicación para gozar del acceso a Internet en cualquier lugar donde se tenga cobertura Telcel.

ZTE 626



Sony Ericsson MD 300



## Comunicación Móvil

### Llamadas Nacionales Ilimitadas

Es una herramienta de comunicación útil para empresas de cualquier tamaño, ya que por una renta mensual fija podrá gozar de llamadas ilimitadas con todos los integrantes de su grupo de trabajo, además de que brinda la opción de comunicarse también ilimitadamente con clientes, proveedores, familiares y amigos.



iPhone



Samsung Omnia



LG KP570

## Oficina Móvil Telcel

Reciba y mande su correo electrónico directamente desde su celular con Oficina Móvil. Administre mejor su tiempo, sus contactos y tareas; organice citas, asigne tareas o revise documentos fuera de la oficina. Mantenga su información actualizada y segura con la solución de correo Oficina Móvil.



Palm TREO Pro



Nokia E71



Samsung Bjack I 617

## Blackberry™



Blackberry Bold 9000



Blackberry Pearl 8220



Blackberry Pearl 8120

Solución Inalámbrica de "Extremo a Extremo".  
Obtenga de su dispositivo móvil las siguientes características:

- Correo electrónico (al instante).
- Teléfono integrado, compatible con nuestros servicios de voz.
- Acceso a datos de la empresa y aplicaciones propias de su compañía más allá del e-mail.
- Organizador "Conectado" siempre sincronizado con su PC.
- Internet (Acceso a WAP y WEB).

Para mayores informes:  
**VENTA A EMPRESAS**

(81) 8319 - 4000 exts. 4010 y 4008 / Fax. 8378 - 1530

Av. San Pedro No. 212 Sur, Col. del Valle. Garza García, N.L.

# Frases memorables

Somos lo que pensamos

Cinco grandes personajes de la historia que a través de sus pensamientos nos demuestran por qué dejaron una huella imborrable.

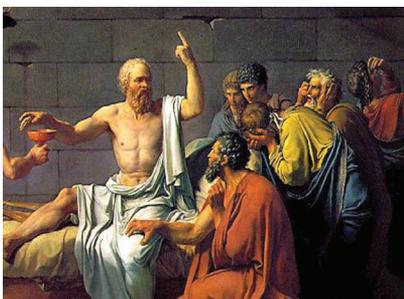


“Tengo un sueño, un sólo sueño, seguir soñando. Soñar con la libertad, soñar con la justicia, soñar con la igualdad y ojalá ya no tuviera necesidad de soñarlas”.

## Martin Luther King

(1929-1968)

Religioso estadounidense, premio Nobel de la Paz y uno de los principales líderes del movimiento para la defensa de los derechos fundamentales.



“Yo sólo sé que no sé nada”.

## Sócrates

(470 a. C.-399 a. C.)

Filósofo griego, considerado uno de los más grandes pensadores de la historia universal y precursor de otros dos gigantes del pensamiento occidental: Platón y Aristóteles.



“Entre los individuos, como entre las naciones, el respeto al derecho ajeno es la paz”.

## Benito Juárez

(1806-1872)

Abogado y político mexicano, de origen zapoteca. Presidente de México en varias ocasiones (1858-1872) e impulsor de las trascendentales Leyes de Reforma. Se le conoce como el Benemérito de las Américas.

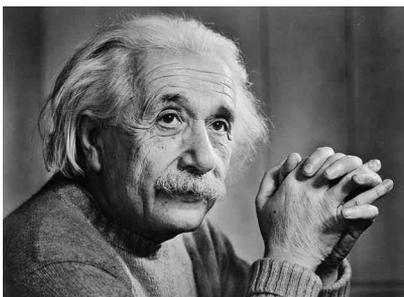


“Cada uno de los movimientos de todos los individuos se realizan por tres únicas razones: por honor, por dinero o por amor”.

## Napoleón Bonaparte

(1769-1821)

Militar y emperador francés. Durante más de una década adquirió el control de casi toda Europa Occidental y Central mediante conquistas o alianzas.



“Hay dos cosas infinitas: el Universo y la estupidez humana. Y del Universo no estoy seguro”.

## Albert Einstein

(1879-1955)

Nacido en Alemania y nacionalizado estadounidense, es uno de los científicos más conocidos e importantes del siglo XX. Los planteamientos en la Teoría de la Relatividad originaron una relevante modificación de los conceptos de la física.

Elegance is an attitude

# LONGINES®



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

Andre Agassi

Longines supports The Andre Agassi Foundation



GrandeVitesse

**GHIBERTI**   
arte milenario®

Plaza Fiesta San Agustín, Tel. (81) 8368 4811  
Galerías Valle Ote., Tel. (81) 8486 0303

# México Natural

México es uno de los **5** países con mayor diversidad de ecosistemas en el mundo. Los otros **4** son China, India, Perú y Colombia.

**25** mil es el número de variedades de plantas registradas en México, situándose en el cuarto lugar a nivel mundial.

Con **717** especies de las 6,300 clasificadas, nuestra nación ocupa el primer lugar en variedad de reptiles en el planeta.

**7** lagos mexicanos destacan por su área de cuenca y capacidad de almacenamiento: Chapala, Cuitzeo, Pátzcuaro, Yuriria, Catemaco, Tequesquitengo y Nabor Carrillo.

Con una superficie de **99** millones de hectáreas, la zona árida-semiárida es el área ecológica más grande del país.

Cerca de **42** son los ríos principales de México, los cuales transcurren en tres vertientes: Océano Pacífico, Océano Atlántico e interior (desembocan en lagunas).

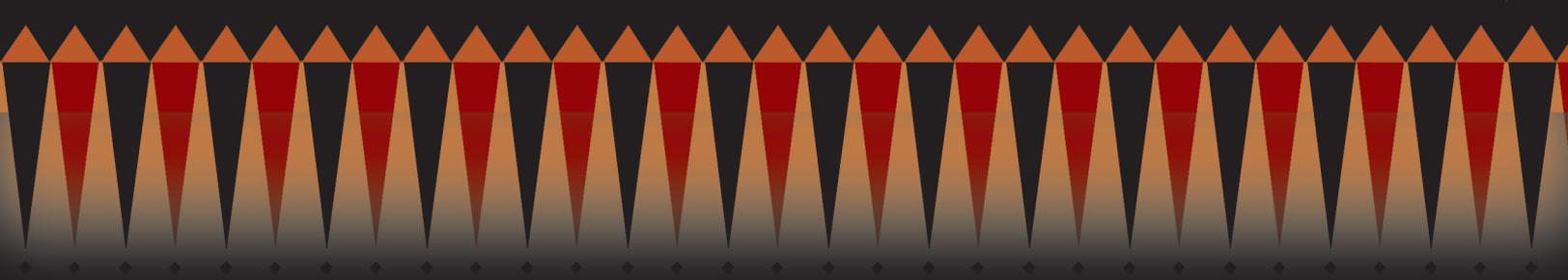
La superficie forestal del país comprende **73.3%** de su territorio.

Los litorales de la República mexicana tienen una longitud de **11,592.77** kilómetros.

Las selvas de México abarcan una superficie de **30'816,633** hectáreas.

**1'204,079** hectáreas corresponde a la superficie forestal de bosques en nuestro país.





La tradición continúa...



Since 1986



*B.St.*

Bourbon St.

Moll del Valle 400, Local 129, San Pedro  
T 81009907 / 81009914

# Adiós al incómodo bañador ajustado

*Bienvenido sea el que evita pasar vergüenzas*

En este verano te revelamos lo mejor del diseño en trajes de baño con el clásico corte tipo short y bermuda, muy holgados. Los ajustados y de licra tipo *speedo* son parte del pasado, o al menos durante esta temporada, ya que la mayoría de las casas de moda nos ofrecen esta misma propuesta con variantes en colores y mezclas de textiles (tanto sintéticos como naturales), algunos con detalles metálicos en sus agujetas o preparaciones para colgar la gorra o las gafas. Ahora ya no hay pretextos para no salir de vacaciones, pues no necesitas un súper cuerpo de modelo para lucir bien uno de estos bañadores.

Harmont & Blaine



Scappino



Nautica



D&G



Productos disponibles en Palacio de Hierro

# NUEVO ¡naturalmente rico!



**sin  
conservadores**

hoY sí con **NESTEA**®

\*NESTEA® es una marca registrada de Société des Produits Nestlé S.A. otorgada en licencia a Beverage Partners Worldwide S.A. ©2009 Beverage Partners Worldwide S.A. Derechos reservados. Alimentate sanamente. Bebida a base de té negro. Disponible en presentaciones de 222 ml, 458 ml, 600 ml y 1 L



# Los suplementos de creatina

## ¿Realmente hacen maravillas?

Esta sustancia ha sido empleada habitualmente por atletas de diversas especialidades desde hace pocos años.

Por Lic. Gloria del Carmen Muñoz Ramírez  
Nutrióloga

La creatina es un compuesto natural que se sintetiza dentro de nuestro cuerpo en el hígado, páncreas y riñones a partir de los aminoácidos arginina, glicina y metionina. Además podemos obtenerlo de los alimentos, mayormente del pescado, carne y otros productos de origen animal. El 95% de la creatina se almacena en todos los músculos del cuerpo; se sabe que un adulto que pesa 70 kilos tiene alrededor de 120 gramos de creatina. Otros tejidos que la contienen en cantidades significativas son: corazón, espermatozoides, retina y cerebro.

La creatina es una sustancia que emplean habitualmente atletas de diversas especialidades desde hace relativamente pocos años. El mecanismo mediante el cual esta sustancia tiene efectos benéficos es:

- Incrementa la concentración de creatina y fosfocreatina en el músculo.
- Genera una mayor producción de energía para el trabajo que se realiza.
- Retrasa la aparición de la fatiga y facilita la recuperación durante cargas de ejercicios de alta intensidad.

Existen estudios efectuados a atletas que llevan a cabo un solo ejercicio de competición y no se presenta provecho alguno a la hora de aportar suplementos de creatina oral. El incremento de la masa corporal después de la administración de creatina se ha observado únicamente después de cinco días de ingestión, periodo que parece ser corto para inducir la hipertrofia muscular, considerando que el crecimiento del músculo es un proceso relativamente lento. De este modo, la retención del

agua termina siendo la explicación más lógica para justificar el aumento de peso.

Las ventajas de la creatina normalmente se presentan en personas no entrenadas o moderadamente entrenadas, mientras que los atletas de alto rendimiento no demuestran cambios significativos. A la hora de estimar los efectos de la creatina se debe tomar en cuenta el estado nutricional del individuo. La administración de carbohidratos parece incrementar la incorporación de la creatina en el músculo esquelético.

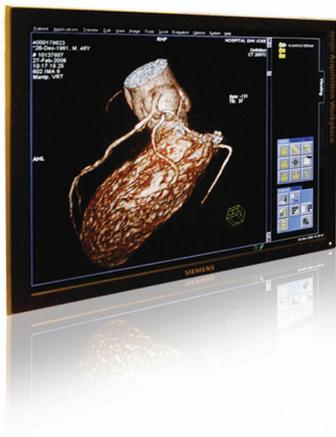
Según los datos anteriormente expuestos, de ninguna manera es posible considerar a la creatina como una sustancia capaz de hacer que los deportistas que la utilizan alcancen niveles insospechados de rendimiento o batan récords imposibles, como muchos creen. ♥



***Tu corazón  
merece  
la mejor  
atención***



Médicos especialistas integrados • Altos estándares de calidad clínica  
Tecnología de vanguardia • Trato cálido y personalizado para el paciente y su familia  
Experiencia y respaldo del Hospital San José Tec de Monterrey



Instituto de  
Cardiología  
y Medicina Vascular  **Tecnológico  
de Monterrey**

Av. I. Morones Prieto 3000 Pte. Col. Los Doctores, Monterrey, Nuevo León. 64710.  
Edificio CITES, 1er piso, lado oriente • Tel. (81) 8888.2230 al 33  
Lada sin costo: 01800 475 2000 • [cardiologia@itesm.mx](mailto:cardiologia@itesm.mx)

# Hot Techno

El verano nos contagia de calor, sonido y fiesta, pero no nos aleja del frío que la tecnología nos hace sentir al impresionarnos con productos llenos de herramientas y características que dejan helado y boquiabierto a cualquiera.



