

PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & PLEASURES



Ecología & Tecnología

LA FÓRMULA MEXICANA ACTUAL

Jorge Urdiales

Liderando campeones

Presidente del Club Rayados de Monterrey

Mercado nacional de seguros
Las ventajas de prevenir

Juan Morales Zambrano
Director Comercial de Vinoteca

Juan Jesús Viteri A.
Director Nacional de Seguros Banorte

Don Sergio Yturria
Pionero de los servicios de prevención

FEBRERO 2010 MONTERREY

\$39.00 MEX \$2.50 US \$3.50 CAN



7503007253309

ATRACCIÓN. | ¿Cuál capturaré la atención del público? ¿Será el de dije giratorio en forma del emblema Montblanc con el diamante en corte redondo o el de madre perla?

Es difícil elegir, pero con el collar y el brazalete en plata de ley 925 de la *Colección Montblanc Star*, usted iluminará el escenario cualquiera que sea su elección. MONTBLANC. A STORY TO TELL.

**MONT
BLANC** 



® Montblanc®

DIRECCIÓN GENERAL

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

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

GERENCIA CREATIVA REGIONAL
Victor H. Blankense P.
victor.blankense@grupomacom.com

GERENCIA DE DISEÑO REGIONAL
Alejandra Aguilar Vilardell
alejandra.aguilar@grupomacom.com

GERENCIA COMERCIAL REGIONAL
Javier Sada Díaz Flores
javier.sada@grupomacom.com

ADMINISTRACIÓN REGIONAL
Mónica Álvarez Carrillo
monica.alvarez@grupomacom.com

DIRECTOR EJECUTIVO

Arturo Villarreal Torres
arturo.villarreal@playersoflife.com

DIRECTOR CREATIVO

Mauricio Durán Ancira
mauricio.duran@playersoflife.com

GERENTE EDITORIAL

Elva Nohemí González Castillo
elva.gonzalez@playersoflife.com

GERENTE DE DISEÑO

José Martínez Borrego
jose.martinez@grupomacom.com

GERENTE COMERCIAL

Karem Vanessa Balbás
karem.balbas@playersoflife.com

RELACIONES PÚBLICAS

Reyna Domínguez Gaspar
reyna.dominguez@playersoflife.com

EJECUTIVO DE VENTAS

Francisco Yturria
francisco.yturria@playersoflife.com

LOGÍSTICA

Ricardo Vega Flores

COLABORADORES

José M. Gómez Porchini / Esteban de Gyvés / Jessica Collado / Armando Torres
Blanca Reyna Insunza / Javier Prieto / Marcelo Barreiro / René Díaz / Alfredo Peraza
Jorge López / David Pérez / Raúl Blackaller Velázquez / Francisco León

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

VENTAS Y SUSCRIPCIONES MACOM Monterrey
Tels: (81) 1522 0536 / 37

IZA Business Center Plaza O2 Vasconcelos Av. Vasconcelos 150 ote. Col. del Valle, San Pedro
Garza García, NL, México.

VENTAS Y SUSCRIPCIONES MACOM Chihuahua
Lateral Ortiz Mena #1607 - 2º Piso
Colonia Residencial Campestre
31238 Tel. (614) 200 37 08 / 09
Chihuahua, Chihuahua, México

PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 2 No. 39. Fecha de publicación: 1 de febrero de 2010.
Revista mensual, editada y publicada por Grupo MACOM. Clzda. Cuauhtémoc No. 999-B Nte. Col.
Centro, C.P. 27000 Torreón, Coahuila, México. Editor responsable: Victor H. Blankense P. Certificado
de Licitud, Título y Contenido: En proceso. Título de Registro de Marca: 1005840. Impresa en México.
Grupo MACOM investiga sobre la seriedad de sus anunciantes, pero no se responsabiliza con las
ofertas relacionadas con los mismos. Cada uno de los colaboradores es responsable directo de la
información que facilita para ser publicada. Todas las colaboraciones reciben corrección de estilo.
Prohibida su reproducción parcial o total.

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

www.playersoflife.com

celsaimpresos.com.mx
(871) 159-1135/36

ventas@celsaimpresos.com.mx
01800-00 CELSA (23572)

Celsa Impresos

Carta Editorial

Edición 39 Febrero 2010



Un tema esencial en la primera década del siglo XXI será el medioambiente: una evaluación de su deterioro, pero sobre todo, una discusión positiva en torno a las medidas que harán posible frenar o revertir los daños que la actividad humana —en particular producir y consumir— le ha ocasionado. Es fundamental conocer y reconocer los esfuerzos que algunas empresas que operan en México han emprendido en este sentido, para lo cual elaboramos el contenido Ecología & Tecnología, donde analizamos las medidas y resultados que estás implementaciones en pro del planeta están dando.

Otro aspecto que nos pareció merecedor de un análisis es el referente al

pel de las compañías aseguradoras en nuestro país, ya que en los últimos años se ha visto cada vez más fortalecida una cultura de prevención. Asegúrate es la sección que creamos para mostrar este tema, brindándote información acerca de algunas de las firmas de seguros más importantes en la República mexicana.

En portada tenemos a Jorge Urdiales, Presidente del Club Rayados de Monterrey, que en Historias de Éxito, en exclusiva nos platica de sus vivencias al ganar dos campeonatos, al manejar una pérdida y convertirla en motivación para los jugadores, así como de sus metas y gran pasión: el fútbol.

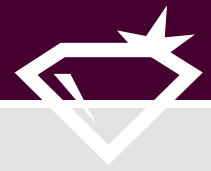
Nuestras páginas te invitan a mantenerte actualizado, proporcionándote a la vez gratos momentos de lectura en

Arturo Villarreal Torres

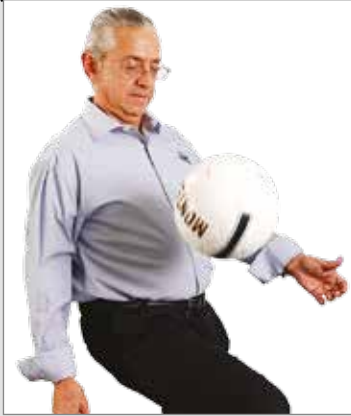
Alejandro Martínez Filizola

Fe de erratas

PLAYERS of life aprovecha este espacio para disculparse oficialmente con el Dr. Ciro Alfonso Herrera Ramírez, Rector Monterrey de la Universidad del Valle de México, por el error publicado en la edición 38 (Enero), sección Perfiles Educativos, página 56, en que en el perfil correspondiente al Dr. Herrera se colocó un nombre y puesto incorrecto.



CONTENIDO Febrero 2010



54 Historias de Éxito
Jorge Urdiales

38 Asegúrate

Aseguradoras en México

- 39 AXA
- 40 Banorte Generali
- 41 GNP
- 42 INBURSA Grupo Financiero
- 43 Seguros Monterrey New York Life

En pro del medio ambiente

- 46 Gamesa
- 48 Grupo Modelo
- 50 Peñoles
- 52 ARYZ



44 ECOLOGÍA & TECNOLOGÍA



12 PLAYER DEL AYER

Don Sergio Yturria

16 PERFILES

Juan Jesús Viteri Álvarez



66 EJECUTIVOS EN ASCENSO

Juan Morales Zambrano

68 AS BAJO LA MANGA

Guillermo Pérez-Salinas



14 FINISH
Francisco Serrano

20 STARS OF LIFE
Tiger Woods, extreme life

27 GIRLS & GIFTS
Valentine's Guide

33 TRAVESÍA
Bon Voyage! Holly week

EL DIVÁN **70**
7 propósitos para tu empresa este 2010

GOURMET **80**
Selección de restaurantes

ZOOM **88**
RP, magnífica estrategia en la mercadotecnia

FRANQUICIAS **90**
Haciendo bien al planeta y al negocio



BMW



www.bmw.com.mx

El placer de conducir

JOY HAS NO LIMITS.

Joy es nuestro corazón, detrás de esta palabra hemos construido una compañía, independiente de todos, comprensible sólo para el conductor. No construimos autos, somos los creadores de emociones, somos los guardianes de ilusiones, de la alegría, de sonrisas y de aquellas palabras que no se pueden encontrar en el diccionario. Y mientras otros tratan de prometer todo, nosotros prometemos sólo una cosa. Lo más personal y humano de todas las emociones. Ésta es la historia de BMW. La historia de Joy, que continúa en www.bmw.com.mx

JOY IS BMW.

BMW EfficientDynamics 
Less emissions. More driving pleasure.

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

Galería Gonzalitos
Gonzalitos Sur 501
Col. Jardín Obispo
64050 Monterrey, N.L.
Tel: (01-81) 88.650.100

Galería Valle
Calzada del Valle 320 Ote.
Col. Del Valle
66220 San Pedro Garza García, N.L.
Tel: (01-81) 100.18.800

Galería Saltillo
Carretera Saltillo - Monterrey km. 7.2
25080 Saltillo, Coah.
Tel: (01-844) 450.06.00

Prohibida su reproducción total o parcial. La marca BMW y su logotipo son marcas registradas de BMW AG y se encuentran licenciadas a favor de BMW de México, S.A. de C.V.

Pólizas de seguro extravagantes

Algunos famosos han asegurado por varios millones de dólares las partes de su cuerpo; las firmas de seguros reciben solicitudes de todo tipo. Aquí te presentamos sólo cinco ejemplos del gran catálogo existente.



SPACESHIPONE

En junio de 2004, el SpaceShip-One se convirtió en el primer avión comercial en llegar al espacio. La empresa Alim suscribió una póliza de 100 millones de libras (más de 135 millones de dólares) para el vuelo.



CRISTIANORONALDO

Otro famoso con extremidades caras es el futbolista Cristiano Ronaldo, quien las tiene valuadas en 114 millones de dólares.



MERV HUGHES

Merv Hughes es un atleta australiano, conocido por ser uno de los jugadores de cricket más importantes de su país. Sin embargo, este hombre de 48 años no sólo destaca dentro del deporte, sino también por ser el dueño del bigote más caro del mundo, pues su mostacho está asegurado en 370 mil dólares.



DAVID LEE ROTH

David Lee Roth, el cantante de la banda de rock Van Halen, es el dueño de una de las pólizas más raras de la historia. Roth aseguró su esperma por la suma de un millón de dólares, cantidad que será cobrada por el artista cada vez que embarace a alguna mujer.



MARIAHCAREY

A diferencia de lo que muchos puedan pensar, la voz de Mariah Carey no es lo más caro de su persona. La cantante tiene aseguradas sus piernas por un billón de dólares.



MONA LISA

Existen obras de arte cuyo valor puede llegar a ser incalculable. Se sabe que la *Mona Lisa*, una de las grandes obras pictóricas de Leonardo da Vinci y que actualmente se exhibe en el Museo de Louvre en París, tiene una póliza que ronda los mil millones de dólares.



- Para empresas que requieren soluciones probadas y de fácil implementación, contamos con un catálogo de productos estándar.
- 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.

Nokia CS-10



Hwawei E 156



ZTE MF 626



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



Nokia 5530

Ahora puedes incluir Números Elegidos en tu Red (Pregunta a tu ejecutivo)

Oficina Móvil Telcel

Reciba y envíe 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.



Motorola Dext MB200



Nokia N97



Sony Ericsson X1 (XPERIA)



Palm Pre 3G

Blackberry™



Blackberry Bold 9000



Blackberry Pearl 8220



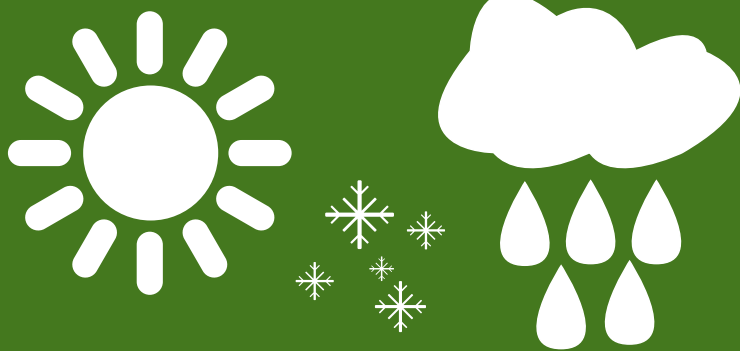
Blackberry Storm 9530

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).
- Opciones de servicio desde \$113.85 (IVA incluido) BISMART (una cuenta incluida).

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 Garcia, N.L.



El cambio climático en México

México emite anualmente a la atmósfera **715.2 millones** de toneladas de gases de efecto invernadero, de ese total **90%** corresponde a dióxido de carbono.

20% de las emisiones de dióxido de carbono que se lanzan a la atmósfera corresponden a la deforestación y los incendios forestales.

De los contaminantes que recibe la zona metropolitana de la ciudad de México, **85%** son desechos de la combustión de más de **44.4 millones** de litros de combustible que se consumen diariamente en esa área.

El país pierde aproximadamente **400 mil** hectáreas de vegetación arbolada cada año.

Anualmente se producen daños por **270 millones** de dólares en promedio, debido a la erosión de las márgenes de los ríos.

2 son las principales fuentes contaminantes en el país: el sector energético y el transporte.

La calidad del agua aceptable para cualquier tipo de uso es de **5%**, mientras que la contaminada alcanza **15%**.

México contribuye con alrededor de **1.6%** de las emisiones anuales globales de gases de efecto invernadero.

Cada mexicano emite **6.40 toneladas** de dióxido de carbono al año.

96.98% del suelo del país es susceptible a afectaciones por al menos alguno de los procesos de degradación de suelos.

7 mil 600 personas mueren por causas relacionadas a la contaminación atmosférica y ambiental.



Valentine's day

Colección especial para el día de San Valentín disponible en plata de primera ley y oro de 18kt con diamantes
Monterrey. Calzada del Valle Oriente, 279 T. 81 8378 3890
Ave. Paseo de los Leones, 2121 T. 81 8370 9646
Ave. Alfonso Reyes, 241 T. 81 1100 1818
Barcelona . Madrid . Paris . London . New York . Tokyo

TOUS
tous.com

RESUMEN DE ENERO



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15

• 1. El retiro temporal de Tiger Woods generará pérdidas económicas en el PGA Tour • 2. Josep Guardiola fue elegido por la Federación Internacional de Historia y Estadística de Futbol como el mejor Director Técnico del 2009 • 3. Peyton Manning recibió el nombramiento de Jugador Más Valioso de la NFL, por The Associated Press • 4. El ex beisbolista Mark McGwire admitió el consumo de esteroides en 1998, cuando rompió el récord de jonrones de las Grandes Ligas • 5. Michael Schumacher realizó sus primeros ensayos para su retorno a la Fórmula 1 • 6. Roger Federer y otros tenistas reunieron fondos para ayudar a las víctimas del terremoto en Haití • 7. El delantero paraguayo del América Salvador Cabañas fue baleado la madrugada del lunes 25 de enero en un bar del DF • 8. De cara a la Copa del Mundo, la clavadora Paola Espinosa no ha entrenado al 100%, pues la alberca de Fuentes Brotantes no se encuentra lista • 9. La Selección Mexicana Sub 20 ganó el Torneo Internacional Juvenil de Punta del Este, Uruguay • 10. Monterrey se coronó campeón del Torneo InterLiga • 11. Inició el Torneo Bicentenario del futbol mexicano • 12. Saúl Canelo Álvarez podría pelear contra Floyd Mayweather Jr. en Las Vegas • 13. El Estadio de Futbol Monterrey fue diseñado por HJOK-SPORT, líderes en la materia y creadores de más 800 estadios en el mundo • 14. Humberto *El Chupete* Suazo se quitó la camisa de Rayados para usar la del Zaragoza • 15. Tigres firma a Everton Cardoso de Silva en la operación más cara del balompié nacional en el mercado invernal, rebasando los seis millones de dólares.



un peu d'air sur terre


LACOSTE

www.lacoste.com

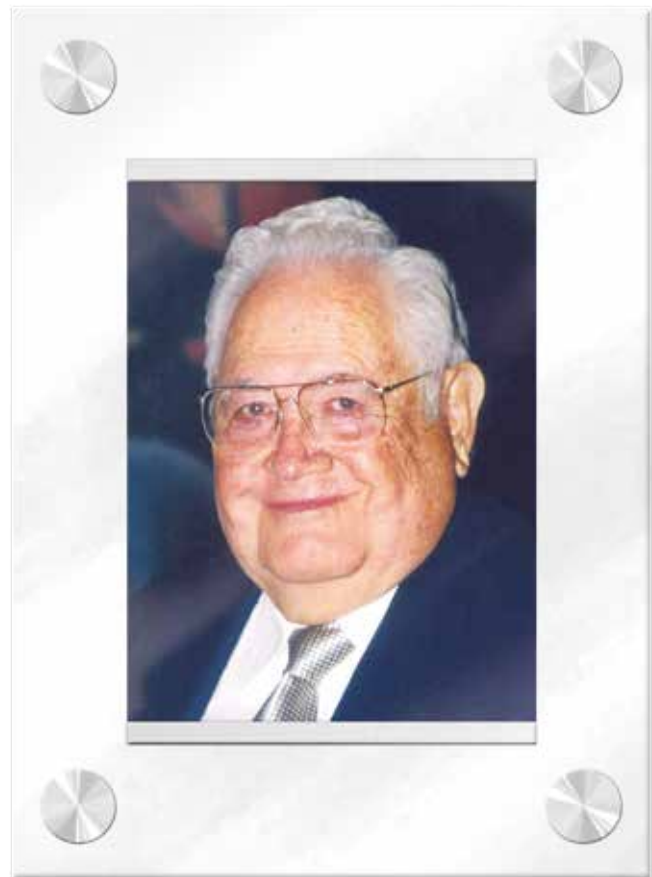
Centro Comercial Calzada del Valle, Av. Calzada del Valle 401 local D-4
Galerías Valle Oriente, Av. Lázaro Cárdenas 1000 local 1102 Primer Nivel

Don Sergio Yturria Guzmán

Fundador de Yturria. Agente de Seguros

Por José Manuel Gómez Porchini
Miembro del Colegio de Abogados de Monterrey, AC

Un hombre que con su palabra y don de gentes logró iniciar una empresa regiomontana de excelencia en seguros.



Una fotografía representa un momento que se detiene para siempre en el tiempo, en esa imagen aparecen los rasgos de una persona o situación determinada que pudieron captarse.

En esta ocasión quiero realizar precisamente una fotografía escrita de la vida de un hombre que logró influir en su entorno a tal grado que obtuvo el respeto y reconocimiento de sus competidores y compañías rivales en su ramo, lo que obviamente fue posible gracias a su muy particular forma de ser.

Entiendo la vida de don Sergio Yturria a partir de la fiesta sorpresa que sus hijos y amigos le brindaron con motivo de sus 50 años como agente de seguros: una reunión no organizada por él, pero en la que fue el protagonista. Así fue haciendo la vida: tomando lo que se le proponía y obteniendo siempre el mejor provecho.

A la fiesta acudieron la mayoría de sus clientes, incluyendo el primero: don Eugenio Clariond Garza, quien por cierto, lo inició en el mundo de los seguros. Le vio lo que era su cualidad principal: seriedad en el trato, que es el capital de las empresas de seguros. También estuvieron presentes el Presidente de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros y el Gobernador del Estado, Fernando Canales Clariond, además de muchos otros prohombres de las finanzas, la industria del seguro y la política, lo que nos da una idea de la calidad de los que participaron para que el festejo fuera inolvidable.

Su sonrisa, su natural propensión a encontrar sólo lo bueno y lo hermoso en las personas y las cosas, ayudó al señor Don Sergio a cimentar una familia que representó su mayor fortaleza, pues fue la

base sobre la que el negocio familiar creció hasta convertirse en lo que es hoy, y dentro de sus características destaca ser una importante fuente de empleo para más de 200 colaboradores en el norte de la República, habiendo empezado a partir de una sola persona.

En dos ocasiones distintas, en dos tiempos distintos, don Sergio presidió la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, lo que indica que el gremio le reconocía su valor. Obtuvo el premio Guerrero Azteca otorgado por el Presidente de México, que sólo se entrega a las personalidades que por su labor han engrandecido la industria nacional del seguro, lo que abona mucho en su favor.

En una palabra, este regiomontano hizo una vida en la que se dedicó a servir a los demás, a representar a sus clientes ante la compañía y a ésta ante los asegurados. Logró conciliar dos intereses encontrados sólo con su palabra y don de gentes, y eso sólo puede llamarse calidad humana.

Finalmente hay que apuntar que don Sergio Yturria Guzmán hizo las cosas al modo correcto: el suyo, valor suficiente para honrarlo, siempre.♥

CONTACTO CON EL COLABORADOR editorial@playersoflife.com

PLAYERS of life invita a los lectores a sugerir personajes para esta sección; agradeceremos el envío de sus mensajes a victor.blankense@grupomacom.com



Duradero.

Oris ProDiver
Chronograph.
www.oris.ch



ORIS
Swiss Made Watches
Since  1904



GHIBERTI 
arte milenario

Galerías Valle Oriente
Av. Lázaro Cárdenas No. 1000 L-1141
Col. Valle Oriente, Monterrey, N.L. Tel. 8486 0303
www.ghiberti.com.mx

Plaza Fiesta San Agustín
Batallón de San Patricio No. 1000 L-2432 Residencial
San Agustín, Garza García, N.L. Tel. 8368 4811
info@ghiberti.com.mx

Plaza Fiesta Anáhuac
Av. Manuel L. Barragán No. 325 Nte. Col. Residencial
Anáhuac San Nicolás de los Garza, N.L.
Tel. 8332 2644



Francisco Serrano

Competidor en triatlón en los Juegos Olímpicos de Beijing 2008

En sus 17 años como deportista ha vivido grandes e inolvidables experiencias, sin embargo, por más emocionantes, divertidas o importantes que hayan sido, la más significativa fue participar en los Juegos Olímpicos de Beijing el 18 de agosto del 2008.

Competir en unos Juegos Olímpicos es una de las más grandes satisfacciones que un atleta puede tener, fue algo que marcó mi vida, pues era un sueño que venía persiguiendo desde Sydney 2000, cuando el triatlón finalmente se convirtió en deporte olímpico y gracias al arduo trabajo, dedicación, sacrificios y apoyo de mucha gente, logré realizarlo. Disfruté al máximo cada uno de los momentos que viví desde que mi entrenador Luis Hernández y yo llegamos a Beijing: conocer la delegación de tu país, la villa olímpica, el izamiento de la bandera, los entrenamientos previos, ver a la elite de todos los deportes a nivel mundial, la inauguración de los Juegos; absolutamente todo fue asombroso e inolvidable; no encuentro palabras para describir el sentimiento de entrar al estadio el día de la inauguración desfilando por mi país.

Llegó la hora de la competencia y mis sentimientos eran encontrados: disfrutaba lo que tanto trabajo me había costado conseguir, y a la vez, después de seis meses de excelentes competencias, no me sentía como quería en ese momento competitivamente, ya que una lesión impidió que tuviera la preparación necesaria en los últimos dos meses para estar a mi máximo rendimiento, sin embargo, en el trayecto del hotel a la carrera solo con mi música, todo pensamiento sobre qué iba a pasar empezó a desaparecer y comencé a experimentar una gran alegría por el simple hecho de estar ahí, di las gracias a Dios y sentía adrenalina en mi cuerpo.

Me habían platicado mucho sobre la tensión previa a un evento de tal magnitud, pero en ningún momento sentí que se me venía el mundo encima, sabía que debía hacer la carrera de mi vida. Terminé el calentamiento y estaba listo para darlo todo! Tuve un buen arranque, sabía la importancia de la natación, por lo que trabajé mucho con el

equipo del Tec de Monterrey al mando de Mauricio Campos, y vi muy claro un día antes lo que podía pasar si algo fallaba en el agua, ya que Fabiola Corona, la representante de México en la rama femenil no pudo acabar su competencia al ser lapeada por una mala natación. Tuve muchos golpes en gran parte del inicio de la competencia y aún así logré salir con atletas favoritos rumbo a la etapa del ciclismo, que era mi fuerte y donde sabía que podía remontar muchos lugares, y así

Sé que tengo lo necesario para estar en la cima con los favoritos

fue: de empezar en el lugar 55 la primera vuelta, fui recortando la distancia con los líderes hasta llegar a la punta en la tercera de seis vueltas del ciclismo. Después de un gran desgaste supe que para ganar una medalla tenía que darlo todo en la bicicleta, así que sin pensarlo dos veces, me desagué del grupo y empecé a tomar ventaja con otros dos triatletas sobre el resto de los com-

petidores, en ese momento sólo pasaba por mi cabeza aguantar y dar mi máximo, todo iba saliendo a la perfección, pasaban los kilómetros y la ventaja era mayor, pero llegó un punto donde mi cuerpo no pudo más y empecé a perder terreno poco a poco.