**1. CURVO NEC** Este monitor tiene un tamaño de 43 pulgadas, es curvo y cuenta con una resolución de 2880 x 900 píxeles, contraste 10.000:1., 200 nits de brillo, respuesta rápida 0.02ms y abarca el 99.3% de la gama de colores Adobe RGB.

**2. GORRUBO LG** Es una grabadora DVD portátil diseñada especialmente para ser utilizada como complemento de los ultraportátiles; ofrece una velocidad de grabación de 8x para DVDs y de 24x para CDs.

**3. WII BLACK NINTENDO** La nueva Wii de color negro es la respuesta al Proyecto Natal de Xbox 360 y al nuevo sensor de movimiento de Playstation 3. Vendrá acompañada de una ola de accesorios en color negro para lograr la combinación idónea.

**4. ASPIRE ONE ACER** Esta computadora portátil cuenta con una

pantalla de 8.9 pulgadas, de tipo LED y resolución de 1024x600 píxeles. La pila es de serie de tres horas gracias a una batería de tres celdas, pero con posibilidad de ampliarse hasta las seis horas de una batería de mayor capacidad.

**5. VS MOTOROLA NEXTEL** Los equipos Vi9 tienen un diseño elegante y delgado, con antena interna, logrando un dispositivo por demás estilizado, disponible en dos versiones: Vi9 Silver en color titanio y Vi9 Fogo en color vino. Pantallas de alta resolución, teclado virtual externo, cámara de 3.1 MP, zoom de 8X y tarjeta de memoria de 2GB, además del reconocido servicio de radio de Nextel, son algunas de las características de este nuevo aparato.



International

NO TODAS LAS PERSONAS  
PUEDEN TENER LO MEJOR...

¿YA TIENE USTED SEGURO DE  
GASTOS MÉDICOS INTERNACIONAL?



PORQUE ESTAR SEGURO NO TIENE FRONTERAS



Cobertura mundial  
Deportes extremos  
Pago directo  
Cualquier doctor y hospital



Alberto Elizondo Gorena

Ave. Calzada del Valle #255 Ote Col. Del Valle C.P. 66220 San Pedro N.L.  
Tel: 8368-2456 Fax: 8262-8203 [servicioclientes@elizondoseguros.com](mailto:servicioclientes@elizondoseguros.com)

# FRESCO confort para un clima cálido

## MODA CITADINA PARA EL VERANO

Tu estilo en la moda no se verá mermado durante esta calurosa temporada, y por eso te presentamos cuatro propuestas sencillas y de muy buen gusto, con prendas que no pueden faltar en tu guardarropa. Asimismo, te mostramos lo más novedoso en calzado práctico y cómodo, perfectamente combinable con diferentes atuendos.



D&G



Adolfo Domínguez



Adolfo Domínguez



Louis Vuitton



Boss Orange



Emporio Armani



Pepe Jeans

## Súper Summer Grooming

### PRODUCTOS DE VERANO PARA ELLOS

De unos años a la fecha, las cremas y demás productos de *beauty* dejaron de ser vistos como únicamente dirigidos a las mujeres. Hoy los hombres también debemos cuidar nuestra piel y cabello a conciencia, lejos de tabús y retomando el antiguo principio de "mente sana en cuerpo sano", y qué mejor que hacerlo con los productos de lujo que aquí te recomendamos. Así que lázmate a tu verano de acción muy bien preparado.



Cera para el cabello  
look natural



Protector labial  
hidratante



Tratamiento  
antiedad ojos



Aceite para  
masaje corporal



Pantalón ¾ y playera con estampado Pepe Jeans



Pantalón y playera de algodón Adolfo Domínguez



Jeans de mezclilla y playera tipo polo D&G

Jeans de mezclilla y bufanda estival Boss



Productos disponibles en Palacio de Hierro, excepto Louis Vuitton y Natura



Desodorante sin alcohol



Gel revitalizador para el cuerpo



Loción con aroma cítrico



Gel revitalizador para el rostro



Gel bronceador invisible

# Will Smith

## El rey de Hollywood

Gracias a los miles de dólares que recauda en cada filme, su nombre forma parte indiscutible de la realeza hollywoodense.

-En *Busca de la felicidad* (2006) fue el filme que le otorgó su segunda nominación al Oscar como actor protagonista.

-Nació el 25 de septiembre de 1968 en Filadelfia, Pennsylvania, Estados Unidos, y su verdadero nombre es Willard Christopher Smith Jr.

-En 1998 fue elegido como una de las 50 personas más bellas del mundo.

-Empezó su carrera profesional como cantante de rap a la edad de 20 años, junto a su amigo Jazzy Jeff, y llegó a obtener un Grammy.

-Tuvo que engordar 20 kilos para encarnar el personaje de Ali (2001), interpretación que le valió su primera nominación al Oscar y el respeto de la crítica norteamericana.

-Forma parte del grupo de actores que han cobrado más de 20 millones de dólares por película, cifra que Will supera por mucho, considerando que su salario actual oscila en 80 millones de dólares por película.

-*Independence day*, filme que protagonizó en 1996, recabó más de 800 millones de dólares en todo el mundo.

-En 1992 se casó con la actriz Sheree Zampino, con quien tuvo un hijo llamado Willard Christopher III ("Trey"); se divorciaron tres años después.

-En 1997 contrajo matrimonio con la actriz Jada Pinkett Smith, con quien tiene dos hijos: Jaden Christopher Syre (1998) y Willow Camille Reign (2000).

-Se ha convertido en el primer actor en conseguir que ocho de sus películas obtengan consecutivamente ingresos superiores a 100 millones de dólares en taquilla.

-Junto a su hermano Harry Smith, es dueño de la empresa de bienes raíces Treyball Development Inc., llamada así en honor a su primogénito "Trey".



# Genericos

# Gene

ricos

# Gene

ricos

# Gene

**ricos**

# Gene

**ricos**

# Gene

ricos

# Gene

ricos

# Gene

**ricos**

# Gene

ricos

# Gene

ricos

# Gene

ricos

# Gene

**ricos**

# Gene

ricos

# Gene

**ricos**

# Gene

**ricos**

# Gene

**ricos**

# Luis Treviño Chapa

## Transforma lo ordinario en extraordinario

El joven regiomontano, amante de la música, nos platica que de niño soñaba con ser caricaturista, y que un comentario de su entrenador de futbol americano al final de un partido le cambió la vida para siempre. Hoy en día se encuentra al frente de la Corporación para el Desarrollo Turístico de Nuevo León.

Por **Édgar Ruiz del Río**

Fotografías: **Lorena Villarreal**



### RADIOGRAFÍA

- ◆ Edad: 33 años
- ◆ Originario de Monterrey, NL (11 de octubre de 1976)
- ◆ Padres: Luis Treviño Montemayor y Rita Chapa de Treviño
- ◆ Sus tres hermanos son Ileana, Gabriela y Ricardo
- ◆ Casado con Priscila Elizondo Barona
- ◆ Su hijo es Luis Emilio Treviño, un bebé de 11 meses

Desde hace cinco meses Luis Treviño encabeza la Corporación para el Desarrollo Turístico de Nuevo León. Es un joven con una trayectoria importante, que después de graduarse en 1998, trabajó en Cedetel, la agencia de publicidad y mercadotecnia R Treviño y Asociados (una de las cuentas que llevaba era la del equipo Tigres) y en Cemex (donde a nivel nacional coordinó la mercadotecnia de Construrama). En la presente administración estatal se encargó de organizar los programas de apoyo a las pequeñas y nuevas empresas en el área de Desarrollo Económico. Luego, por invitación de Jorge Cantú Valderrama, Secretario de Turismo, llegó a la Dirección de Mercadotecnia de la Corporación, de la que ahora es Director General.

Luis Treviño Chapa se define como alguien sencillo, accesible y estable, independientemente de las funciones o puestos que tenga a su cargo; asimismo, como alguien creativo, soñador, trabajador y positivo, que trata de hallar el lado bueno y la enseñanza a todo lo que va viviendo. La creatividad es un elemento que ha marcado su vida, ya que de pequeño deseaba ser caricaturista, pues era muy aficionado a las caricaturas, y las habilidades que desarrolló en ese sentido se plasmaron luego en su carrera de mercadotecnia. De igual manera, recuerda como una enseñanza de la juventud que ha pautado su camino el comentario que su entrenador de futbol americano le hizo después de una jugada compleja en la que no consiguió anotar, porque no aplicó toda su pasión: "El entrenador me dijo: te faltó corazón para anotar, te faltó ese tantito de corazón. Desde entonces, he decidido que si voy a ganar o perder, que nunca sea por no meterle corazón a las cosas".

Precisamente con esas bases percibe a su actual cargo como un reto, una prueba de que los jóvenes tienen una gran capacidad, considerando que actualmente hay muchos cuestionamientos sobre la juventud ocupando cargos importantes en la política, pero realmente esto responde a una tendencia mundial de incluir a los jóvenes en temas trascendentes y se ve reflejado en todos los ámbitos de responsabilidad, donde tampoco puede dejarse de lado todo el conocimiento de los mayores, pues tiene que haber un complemento entre juventud y experiencia. Esto viene desde la familia, donde el principal apoyo y fuente de ejemplo son los padres, y posteriormente



el núcleo familiar que se decida formar. Sin embargo, nadie está completo sin trazarse una meta máxima para su vida, que el caso de este joven directivo es la búsqueda de la felicidad, que como él mismo señala, “No siempre está en un puesto ni en un logro, sino en un conjunto de variables que puedan hacerte sentir tranquilo, saber que todos los días tienes un reto profesional delante de ti, que te haga superarte como persona, que te brinde estabilidad; tener un balance familiar que te permita disfrutar todas las etapas junto con tus seres queridos”.

He decidido que si voy a ganar o perder, que nunca sea por la falta de meterle corazón a las cosas...

Luis Treviño comenta que hace unos años la palabra turismo no combinaba con Nuevo León y Monterrey, pues el orgullo del Estado y la ciudad siempre ha sido la industria. Pero el aumento del PIB con la afluencia de turismo obviamente es algo que se ve con mucho agrado e impulsa a seguir trabajando arduamente, para desarrollar la impresionante variedad turística, a la que se suma el gran potencial que ofrecen los cañones y montañas de la zona: “estamos desarrollando una nueva marca llamada Los Cañones de la Sierra Madre, donde potenciamos todas las actividades de cañonismo, escalada y cabañas, que van en aumento. Hoy somos el tercer Estado a nivel nacional con mayor presupuesto de promoción que otorga el Gobierno Federal; es un dato fuertísimo, considerando que no tenemos playa o pirámides. Un dato relevante en que el Gobierno Federal acepta que Nuevo León ya cuenta con destinos turísticos”.

Tomando en cuenta lo anterior, hay dos grandes retos fortuitos que el Director General de la Corporación para el Desarrollo Turístico de

Nuevo León señala y que son válidos para el sector en todo el país: afrontar la crisis económica y la influenza. En el primer caso, junto con los empresarios se creó el programa “Nuevo León se suma”, acuerdo de más de 100 empresas turísticas y del Gobierno para ofrecer descuentos agresivos en restaurantes, hoteles, parques, etc. También se logró salvar la contingencia sanitaria, durante la cual la ocupación hotelera bajó a 18% en promedio, poniendo en riesgo el empleo en el sector y las mismas estructuras de las empresas. Sin embargo, como toda circunstancia adversa, dejó sus resultados positivos: “Esta situación tan alarmante nos hizo unimos de una manera muy rápida con los empresarios y trabajar en conjunto. En las crisis el tema es trabajar con constante velocidad y eficiencia, en conjunto con asociaciones de hoteles, restaurantes y otras. Es un gusto comentar que un diario de la ciudad publicó que en Monterrey la ocupación hotelera ha subido a 51%, por encima de destinos como Cancún, Guadalajara y Distrito Federal, que están en 35% (promedio nacional), lo cual es un gran logro del equipo de trabajo de la Corporación”, señaló Luis Treviño. ♦

## FLASHES

- ♦ Deporte: Fútbol Americano
- ♦ Disco favorito: Me encanta la música y hablar de un disco favorito se me hace algo injusto, nos tendríamos que ir por décadas y corrientes, pero si tuviera que mencionar algunos, serían *The bends* (Radiohead), *So* (Peter Gabriel), *Sky blue sky* (Wilco), *Moving pictures* (Rush), *Dark side of the moon* y *The wall* (Pink Floyd) y todos los de Panda
- ♦ Hobbie: La música
- ♦ Mejor viaje: Luna de miel en el sureste de Asia (Tailandia, Indonesia y Camboya)
- ♦ Lugar favorito: Monterrey, NL
- ♦ Pasión: “Encontrarle lo extraordinario a lo ordinario, en todo lo que uno hace”.



# Mario Laborín Gómez

## Un hombre sencillo y práctico

El ex Director General de Nafinsa y Bancomext nos abrió las puertas de su casa en Monterrey, y compartió con nosotros anécdotas de su adolescencia, su gusto por el deporte, su pasión por las finanzas, y cómo sintiéndose regio, no deja de lado sus raíces sonorenses. Mostrando en todo momento su carácter agradable y sincero, durante la charla el carismático empresario de 56 años, originario de Hermosillo, nos habló de su desarrollo profesional, su labor docente y las ventajas de trabajar en equipo. Abordó la situación de la economía nacional y lo que puede hacerse para mejorarla. También nos reveló sus principales claves de éxito.

Por **Édgar Ruiz y Arturo Villarreal**  
Fotografías: **Lorena Villarreal**

### ¿Cómo llegó a Monterrey?

Viví en Sonora hasta los 18 años. Vine a estudiar al Tecnológico de Monterrey. Mi expectativa era trabajar un rato en las empresas, y luego regresarme, pero me gustó mucho esta ciudad, sobre todo por las oportunidades que ofrece en lo que me interesaba: las finanzas. Me quedé, aquí me casé y todos mis hijos nacieron aquí.

### Nos comparte alguna anécdota de su infancia o adolescencia en Sonora.

Siempre me gustó más el deporte que estudiar, le dedicaba casi todo el tiempo. De repente mi vida cambió mucho, estaba por entrar a la Universidad de Sonora y unos "porros" llegaron cuando hacíamos el examen de admisión, debido a que entonces había problemas y revueltas, y nos quitaron los exámenes, diciéndonos que todos pasaríamos sin presentarlos. Al llegar a casa le comenté a mi papá lo sucedido, en ese momento decidió mandarme a estudiar al Tecnológico de Monterrey, y por ese incidente estoy aquí. Ahora doy gracias a Dios que pasó eso, porque me he podido desarrollar en lo que me gusta.

### ¿Cuál fue su primer empleo?

Al terminar mi carrera pensaba hacer una maestría en el extranjero, pero se me presentó la oportunidad de dar clases en el Tec. Durante mi último semestre me ofrecieron ser maestro de planta, con la ventaja de becarme la maestría. En aquella época los maestros eran de más edad, no había tanta rotación y duraban mucho trabajando. Cuando entré como docente de planta, quien seguía de mí me llevaba el doble de edad. Fue un gran privilegio ser maestro del Tecnológico de Monterrey.

### ¿De qué manera le repercutió tomar la decisión de ser maestro?

Cambió mis planes de estudiar en el extranjero, aproveché la gran oportunidad y estuve tres años dando clases y cursando la maestría en Finanzas. Después, me invitaron a trabajar en Grupo Visa, holding de Cervecería Cuauhtémoc, Serfin, Coca Cola, Oxxo; lo que ahora se conoce como Grupo FEMSA. A principios de 1978 cada empresa tenía finanzas independientes; me tocó participar en la centralización del Grupo y más tarde ser Tesorero Corporativo, por alrededor de seis años siempre ocupé puestos en el área de finanzas.



### ¿Alguna vez ha tenido un mal día en el área de las finanzas?

Mientras estaba en Visa viví lo que puedo llamar el peor y más negro día de mi vida profesional: la nacionalización de la Banca. Visa era dueña de Serfin, con 87% (que después se fue transformando en Santander), de repente un día a López Portillo se le ocurre uno de los actos más cobardes en la historia de México, pues en lugar de aceptar un fracaso del Gobierno, quiso culpar del desastre nacional a los banqueros, y tomó dos medidas que le han causado al país un retraso de quince o veinte años, más o menos: nacionalizar la banca y el control de cambios.

### ¿Qué hizo después de Grupo Visa?

Mi papá es agricultor, y sembró jojoba —fue el primero en hacerlo, porque normalmente crece silvestre—; ésta se usa en cosméticos y otras cosas. Así que le entré al negocio para darle un valor agregado a la jojoba convertida en productos. Mientras desarrollábamos el negocio, también di asesorías financieras, y así me sostuve. Finalmente, nuestros productos salieron al mercado, pero me convencí de que no era lo mío. Platicando con un amigo con iguales inquietudes que yo, nos propusimos formar un grupo financiero privado, que en aquella época era prohibido, pues podía tenerse una arrendadora, un factoraje, pero no un grupo

financiero. Entre Poncho Romo y yo, con otros socios, como Alejandro Garza Lagüera, Juan Romero, Lorenzo Zambrano (actual Presidente de Cemex), Marcelo Zambrano y Lorenzo Milmo, compramos una casa de bolsa quebrada y la transformamos en lo que hoy es Vector, uno de los primeros grupos financieros privados en el nuevo sistema mexicano. Después de Vector, donde estuve unos cuatro años como accionista y Director General, me invitaron a participar en el grupo de Garza Lagüera.

### ¿Qué sucede cuando un Gobierno se apropia de la banca de un país?

El Gobierno es bueno para lo que está diseñado: cuidar que se cumplan las leyes, pero no es empresario. Todos los países donde el Gobierno se mete de empresario son un desastre, y México no fue la excepción.

### ¿Cómo fue el panorama después de reprivatizada la banca?

Por fortuna todo cambió. Me invitaron a trabajar en Bancomer, donde estuve diez años manejando lo que ya llamábamos Banca Especializada. En mi última etapa fui Director General del banco y Presidente de la Casa de Bolsa. La decisión de fusionar Bancomer con BBV coincidió con la entrada de Fox a la Presidencia. Lo había conocido un año y medio atrás, y llamó mucho mi atención.

Participé en ese proceso, invité empresarios a mi casa para que lo conocieran y oyeran su mensaje, pues estoy muy convencido de que era urgente para México ingresar en la democracia. Ahora parece muy simple, pero antes cuando uno votaba, sabía quién ganaría. Hoy tu voto cuenta, es un cambio que vale en todos los sentidos. Son procesos que toman tiempo, pero ponen al país en otro lugar. Lo viví, y cuando Fox ganó, me invitó a formar parte de su equipo, aún cuando ya tenía planes; traté de no aceptar pensando “ya caminé aquí”. Pero me lo pedía el Presidente, ¿cómo decirle que no? Al querer negarme, Fox me contestó que debía aceptar, y así entré al sector público con Nafinsa. Al final del sexenio creí que regresaría al sector privado, pero Calderón solicitó mi participación en el 2006. “Arréglame Bancomext”, me comentó.

### ¿Cuáles fueron sus logros en Nafinsa?

Nafinsa tenía más de diez años perdiendo, y los ocho años en que estuve ganamos. Incluso los últimos tres repartimos utilidades después de 17 años. Hoy 95% de lo que se vende en Nafinsa es por internet, contra cero en el 2000. Además dejamos una empresa certificada, ganamos el Premio Nacional de Calidad, se convirtió en caso Harvard y la ONU nos dio el premio de primer lugar al mejor portal de e-business para una empresa

gubernamental (lo recibimos en Venecia). Nafinsa es una empresa de calidad, de largo plazo. Me siento muy contento de que trabajando en equipo logramos una empresa de clase mundial, que sigue funcionando y está muy bien.

### ¿Y en Bancomext?

Con Bancomext hicimos algo parecido. Después de perder todo el sexenio anterior, durante dos años ganamos, la empresa se capitalizó. Fueron ocho años, iba a salirme un poco antes, pero se me vino encima la crisis; hablé con el Presidente y el Secretario de Hacienda: "Me quedo a lo que necesiten". Ahora entró Héctor Rangel, con mucha experiencia, fue Presidente de los banqueros, trabajó en Citibank y Bancomer, entre otras cosas. La transición ha sido muy buena.

**{ Para mí las críticas son asesorías gratis. }**

### ¿Cuál es su sentir hacia su trabajo en el sector público?

Me quedé más de lo que me habría imaginado, pero es el mejor periodo laboral de mi vida. Ganaba mucho menos que antes y trabajaba mucho más, pero la satisfacción de ayudar a tantos es muy grata. Es algo que recomiendo, así como recomiendo dar clases, que se me hace una de las mejores vivencias. Trabajar en el Gobierno es como regresarle a la sociedad algo de lo mucho que se recibe de ella. Me siento contento con el tiempo durante el que serví, pero yo soy más del sector privado.

### ¿Qué retos tuvo al dirigir Nafinsa y Bancomext al mismo tiempo?

En un principio el banco estaba quebrado, tenía 6% de capitalización, había perdido cuatro mil millones el último año, y un banco no puede abrir con menos de 8%. Antes se hubiera dicho "ahí te va dinero, no pasa nada". Hoy no es tan simple, hay que pelear los recursos en un presupuesto nacional. Me mandaron un oficio de la Comisión Bancaria, diciendo: "Mario, no puedes abrir el banco, tienes menos de 8% de capitalización. Necesitas mandar un plan de cómo llegarás al mínimo de ocho". El Secretario de Hacienda me concedía 120 días, pero no me dieron dinero. Trabajé con gente de lo mejor



de México, y desde el primer año se generaron poco más de 100 millones de dólares de utilidad anual en los mercados financieros, nos sirvieron para tapar las pérdidas, invertir en la modernización de Nafinsa y dar tiempo a que funcionaran las áreas de productos.

Con Bancomext decidimos vender todo el *bad bank* y reestructurar deudas, porque traía problemas añejos, con fuertes pérdidas en inversiones. Mantuvimos los apoyos a grandes empresas, pero también implementamos el financiamiento a pymes (con herramientas diseñadas para Nafinsa), lo que permitió ganar más de dos mil millones los dos años pasados. Además se modernizó y enfocó al producto, en lugar de centrarnos en resolver problemas internos, como antes. Ahora tenemos dos instituciones que atienden bien, y la muestra es que no hablamos de empresas quebradas o que tuvieron que cerrar. Recientemente Agustín Cartens anunció, si mal no recuerdo, 15 mil millones de apoyos, y la mayor parte son de Nafinsa y Bancomext.

### ¿De qué manera toma las críticas?

Para mí son asesorías gratis. No resiento, al contrario, me encanta que me digan qué está mal, así lo arreglo. Cuando empezamos con los Consejos tuvimos demasiada "asesoría", pero la verdad yo lo tomo muy bien, me gusta mucho. En las primeras juntas 80% eran críticas, y en las últimas, eran consejos.

### ¿Cómo se maneja el profesionalismo y la ética en un trabajo como el suyo?

La satisfacción de hacer bien las cosas, ver a tus hijos de frente y saber que estás dejando cosas para ellos y los demás, es muy grande. Alguna vez escuché un dicho de que si pierdes la vergüenza, ganas muchas cosas, pero eso no vale nada. Al final no puedes engañarte a ti mismo. Siempre habrá quien opine distinto, lo importante es que hagas lo que creas y lo hagas bien. A unos les gustará, a otros no, pero lo que no pueden cuestionar es que sea una buena intención.

### ¿Cómo trabajar en equipo?

"Equipo de trabajo" todos lo ponen en sus



discursos, pero el chiste es que jale. Cada inicio de año me junté con todo el personal para ver estrategias, porque cada uno era parte, pero no sabían qué harían. Les decía: "cuando realmente trabajemos en equipo nos dará gusto ver al compañero de un lado al llegar a la oficina, sintiéndolo como alguien que también colaborará para que nos vaya bien a todos". Hay que esforzarse en hacer un equipo, y en vez de juntas por separado, es mejor que estén todas las áreas y que todos opinen para el bien común; así jala mucho más. Por eso digo que los deportes ayudan mucho. Al final, presumía los resultados del trabajo en conjunto.