Para cuando comencé a correr aún venía en tercer lugar y me separaban de la medalla 10 kilómetros de carrera a pie, iba con mucho dolor de la pierna donde me había lesionado y veía cómo me pasaban de uno en uno todos los competidores, sabía que no podía darme por vencido y nunca me lo iba a perdonar si no daba mi 100%, así que mantuve la calma y fui recuperándome, hasta que empecé a adelantarme de nuevo, logrando finalizar en el lugar 43. Llegué a la meta satisfecho de haber dado mi mejor esfuerzo ese día y aún cuando el sitio obtenido no era lo que tenía en mente, regresé a México contento, y con hambre de volver y ganar, pues sé que tengo lo necesario para estar en la cima con los favoritos. ♦



HEARTS ON FIRE®

THE WORLD'S MOST PERFECTLY CUT DIAMOND™



ROBERTO COIN CENTO COLLECTION

THE ULTIMATE 100 FACET DIAMOND



Eternity Diamonds

...deja que tu imagen Brille



*...en Diamantes
hacemos la diferencia*



Galerias Monterrey
Local 126
8347 6221 • 8123 4899

Paseo San Pedro
Local 135
8100 6221 • 8100 9212

Matriz
Calz. San Pedro 210-A Nte.
Col. del Valle • 8356 6404



Juan Jesús Viteri Álvarez

Director Nacional de Seguros BANORTE

Preparación y claridad de lo que se quiere, es la actitud que Viteri recomienda a los profesionistas ante la incertidumbre del 2010.

Por Elva González

Juan Jesús Viteri Álvarez, Director Nacional de Seguros BANORTE, platicó con PLAYERS of life sobre las razones por las cuales la gente debería escoger a su banco: "Primero, porque somos el banco fuerte de México, hoy tenemos más de mil 100 sucursales, con presencia a nivel

nacional, es una de las marcas más fuertes". Juan Viteri comenzó su vocación dentro de la administración por "tener muy claro hacia dónde deseo ir y qué es lo que quiero". Además, sabe que la continua preparación profesional es lo ideal, por lo que recomienda la lectura. "Estoy convencido de que, como pro-

fesional, es tu obligación estar debidamente informado y preparado, crear tus hábitos de lectura rápida, de comprensión. Todo momento es bueno para leer".

Considera que hay que entrarle con mucho entusiasmo al 2010 para seguir creciendo y, como un verdadero apasionado por su tra-



bajo, señala el punto diferenciador que hace a BANORTE único: “Algo que encuentras en este banco, que no existe en los demás, es calidad, la forma en la que este banco se acerca contigo, te atiende, no lo hace el resto de la banca”.

BANORTE apoya realmente a sus clientes, comenta Viteri, e ilustra lo anterior con el siguiente ejemplo: “La inundación que en septiembre pasado afectó a Valle Dorado, en el Estado de México, en la que muchos habitantes vieron dañadas sus propiedades, sus casas y automóviles. Fueron pocos los bancos y aseguradoras que nos hicimos presentes en la zona, atendiendo a los afectados”. Y ¿qué pasó? Empezamos a captar muchos clientes nuevos porque BANORTE estaba ahí. Con actitudes y acciones muy pequeñas, llegas al corazón del cliente, y por supuesto, el cliente es la recompensa”.

Viteri explica que BANORTE es un banco en donde siempre se está buscando al cliente, pero ahora, con estas acciones, los clientes están buscando ser parte de GRUPO FINANCIERO BANORTE. “Durante los años recientes hemos tenido un proceso de crecimiento, enfrentando diariamente a la competencia, lo que nos ha hecho más fuertes. Estamos compitiendo al tú por tú, posicionándonos cada vez con mayor éxito entre nuestros clientes y usuarios”.

También, Viteri nos cuenta sobre el nuevo servicio que actualmente BANORTE promociona: el Seguro de Vida y Repatriación BANORTE Generali, el cual va dirigido a las familias de los migrantes. “Este producto tiene cobertura y es tramitado en México, y asegu-

ra al familiar en Estados Unidos. Puedes escoger varios módulos, el más barato es de 30 dólares por un año de cobertura”, explica.

El servicio, como su nombre lo indica, es un seguro de vida y repatriación de cuerpo, en caso de que la persona muera en Estados Unidos, el banco se encargará de regresarla a su familia, aún sea a la parte más recóndita de México; este nuevo producto empezó a planearse desde hace tres años, considerando que hay más de 45 millones de mexicanos radicando en Norteamérica, y BANORTE solamente ofrece aquellos productos que sabe son de interés para el público. “Al momento en que yo te ofrezca un producto o servicio, es para que te genere valor. Si no te genera valor, ni tú lo vas a usar, ni a mí me va a convenir ponerlo en el mercado”.

Viteri nos habla sobre los obstáculos que ha debido superar durante su trayectoria: “La vida nunca es sencilla. Aprendes con los golpes a saber qué decir y cómo tratar. Mientras tengas perfectamente claro que no quieres ser del montón, literalmente, cuando tienes perfectamente claro cuál es tu visión profesional, créeme que tus instintos te ayudan a alcanzarlo. Creo que soy de los profesionistas que tienen la fortuna de vivir de lo que estudié.”

Para finalizar, nos dice que su mayor reto como Director Nacional de Seguros Banorte es “Tener mucha claridad de hacia dónde quiero ir, y no siempre es sencillo, porque la realidad es muy cambiante y tienes que ir ajustando tus expectativas. Debes tener perfectamente claro hacia dónde quieres ir tú y hacia dónde debes llevar a toda tu gente”. ♦



Viteri en pocas palabras

Seguro: Tranquilidad

Banco: Patrimonio

Experiencia: Madurez

Calidad: Hábito

Servicio: Actitud

Comida: El mole

Película: Ciencia ficción y las de la segunda guerra mundial

Libro: *La guerra y la paz*

Lema: “Da todo lo que tengas que dar, apasionate, nunca hagas nada a medias”



¡Pierde el miedo a incrementar tus precios!

Este aumento tiene más ventajas de las que imaginas

Con un buen análisis financiero puedes hacer cambios que te ayudarán a aumentar tus utilidades.

Déjame iniciar preguntándote ¿cuál es el resultado que más te interesa en tu negocio: las **ventas** o las **utilidades**?... ¡Exacto!, como dueño de negocio lo que quieres es incrementar tus **utilidades**, no tanto tus ventas.

Existen métodos científicos para que a través de un adecuado análisis financiero, puedas decidir a qué artículo o línea de artículos le aumentarás el precio, y en qué porcentaje. A continuación un par de ejemplos:

1. Tienes un artículo que actualmente te deja un margen bruto de 20%, y decides incrementar su precio 10%. Tus ventas pueden caer hasta 33% y tu utilidad no se verá afectada. ¿Qué pasaría si tus ventas sólo caen 20%? Sorpréndete: **tus utilidades aumentarían 19%**! Así es, vendiendo 20% menos tus utilidades crecerían 19%. ¿Te parece interesante?

2. Trabajas con una línea de productos cuyo margen bruto es de 25% y tomas la decisión de aumentar 8% su precio. Tu utilidad se mantendrá aún y cuando tus ventas disminuyan hasta 24%. Y qué tal que mediante una buena mercadotecnia, consigues que tus ventas caigan sólo 12%? **¡Obtendrás 18% de utilidad**

adicional! ¡Correcto!, nuevamente vendiendo 12% menos, ganarías 18% más.

Aumentar tus precios tiene varias ventajas:

- 1.** Te desharás de clientes desleales que sólo te buscan por precio.
- 2.** Trabajarás menos, pues reduciendo operaciones estarás generando la misma (o mayor) utilidad.
- 3.** Podrás identificar a los clientes que recurren a ti por los valores que le aportas a su organización para enfocarte en ellos, estableciendo estrategias de fidelización y trato VIP.

Pero, ¡cuidado!, hazlo sólo después de un buen análisis financiero y con el soporte de un Coach de Negocios, pues si tus ventas caen más de lo presupuestado, podrías meterte en un gran aprieto.

Si deseas saber más acerca del tema, ponte en contacto conmigo para que te enteres de nuestros próximos eventos. Recuerda que no existen buenos o malos negocios, sino buenos o malos dueños de negocios. ♥



Esteban de Gyvés

DATOS DEL COLABORADOR

ActionCOACH y Presidente de la Asociación Mexicana de Coaches de Negocios, AC
editorial@playersoflife.com

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS

GENERICOS



Peñoles calidad a favor del Medio ambiente

Historia de la empresa

En 1887, en Peñoles, pueblo del estado de Durango, se fundó la primera unidad de lo que ahora es Industrias Peñoles, la cual fue constituida por un grupo de inversionistas mexicanos, con el propósito de explotar las minas de la región. De 1890 a 1960, la compañía fue fusionada y adquirida por diversas compañías extranjeras. Fue hasta 1961 que la Compañía Minera de Peñoles y la Compañía Metalúrgica Peñoles se fusionaron por un grupo de inversionistas mexicanos encabezados por Raúl Baillères.

En 1964 adquieren 51% de la Compañía Fresnillo, que poseía las minas de Fresnillo, en Zacatecas, y Naica, en Chihuahua; asimismo el 51% de la Compañía Zimapán, que contaba con las minas El Carrizal y El Monte, en Zimapán, Hidalgo. En 1967, después de la muerte de Raúl Baillères, Alberto Baillères fue designado Presidente del Consejo de Administración de Metalúrgica Mexicana Peñoles. Finalmente, en

septiembre de 1969 se constituye Industrias Peñoles, como controladora y núcleo financiero de todas sus filiales.

Actualidad

Industrias Peñoles controla más de 20 compañías activas involucradas en la exploración, minería, fundición y afinación de metales preciosos e industriales, y en la producción de químicos-inorgánicos, en las que laboran más de siete mil personas, distribuidas en 15 subsidiarias. Peñoles opera la mina de plata más rica del mundo (Unidad Fresnillo); es el mayor productor mundial de plata afinada, bismuto metálico y sulfato de sodio; opera el complejo metalúrgico no ferroso más grande de América Latina y el cuarto a nivel mundial en términos de valor de su producción.

Esta compañía es uno de los exportadores netos más importantes de México, con ventas a más de 30 países a los que distribuye más

de 58% de su producción. En 2005 alcanzó un récord de producción de oro con 1.1 millones de onzas, plata 91.3 millones de onzas y zinc con 232 mil 465 toneladas. En 2008 tuvo ventas netas por más de 54 mil millones de pesos, mientras que su utilidad bruta fue superior a los 12 mil millones de pesos.

Ecología & Tecnología

Al exterior

En 2005 creó el Centro de Servicios Compartidos del Medio Ambiente, Seguridad y Salud (MASS). Además el Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico (CIDT) se encarga de desarrollar nuevos procesos y tecnologías con menores costos e impacto al medio ambiente.

Durante 2008 la empresa invirtió 78 millones de pesos en el rubro de medio ambiente.

En 2009 se concluyó la instalación de un sistema de cogeneración de energía eléctrica



con vapor del área de Tostación en la Planta Electrolítica de Zinc, en Torreón, Coahuila. Anteriormente el vapor era aprovechado aproximadamente en 25%, lo que equivalía a mover las bombas de agua de las calderas y dos compresores. Hoy el aprovechamiento es de 100%. Con esta iniciativa se dejarán de emitir casi 27 mil 708 toneladas de óxido de carbono al año.

En la fundición se instaló un nuevo proceso de absorción con el que se redujeron las emisiones de dióxido de azufre totales en 9% adicional.

A nivel piloto se ha desarrollado un proceso para procesar la grasa residuo de los hornos de fusión de Met-Mex, conocido como “cerro negro”, el cual sigue optimizándose para la recuperación de zinc.

Al interior

Casi 93% del total de energía eléctrica generada para la empresa provino de la Termoeléctrica Peñoles y de proyectos internos de cogeneración.

En 2008 el consumo de agua de Peñoles en su mayoría derivó de agua tratada por la empresa, siendo éste de 42.42%.

Los residuos reciclables como cartón, papel y plástico son separados y colectados para su venta, y los recursos obtenidos se entregan a asociaciones benéficas.♥



Met-Mex Peñoles recibió el Reconocimiento de Mejores Prácticas por la “Primera Planta en México de Tratamiento de Aguas Residuales Urbanas para Procesos Industriales”, otorgado por el Centro Mexicano de Filantropía (CEMEFI).



ARZYZ

Comprometida con un futuro que ya llegó

La limpieza del medioambiente

Las empresas de reciclado contribuyen a la limpieza del medioambiente, retirando chatarra y residuos que afectan a la calidad medioambiental. También contribuyen con el ahorro de la energía correspondiente, ya sea en la producción del metal, como durante su utilización en los componentes de automóviles.