### ¿Por qué renunció a seguir al frente de estas instituciones?

Me costó mucho trabajo porque es donde me he sentido más realizado, pero el tema familiar era muy complicado debido a que viajaba a México cada semana, los últimos ocho años. Cosa que me tocó también cuando trabajé en Bancomer; toda la familia estaba conmigo allá, pero después regresamos a Monterrey. La verdad no quería que mis hijos crecieran en la ciudad de México. También es

un asunto de vocación, fue muy bonito bajar para estas instituciones, como lo fue ser maestro, pero no era mi vocación para toda la vida. En fin, cumplí un ciclo.

**{ Lo importante es que  
hagas lo que tú creas  
y lo hagas bien. }**

### ¿Desde su punto de vista, qué pasará con la economía en México y cómo la reactivaremos?

Todo cambiará. Simplemente la industria automotriz en México genera más de un millón de empleos directos, y la transformación que tendrá Estados Unidos creo que beneficiará a nuestro país. Ahorita estamos con lo del subprime de EU, pero aquí no es así, todo es muy sano. Hay una demanda de infraestructura tremendamente insatisfecha, con partes muy interesantes de capital de riesgo y en general de muchos temas financieros con oportunidades históricas. Nos andamos moviendo y más que verlo como una

amenaza, son muchas las oportunidades en el sector.

La reactivación vendrá al especializarnos por sectores, al menos en tres o cuatro; la industria automotriz es una opción. Debemos hacer un plan agresivo para los próximos 20 años. Necesitamos ver al país en los próximos 50 años y apostarle a temas. La India lo hizo en *software* y telecomunicaciones. Hay que reenfocarnos y transformarnos gradualmente; bajar el presupuesto en algo y subir en otra cosa. Es una medida que yo trataría de implementar, además de disminuir el gasto del Gobierno.

### ¿Actualmente, cuál es su actividad?

Me estoy reintegrando al sector privado en las finanzas, en una época muy complicada para el mundo; la más difícil de los últimos 60 años, pero ya me han tocado muchas de éstas: la nacionalización de la banca, 1995, y ahora algo global. Está vez México había hecho la tarea: baja inflación, manejo correcto del déficit (cuidado en el gasto), tasas de interés fijas para los créditos; todo bien por primera vez en más de 30 años, de veras nuestro país no merecía esto ahora, y nos tocó una crisis global. Por fortuna la estamos librando bien. Algunas empresas me han invitado como consejero (Gruma, por ejemplo), ya lo soy de Cydsa, Xignux (Presidente del Comité de Finanzas) y Megacable, entre otras.

### ¿En qué momento de su vida se dio cuenta de que había alcanzado éxito?

Aún no me he dado cuenta. Siempre he pensado que para llegar a la luna hay que tirarle al sol, ¿verdad? Siempre hay que ponerse metas agresivas. Creo que soy muy optimista, siento que estoy tomando experiencia para lo que sigue en el camino.

### ¿Cuáles han sido sus claves para tener éxito?

Algo fundamental que he heredado de mis padres y trato de transmitir a mis hijos es tener valores muy claros, o sea, ética en todos los sentidos, así todo es más fácil. Siempre digo que quien hace trampa necesita muy buena memoria, y yo no la poseo. También es muy importante ponerte metas ambiciosas, rodearte de gente parecida en tus valores, ganas y ambición. Que el trabajo sea como un viaje, algo divertido, que te guste hacer. Otra es respetar mucho a tu equipo y a los competidores. Finalmente, innovar es muy valioso, más para los que no nos gusta estudiar, que buscamos la forma más sencilla de hacer las cosas, el famoso pensamiento lateral.♥

NUEVA



MÁS LIGERA



TODO CON MEDIDA

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

083300201C2137

# Podemos lograr lo que nos creemos

Con ayuda de la automotivación y siendo aspiracionales

“Puedes si tú crees que puedes” (Norman Vincent Peal).



**Ing. Javier Prieto**  
Conoce más sobre él en  
[www.javierprieto.com.mx](http://www.javierprieto.com.mx)

Recientemente leí un artículo de Josep Burcet sobre los tres milagros económicos del último siglo, y en todos los casos se constata la capacidad del ser humano para luchar y perseverar hasta conseguir sus propósitos, aun en las contrariedades. Los casos se refieren a la lucha de los alemanes por sobreponerse a la adversidad de ser los perdedores de la primera y segunda guerras mundiales, y el tercero es el de los chinos, que tanto se menciona en la actualidad.

En los tres casos podemos derivar consejos sobre cómo superar las derrotas y vencer el desánimo o la depresión; se proponen ejercicios para reconocer las causas y los sentimientos que limitan nuestra capacidad de acción y en todos los ejemplos se presenta la convicción generalizada de la sociedad de aspirar a mejores condiciones de vida.

Me parece que esto es lo que nos ha faltado a los mexicanos en los últimos años: muy pocos creemos que podemos salir del bache prolongado en el que nos encontramos. Unos culpan a los malos políticos, otros a los sindicalistas perversos que luchan por mantener sus prerrogativas, los más acusan a los narcos y el crimen organizado, pero muy pocos se preguntan respecto de su contribución personal en la solución del problema.

El secreto es sencillo: identificar lo que más

nos motiva y el compromiso por obtener aquello que nos brinda satisfacción y felicidad. Si lo que nos mueve es generar un ambiente propicio donde nuestros hijos y nietos se desarrollen y encuentren mejores opciones de vida que las que nosotros tuvimos, trabajemos por ello motivando a quienes nos rodean y a los que podemos influir para que juntos generemos ese estado de ánimo positivo donde surjan las alternativas. No podemos continuar pensando en lo malo que somos y en la limitación de facultades que tenemos, cuando la única diferencia es pensar que juntos podemos lograrlo.

Es triste ver como muchos de nuestros políticos desean alcanzar el poder, creyendo que es el camino para la superación de todos y resulta paradójico que cuando finalmente tienen en sus manos el poder que ansiaban, se olvidan de sus aspiraciones originales, convirtiéndose en parte del problema. Hoy la ciudadanía se pregunta si votar tiene sentido, como única alternativa para mostrar el repudio social a los abusos del poder político, facilitando con esto que se perpetúen en el poder como es su objetivo desde su concepción como partidos políticos.

A los seres humanos se nos dificulta el silencio y buscamos saciar nuestras ansias en el ruido de la vida, y por eso gritamos y permitimos que se nos grite, sin darnos el espacio para la reflexión. Probablemente pa-

ra cuando leas este artículo las elecciones habrán pasado y habremos olvidado las promesas y las agresiones de unos contra otros; sin embargo, en ninguno de estos casos encontraremos la respuesta a los retos impostergables de los mexicanos. La felicidad, escurridiza como es, nos invita a superar las pruebas del camino; nos propone vivir intensamente cada paso, conscientes de que siempre habrá algo por mejorar, cambiar o transformar en nuestra vida, que nos llama a seguir luchando.

Después de estas próximas elecciones, busquemos los espacios para hacer nuestra contribución, que tanta falta hace al país, independientemente de partidos, colores y candidatos preferidos; ahora es cosa de todos y todos estamos obligados a poner de nuestra parte, en busca de esa convicción generalizada de que podemos aspirar a más.

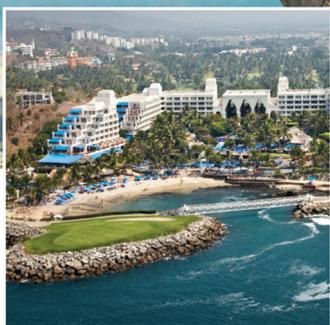
Vayamos tras esa aspiración en este entorno difícil y complejo, buscando la armonía indispensable que nos ayude a definir y confirmar el rumbo. El encuentro de cada persona con su propio ideal exige, ante todo, saber qué se busca y definir el rumbo hacia dónde se dirige. Sin dirección y rumbo será imposible avanzar con la velocidad requerida. Ya no podemos perder más tiempo. Iniciemos juntos, cada quien desde su trinchera, un camino de superación y desarrollo para México y los mexicanos. ♦

## DATOS DEL COLABORADOR

Javier Prieto de la Fuente es Director de la Cátedra de Liderazgo del Tecnológico de Monterrey. Durante 22 años ocupó diferentes cargos directivos del Grupo CEMEX. Fue Coordinador de Asesores del Secretario de Gobernación y Subsecretario de Empleo y Política Laboral. Es fundador de SELIDER. [editorial@playersoflife.com](mailto:editorial@playersoflife.com)

# Barceló

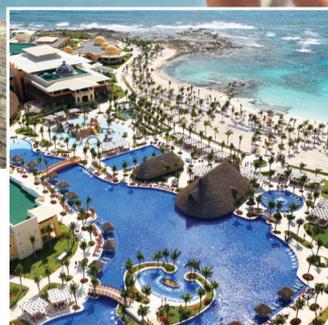
## PREMIUM



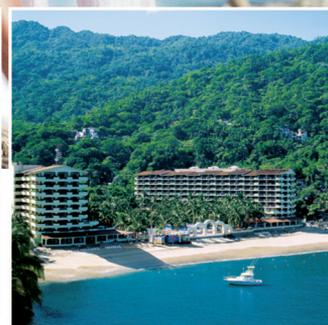
Barceló Maya Palace Deluxe  
All Suites  
Riviera Maya



Barceló Los Cabos Palace Deluxe  
All Suites  
San José del Cabo  
Reapertura Nov. 2009



Barceló Karmina Palace Deluxe  
All Suites  
Manzanillo



Barceló La Jolla de Mismaloya  
All Suites  
Puerto Vallarta

Un lugar donde lo más común es extraordinario.

En Barceló Hotels & Resorts hacemos de cada lugar el mejor lugar, extrayendo todo el sabor de la cultura local, invitando a descubrir hasta el último de sus rincones, cuidando hasta el más mínimo detalle en la atención a nuestros clientes.

Obtenga con Club Premium de Barceló exclusivos beneficios adicionales a los servicios de Barceló y descubra todo lo que tenemos para usted.

Oficina en México DF  
Tel. (55) 508 004 00

Oficina en Guadalajara  
Tel. (33) 312 394 41

Oficina en Monterrey  
Tel. (81) 833 543 00

Oficina en Puebla  
Tel. (22) 216 972 84



Barceló, más de lo que imagina

Call Center  
01 800 BARCELO (227 23 56)  
sac7@barcelo.com

**Barcelo.com**  
mejor precio garantizado

Potrero Chico, NL

# La oportunidad de las montañas

Por **Marcelo Barreiro**  
Director de GPO Vallas Monterrey

## La oportunidad

Al llegar a Monterrey en septiembre del 2007, virtualmente conocía la ciudad, la había explorado con Google tradicional y Earth. Observé que está rodeada de montañas y que localmente la definían como "la ciudad de las montañas". Pensé que la oferta turística relacionada a las montañas sería importante, supuse una fuerte cultura de estos deportes y me alegré, porque soy montañista amateur. Luego encontré otra realidad: un vacío con una enorme oportunidad personal y de mejora para la oferta de turismo regional, junto al desarrollo de una cultura de deporte y medio ambiente. No es poco, pero en esta tierra de emprendedores, todo se puede. Sobre el potencial que ofrece la región, la respuesta parece simple: desarrollar el mercado local, la cultura y hábito de consumo de la actividad (más allá de escalar en la Huasteca).

Consultando, pocos saben qué hay detrás de la M o dónde está La Calle. Eso no pasa con los habitantes de Bariloche, Córdoba o Mendoza. Allá por mis tierras la mayoría recorre sus montañas, pernocta en ellas y vive la experiencia. Son destinos de turismo nacional e internacional, una oferta que los locales han sabido crear, porque la disfrutaban. Monterrey dispone de algo que carecen esas ciudades argentinas: tiene 20 veces más habitantes que Bariloche, además de la población de todo el país y del sur de EU.

## La idea

¿Qué ofrecemos hoy para que la experiencia con nuestro recurso turístico principal sea una aventura atractiva? Muy poco. La Sierra Madre, con alturas de dos mil metros y más, tiene mucho potencial: imaginen construir una red de refugios de montaña, rústicos pero equipados y acogedores (como los de los Alpes y Pirineos en Europa o los Andes patagónicos), a los se llegue a caballo o haciendo *trekking*, la actividad de montaña más simple y accesible a todo nivel, transitando por veredas agrestes, aunque bien marcadas y cuidadas; refugios altos, que conformen una ruta para recorrerse durante tres, cuatro días o más, uniendo a los aventureros, en convivencia con la

naturaleza. Refugios con un auténtico montañista a cargo de la administración. Sin duda a muchos les interesaría vivir esa experiencia en su ciudad.

Vayamos más lejos, desarrollando programas desde las escuelas básicas, donde se incluyan salidas seguras a la montaña, que ofrezcan a los niños y adolescentes esta sana actividad, los induzcan a vivir su entorno cotidiano y de paso, los alejen de algunos males o vicios. Pensemos en una población con mucha actividad hacia sus montañas, que consume productos más específicos. Incluso, en carreras universitarias precisas y variantes de salida laboral. De pronto en la región tenemos una oferta diferenciada, una economía de escala, un mercado y una mayor identidad.

## El negocio futuro

Pasé el Año Nuevo de 2005 a dos mil metros de altura, en un refugio de montaña cercano a Bariloche, suponiendo encontrar ahí a unos cuantos locos. Me sorprendí compartiendo con 75 personas de 15 nacionalidades. Nunca olvidaré esa experiencia. El turista busca lo diferente e intenso, y disfruta más su estancia. Así, se abren nuevos horizontes: la economía de escala de Monterrey facilita el desarrollo de una actividad local rentable, con nueva industria y comercios. Es viable una rápida mejora de la oferta turística, captando a quienes desean una experiencia integral, por encima de lo convencional.

La propuesta es empezar a crearlo, y tal vez en 10 años, tener una población joven volcada a esta actividad, una oferta turística diferenciada, un mercado en crecimiento, nuevos comercios y una pequeña industria local operando, en sitios con gran potencial: la Huasteca, Potrero Chico, García, Chipinque, Bioparque, Matacanes, Chipitín y La Boca, renovada con una imagen internacional, ramblas y muelles bonitos, gastronomía y hoteles boutique, integrada a la magia de Santiago. Una delicia imperdible y completa, ante un mundo ávido de vivencias, viendo por Google lo que Monterrey tiene para ofrecer.♥



**LOS ARCOS**<sup>®</sup>  
RESTAURANT

*La Mejor Cocina de Mariscos  
de la Costa del Pacífico<sup>®</sup>*

**Culiacán • Mazatlán • Tijuana • Mexicali • Cd. Juárez  
Guadalajara • Cd. de México • Monterrey • Toluca • San Diego (USA)**

# LO MÁS RELEVANTE DE LOS NEGOCIOS EN MONTERREY

Por Armando Torres



**TECNOLOGICO  
DE MONTERREY®**

**FEMSA**

## Recuerdan a don Eugenio Garza Lagüera

Para conmemorar el primer aniversario luctuoso de don Eugenio Garza Lagüera, quien fuera Presidente Honorario Vitalicio del Tecnológico de Monterrey, directivos, empleados y alumnos de la Institución, así como personal de FEMSA, montaron una guardia de honor en el Panteón del Carmen. José González Ornelas, Director de Administración y Control Corporativo de FEMSA, destacó el legado, obra y filosofía de vida, valores y acciones que rigieron a este gran hombre. Asimismo, se recordó su trayectoria, en la que sobresale la transformación del ITESM en un sistema universitario multicampus.

Antes de finalizar la guardia, los presentes honraron con un minuto de aplausos al impulsor de la educación, la cultura y el desarrollo social de México. Rafael Rangel Sostmann, Rector del ITESM, señaló la importancia de continuar el compromiso que don Eugenio y su padre mantenían con la Institución: “Seguimos trabajando como siempre, con los retos que presenta la economía, como él nos enseñó; debemos salir adelante, y es el ejemplo que tratamos de seguir, todos los días con el mismo compromiso”, resaltó. En memoria de uno de los más grandes empresarios de Monterrey, la bandera del Tec lució a media asta y en Rectoría se colocó un moño negro, en señal de luto.

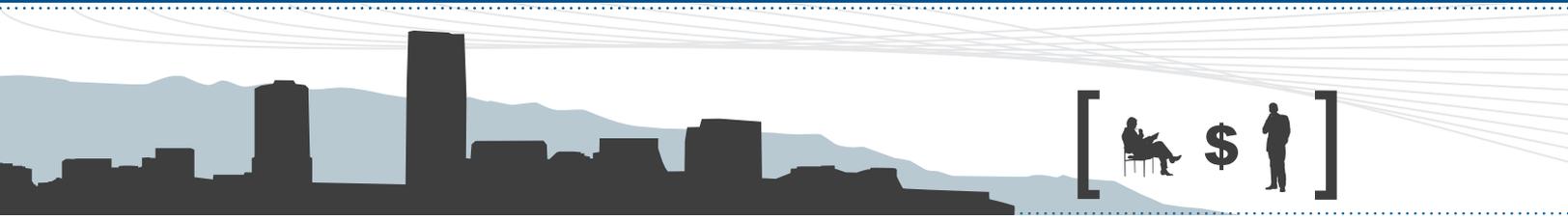


World Business Council for  
Sustainable Development

## Transforma Cemex mercado energético

Grupo Industrial Cemex, en colaboración con el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sustentable (WBCSD) y empresas líderes en construcción, equipamiento y energía, realizó el lanzamiento de “Transformando el mercado: eficiencia energética en edificios”, nuevo reporte sustentado en una extensa investigación, el cual presenta un plan de transformación en cuatro subsectores clave: vivienda unifamiliar, vivienda multifamiliar, oficinas y centros comerciales; así como un plan de trabajo para lograr la reducción de 60% de la energía utilizada en edificios, cumpliendo con los avances demandados por el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático. “El compromiso de Cemex con la sustentabilidad continúa siendo sólido y estamos orgullosos de colaborar con los líderes de la industria para promover la eficiencia energética en los edificios”, dijo Lorenzo Zambrano, Presidente y Director General.

Un edificio energéticamente eficiente puede utilizar hasta 70% menos de energía que uno ineficiente, logrando los mismos niveles de confort o mejorándolos. Entre otras, algunas de las recomendaciones del reporte, aplicables tanto a edificios existentes como nuevos, son: utilizar subsidios y señales de precios para fomentar inversiones en eficiencia energética, capacitar mano de obra para el ahorro energético y movilizar el desarrollo de una cultura de conciencia respecto a la energía.



## Presencia de Natura en Nuevo León

La multinacional brasileña, una de las compañías más transparentes a nivel mundial, además de ofrecer en la ciudad su amplio e interesante portafolio de productos con once líneas distintas de maquillaje, perfumería e higiene personal, hace la invitación abierta a mujeres y hombres regiomontanos que quieran formar parte de su canal de ventas directas como consultores, profesionales independientes que adquieran y revendan los productos de la marca, apoyando con ello en todo el Estado y regiones vecinas, ante la eventual crisis que padecemos. Asimismo, abre un cuadro de vacantes para colaboradores directos asalariados en su plaza de Monterrey.

La marca que cuenta con el distintivo de producir y comercializar artículos totalmente amigables con el medio ambiente y únicos con extractos amazónicos, a punto de cumplir su 40 aniversario y con casi cuatro años de presencia en México, continúa sus planes de crecimiento y operaciones en Nuevo León con más de 500 productos sustentables y su Casa Natura (Modesto Arreola 719 ote., centro de Monterrey), la cual permite a los visitantes tener una experiencia sensorial con sus mesas de experimentación, para conocer y disfrutar los productos, ya que finalmente la razón de ser de Natura es promover el bienestar, comprometida con la construcción de un mundo mejor a través de una óptima relación con la naturaleza.



## Apoya OXXO a Cruz Rosa

La cadena de tiendas de autoservicio, empresa filial de Grupo FEMSA, entregó a la Cruz Rosa ABP, asociación de beneficencia privada que apoya a mujeres con cáncer, un donativo por 673 mil 36 pesos, recurso recaudado a través del programa de responsabilidad social PRO. Cruz Rosa busca dar un sentido positivo a la vida de las pacientes, con acciones de orientación e información de la enfermedad y sus tratamientos a la familia, además de brindar hospedaje y alimentación, apoyo emocional, físico y espiritual. "Agradecemos a PRO de OXXO su apoyo. Reconocemos el trabajo de los muchachos en las tiendas para pedir a los clientes el redondeo. Ellos saben que cada moneda obtenida ayuda a salvar una vida, una familia y un hogar. Nos sentimos respaldados por OXXO, una organización comprometida con la comunidad", dijo Graciela Carvajal de Lozano, Directora de Cruz Rosa ABP.

Cabe destacar que FEMSA y OXXO tienen una tradición de responsabilidad social y siempre buscan nuevos esquemas para generar valor en las comunidades donde operan (ahora en todo el país), siendo PRO (inició el 1 de julio del 2002 en todas las tiendas de Monterrey y su área metropolitana) un ejemplo más de su vocación y compromiso comunitario.





# The MACALLAN®

The MALT



Cuando la ola de interés en el whisky malta empezó a arrasarse en Europa en los años 90, Macallan era una de las destilerías más importantes. The Macallan era el ejemplo perfecto del whisky almacenado en barricas de jerez. Tenía una complejidad multifacética y era muy apreciado entre los aficionados a los buenos licores. Quien bebía The Macallan sentía que estaba bebiendo el mejor whisky del mundo.

En una serie de pruebas de catadores, The Macallan ganó múltiples premios y este enorme interés tomó a los dueños por sorpresa. Recién en 1979, The Macallan lanzó su primera campaña de marketing, pagando 25 libras por un aviso publicitario. En ese momento, ya el whisky tenía seguidores que le redían culto y el suceso de The Macallan persuadió a los dueños a publicar avisos en los diarios y a comentar la popularidad de la destilería con un modesto asombro. También en aquel momento se decidió agregar el artículo "The" al nombre de la destilería para diferenciar los envases originales de los de otros vendedores que alegremente compraban barricas a Macallan para embotellar propias versiones del whisky.

Esta prestigiosa posición no se debe al marketing estratégico ni a costosas campañas de publicidad, más bien todo lo contrario,



es la demanda por este whisky lo que ha construido la marca.

Una de las razones por las cuales The Macallan es tan prestigioso, es que es un whisky con una habilidad única para añejarse y el whisky muy añejo es fácilmente vendible a coleccionistas. Dos condiciones tienen que darse para que un whisky añeje con la misma dignidad que el Macallan: la bebida tiene que ser de primera calidad y sobre todo, las barricas deben ser elegidas con extremo cuidado.

The Macallan emplea a un "Master of Wood" (Maestro de la Madera), para garantizar la calidad de las barricas. Esto le ha posibilitado a la marca, embotellar whiskies de edades muy respetables en mayor medida que otras destilerías. Macallan es la única destilería que ha embotellado una variedad especial vintage. El whisky más añejo de la serie, fue puesto en la barrica en 1926 y embotellado en 1996, como un Macallan de 60 años.

## The Macallan Top Scotch Brand The luxury Institute survey 2008

Desde un inicio, el mercado notó que the Macallan representaba una calidad y elegancia extraordinarias. Por este motivo, desde aquella época siempre fue un whisky tentador para coleccionistas y cazadores de trofeos. Hoy en día, casa de subasta de todo el mundo esperan su turno para conseguir un Macallan para vender. The Macallan tiene el record mundial por la oferta más alta y sus precios de venta siempre han figurado entre los 20 más altos.

A woman with long dark hair, wearing a vibrant red, one-shoulder, draped dress with a large bow at the bust. She is standing in a dark, wooded area with stone pillars visible on the left. The lighting is dramatic, highlighting her face and the texture of her dress against the dark background.