Esta empresa, en sus inicios durante 1980, trabajaba en la recuperación de zinc, ahora en sus primeros 30 años de vida, su amplia gama de productos con aleaciones no ferrosas, y en especial, la fundición y comercialización de aluminio, la ubican como líder y con una importante posición en el aporte industrial al cuidado ecológico, gracias a los beneficios que permiten su eficiencia al procesar materias primas altamente reciclables.

A través de su historia, la identidad que hoy refleja ARZYZ es la de una organización que ha mejorado procesos y unificado el camino hacia un futuro en el que cada uno de sus colaboradores logren ser mejores personas y constituir una empresa solidamente compro-

metida con la calidad y el desarrollo sustentable. Cuidando siempre del medioambiente, su mejora en la tecnología es constante para entregar productos de alta calidad a los clientes, los cuales les permitan incrementar su competitividad y sostener un equilibrio ecológico, como lo destaca ARZYZ en su Visión: "Contribuir al Desarrollo Sustentable y Social de nuestro Planeta, respetando la Integridad y Seguridad del Ser Humano y el Medio Ambiente".

En ARZYZ, experiencia y tecnología se suman en la constante de depurar procesos y productos que aporten mayores beneficios, optimizando la capacidad del reciclado de metales como el aluminio, asegurando la calidad con la integración de modernos equipos de laboratorio y análisis.

Importancia del aluminio en un desarrollo sustentable

El aluminio, "metal del siglo XXI", es el más importante de los metales no ferrosos. Es el elemento más abundante en la corteza terrestre después del sílice, su bajo peso específico, resistencia a la corrosión, alta

conductividad térmica y eléctrica, así como alta resistencia mecánica una vez aleado con otros metales, le permiten tener una gama de aplicaciones que tiene como único límite la inventiva del hombre.

Ecología & Tecnología

Ahorro de energía en el reciclado

El reciclado significa recuperación de energía. La producción de aluminio reciclado consume sólo 5% de la energía necesaria para la producción de la industria primaria. Esto significa que aprovechando los recursos metálicos secundarios disponibles, podemos tener piezas metálicas a un menor costo. Además, se obtienen las ventajas medioambientales de este reducido consumo energético.

Ventajas del reciclaje de aluminio

Ahorros

- 95% en consumo de agua y energía.
- Una lata producto del reciclaje requiere sólo de una fracción de la energía necesaria para elaborar una lata similar con materia prima.
- Reciclando una lata de aluminio se ahorra



suficiente energía como para hacer funcionar un televisor por 3.5 horas.

-Al producir aluminio a partir de chatarra existe un ahorro de 95% de la energía si se compara con la producción a partir del mineral.

Beneficios

-En el proceso de reciclado no cambian las características del material, ya que se obtiene un producto con las mismas propiedades. Además, el aluminio puede reciclarse indefinidamente y sin disminuir su calidad.

-En el proceso de reciclado de latas no se requiere eliminar otro tipo de materiales, ya que tanto la tapa como la lata son de aluminio; en general, un producto es más fácil de reciclar si está compuesto por un único material.

-Reutilización indefinida: el aluminio recuperado, una vez seleccionado y prensado, se funde y con él se fabrican nuevos lingotes que se utilizan para cualquier aplicación.

-Por cada tonelada de aluminio tirada a la basura es necesario extraer cuatro toneladas de bauxita. Durante la fabricación se producen dos toneladas de residuos muy contaminantes y difíciles de eliminar.

-Reciclar el aluminio contribuye con la disminución de gases de efecto invernadero.♥



ARZYZ, una empresa joven con fuertes raíces de experiencia, confirma día a día su presencia y compromiso con la sociedad con un enfoque global empresarial, basado en el respeto al planeta, el desarrollo tecnológico, la innovación y el sólido fundamento de recibir de frente un futuro que ya llegó.

HISTORIAS DE ÉXITO

Jor
Ur



ge diales

Presidente del Club Rayados

La pasión de un líder entregado, sencillo y amante de su profesión

El Presidente del club de futbol Rayados de Monterrey, nos dio la bienvenida en su oficina para compartir con los lectores de PLAYERS of life acerca de su experiencia, pasiones y metas. Un hombre sencillo, alegre, muy apasionado y amante del futbol y de su profesión, nos platica sobre los pasos que el Club Rayados ha tomado para convertirse en un equipo con una directiva llena de nuevas propuestas, un plantel atractivo y un desempeño en la cancha que gusta y entretiene a una de las mejores y más exigentes aficiones del país, que hoy disfruta de un campeonato de Liga y uno de Interliga, así como de un boleto a la Copa Libertadores. Además Jorge Urdiales nos habla de su gran fe, entrega y claves para formar una Historia de Éxito.

Por Mauricio Durán y Elva González
Fotografía Ramiro Valenzuela



—¿Qué es el futbol para Jorge Urdiales?

—Es pasión, mi vida, trabajo en equipo, familia... es un fenómeno social. El futbol es muchas cosas englobadas en un objetivo fundamental, que es ganar. Para mí eso es el futbol.

—¿Y cómo definiría a la afición mexicana?

—Como un conglomerado de personajes que vibran, viven, comen y sueñan futbol, que les encanta la pasión y todo el entorno que rodea a esté fenómeno social.

—¿Cuáles son los rasgos que distinguen a la afición regia del resto de las barras o porras en México?

—Creo que la característica particular de los aficionados regiomontanos es que se entregan a unos colores, que mezclan una pasión y dedicación casi religiosa, y que los diferencia de otras aficiones del país. También mantienen un respeto al rival, a la familia y al deporte, pero vibran, se apasionan y entregan

totalmente al futbolista que porta nuestro escudo, y eso los hace muy diferentes.

—Según su experiencia, ¿qué factores son los más importantes del trabajo en equipo?

—Tener un objetivo común y también una clara consciencia de las capacidades y virtudes que cada uno posee, y que puede y debe aportar al grupo. Eso es lo fundamental en un equipo de futbol, y es lo que buscamos en Rayados.

—¿Es difícil conseguir todos esos elementos? ¿Cómo se logra?

—Es una labor compleja y delicada, pero interesante, la cual se convierte en un proceso especial cuando se conjuntan los factores que nos llevan a lograr lo que anhelamos temporada tras temporada, y que hoy gozamos: dos campeonatos y ganar los partidos más trascendentes.

—¿Cuáles son sus sentimientos hacia las exigencias que trae consigo

presidir un club como el de Rayados?

—Es un orgullo y una satisfacción enorme tener la oportunidad de dedicar toda mi energía, trabajo y experiencia adquirida hasta ahora, a lo que me ha apasionado a lo largo de mi vida, que es el futbol; un espectáculo, un negocio, una forma de vida. Poder satisfacer a tantas personas que están deseando un logro, como el de un campeonato, es un gusto indescriptible, apenas viviéndolo. El reflejo, la explosión y manifestación de toda esa gente, como el día del desfile de campeonato, es inenarrable, la verdad es muy difícil de explicar en palabras.

—¿Qué virtudes y áreas de oportunidad tiene Jorge Urdiales como directivo?

—Considero que es crucial controlar el temperamento al liderar a un grupo de personas muy capaces, que es uno de los aspectos que Eugenio Garza Sada enmarca. Además, la paciencia y mesura, y mantenerse ecuánime ante circunstancias llenas de pasión, es clave.

—¿De qué forma logra balancear su vida personal y profesional el Presidente de un equipo que tiene la mejor afición del país?

—Trato de mantener un equilibrio, soy una persona íntegra; no puedo dejar lo personal y lo familiar en mi casa y tomar mi responsabilidad profesional en la oficina, tengo que vivir integralmente y de manera permanente con todo lo que soy como persona. Procuero mantener siempre ese equilibrio con optimismo, mucha alegría y muy buen humor, tratando de vivir un buen ambiente en todo lo que hago. Creo que la mayoría de las personas me ven como alguien bromista, aunque a veces tengo el gesto un poco adusto y me dicen que soy regañón, que tengo cara de que estoy muy tenso, pero es porque vivo con mucha pasión todo lo que hago.

—Hablando de un tema medio esca- broso, ¿cómo maneja emociones tan fuertes como las que vivimos todos los Rayados en aquella final contra Toluca, con las expulsiones tempranas y el arbitraje tan pobre del que fuimos testigos?

—Desde niño me he dedicado al fútbol como aficionado, practicante amateur y luego profesional, incluso me preparé, pues tengo un certificado de árbitro, y por esto soy muy crítico y duro con los árbitros en relación al juicio que establezco sobre su actuación, pero he aprendido a manejar y administrar esa pasión y crítica dura en cuanto al trabajo arbitral. Mantengo siempre presente que el arbitraje mexicano es honesto, profesional y que se puede equivocar, como se equivoca un delantero frente al marco. Cuando me dirijo con los árbitros o los supervisores de arbitraje, nunca lo hago en la cancha, porque estoy viviendo el momento con mucha pasión, prefiero hacerlo fuera del área de juego y en los lugares apropiados. He aprendido a no reclamar ni protestar una decisión, por supuesto que me exalto y emociono cuando creo que hay una equivocación, pero sabiendo que son humanos y pueden errar, procedo con un juicio menos visceral.

—¿Cuál es su filosofía en relación a los directores técnicos y los tiempos que se manejan, sobre todo en la liga mexicana?

—Estoy convencido de que un Director Técnico necesita tiempo y requiere de todo el apoyo en la parte directiva relacionada con él. En nuestro club analizamos muy bien, a fondo, quién se hará a cargo de la responsabilidad, para una vez tomada la decisión, darle todo el respaldo y apoyo. Dios nos dio dos oídos y una sola boca, escuchar dos veces antes de hablar con el técnico, reconocer y partir del principio de que él es el especialista, él es el responsable de lo deportivo y nosotros le podemos aportar experiencia y otro ángulo de las cosas. Creemos en el trabajo a largo plazo.

—¿Qué prefiere: torneos cortos o temporadas tipo Liga Española?

—Soy partidario de los torneos cortos, porque mantienen el interés, la atención y los objetivos de manera muy permanente. Por eso sí creo en los torneos cortos, ya que además cada seis meses se renueva una ilusión. No estoy de acuerdo con los que dicen que es mediocre, aunque ha ocurrido que cualquier equipo le puede ganar a otro, eso se debe a que la Liga es muy pareja. Pocos países tienen la liguilla, que es un manjar y el corazón del filete para los aficionados.

—Sin duda lo sucedido con la familia De Nigris, de una u otra manera nos

“ Tener un objetivo común y también una clara consciencia de las capacidades y virtudes que cada uno posee, y que puede y debe aportar al grupo ”



conmovió a todos. ¿Cómo se manejó el aspecto emocional dentro y fuera de los vestidores?

—Creo que es el sentido positivo que se le dio, que se le da a todo en el entorno de nuestro club. Siempre tratamos de ver el cómo sí de cualquier acontecimiento, cómo tener un beneficio o construir y no destruir, sin embargo, concurrieron otros factores: el hecho de que nuestro Director Técnico Víctor Manuel Vucetich haya vivido el fallecimiento de su esposa y que llevara un proceso de año y medio, ayudó a que Aldo y la familia De Nigris dieran cauce a todos esos sentimientos que se presentaron en relación a la tragedia. Dios nos quiere para cosas grandes, y todo tenemos que ofrecérselo a Él. Además, para mí, Aldo tuvo una inspiración divina en el sentido de que recibió dones muy especiales, no sólo para mitigar el dolor, sino para disfrutar lo que estaba haciendo, dedicándose a su hermano.

—¿Qué sigue para Jorge Urdiales y Rayados, y qué podemos esperar de ellos la siguiente temporada?

—Más estrellas, muchas estrellas, tenemos una trayectoria de 65 años como club y tres estrellas en el escudo, queremos ser un club que deje huella. La frase de Pierre de Coubertin quedó totalmente en el olvido, nosotros no estamos aquí para competir, sino para ganar, como dice nuestro himno, que sepan que salimos a ganar. Lo que jala a todo es lo deportivo y la convicción que tenemos desde FEMSA hasta el último de los integrantes del club de Monterrey que estamos aquí para servirle a una afición, una ciudad, una sociedad regiomontana que vibra y se entrega día a día y en cada momento a un equipo de fútbol como los Rayados.

—¿Cuál es su sentir al saber que su equipo una vez más es campeón de la Liga Mexicana y también de la Interliga, ganando la oportunidad de jugar representando a México en Sudamérica?

—Siento un gran orgullo y satisfacción de ver que se ha permeado en toda nuestra organización ese deseo de ganar en todo lo que compitamos: un juego, un torneo corto o muy corto, como es la Interliga, o si es una eliminación sencilla de un partido o dos, hay que ganar. Cuando uno ve con qué de-

terminación se ganó la serie de penaltis del América para la Interliga, es una gran satisfacción.