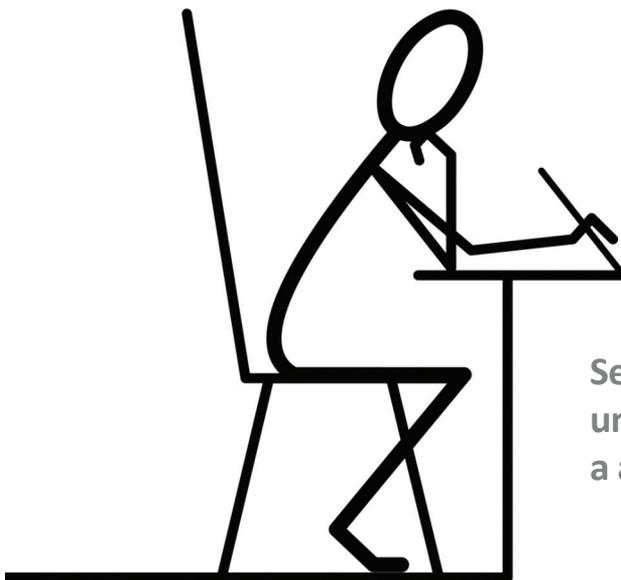
lorevillarreal  
| fotografía |

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

C. 044.81.1517.0343 | Nx. 72\*15\*67687

| retrato | moda | publicidad | alimentos | arquitectura | documental | eventos |

# Trabajar



Se que este título sorprenderá a más de uno, y algunos se preguntarán cómo llegué a atreverme a ser tan concluyente.

no es ético

**Por Jorge Estrella Peñamedrano**

Les comparto una vivencia: hace un par de semanas me invitaron a dar una plática en una organización de vendedores de multinivel. Curiosamente al momento de presentarme en el salón todos los asistentes (aproximadamente 250 personas), estaban cantando y bailando al compás de una música de salsa, todos coreaban los estribillos y se notaba un ambiente de alegría que contagiaba a los que nos íbamos sumando al festejo. Este acontecimiento tan pocas veces visto en mi vida laboral me hizo reflexionar: "Toda esta gente se siente feliz con lo que hace, lo disfruta, ha encontrado su verdadera vocación en la vida y debe ser la causa de la exteriorización de su alegría".

Habían pasado alrededor de unos 15 minutos cuando el maestro de ceremonias anunció la primera intervención programada. Los participantes tomaron asiento y el orador empezó a hacer uso de la palabra, con el respeto y silencio de todo el auditorio. El inicio de la charla me resultó disonante respecto de lo que había compartido con el grupo de vendedores, ya que el orador inició su conferencia diciendo: "Cuando definimos una meta en nuestra vida y queremos alcanzarla no basta ponerse la camiseta, sino que tenemos que sudarla... es más, no basta sudar la camiseta, hay que sangrarla, y sólo así podremos sentirnos seguros de lograr las metas que nos hemos puesto como propósito".

Confieso que al escuchar estas palabras y compararlas con lo que había vivido antes del inicio de las exposiciones, sentí un profundo malestar. No podría asegurar cuál era la fuente que me generaba este sentimiento, pero me planteaba por qué la rudeza de asegurar que para lograr algo en la vida había que sangrar. Recordé a tantos grandes y notables seres humanos que habían trascendido en la vida siendo ellos mismos, congruentes con su pensar, sentir y actuar, y por lo tanto, divirtiéndose con un proceder que cada día los reafirmaba más, haciéndolos realizarse y por qué no decirlo, trascender.

El resto de la plática no la escuché, me quedé meditando en estas palabras. El siguiente orador era yo, las palabras del maestro de ceremonias invitándome a subir al estrado me sacaron de mi profunda reflexión. Ya estaba arriba del escenario, contemplando al grupo que había visto bailar y cantar para luego sumirse, tal vez al igual que yo, en tan duras aseveraciones de que para lograr algo en la vida deberíamos "sangrar la camiseta".

TRABAJAR: Viene del latín *tripaliare*, a su vez derivado de *tripalium* ("tres palos"). *Tripalium* era un yugo hecho con tres (*tri*) palos (*palium*) en los cuales amarraban a los esclavos para azotarlos.



Allí me planteé qué hacer, qué decir y opté por ser coherente y compartir lo que había descubierto.

Comencé diciéndoles: Al entrar en el salón y verlos cantar, reír, bailar, me dije ¡qué hermosa gente!, ojalá que todos los trabajadores encontráramos esa profunda emoción en nuestra vida laboral y pudiéramos disfrutar de nuestro accionar con tal alegría, divertimento, pasión y entrega. Al escuchar al orador que me precedió invitarnos a no sólo ponernos la camiseta, sino a sudarla y sangrarla para lograr nuestras metas, me sacudí, y tras la sacudida, comprendí algo que nunca me había planteado o no había formulado de manera rotunda, que tal vez suene muy extraña: trabajar no es ético. Frase que carecería de valor si no la explico desde mi propia vivencia.

Siempre fui publicista con la esperanza de agradar a mi padre, quien fue Director de Lowe Argentina, una de las principales agencias de publicidad de Latinoamérica. Con el correr del tiempo, y para ser más exacto, hace 15 años, al cumplir 40, salí al jardín de mi propia agencia de publicidad, fundada en la ciudad de Monterrey, y mirando un viejo árbol, elevé la vista al cielo y dije: "Papá, hace 10 años que te enterré y todavía sigo esperando ese abrazo que me diga: Hijo, estoy orgulloso de ti. Ya he comprendido que ese abrazo y esas palabras no llegarán, pues si ésa era tu intención, la muerte te sorprendió antes de hacerlo. Al decir verdad nunca me gustó la publicidad, es más, la siento alejada de mi verdadera vocación. Lo que siempre quise fue dar clases, compartir con otros seres humanos

los aprendizajes obtenidos en nuestro tránsito por la vida y con base en ellos, seguir creciendo. Así que papá, hasta aquí llegó el ejercicio de esta profesión".

Ese mismo día fui a la oficina de mi socio y le dije: "Pienso dejar la publicidad". Su respuesta fue: "Jorge, ¿te volviste loco?" "Tal vez, pero creo que es hora de dedicarme a lo que siempre me gustó y que he ido postergando por cumplir con el deseo de agradar a mi padre, así que te dejo todo y que tengas suerte". Fue mi último día en una agencia de publicidad. Y también debo confesarles que fue el último día en que sentí que trabajaba, dejé de hacerlo al encontrar y ser fiel a mi verdadera vocación.

Nunca más trabajé, sólo empecé a dedicarme a lo que en verdad me apasionaba y hasta este instante todo lo que hago me divierte. Siento que con esta alegría y pasión trasciendo en cada acción que emprendo. Con este proceder descubrí la congruencia que nunca antes había vivido, y el contacto con esa fuerza emergente de nuestra alma cuando siente que no la estamos traicionando, que no estamos generando un esfuerzo inútil por querer lograr "metas ambiciosas" que no benefician a nadie, ni siquiera al que las emprende. Por eso los invito a encontrar su verdadera vocación, a desechar el principio de que el esfuerzo es parte del trabajo y a saber que cuando lo percibimos así no somos ni éticos ni congruentes, y que tal vez obstruimos nuestro propio desarrollo y el de todas las personas que nos rodean: "Si no ayuda, no estorbe".

Reforzando lo expresado, también les comparto que empecé a investigar de dónde nacen expresiones como: "No puedo porque tengo que ir a trabajar" o "Es que tengo que trabajar". Son muy escasas, por no decir nulas, las veces en que escucho: "Es que quiero ir a trabajar". Esto me motivó a indagar el origen y significado del término "trabajar", que viene del latín *tripaliare*, a su vez derivado de *tripalium* ("tres palos"). *Tripalium* era un yugo hecho con tres (*tri*) palos (*palium*) en los cuales amarraban a los esclavos para azotarlos. La relación de "trabajo" con *tripalium* no es "golpear", sino "sufrir". También podemos mencionar la influencia de la tradición judeo-cristiana, en la que nuestros padres Adán y Eva fueron expulsados del paraíso y condenados a "ganarse el pan con el sudor de su frente", que pone nuevamente de manifiesto el vínculo entre trabajar y sufrir. Y para que comprendamos esta relación con nuestro inconsciente, les pongo el siguiente ejemplo: se dice que la experiencia más dolorosa de un organismo humano ocurre en las mujeres que están por dar a luz; la pregunta es, ¿cómo le llamamos comúnmente a las contracciones del parto? "Trabajo de parto".

Con lo expresado, espero que haya quedado claro que todo aquel que no encontró su verdadera vocación en la vida y que por lo tanto no se desenvuelve con pasión en lo que hace, lejos de ayudar, es un estorbo para sí y para todos los que lo rodeamos. Entonces: a buscar nuestra verdadera vocación y empezar a divertirnos haciendo lo que nos gusta. ♦

## DATOS DEL COLABORADOR

**Jorge Estrella:** Director General de Sinapsis Solution; Licenciado en Psicología y en Ciencias de la Información, Maestro en Desarrollo Humano (UIA) y en Psicoanálisis (Universidad de Barcelona); Posgraduado en Comunicaciones (Universidad de Navarra). Consultor Internacional en activo humano empresarial. [editorial@playersoflife.com](mailto:editorial@playersoflife.com)



Fundación

**PLAYERS** **OF LIFE**

BUSINESS & PLEASURES



## Torreón

25 abril 09

Encendamos una Luz, AC  
(atención a niños con  
cáncer) suma entregada:

**\$92,200**

## Chihuahua

17 abril 09

Instituto José David, AC  
(atención a niños con  
problemas auditivos, de  
lenguaje, de aprendizaje y  
autismo)  
suma entregada:

**\$100,000**

## Monterrey

**Coming Soon...**  
**Agosto 09**

# Regresar a lo BÁSICO



Muchos de ustedes se estarán preguntando, incluso varias veces al día, no sólo cómo sobrevivir, sino cómo crecer en el ambiente económico actual

Por Esteban De Gyvés

**H**ay que recordar que si escucháramos e hiciéramos caso de todo lo que se publica y transmite por los medios, terminaríamos por decidir no levantarnos de nuestras camas cada mañana. Además, la mayoría de los factores citados en los medios son externos y por ello, no podemos modificarlos. Esto me recuerda una historia que un colega me contó hace algunos años, sobre tres hombres dueños de un negocio: uno de ellos autoempleado, otro que ya había logrado buenos resultados en su negocio y el tercero, un dueño de negocio decidido a ser el número uno en el mundo; los cuales afrontaban un reto formidable: escalar una enorme montaña frente a ellos.

El primero se levantó de su cama, se asomó a la ventana y contempló la montaña que le pareció una eternidad, para momentos después decidir que no valía la pena su esfuerzo y saltar nuevamente a su tibia cama. El segundo se levantó de su cama, se asomó a la ventana y vio la misma montaña, entonces se vistió, se puso sus botas de escalar y se encaminó hacia ella, pero después de un breve tiempo la inclinada pendiente hizo que considerara la tarea demasiado ardua y la meta inalcanzable, por lo que decidió retirarse y regresar a su casa.

El tercero se levantó de su cama, se asomó a la ventana y vio la misma montaña, se preparó para la escalada basándose en la mejor información disponible en ese momento y empezó su ascenso. No llegó muy lejos antes de enfrentarse a un clima tan terrible que lo obligó a retroceder, pero una vez que pasó el mal clima, volvió a intentarlo para encontrarse con una pendiente tan inclinada que lo hizo resbalar hasta el principio de la pendiente. Una y otra vez se levantó, se despolvo los pantalones y volvió a iniciar la travesía con mayor determinación de llegar a la cima. Después de innumerables intentos y caídas, ascendió la pendiente y se percató de que aún le falta un buen trecho. Con renovados bríos y confianza, gradualmente subió la montaña, siempre consciente del peligro que implicaba cada paso. Finalmente alcanzó el pico y antes de que pudiera celebrar su logro, vio que frente a él se levantaba **otra montaña aún más alta.**

La moraleja de esta historia es que debemos hacer lo que sea para ser exitosos en nuestros negocios. Esto incluye que a veces debemos realizar tareas extraordinarias, entre las cuales se encuentran principalmente regresar a lo **básico**, lo que nos llevó hasta donde nos encontramos ahora, pero tendemos a olvidar.