—En orden, ¿cuáles son los tres equipos que más disfrutan vencer?

—Por supuesto, Tigres, América y Chivas.

—¿Qué espera del nuevo estadio para la afición de Rayados y el resto de la comunidad regia?

—Un templo para celebrar los partidos de fútbol y que sea un icono de la ciudad, algo que a nivel mundial llame la atención. Que sea el punto de reunión familiar para un espectáculo seguro, hermoso, que lo disfrutemos muchísimo todos los regiomontanos, y que lo dejemos para muchas generaciones.

—Continuamente sucede que cuando le va mal a un equipo, le echan mucho la culpa a la directiva, y cuando le va bien, es mérito del entrenador y los jugadores. ¿Qué cambios ha hecho su directiva para que el equipo juegue mejor en el campo?

—Dos puntos clave: tener claro la forma de incentivar al grupo y contratar gente ganadora.

—¿Podemos saber cómo se incentiva a los jugadores?

—Buscando que se mantengan motivados, con nuevas metas e incentivos, alternando los incentivos variables y los fijos, de manera que siempre estén con la intención de seguir creciendo, abriendo puertas y trascendiendo, en lo futbolístico, lo económico y lo emocional.

—¿Cómo define usted una Historia de Éxito?

—Es trascender, que los logros que se van obteniendo signifiquen un nuevo reto para quienes continuarán esa tarea, que signifiquen nuevas metas.

—Compártanos tres consejos esenciales para que nuestros jóvenes vayan construyendo una historia de éxito.

—1. Disfrutar lo que intentan, buscan y hacen, disfrutarlo mucho, 2. Hacerlo con total y absoluta entrega y 3. Dedicarlo a Dios y a quien más quieran. ♦



JUGADA RÁPIDA

Fútbol: Pasión

Pasión: Entrega

Afición: Filiación

Campeón: Lo máximo

Libro: La Biblia

Comida: Cabrito

Película: *El estudiante*

Lema de vida: Amar

Equipo fuera de la liga mexicana:

Barcelona

ciel®

Vive a
tu manera,
fluye como
el agua



CIEL es una marca registrada de *The Coca-Cola Company*

. (C) 2010 Derechos Reservados.

ESPECIALISTAS EN PREVENCIÓN



YTURRIA

Agente de Seguros

Más de 60 años protegiendo empresas,
personas y sus sueños



Pasión, Innovación, Protección y Compromiso

En abril de 1948, y a invitación de un amigo de Don Sergio Yturria Guzmán, en una pequeña oficina en el centro de Monterrey, NL, nace lo que actualmente es Yturria Agente de Seguros, S.A. de C.V., empresa familiar dedicada a la Comercialización de Seguros y Fianzas, así como a la asesoría de cualquier operación relacionada con la Administración de Riesgos.

El crecimiento de Yturria Agente de Seguros, los hace estar orgullosos de dar protección a miles de asegurados anualmente a nivel nacional, trabajando con las más prestigiadas compañías aseguradoras del mercado mexicano, siendo parte del selecto grupo de consejeros en muchas de ellas, y ofreciendo un ajuste total y profesional a las necesidades de quienes recurren a sus servicios, tanto en el ámbito empresarial como personal.

Yturria Agente de Seguros recibió el Primer Lugar dentro de la Convocatoria para la Segunda Edición (2009) del Premio de Investigación Hermano Salvador González, por su trabajo en la "Presentación del Protocolo de Investigación: Procesos de Atención Electrónica por Medio de un Sistema de Asistencia en Línea", a través de una herramienta vanguardista para la Administración de Riesgos, que identifica, registra y opera riesgos en toda empresa, dándole al cliente la oportunidad de observar y analizar el historial de siniestros, minimizando la intervención de administradores de la empresa y haciendo posible que cada responsable actúe con independencia.

Las ventajas de contar con la asesoría de Yturria Agente de Seguros, es que dentro de su grupo tiene una empresa especializada en el diseño de software, la cual se dedica a elaborar "el traje a la medida" para cada cliente.

La innovación no se ha limitado a la parte tecnológica, por lo que en los últimos años se han preocupado por desarrollar seguros para la población de menor capacidad económica, promoviendo la protección y prevención responsable de la salud y del patrimonio familiar.

Cabe destacar que entre los productos más buscados por quienes se acercan a esta empresa se encuentran los de Gastos Médicos Mayores, Autos, Vida y Seguros Empresariales. El principal motivo para adquirir un producto o acceder a un servicio de prevención en lo que a Seguros y Fianzas se refiere, es que "Proteger tu persona y tu patrimonio, significa una responsabilidad. El seguro es un magnífico vehículo para resguardarlos debidamente".

Contacto

Oficinas Generales: Av. Insurgentes 4017
Pte. Col. Colinas de San Jerónimo
64630 Monterrey, Nuevo León, México
Conmutador: 01 (81) 8151-5151
Lada sin Costo: 01-800-8389-600
E-mail: info@yas.com.mx
www.yas.com.mx



Reconocimiento Premio de Investigación
Hermano Salvador González



Expertise Outsourcing

Servicio diferenciado

EXPERTISE OUTSOURCING seguros y fianzas



Fundada en 1994 por la licenciada Laura Cascos, es una joven e innovadora organización profesional en el apasionante mundo de los seguros y las fianzas, que nace para brindar soluciones efectivas a los mercados empresariales y de personas, y proporcionar exclusivos servicios de valor para el cliente.

Sus más de 16 años de experiencia y conocimientos permanentemente actualizados (certificados por Risk Insurance Management Society-Capítulo México), les han permitido brindar soluciones eficaces a necesidades reales, proporcionando las mejores y más oportunas respuestas específicas de protección, facilitando la toma de decisiones sobre el óptimo manejo, reducción, transferencia y retención de los riesgos y/u obligaciones a los que están expuestas las empresas y/o personas, y que pueden afectar sus recursos humanos y económicos, dando como resultado seguridad, tranquilidad, respaldo y confianza.

Siempre comprometidos con el desarrollo sostenido de nuevos esquemas y servicios que satisfagan adecuadamente a las organizaciones y/o individuos, se han enfocado en la excelencia en el servicio diferenciado, así como en la asesoría personalizada, convirtiéndola en una de sus fortalezas.

Expertise Outsourcing, un grupo liderado por mujeres, goza de un sólido prestigio entre sus clientes y de igual manera, del respeto, confianza y apoyo de las más renombradas y serias compañías nacionales e internacionales de esta industria. Crea estrategias y desarrolla portafolios integrales, manejando todos los productos del mercado nacional e internacional para las empresas y/o las personas, destacando los relacionados con desarrolladores inmobiliarios, para quienes han diseñado programas únicos de aseguramiento y afianzamiento enfocados en todas y cada una de sus actividades inherentes:

- Edificios (residenciales, comerciales, oficinas y uso mixto)
- Obras civiles (padrón de proveedores, con textos específicos, tarifas especiales, apoyo a contratistas, etcétera)

Asimismo, además de otros, manejan los siguientes tipos de servicios:

SEGUROS

- Hombre Clave
- Responsabilidad Civil D&O/E&O
- Contratistas
- Vida, Retiro Inversión,
- Gastos Médicos Mayores
- Hogar
- Beneficios para Empleados
- Responsabilidad Civil Profesional
- Flotillas Autos y Camiones
- Title Insurance
- Obras de Arte

FIANZAS

- Construcción y suministro
- Fidelidad Patrimonial (p/empleados)
- Permisos y Concesiones
- Fianzas Fiscales
- Otras Fianzas Generales
- Fianzas Judiciales No Penales
- Otras Fianzas
- Fianzas Internacionales

Entre los intereses y ocupaciones de Expertise Outsourcing se encuentran difundir y ampliar la cultura de los seguros y las fianzas, por ser una importante herramienta para sus clientes, además de constituir una excelente opción económica en el portafolio de las empresas y/o las personas, para la continuidad del negocio y/o del nivel de vida de las familias mexicanas.♥

Contacto

Titular: Laura Cascos
Tel. (81) 8123-4253, 54 y 60
E-mail: cascosp@prodigy.net.mx
cascosp_seguros@prodigy.net.mx
cascosp_fianzas@prodigy.net.mx
www.cascospexpertise.com



Pineda-Zamudio

Especializados en seguros de vida



Pineda-Zamudio trabaja en exclusiva con Seguros Monterrey New York Life, compañía especializada en el ramo de vida y gastos médicos, con más de 150 años de experiencia; su misión es proteger a sus clientes de riesgos financieros de la vida a través de una asesoría confiable y personalizada, con productos y servicios de vanguardia; sus valores de confianza, solidez, integridad y humanidad, la hacen única.

Pineda-Zamudio es un despacho dedicado a Seguros de Vida, enfocado a la protección, ahorro, retiro, seguros empresariales y gastos médicos. Su principal diferencia con otros despachos es que sólo manejan seguros de vida, lo cual hace que Pineda-Zamudio ofrezca una especialización total, atención personalizada y productos acorde a las necesidades de sus clientes. Su servicio de calidad y confianza se comprueba con los reconocimientos y certificaciones con que cuenta su Director, el licenciado Fernando Pineda:

-MDRT (Million Dólar Round Table): asociación integrada sólo por 1% de los asesores más exitosos y mejor preparados en el mercado asegurador y financiero mundial. La conforman 476 compañías; a México lo representa principalmente Seguros Monterrey New York Life con 338 asesores, coronándose en el lugar 25 y el primero del país.

-Tres Diamantes: máximo grado por desempeño y ventas en Seguros Monterrey New York Life.

-Grupo Atlantis: exclusivo grupo de asesores con los más altos estándares de ventas y ética a nivel nacional, enfocados en mercados avanzados, con el respaldo de expertos en diferentes áreas.

-Legión Centurión: reconocimiento a asesores con mayor producción de nuevas pólizas en México.

-LUTC (Life Underwriting Training Council): posgrado en venta de seguros de vida.

-Primer lugar del Top Ten Nacional en planes enfocados a la mujer.

Éste último reconocimiento se debe a que Pineda-Zamudio se centra en la mujer, pues acorde a la experiencia del licenciado Fernando Pineda, es un mercado en crecimiento: el sector femenino toma decisiones rápidas y maduras, por su mayor consciencia en prevención: el Plan Vida Mujer, único en su clase y comercializado sólo por Seguros Monterrey New York Life, entre sus beneficios, otorga protección por cáncer femenino, ciertas enfermedades propias de la mujer, del embarazo y del recién nacido, así como viudez, matrimonio, nacimiento o adopción, fomentando un ahorro para un fin específico a corto y largo plazo.

Otros mercado en el que Pineda-Zamudio se especializa es en el mundo médico, atendiendo todas las especialidades, con planes de Protección, Acumulación, Retiro, Seguros para Empresas y Gastos Médicos. Por ejemplo, el Plan de Protección salvaguarda la tranquilidad y seguridad de los seres queridos, y garantiza el cumplimiento de obligaciones financieras en caso de invalidez, enfermedad y muerte; el Plan de Acumulación permite ahorrar y obtener rendimientos, y asesoría en planeación del futuro y cumplimiento de objetivos financieros; el Plan de Retiro da la certeza de un patrimonio para disfrutar la jubilación sin preocupaciones; el Seguro de Empresas ofrece un programa diseñado para proteger a los trabajadores, empleados y colaboradores; y los Seguros de Gastos Médicos forman una sólida base de estabilidad y tranquilidad en cuanto a la salud.

Estos servicios se han creado para el mexicano consciente de la importancia de proteger, acumular y conservar su patrimonio, hecho que según Fernando Pineda, se ha acrecentado en los últimos años. Por tal motivo, Pineda-Zamudio tiene por política la continua actualización de sus servicios, para mantenerse al día en las necesidades de sus clientes. ♦

Contacto

Lic. Fernando de J. Pineda
Arq. Pedro Ramírez Vázquez 200-8 Col. Valle Oriente
66269 Garza García, NL
Oficina: (81) 15063891 y Nextel: 17747155
E-mail: direccion@pineda-zamudio.com
www.pineda-zamudio.com



Juan Morales Zambrano

Director Comercial de Vinoteca

Los vinos y licores no sólo son su trabajo, sino su pasión. Su clave del éxito: congruencia, sencillez en los hechos y entender la realidad en la que vive.

Juan Morales Zambrano, Director Comercial de Vinoteca, originario de Monterrey, platicó con la revista PLAYERS of life acerca su trayectoria profesional. "Estudié Mercadotecnia en la UdeM y en Michigan State University". Menciona que en definitiva prepararse académicamente en el extranjero es una oportunidad de aprender opiniones interesantes y nuevos conceptos

sobre una carrera profesional, además, en cuanto a experiencia laboral, Juan trabajó en un banco de inversión en Estados Unidos, así como en Cemex.