¿Qué es lo básico?: **hacer lo necesario para desarrollar nuestras relaciones con prospectos y clientes, o sea, para conseguir clientes.** ¿Realizamos las actividades necesarias para producir prospectos? ¿Usamos todas las estrategias de generación de prospectos y evaluamos los resultados obtenidos para afinar nuestros esfuerzos en un volumen suficiente que garantice un rango necesario para tener éxito? Debemos aumentar nuestra inversión de tiempo, energía y dinero en atraer más y mejores clientes, porque **ellos nos necesitan ahora más que nunca, y el medio económico requiere de nosotros para reconstruir la confianza y el éxito.**

Analiza lo que actualmente funciona. ¿Cómo has modificado tu estrategia de ventas y marketing para crear mayor número de clientes? Si la actividad de generación de prospectos se ha desacelerado, ¿qué estás haciendo diferente hoy para que origine un resultado distinto? ¿Estás maximizando las oportunidades de tus clientes actuales en cuestión del valor que les puedes brindar y las referencias que pueden ofrecerte? ¿Sigues construyendo tu base de datos? Recuerda que en tiempos como éstos es necesario enfocarse en lo básico: exactamente lo que necesitas para enfrentar tus retos con éxito. ♦



# Marriott®

## TORREON

Calidad internacional a tu alcance



Este es el estilo



Bld. Independencia 100 Pte, Torreón, Coahuila.  
Tel. (871) 895 00 00 Reservas 01 (800) 800 17 00  
[www.marriott.com/trcmc](http://www.marriott.com/trcmc)

# Así se lleva México

Como ver la sierra de Chihuahua o la artesanía de San Miguel  
 Como ver de arriba La Quebrada, así se lleva México en la piel  
 Como el buen tequila hecho en Arandas o como un amigo en Yucatán  
 Y en Aguascalientes deshiladas o lana tejida en Teotitlán  
 (José Manuel Fernández)



**Ing. René Díaz Domínguez**  
**Socio Director Gallastegui**  
**Armella Franquicias**

Pocas cosas son más agradables al salir de la rutina diaria que tener esparcimiento, practicar nuestro deporte favorito, adquirir conocimiento o cultura, tener una celebración por un evento importante o simplemente, descansar y relajarse.

Para un PLAYER la oportunidad de pasarla bien y cumplir sus expectativas es indispensable al salir de vacaciones; cualquiera que sea el entorno, playa o montaña, ciudad colonial o villa campestre, e independientemente de que la actividad a realizar sea programada por anticipado o se deje pasar el tiempo para lograr pleno descanso y relajamiento, un buen viaje no sería posible sin el respaldo de empresas o negocios que operan en México, que con su especialización brindan los servicios o productos necesarios para disfrutar plenamente una actividad turística.

La franquicia está presente en todos los rubros que se pueden relacionar con el turismo: en la planeación del viaje con la asesoría experta de agencias como Mundo Joven, Viajes Alto o Excell; en el traslado aéreo con las dos principales compañías de aviación nacional, Aeroméxico y Mexicana, en la expedición de boletaje; en la renta de un automóvil en el punto de destino con Advantage, Dollar o Thrifty; y en el hospedaje, donde cadenas hoteleras como Microtel, Candlewood o Holliday Inn Express ofrecen opciones en múltiples destinos.

Siendo México un país rico en tradiciones y artículos de orfebrería, Fonart tiene unidades comerciales que ofertan al turismo una am-

plia variedad de artículos seleccionados a precios razonables. Éstos son algunos ejemplos de la participación de la franquicia en el sector turismo, lo que ha ayudado a que se estructure mejor, se eficiente, derive experiencias y conocimientos, mejore las cadenas productivas, genere empleos y todo ello resulte en un servicio más confiable y seguro para el turista.

Hoy, por múltiples problemas de índole económica, de seguridad y aspectos sanitarios, la actividad turística nacional está en serias dificultades. Sabemos que México cuenta con gran reconocimiento mundial por la riqueza de sus playas y litorales, la belleza de sus ciudades, su variada cultura, y la amabilidad y cortesía hacia el paseante, mas en el corto plazo ello no alcanza para recuperar los deterioros económicos de la crisis en este sector. Por ello invito a los lectores a solidarizarnos con nuestro país y todas las familias que directa o indirectamente dependen del rubro, tan estratégico e importante, priorizando a México en la intención de vacacionar, como un acto de unidad y sentido común: hay que conocer a nuestro país, vivir su cultura milenaria, saborear la diversidad de su comida, disfrutar de sus parajes, quedar deslumbrados por sus colores, realizar el ascenso en sus riscos y montañas, gozar sus



playas, ver la sonrisa de sus niños y la mirada de sus ancianos.

En una ocasión escuché la canción *México en la piel*, y llamó mi atención la frase "Así se lleva México", porque de ella me surgen las preguntas ¿cómo llevar México hoy?, ¿cómo llevar lo que no conocemos plenamente?, ¿cómo sentirnos parte de este gran país?, si no lo hemos llegado a entender en su diversidad y riqueza, y no lo hemos vivido tanto en su intensidad como en su belleza. Sin duda éste es el momento de reevaluar nuestras opciones como turistas y voltear a nuestro país para sentirlo, valorarlo e impregnarnos de él.♥

## DATOS DEL COLABORADOR

René Díaz es 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)

¿Cansado de contar los envíos  
que tu proveedor de  
mensajería no entregó?



**¡Cámbiate a QualityPost!**

Cuenta con un aliado en tu negocio...  
y siente la diferencia en servicio.



Estés donde estés®

Oficinas Corporativas Monterrey  
Catamarca No. 2129, Col. Residencial La Española,  
C.P. 64820 Monterrey, N.L.  
+52 (81) 8288-9000  
[www.qualitypost.com.mx](http://www.qualitypost.com.mx)

# ¿Recuperación económica en 2009?... Para Estados Unidos NO



De las decisiones que tome Barack Obama este 2009 dependerá el futuro de Estados Unidos para los siguientes dos años, cuando se espera la tan ansiada recuperación económica, justo antes de las elecciones del 2012.

Por Lic. Jesús Anchondo Rodríguez

Desde enero del presente año, cuando Barack Obama llegó a la Casa Blanca, su máxima prioridad ha sido sacar a Estados Unidos de la crisis económica en la que George Walker Bush dejó al país. Ha tratado de todo, pero se ha concentrado principalmente en los rescates a las entidades financieras, que recibieron miles de millones de dólares, lo cual no evitó que muchas cayeran en quiebra o fueran tomadas por el Gobierno, pero por lo menos el tesoro estadounidense ya ha comenzado a recibir pagos de los rescates financieros, provenientes de algunos bancos que han iniciado su recuperación, tal vez Obama no lo esté haciendo tan mal, pero Wall Street es sólo una de las tantas caras de este poliedro.

Del lado de la industria las cosas no parecen ir mejor, especialmente en la automotriz, emblema del poderío norteamericano, que ha tenido que recurrir a la intervención estatal para rescatar General Motors y a unas empresas extranjeras para salvar a Chrysler, con todas las facilidades otorgadas por el Gobierno

de Obama, que hasta destrabó una demanda en la Suprema Corte que impedía la venta de Chrysler a la italiana Fiat, que se quedó con las ganas de tomar control de la división europea de General Motors, la firma Opel.

Lo hecho por Obama parece lógico, quiere conservar la infraestructura industrial y el mayor número de empleos posibles, pero esta meta no se ve realizable en el corto plazo, pues se espera que el desempleo para finales de año sea de 9%, y de acuerdo a lo visto hasta ahora, la única manera de revertir ese proceso es la intervención gubernamental. Hay voces que claman la puesta en práctica de un *New Deal* como el implementado por Roosevelt en los años 30, la inversión en infraestructura (puentes, puertos, carreteras, trenes) es una de las maneras viables de sacar a la economía de su aletargamiento y aparte, con el uso de la retórica del Nuevo Trato, se evita caer en un discurso que puesto de otra manera podría sonar casi socialista, un tabú para la sociedad de EU, pero ante la crisis, muchos están dispuestos a sobreponerse a él.

El lado monetario es más difícil de analizar, ya que en los momentos de mayor complejidad de la crisis el dólar pareció recuperar mucho del valor perdido durante el 2008, trayendo consigo bajas en las materias primas (acero, petróleo, etc.), sin embargo en estos momentos el dólar empieza a depreciarse nuevamente ante otras divisas y materias primas, lo cual tiene como efecto el incremento de las exportaciones norteamericanas. A nadie le conviene un dólar excesivamente caro, que propicie el aumento de precios de productos terminados que Estados Unidos no puede vender y los demás países no pueden comprar. A nuestro vecino del norte, como imperio, también le interesa mostrar que su divisa es fuerte y confiable, y que puede mantenerse como patrón internacional de reserva. ¿Tendrá Estados Unidos la capacidad de sostener este delicado equilibrio?

Indudablemente Obama está construyendo para el futuro, puesto que sabe que el 2009, económicamente hablando, se le ha ido de las manos. ♦

¡Bally para todos,  
y todos para Bally!

Paga sólo el tiempo que entrenas.

## Night Time

Sácale cuerpo a tus noches.

## Senior

Para los jóvenes de corazón.

## Wedding

Entrenen juntos para ese día tan especial.

## Executive

Trabaja tu cuerpo...  
Estamos cerca de tu oficina.

## B-Youth

Plan exclusivo para estudiantes.

## Weekend

Nuestro programa de fin de semana.

## Traveler

¿De paso por Monterrey?  
Entrena con nosotros.

\*Aplican restricciones.



**BALLY**  
TOTAL FITNESS<sup>SM</sup>

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

VALLE  
8363 8090

CONTRY  
8400 8686

SAN PEDRO  
8004 9494

01 800 00 BALLY



# Monterrey

## El abandonado

El centro de nuestra metrópoli está abandonado a su suerte. Ha sufrido décadas de franca negligencia, de despojo y olvido por parte de las autoridades municipales y estatales. ¿Cómo una de las zonas más importantes y que dio tanto a la ciudad puede estar en condiciones tan deplorables?

Por David Pérez

### Una nueva oportunidad

Cuando usted esté leyendo esta columna, seguramente ya tendremos un Gobernador de Nuevo León y un Alcalde de Monterrey electos. Algo importante es que todos los candidatos con mayores posibilidades reconocieron esta necesidad. Y quizá usted sea escéptico ante este tipo de programas, y no lo culpo. Programas de rehabilitación van y vienen; oportunidades para transformar de fondo el primer cuadro de la ciudad ha habido, y muchas. Es cierto, todo ha fallado. Dicen que quien olvida su historia está condenado a repetirla; por eso valdría la pena aceptar que estos planes de rehabilitación no funcionaron, debido a que trataron de lograrlo sólo con una parte de los procesos necesarios para rescatar una zona tan compleja.

### Para repoblar el centro

El centro se despobló porque las condiciones de vida dejaron de tener el nivel que muchos de sus habitantes requerían, y en lugar de invertir para mejorarlas, los desarrolladores prefirieron un crecimiento horizontal y extendieron la mancha urbana en terrenos de la periferia de la ciudad ante la mirada pasiva de todos los gobiernos.

Para resolver el problema se deberá contemplar el fomento al uso de suelos mixtos, así como promover la construcción de nuevos edificios modernos y mucho más altos. Una necesidad que habrá de procurarse desde el Gobierno, con "pequeños detalles" a los que no se les puede perder de vista: pavimento, banquetas, drenaje, luminarias; además de parques y camellones arbolados, todos elementos esenciales a la hora de invertir en un lugar.

### La magia de los incentivos

Quien se responsabilice de este proyecto deberá entender que por más agradable que sea a la vista y por más millones que se inviertan en la ampliación de un paseo, nunca será suficiente si no se entiende

la magia de los incentivos en el urbanismo, la economía, y en términos prácticos, en el cómo decidimos.

Contemplar una nueva forma de concebir el desarrollo urbano, en lugar de seguir devorando terrenos periféricos, ya sea en Zuazua o Cadereyta. Hay que aceptar que ya existe una infraestructura que se está desperdiciando en el centro: redes de agua, luz, pavimentación. Miles de millones de pesos que podrían usarse en lugar de cobrarles a los usuarios por la instalación de estos mismos servicios en alguna casa alejada de sus lugares de trabajo (condenados a la distancia).

### Una tarea intensa

Es cierto, no es sencillo; muchas propiedades del primer cuadro están intestadas, en gran medida gracias a la falta de un programa público que fomente el orden territorial de la zona. También hay edificios a los que les urge una remodelación integral y sus habitantes no cuentan con los recursos ni el *expertise* suficiente; es ahí donde hay que entrarle con incentivos fiscales, esquemas de participación público-privada, apoyos bancarios que otorguen créditos preferenciales, recursos federales, y por qué no, hasta con fondos internacionales.