Fue con todo este conocimiento que llegó a laborar a Vinoteca. "Cuando llegué entré como Gerente de Mercadotecnia y luego fui Director de Mercadotecnia, después ya asumí la parte comercial, Ventas y Marketing,

que es donde estoy ahorita”, explica, “en Gerencia de Marketing permanecí tres años y medio, en Dirección de Marketing un año y medio, y ya llevo un año y medio como Director Comercial”.

Con este crecimiento, nos comparte que su sentimiento era de gusto por el trabajo, pero también de compromiso y responsabilidad de sacar adelante las cosas, y para lograrlo, se preparaba con la experiencia que había acumulado en sus puestos laborales anteriores, con énfasis en la parte financiera y los costos, para hacer más eficiente el negocio, así como con sus conocimientos de mercadotecnia.

“Buscar un poquito de esos recursos que aprendí en su momento, y tener mucho contacto con la gente fueron elementos básicos. Gran parte de lo que creo se ha logrado en Vinoteca, se debe a que somos un equipo los que hacemos las cosas y no sólo un individuo, buscamos siempre el trabajo en equipo, que todos opinen y aporten, y de ahí sacamos el camino y el rumbo, ésa es la manera en que me preparo y en la que el negocio va trazando su camino”.

Sin embargo, llegar a esa definición del camino en una empresa no es sencillo. De ahí que Juan Morales Zambrano nos habla de los retos que considera más importantes durante su trayectoria: “Al ser una empresa con crecimiento muy acelerado, uno de los retos más relevantes fue precisamente mantener ese crecimiento, pero con orden. Cuando un negocio va creciendo, hay partes que le duelen y hay otras que van prosperando, pero al tiempo existen áreas donde es posible que se vaya quedando atrás. También ha sido la gente que tenemos, poder formar el equipo de trabajo, para crecer a ese ritmo. Otro reto es ir creciendo en diferentes canales de venta que tenemos actualmente, ir desarrollando y perfeccionando cada uno de ellos”.

El crecimiento y reconocimiento de Vinoteca es tal, que su portafolio es uno de los mejores y más elaborados, lo cual llama la atención de los posibles clientes, quienes se sorprenden al ver el éxito de esta empresa mexicana. “Cuando vamos a buscar nuevos productos, por decir, en Francia o España, a veces al llegar y decir: soy de México y quiero ser tu distribuidor, tu importador, para desarrollar tu marca, les llama mucho la atención que tengamos un portafolio de vinos tan

completo y bien elaborado, pues creo que hay pocos lugares en el mundo donde se distribuyan esas marcas de vino”.

“La mayor sencillez para llevar a cabo las cosas, es el éxito y la clave, lo sencillo, ordenado y congruente”

El Director Comercial de Vinoteca opina sobre la clave del éxito dentro de su empresa: “Creo que hacer las cosas lo más sencillo que se pueda, tratar de realizarlas bien a la primera, o si te equivocas, entender las razones del error para que no te vuelva a pasar. La mayor sencillez para llevar a cabo las cosas, es el éxito y la clave, lo sencillo, ordenado y congruente, como piensas que se desarrolle el negocio, así de sincero y abierto debes ser con tu gente. En el trabajo en equipo el reto es cumplir con eso mismo, lo cual es muy fácil de decir, pero difícil de practicar, porque la mayoría buscan que sea muy sofisticado y complejo, y la realidad es que cuando se aplica lo sencillo, pero se actúa, todo funciona”.

En la vida de una persona no todo es trabajo, se debe tener un balance entre lo profesional y personal, y en ese sentido, Juan comentó en relación a su tiempo libre: “Me gusta llevar a mi hijo a los juegos de fútbol soccer y al parque; con mis amigos, ir a cenar, juntarnos en alguna casa a platicar y jugar fútbol”; menciona que también practica el golf. Pero su hobby más que un deporte es un placer: la gastronomía, y combinar un buena platillo con un buen vino.

Acerca del futuro, afirma que Vinoteca se dirige a ser la empresa líder en vinos y licores a nivel nacional, y se ve a sí mismo como el Director General de la compañía o continuando su desempeño como Director Comercial.

Por último, El Director Comercial de Vinoteca aconseja a los jóvenes emprendedores que “Busquen su felicidad no en las cosas materiales, sino en lo más sencillo; que nunca pierdan el sentido de admiración, que estén en contacto con su equipo de trabajo y su gente, que sean muy aterrizados, congruentes con su ambiente y entorno, creando un equilibrio”.♥



FUERA DE LA OFICINA

Familia: Unión

Libro: Meditación

Película: Distracción

Equipo: “Títeres” (Tigres)

Guillermo Pérez-Salinas

Director General de eme.pe.

Comenzar una empresa no es fácil, pero con decisión, dedicación y esfuerzo, hasta el más joven puede lograrlo.

Por Elva González

Guillermo Pérez-Salinas, Director General de eme.pe., platica con nosotros acerca de cómo fue que se convirtió en un hombre de negocios, pues a sus 27 años, el originario de Monterrey, Nuevo León, y mayor de cuatro hermanos, lleva las riendas de una empresa de renta de espacios publicitarios en puentes peatonales y panorámicos, teniendo entre sus clientes a marcas como Telcel, Coca-Cola, Movistar, Home-Depot, Universidad Regiomontana, Seven Eleven, Nutrioli, CIMA, Sanborns, Nescafé, DeAcero, Banregio e Impuls, por mencionar algunas.

Desde niño, Guillermo soñaba con convertirse en un hombre de negocios y ser exitoso, siempre siguiendo el ejemplo de su papá: “él empezó a trabajar desde los 14 años y como soy el mayor, me tocó ver todo el proceso del crecimiento empresarial, entonces, veía cuánto trabajaba, si se levantaba a las cinco o seis de la mañana, si viaja... y siempre dije que yo también quería ser así: muy disciplinado, trabajador, entregado a su familia”, nos comparte.

Este joven empresario se describe a sí mismo como “una persona muy disciplinada, muy apegada a Dios, creo mucho en los valores, y más cuando se trata de negocios: ser honesto con los clientes, darles un servicio justo, es decir, lo que pagan es lo que reciben”.

Los inicios de eme.pe. se remontan a cuando Guillermo tenía alrededor de 18 años, momento en que su papá puso el primer escalón y le dio la oportunidad de tener su propia compañía, y esto marcó también su decisión de estudiar tres carreras: Administración de Empresas, Mercadotecnia y Negocios, pues vio que realmente no conocía mucho del giro y buscó estar más preparado. “Aplicué a la UR, me aceptaron, hice un examen y me dieron la opción de llevar nueve materias; me levantaba a las seis de la mañana porque empezaba clases desde las siete, y después a trabajar, y a clases otra vez”.

Todo es un reto, así lo descubrió Guillermo, cuando al llevar al Director Comercial de Gigante a una demostración de los pano-



rámicos, se perdió en el camino: “hablo con los Directores Comerciales y para vender un anuncio, paso por las personas a su oficina y las llevo a ver los anuncios (...) en lugar de hacerlo en dos horas, lo hicimos en cinco, me perdí, no me sabía las calles, pero bueno, ya después me aprendí las calles y todo. Y al final, logré cerrar el trato con mi cliente”.

En la actualidad eme.pe. tiene un crecimiento de 15% anual y próximamente contará con oficinas en la ciudad de México. Para continuar preparándose, Guillermo Pérez-Salinas iniciará su maestría en el IPADE y continuará colaborando en el grupo empresarial Entrepreneur Organization.

Para finalizar, Guillo, como lo conocen sus amigos, nos deja un consejo para los jóvenes emprendedores que buscan el éxito: “No tengan miedo a nada, piensen que no existen los límites; muchas veces el error te lo ponen tus papás o los maestros, te inculcan ciertos tabús o ciertas pautas de vida, y creo que si sabes perfectamente lo que quieres, no le haces caso a eso. Siempre va a haber gente que te dirá que no hagas las cosas, así que tienes que estar muy concentrado en lo que buscas como persona. Ésa es la clave”. ♦

” Arriba las **Ganancias,**
Abajo los Impuestos. “

 **eme.pe.**[®]
Enfatiza tu Marca.

Puentes y Panorámicos
Monterrey | Guadalupe | Reynosa

Edisión 1120 Nte., Col. Talleres,
Monterrey, N.L., México
C.P. 64480

T. +52 (81) 8333.8817
+52 (81) 8333.9677
F. +52 (81) 8333.2491

www.emepeweb.com
contacto@emepeweb.com
Enfatizamos tu Marca.

Directrices para negocios

7 buenos propósitos para el 2010

El futuro de las organizaciones parece prometedor, especialmente para aquellas que ya se plantean trabajar de forma más inteligente, ecológica y eficiente.

Por **Jessica Collado López & Rubio Asociados**

Los tercios de las organizaciones de negocios son optimistas y piensan aumentar sus ingresos durante el 2010. De acuerdo con el estudio Regus Business Tracker, esta tendencia se extiende a México, donde las pequeñas y medianas empresas esperan ver una recuperación económica a mitad del año.

Sin embargo, nadie puede garantizar esta perspectiva, los especialistas piensan que para aprovechar la recuperación, los negocios deben aprender de sus momentos más bajos de 2008 y 2009, y en consecuencia cambiar sus estrategias y modo de actuar. Además, tienen que hacerlo antes de que empiece la recuperación. Entonces, ¿qué habrá de incluir en su lista de buenos propósitos para este 2010? Cati Cerda, Directora General de Regus México (líder mundial de soluciones pioneras para el lugar de trabajo), sugiere siete pasos a seguir:

UNO

Piense en pequeño. Las empresas con menos de 50 empleados esperan el 2010 con más optimismo que las de mayor tamaño, lo que hace pensar que las primeras serán las que lideren la recuperación económica, pues son más emprendedoras y mayormente orientadas al exterior, dedicando casi toda su energía a la comercialización y cuidado de la cartera de clientes, mientras que las grandes empresas se debaten con problemas internos como gestión de costes y personal.

TRES

Trabaje de forma más inteligente. Para muchas empresas el inmobiliario es su segunda mayor partida de gastos generales fijos, sin embargo, 95% no lo consideran como fuente de ahorro potencial: en lugar de costosos contratos de alquiler y a largo plazo, buscar otros más flexibles puede contribuir a una reducción de hasta 60%, además de incrementar la motivación del personal.

CINCO

Mire a su alrededor. Con o sin recuperación, algunos sectores han prosperado, incluso durante la recesión. Las empresas de todos los tamaños deben buscar la manera de aprovechar las oportunidades de los sectores más prósperos (por ejemplo, las telecomunicaciones y tecnologías sostenibles).

DOS

Eche un vistazo al resto del mundo. Para orientarse al exterior, venza las fronteras internacionales. Con telecomunicaciones cada vez más avanzadas y económicas, hacer negocios en el extranjero es una base para un futuro crecimiento, siempre que se encuentren socios internacionales adecuados para asegurar el control de los costes.

CUATRO

Piense en el medio ambiente. Aproveche la oportunidad de disponer de tecnologías energéticamente más eficientes: monitores de consumo, clima controlado y correcta iluminación recortan considerablemente las facturas de consumos, al igual que el trabajo virtual y flexible reduce gastos de desplazamiento y disminuye la huella de carbono de los empleados.

SEIS

Subcontrate. Centrarse en las actividades que generan ingresos y subcontratar el resto.

SIETE

Trabaje en red. Le guste o no, el trabajo en red es imprescindible para encontrar nuevos clientes y contactos, además de recoger información y obtener asesoramiento. En fin, es una de las formas más sencillas de generar negocios.

ARZYZ



ARZYZ es una empresa dedicada a la producción y comercialización de metales no ferrosos , que contribuye al desarrollo sustentable y social de nuestro planeta, respetando la integridad y seguridad del ser humano y el medio ambiente.



Trading
T. 82 88 00 38

Human Resources
T. 82 88 00 00 ext 1117

Market Intelligence
T. 82 88 00 14

www.arzyz.com



mexi card salud™

Promete revolucionar el servicio médico en México



Es el grupo exclusivo para médicos de primer nivel que buscan expandir su cartera de pacientes, aumentar sus ingresos y ofrecer una mayor calidad en sus servicios, y que al mismo tiempo desean dar una impresión más profesional.



Mexicard:Salud es un corporativo de marketing trasnacional con base en Estados Unidos, y presencia en India y Filipinas, cuyo objetivo es negociar las tarifas de descuento con sus proveedores de servicios médicos a beneficio de sus miembros tarjetahabientes en todo el mundo. Su finalidad es poner a más de 50 millones de paisanos y trabajadores mexicanos, radicados fuera del país, en contacto con la mejor red de médicos y proveedores de servicios de salud en la República mexicana.

El compromiso de esta compañía se centra en tener siempre a los mejores proveedores de servicios de salud, quienes a su vez, brindan servicios a un precio especial para sus miembros.

En Mexicard:Salud se dedican a la mejora continua de sus productos y servicios a través de una búsqueda permanente de nuevas tecnologías y métodos que contribuyan a hacer el trabajo más ágil, seguro y confiable; con ello, prometen brindar un servicio óptimo, gracias al constante entrenamiento de su personal, exigiendo así los más altos niveles de profesionalismo y calidad con el objetivo de alcanzar una meta: ganar y mantener la confianza de sus miembros y sus familias.

Mexicard:Salud cuenta con dos vertientes: el servicio dirigido al *médico* y el que se enfo-

ca en el *paciente*. Para el **médico**, la ventaja consiste en que reciba los honorarios por sus servicios de manera más rápida y segura, al hacer depósitos electrónicos directamente a su cuenta bancaria: sin trámites y en máximo 48 horas (según su banco); y finalmente, al registrarse en la compañía, ésta se encargará de canalizar a los pacientes a su clínica o consultorio.

De esta manera, Mexicard:Salud puede contribuir en la expansión de su cartera de pacientes, al igual que a la obtención de una mayor presencia en el mercado del turismo médico internacional, acceder a pacientes con más poder adquisitivo y estar registrado en su exclusivo directorio médico por internet (con el cual los tarjetahabientes pueden buscar su servicio).

Para el **paciente**, los beneficios que otorga Mexicard:Salud son: un mayor poder de adquisición al canalizar el dinero en una tarjeta que sólo puede usarse en servicios de salud brindados por sus proveedores, al tiempo que obtiene 20% de descuento, y una mayor tranquilidad y seguridad de que su dinero está utilizándose para mejorar su salud y no en algo más. Con Mexicard:Salud ¡todos ganan!♥

Si desea afiliarse, encuentre más información en el website www.mexicardsalud.com.





Tu oficina aquí

Conoce nuestro servicio de OFICINA VIRTUAL

- Domicilio comercial en prestigias zonas de la ciudad
- Servicio de operadora y recepcionista bilingüe
- Contestación personalizada
- Correo de voz privado
- Recuperación remota de mensajes
- Internet de alta velocidad
- Apoyo ejecutivo para oficina en casa
- Centros de servicios totalmente equipados: copiadora, fax, scanner y demás
- Uso de oficina o sala de juntas
- IP Telephony



CISCO IP Telephony



IZA BC ELITE EQUUS
MONTERREY

O2 Vasconcelos
MONTERREY

Punto Sao Paulo
GUADALAJARA

Torre Platino
TIJUANA

Miravalle
MONTERREY

Torre Avalanz
MONTERREY

Alestra
MONTERREY

Torre G1A
MONTERREY

Calzada del Valle
MONTERREY

Torre IBM
MONTERREY

T. 8000-0000

www.izabc.com.mx

Catalonia Residencial es la etapa de Terrenos residenciales del proyecto Monteleón.

Aquí tendrás aún más de lo que buscas.

Gozarás de una ubicación privilegiada dentro de la ciudad, y a sólo unos minutos de San Pedro.

Infraestructura con servicios subterráneos de primer nivel.

Tranquilidad al contar con la invaluable seguridad de estar protegido dentro de una zona exclusiva.

Disfrutarás de majestuosas vistas panorámicas.

Fácil acceso a través de vialidades que exceden los parámetros oficiales.

Una gran vida para toda la familia:

Áreas verdes ornamentales.

Acceso al Parque Lineal de Monteleón, con vitapista, miradores y áreas de descanso.

Terrenos desde 210m² hasta 580m², de acuerdo a cada necesidad.

Opciones de financiamiento que se adaptan perfectamente a tus necesidades.

Reglamentación de arquitectura y áreas comunes para sumar valor a su inversión.

Ven y conócenos

Un entorno ecológico amable y en equilibrio es lo mejor que le podemos dar a nuestra familia.



Bienvenido a Catalonia Residencial, un lugar para festejar, amar, crecer, recomenzar... simplemente el lugar que te ofrece todo por construir.



Terrenos desde 210 m² para construcción residencial, en una privilegiada zona al poniente de Monterrey.

catalonia
terrenos residenciales

Monteleón Paseo Dinastía no. 314 Residencial Dinastía Monterrey, Nuevo León.

Tel: (81) 8143.9045

FEMSA

 **Heineken**

Entra FEMSA con la holandesa Heineken a las grandes ligas de la industria cervecera mundial

Fomento Económico Mexicano, la compañía más grande de bebidas en Latinoamérica, informó que su Consejo de Administración aprobó unánimemente un acuerdo definitivo para realizar una operación estratégica con la cervecera holandesa Heineken, al transformar las operaciones de FEMSA Cerveza en una participación económica de 20% de Heineken, uno de los cerveceros líderes en el mundo.

El acuerdo establece que FEMSA recibirá 43 millones 18 mil 320 acciones de Heineken Holding N.V. y 72 millones 182 mil 201 acciones de Heineken N.V., de las cuales 29 millones 172 mil 502 serán asignadas mediante un instrumento de entrega programada; mientras que Heineken asumirá dos mil 100 millones de dólares de deuda, incluyendo obligaciones no fondeadas del plan de pensiones de FEMSA Cerveza. La transacción total está valuada en cerca de siete mil 347 millones de dólares, basada en un precio de cierre al 8 de enero 2010, de € 32.92 para Heineken N.V. y € 29.38 para Heineken Holding N.V., comprendiendo la deuda asumida. La alianza permitirá a FEMSA entrar de lleno a 75 países con más de 200 marcas.

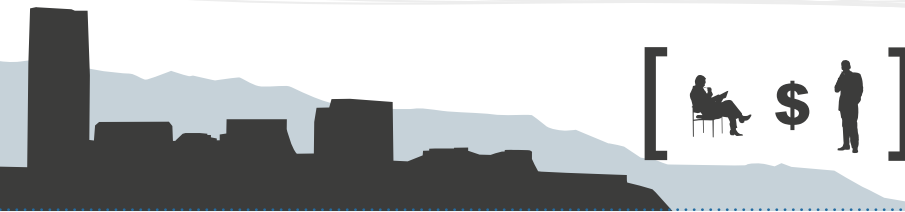
José Antonio Fernández Carbajal, Presidente del Consejo de Administración y Director General de FEMSA, formará parte del Consejo de Administración de Heineken N.V. como Vicepresidente y Presidente del recién formado Comité de las Américas, además de ser miembro del Consejo de Administración de Heineken Holding N.V. "Nos entusiasma esta transacción, que transforma las operaciones de FEMSA Cerveza en una parte integral de la plataforma mundial y de gran liderazgo de Heineken", afirmó.



Inicia 2010 con esperanza para ocho mil desempleados de Nuevo León

Una pequeña luz en medio de la oscuridad se hizo presente durante la primera semana del 2010, ya que un total de 200 empresas regiomontanas contratarán al menos a unos ocho mil desempleados que saldrán de esa situación, incorporándose a la Población Económicamente Activa. Estas ocho mil personas comenzaron durante la semana inicial de enero los trámites de su contratación en la primera feria del empleo realizada por el Gobierno de Nuevo León en la Explanada de los Héroes de la Macroplaza.

Álvaro Ibarra Hinojosa, Secretario del Trabajo de Nuevo León, explicó que en ese evento también ofrecieron dos mil 500 becas de capacitación, la mayoría de ellas en el Conalep. "Se trata de que quienes busquen un empleo encuentren una oportunidad real para incorporarse al mercado laboral en el Estado, en alguna de las ocho mil vacantes que ofrecerán 200 empresas", dijo.



Armando Torres
DATOS DEL COLABORADOR
Especialista en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas (UANL). Su trayectoria en el periodismo de negocios suma 19 años. Ha sido corresponsal de *El Financiero*, *La Jornada* y *Mundo Ejecutivo*, y actualmente de *La Razón de México*. Colaboró en el programa radiofónico *Para Empezar* de Pedro Ferriz.
editorial@playersoflife.com

Trabaja UANL para ubicarse en el ranking de las 500 mejores del mundo

La Universidad Autónoma de Nuevo León definió sus nuevas estrategias y el rumbo que ha iniciado para lograr su meta más ambiciosa: la acreditación internacional que la coloque como una de las 500 mejores instituciones de educación superior en el mundo; para ello se someterá a los programas de evaluación de Shangai y Londres.

En entrevista, el Rector Jesús Ancer Rodríguez, sostuvo que integrarán un comité que coordine los trabajos con miras a conseguir esta acreditación, proceso que podría llevar al menos dos años. “Estamos listos para iniciar el camino hacia la certificación internacional, considero que la acreditación nacional es un avance que ya tenemos y sólo vamos a esperar para saber en qué posición del ranking mundial nos colocan nuestros indicadores, y sobre eso trabajaremos”, afirmó.

Los documentos guía del trabajo de la UANL (Visión 2012 y Plan de Desarrollo Institucional) precisan que la meta es ser reconocidos como la mejor universidad de México, con el más alto prestigio nacional e internacional. Sólo hay cuatro universidades latinoamericanas en el ranking mundial: Nacional Autónoma de México, de Chile, de Campinas y de Sao Paulo. Entre los indicadores para la acreditación internacional están: base de servicios escolares, página web, logros académicos y de investigación. La UANL atiende a una población superior a 130 mil estudiantes, y en 2010 contará con un presupuesto estimado de cuatro mil 400 millones de pesos.



Unen Esfuerzos Vitro y DuPont en Europa

DuPont Glass Laminating Solutions ha nombrado a Vitro Cristalglass, filial de Vitro en Europa, su socio en una alianza para la promoción de los intercalarios DuPont™ SentryGlas® en España y Portugal. Estos intercalarios de DuPont, especialmente diseñados, son cinco veces más resistentes al desgarro y hasta 100 veces más rígidos que las capas intermedias estándar de PVB, permitiendo la producción de acristalamientos más finos, grandes y ligeros para fachadas, balaustradas, suelos y techados.

Como parte de este acuerdo, Vitro Cristalglass, proveedor de vidrio para la industria de la construcción de España, Portugal y Francia, trabajará con DuPont en el desarrollo de productos de vidrio laminado innovadores y diferenciados, adaptándolos a los requisitos locales, que llevarán como marca conjunta SentryGlas®.

“El objetivo de la Alianza SentryGlas® es ampliar la concienciación sobre las propiedades y ventajas del vidrio laminado hecho con capas intermedias SentryGlas® y que nuestros socios sean un referente como expertos locales para los arquitectos e ingenieros que buscan aprovechar las ventajas de esta tecnología de vidrio ligera de peso y de elevadas prestaciones”, aseguró Michael Fehlings, Director Europeo de Desarrollo de Negocio de DuPont Glass Laminating Solutions. Por su parte, Alberto Gómez, Director de Marketing de Vitro Cristalglass, dijo que la alianza con DuPont ampliará las posibilidades de que Vitro incorpore nuevas soluciones a los proyectos de sus clientes.



Respalda UR con becas y apoyos su compromiso con la educación

La UR está comprometida con la formación de sus jóvenes, por ello cuenta con un amplio programa de becas y apoyos que se adaptan a las necesidades económicas de cada familia.

Todos los programas de apoyo a la colegiatura están ligados a requerimientos académicos que el estudiante debe cubrir para tener acceso a alguno de ellos y posteriormente conservarlo.

La Universidad Regiomontana, consciente de que el 2009 fue un año difícil en la economía general y particularmente para las familias de sus alumnos, mantiene el reto de ofrecer siempre una opción a sus estudiantes para que por ningún motivo dejen su preparación académica.

Becas

Este programa incluye las becas de excelencia y académicas; ambas



se definen según el desempeño académico del estudiante. Existen también las becas deportivas y culturales que se otorgan según las aptitudes el alumno en estas disciplinas.

Programas de apoyo a la colegiatura

Se otorgan a los egresados de la UR, los alumnos cuyas instituciones de procedencia pertenecen al Programa Escuelas Amigas y a los empleados de empresas que tienen convenio con la Universidad para ofrecer puestos laborales a los estudiantes y ex alumnos.

Créditos Educativos

La Universidad Regiomontana ha firmado convenios con FONACOT y Santander para ofrecer a sus alumnos opciones que les permitan alcanzar sus logros profesionales a través de créditos educativos. ♥



“La UR siempre ha sido una Institución muy sensible a la economía de las familias. Esta situación de crisis nos hace estar particularmente atentos o redoblar esa sensibilidad. Tenemos diferentes programas para evitar que los alumnos suspendan sus estudios; tales programas tienen que ver con acciones de crédito universitario, sostenimiento de becas y apoyos, prórrogas en el pago de algunas cuentas o adeudos pendientes”, Rodrigo Guerra, Rector de la Institución.