Quien de verdad participe en un proyecto como éste, deberá aceptar que no todas las líneas del transporte público tienen que pasar por las mismas calles del centro. Porque hoy, para sus habitantes es un vecino innecesario, contaminante, ruidoso e incómodo, a diferencia de lo que ocurre en países desarrollados, vivir en el centro de Monterrey no es el lujo ni la comodidad que uno esperaría de un Estado líder, moderno. La realidad es contundente: edificios abandonados, barrios enteros repletos de sitios de vicio, zonas oscuras, olvidadas e inseguras... todo, menos un centro moderno, que inspire al arte, la convivencia y la inclusión. Por la sustentabilidad y el desarrollo ordenado de Nuevo León, urge un centro de Monterrey que nos llene de orgullo.♥

#### DATOS DEL COLABORADOR

David Pérez Esparza es Maestro en Política Pública por la EGAP con estancia en la KSG de Harvard University. En 2008 recibió el Premio Administración Pública Nuevo León. [editorial@playersoflife.com](mailto:editorial@playersoflife.com)

# La polémica influenza

## Y la eficacia de las medidas contra la epidemia

Por Raúl Blackaller Velázquez  
Abogado y Máster en Educación



Durante la primera guerra mundial, en la primavera de 1918, los rusos llegaron a un armisticio con Alemania, lo que permitió a esta última cerrar ese frente y concentrar más de un millón de hombres en la lucha en Francia. EU recién entraba en la guerra y su presencia aún no planteaba una ayuda real a los aliados. El avance alemán se hizo sentir, en muchos lugares las tropas aventajaban en una proporción de cuatro a uno a los aliados. Se conquistaron mil 250 millas cuadradas en cuatro meses, un gran avance en esa guerra de trincheras. En mayo habían llegado al río Marne poniendo a su artillería pesada a tiro de París. La población civil inició la evacuación. No fue el heroísmo de los aliados o la influencia de los americanos, sino que fue una epidemia la que diezmó a las tropas germanas deteniendo el avance y permitiendo que el aparato bélico americano alcanzara la magnitud suficiente para cambiar el curso de la historia. Dicha epidemia fue la influenza o gripe española. Escribió Guillermo Acuña en un artículo llamado *Influenza: History and threats*. Menciona también que la epidemia fue responsable de 20 a 40 millones de muertos en menos de un año, dos a cuatro veces más que el total de las muertes en cuatro años de guerra. Calcula que un quinto de la población mundial fue infectada y de ésta, 2 a 3% murió.

En el México actual muchos aún se mantienen escépticos, algunos más fueron alimentados en sus ansias paranoicas, otros permanecieron indiferentes, pero lo cierto es que la influenza ha provocado una polémica y un debate cuyos ecos escucharemos en el tiempo.

Se sabe de epidemias de influenza desde hace 400 años en muchos países, se han tipificado como tales aún ante el desconocimiento del agente causal. La más grande sucedió en 1918. De 1957 a 1968 mató a un millón de personas en el mundo. El

término influenza fue introducido en Italia al inicio del siglo XV para describir una epidemia atribuida a la influencia de las estrellas. El concepto fue adoptado por los ingleses en el siglo XVIII, y durante el mismo periodo los franceses denominaron a la enfermedad como la *grippe*.

Y sí es una enfermedad para preocuparse, pues su medio de difusión e infección es de lo más temido por el ser humano: contacto directo e indirecto. Es mortal en algunos casos, pero como tantas otras detectada a tiempo es curable, tanto como puede serlo cualquier enfermedad viral. Si las medidas tomadas por el Gobierno mexicano para tratar el padecimiento fueron válidas, por qué hay tanta gente negativa e incluso indiferente. Los factores a tomar en cuenta serían los siguientes: ya se esperaba una epidemia de influenza, se sabía qué medidas se tomarían ante ella, son tiempos electorales, vivimos una crisis de seguridad y económica.

Durante varios días no hubo otra información más que la de la influenza, oportunidad tomada por los partidos para posicionarse ante el electorado. Podemos dividir las medidas en dos partes, las federales y las de los Gobernadores para sobresalir, cualquier pretexto fue bueno. Y de aquí surgen las suspicacias por parte de un sector del público: qué tan efectivas fueron las precauciones, que además mostraron muchas de las debilidades en el sistema de salud mexicano. Qué tanto la epidemia se contuvo, porque tenía que acabarse y qué tanto fueron factor de solución las medidas gubernamentales. Me queda la duda de si sólo cerrar bares, restaurantes y cines ayudó a contener una enfermedad. Quizá sí fueron efectivos los cuidados, o tal vez sólo en apariencia se logró frenar la epidemia y nos espera un brote más fuerte y agresivo del virus para la próxima, en que la solución sea la de siempre: no hacer nada y dejar que mueran miles de personas, como sucede cada año.

# Z4 BMW

## Una conquista audaz



A partir de este año, BMW lanza el totalmente rediseñado Z4 como un roadster de techo duro retráctil que sustituye a los dos modelos anteriores: el Z4 roadster y el Z4 coupé.

Por Víctor Colmenero

El Z4 es un auto deportivo de tracción trasera fabricado por la marca alemana BMW y se constituye como sucesor del Z3. La primera generación fue introducida en el 2002, y estaba disponible en versiones roadster y coupé.

Conservando la clásica parrilla de la marca, el nuevo Z4 posee un diseño exterior más dinámico que su predecesor. Con un frente más arqueado que se asemeja al Serie 7, y con faros traseros inspirados en la X6, este roadster sacrifica la clásica sobriedad del diseño BMW y gana en agresividad. Su capó alargado y la posición baja del conductor hacen que la sensación de manejo sea una delicia.

Lo más destacado es su techo retráctil. A diferencia del Z3 y del Z4 anterior, en el nuevo Z4 se optó por utilizar un techo duro eléctrico consistente en dos piezas de aluminio que se pliegan una sobre la otra y se esconden en la cajuela. El proceso de abrir y cerrar lleva sólo veinte segundos. Abierto, el auto se parece mucho al mítico y poderoso Z8 de hace algunos años.

El interior del Z4 tiene el mismo estilo que los demás modelos de la marca: sobrio y horizontal. Llamaban la atención los botones redondos en la consola central, que controlan al climatizador y

el arranque del motor. Cuenta con navegador de 8.8 pulgadas que se oculta cuando no está en uso e incorpora el sistema iDrive que permite al conductor acceder a todas las funciones del vehículo de una manera rápida e intuitiva. Los asientos de piel cuentan con la tecnología *sun reflective*, que evita que se calienten aún con el techo abatido.

En México el Z4 está disponible con dos opciones de motorización: sDrive35i con motor 3.0 litros turbo a 305 HP y sDrive23i con motor 2.5 litros aspiración normal a 204 HP.

De serie, cuenta con una transmisión manual de seis velocidades. También existen dos opciones de transmisión automática: una caja *septronic*, la cual disminuye mucho las prestaciones, y una nueva transmisión de doble embrague exclusiva para el sDrive 35i, con la que se mejora el desempeño notablemente.

Por un precio a partir de los 55 mil dólares, es posible disfrutar de un verdadero automóvil de "conquista". El Z4 fue hecho con la intención de captar clientes del Audi TT, el Porsche Cayman y el Mercedes SLK. Con una propuesta audaz, agresiva y a la vez práctica, que supera por mucho a su antecesor, todo parece indicar que BMW tendrá éxito en sus expectativas.♥



# Cata de vinos

## BMW Sierra Motors

La reconocida agencia de autos, ubicada en Valle Oriente, organizó una cata de vinos de diferentes bodegas, con la intención de consentir a sus clientes, por lo que trajo a diferentes *sommeliers* de renombre desde España. Al lugar asistieron alrededor de 50 invitados especiales, clientes de la marca, quienes pasaron una velada muy agradable entre amigos.♥



Exquisita degustación



Paul Brunet (derecha), invitado especial



Expertos *sommeliers*



Roberto Portillo, Mayra Hernández, Dulce Hernández y Germán Gutiérrez



Patricio Madero y Pepe Medellín



# Nextel Business Golf Tour

Fotografías: Eugenio González-Paullada

Debido a la excelente respuesta lograda en años anteriores, se celebró la segunda fecha de la tercera edición del Nextel Business Golf Tour en el Club de Golf La Herradura, al sur de la ciudad de Monterrey, para después continuar con la siguiente parada en el Club de Golf Río, en Guadalajara, Jalisco. Así, hasta cubrir un total de nueve diferentes locaciones de nuestro país: ciudad de México, Irapuato, Cancún, Puebla, Guadalajara, Monterrey, Tijuana y Mazatlán, y llevar a cabo la gran final en San José del Cabo, en Los Cabos, Baja California Sur, durante octubre próximo.

Todos los participantes ganadores del torneo recibirán diferentes premios, entre los que se encuentran 40 mil pesos que se sortean en cada una de las etapas de la gira, y la oportunidad de convertirse en dueños de un automóvil Audi TT.

## Ganadores en Monterrey:

Primer lugar: Roberto San Román y Federico Enríquez

Segundo lugar: Sebastián Velarde y Bernardo Treviño

Tercer lugar: Alberto Gómez González y Juan Enrique Montemayor



Roberto San Román y Federico Enríquez



Sebastián Velarde y Bernardo Treviño



Alberto Gómez González y Juan Enrique Montemayor



Eugenio González, Mauricio Orbañanos, Alfonso Herrera, Alonso Treviño y Alfonso García



Franky Cuéllar



Bernardo Treviño y Sebastián Velarde



Ricky Treviño, Roberto San Román y Manuel González



Emilio Marino, Alejandro González y Germán López



Jesús Chapa y Sergio Mendiola



Cálida tarde entre amigos en La Herradura

# Exquisita cena maridaje

del VInoclub de Vinoteca

Vinoteca, empresa líder en el mercado de vinos y licores en México, con motivo del décimo aniversario de su VInoclub, ofreció una cena maridaje (como parte de una serie de festejos que se llevarán a cabo durante el resto del año) en el restaurante Pangea, donde se brindó a 45 invitados especiales, entre socios del club y demás amigos y clientes distinguidos, un menú diseñado especialmente para la ocasión por el chef Guillermo González Beristain.

Los comensales disfrutaron de variados vinos de Castello Banfi y además tuvieron la oportunidad de interactuar con los directivos de la bodega italiana, entre ellos Philippe Marconi, intercambiando sus diferentes apreciaciones de aromas, intensidades, tonalidades y más atributos que definen al buen vino.♥



Philippe Marconi, Director de exportaciones de Banfi Distribuciones para América



Lourdes de Támez y Juan Támez



Mauro Perales y Martha de Perales



Lucía Garza y Dolores Bortoni



Magdalena García

# El verdadero placer de hacer negocios

[ Tu oficina fuera  
de tu oficina ]



## [ 12 Salas de Juntas ]

- + Sin renta
- + Totalmente equipadas: Audioconferencia, cañón proyector, pantalla inteligente "interactiva", PC con mouse y teclado inalámbrico, DirectTV, SKY, DVD, VHS
- + Servicio de Alimentos y Bebidas
- + Soporte Técnico
- + Capacidad de 8 a 60 paxs

## [ Business Center ]

- + Asistencia Ejecutiva Bilingüe: Toma de minutas, transcripción de documentos, organización de agenda, llenado de facturas, cheques, formatos fiscales, entre otros
- + Servicios básicos como impresiones, copiado, escaneado y más
- + Cubículos independientes de trabajo
- + Internet inalámbrico sin costo en todas las áreas de Club

## [ Oficina Virtual ]

- + Línea de teléfono y fax exclusiva
- + Contestación telefónica personalizada bilingüe
- + Manejo de correspondencia
- + Dirección comercial y/o fiscal

## [ Agencia de Viajes + Concierge ]

- + Nuestra propia agencia de viajes: Pérez-Maldonado / Virtuoso
- + Concierge VIP para solucionar tus necesidades de tipo personal



- [ Gym + Spa ]
- [ Peluquería + Nutrición ]
- [ Alberca Semi-olímpica ]



- [ Restaurante Internacional ]
- [ Terraza + Sushi Bar ]
- [ Gran Salón ]
- [ Catering ]



# CHIVAS

CHIVALRY. VUELVEN LOS CABALLEROS.

---

EVITA EL EXCESO  
[www.alcoholinformate.org.mx](http://www.alcoholinformate.org.mx)  
SSA 06330022461908