Preparatoria

Modalidades

- General
- Negocios Electrónicos
- Bilingüe
- Expresión artística
- Administración
- Sistema Abierto

Unidades

- Chepevera
- Roma
- Norte
- Guadalupe

Profesional

Carreras Profesionales en las áreas de:

- Humanidades
- Escuela de Negocios
- Ingenierías



Posgrado

Maestrías Presenciales:

- Administración
- Gestión de Empresas Turísticas
- Comunicación
- Derecho de la Empresa
- Derecho Fiscal
- Derecho Laboral
- Derecho Privado
- Educación
- Electrónica y Control
- Logística
- Mecatrónica

- Psicología de la Salud
- Psicología del Deporte
- Responsabilidad Social Corporativa
- TI (Tecnología de Software)
- TI (Telemática)
- TI (Sistemas de Información)

Maestrías en Línea:

- Administración
- Comercialización
- Desarrollo de Capital Humano
- Dirección y Gestión de Instituciones Educativas
- Responsabilidad Social Corporativa
- Tecnologías Aplicadas a la Dirección de Empresas



UR DECISIÓN
QUE SÍ
TRASCIENDE

informes@mail.ur.mx
8220.4830
www.ur.mx

Matamoras 430 Pte. Centro, Monterrey N. L. C. P. 64000

SELECCIÓN PLAYERS

LOS MEJORES RESTAURANTES PARA FESTEJAR SAN VALENTÍN

PLAYERS of life se dio a la tarea de investigar acerca de las opciones más adecuadas para celebrar este 14 de Febrero.

Sabemos lo importante que puede ser para ti la celebración de San Valentín, pero también estamos seguros de que puede convertirse en una fecha estresante si se carece de un plan previo para festejar.

Por eso, en esta ocasión te ofrecemos datos sobre dos inmejorables opciones de restaurantes que prometen brindarte una inolvidable experiencia.

BARDOT BISTRO

Es un restaurante de cocina francesa clásica. Su local es muy agradable, caracterizado por un diseño enfocado en los detalles arquitectónicos, posee un ambiente de elegancia y romanticismo, totalmente alusivo al país al que pertenece su gastronomía. Para el 14 febrero, el chef José Ángel Flores Vargas recomienda como entrada el Carpaccio de betabel con vinagreta de mostaza de dijon y queso de cabra, mientras que como plato fuerte el Chamorro de cerdo braseado a la cerveza negra y finalmente, un mil hojas con frutos rojos, sorbete y crema chantilly, es el postre perfecto para cerrar una cena especial. Además, el capitán del restaurante sugerirá en el momento el vino que complementa el platillo elegido.



Reservaciones:  Calzada del Valle 401 L-13 Col. Del Valle San Pedro Garza García, NL T. (81) 1366-5919

L'ANFORA DI IANNILLI

Ofrece comida italiana y cuenta con una cava que con su privacidad y diseño, construyen la atmósfera romántica ad hoc para ocasiones especiales. En este 14 de febrero, L'Anfora recomienda el Filetto di salmone alla siciliana (filete de salmón con aceitunas, alcaparras y tomate), así como las Pizzas preparadas con el método tradicional y cocinadas en hornos de piedra calentados con leña, y por supuesto, el Spaghetti con gamberoni e cozze in rosso o in bianco y las pastas "hechas a mano en casa", que varían según los cortes y rellenos. El restaurante cuenta con una gran variedad de vinos blancos y tintos para acompañar los diferentes platillos que sirve.



Reservaciones:  Melchor Ocampo 104 ote. Col. El Cercado Centro 67300 Santiago, NL T. 22-85-47-50 y 57-95



Tu oficina aquí

CONTRATOS
EN PESOS

OFICINAS AMUEBLADAS Y EQUIPADAS EN RENTA

- Cero inversión inicial
- Contratos flexibles en tiempos de renta y número de oficinas, con espacios para 1 y hasta 100 personas
- Servicios secretariales y tecnológicos incluidos, como internet inalámbrico (WiFi) e IP Telephony
- Edificios inteligentes con ubicaciones estratégicas,
- 60 salas de juntas y una sólida imagen corporativa
- Más de 15 años de experiencia y más de 3,000 clientes nacionales e internacionales satisfechos

IZA BC CERCA DE TI

[Cuando tu seguridad es primero, 10 ubicaciones privilegiadas y estratégicas]

IZA BC VALLE ORIENTE



IZA BC ELITE EQUUS
MONTERREY

O2 Vasconcelos
MONTERREY

Punto Sao Paulo
GUADALAJARA

Torre Platino
TIJUANA

Miravalle
MONTERREY

Alestra
MONTERREY

Torre GIA
MONTERREY

Calzada del Valle
MONTERREY

Torre IBM
MONTERREY

www.izabc.com.mx T. 8000-0000

Contra la obesidad Ejercítate

Realizar alguna actividad física es fundamental para lograr una reducción de peso permanente y mantener una buena apariencia física.

**Por Dra. Blanca Reyna Insunza
Medicina Física y Rehabilitación, Hospital Ángeles Torreón**

Casi un tercio de la población mexicana es obesa o tiene sobrepeso. La cifra es alarmante, aunque lo peor está por llegar: en una década esta tendencia afectará a la mitad de los mexicanos. Los expertos insisten en la importancia de hacer consciencia contra un problema que ya representa importantes consecuencias sobre la salud. En concreto, está íntimamente relacionado con el incremento en los casos de diabetes.

Portanto, la prevención es el primer paso. Dentro de las medidas para erradicar la obesidad se encuentra el ejercicio, factor fundamental para lograr una reducción de peso permanente y al mismo tiempo, una buena apariencia física.

Además de disminuir la obesidad, el ejercicio reduce el riesgo de padecer enfermedades del corazón, presión alta, osteoporosis y diabetes; ayuda a mantener el peso acelerando el metabolismo; mantiene flexibles las articulaciones, tendones y ligamentos; aminora algunos efectos del envejecimiento

y contribuye a aliviar el estrés y la ansiedad.

En la actualidad contamos con cientos de métodos que nos ofrecen reducir nuestro volumen de grasa corporal, sin embargo, la mayor parte de ellos fracasan por falta de fundamentos científicos y asimismo, por la carente preparación del personal que los supervisa.

Un programa de ejercicio bien dosificado y revisado nos permitirá conseguir un cuerpo más elástico, fuerte, con un mayor rendimiento cardiovascular y una postura correcta.

El ejercicio útil no requiere de equipos sofisticados o costosos, puede iniciarse con una supervisión estrecha y posteriormente llevarse a cabo en casa, de forma regular.

Existen instituciones de salud que están equipadas con todos los recursos indispensables para iniciar un proceso de reducción de peso constante con ejercicio regular, teniendo por resultado un cuerpo libre de grasa, equilibrado, fuerte y saludable.♥

¡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™

www.ballyfitness.com.mx

VALLE
8363 8090

• CONTRY
8400 8686

• SAN PEDRO
8004 9494

01 800 00 BALLY

Universo interior

En reflexión para un buen liderazgo

Antes de ser líderes en la sociedad, necesitamos ser líderes de nuestra propia vida.

Cada ser humano es un cosmos único, una realidad irrepetible, y por ello estamos cargados de dignidad. Por otra parte, todos poseemos cualidades comunes, compartimos necesidades, valores y formas de ser. Los maestros del pensamiento nos ayudan a entendernos mejor, y en consecuencia, a convivir mejor. Antigüamente ellos dividían todo el saber en dos grandes campos: el conocimiento de las cosas tangibles, exteriores, y el de nosotros mismos. Al primero lo llamaron *física* y al segundo *ética*. Ordenaron todo nuestro saber en dos mundos, el exterior y el interior, el relacionado con lo material y el de lo espiritual.

En esta ocasión me gustaría abordar algunas reflexiones que nos ayudarán a administrar nuestro universo interior.

La ética estudia el arte de vivir: nos propone maneras de llevar la vida buena y no necesariamente la buena vida. Como dijo el famoso filósofo Erich Fromm: "La verdadera elección del hombre consiste en optar entre una vida buena y una vida mala". Este pensador nos recordaba que nadie nos enseñará cuál es el ideal de vida que debemos seguir, sucede que "En el arte del vivir, el hombre es al mismo tiempo el artista y el objeto

de su arte; es el escultor y el mármol, el médico y el paciente".

Para ser líderes de los demás, antes debemos ser líderes de nosotros mismos, y esto implica un autoconocimiento y desarrollo de hábitos y virtudes que posteriormente podremos ofrecer como un valor.

Con la finalidad de apreciar el alcance de un liderazgo genuino, para comenzar tendríamos que entender cómo se concibe en los principales sectores, sin que ninguna de las definiciones sea excluyente para los otros grupos, por lo que comparto tres ideas para reflexionar:

1. Conocernos a nosotros mismos es un requisito elemental para aspirar a una vida plena.
2. La principal tarea de un líder es crear, fomentar y difundir condiciones para que junto con su equipo, alcancen la felicidad.
3. La felicidad es un ideal al que todos aspiramos, pero no es un fin, sino una consecuencia derivada de hacer lo que queremos hacer y ser lo que queremos ser.

Los invito a que vivan de acuerdo con sus principios y trabajen conforme a su ética, porque estoy seguro de que así lograrán que sus vidas sean más plenas y felices.♥



Ing. Javier Prieto
Conoce más sobre él en
www.javierprieto.com.mx

DATOS DEL COLABORADOR

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@playersoffice.com

El Mejor Servicio de Mensajería en México



 **QualityPost**

Estés donde estés

Catamarca No. 2129, Col. Residencial La Española,
Mty., N.L., C.P. 64820 Tel. +52 (81) 82 88 90 00
www.qualitypost.com.mx



SIERRA MADRE

HOSPITAL

Salud con Sentido Humano

www.hospitalsierramadre.com



Infraestructura:

- Habitaciones para hospitalización, equipadas con cable e Internet.
- Habitaciones tipo Suites.
- Quirófanos equipados con artroscopio, laparoscopio y arco en "c".
- Area de maternidad con quirófano, salas de expulsión y trabajo de parto.
- Unidad de cuidados intensivos neonatales.
- Salas de endoscopia y colonoscopia
- Sala de litotricia
- Area de Admisión
- Urgencias 24 hrs.
- Laboratorio 24 hrs.
- Farmacia 24 hrs.
- Restaurant "Buenavista"
- Estancias Familiares
- Capilla y oratorio
- Alta seguridad con circuito cerrado

Radiología e Imagen:

- Sala de Rayos X simple
- Sala de Rayos X con Fluroscopio
- TAC
- Mamografías
- Densitometría ósea de cuerpo completo
- Ultrasonidos Simple
- Ultrasonidos Doppler color
- Rayos X portatil
- Digitalización e imagen
- Reconstruccion Multiplanar y en 3D

Servicios:

- Todas las especialidades médicas
- Hospitalización de larga y corta estancia
- Quirófanos de cirugía general y ambulatoria
- Paquetes de Maternidad
- Check Up's Ejecutivos y de admisión
- Membresia de Servicios Médicos
- Convenio con Aseguradoras
- Planes de financiamiento
- 3 y 6 meses sin intereses
- Estacionamiento

Conmutador
8048-3800

Calle Sierra Madre entre Hidalgo y Belisario Domínguez , Col. Obispado, Monterrey N.L.
info@hospitalsierramadre.com



SIERRA MADRE
HOSPITAL
Salud con Sentido Humano

¡Belleza e Imagen!

Paquetes de Cirugía Plástica

No Experimentes, Realízatela en un Lugar Seguro.

**Paquete Hospitalario
de Aumento de mama**

Asólo: \$8,913* pesos

(No incluye prótesis, ni honorarios médicos) **MÁS IVA**

Pregunte por nuestros paquetes:

- * Liposucción
- * Lipectomía de Abdomen
- * Rejuvenecimiento Facial
- * Rinoplastia
- * Mastopexia
- * Rinoseptumplastia
- * Blefaroplastia
- * Otoplastia
- * Bolsas de Bichat

**Planes de Financiamiento
de acuerdo a sus necesidades**

**Conmutador
8048•3800**

Calle Sierra Madre entre Hidalgo y Belisario Dominguez,
Col. Obispado, Monterrey N.L.
info@hospitalsierramadre.com

www.hospitalsierramadre.com



RP estrategia de mercadotecnia

Cuidado de etapas en el lanzamiento de un producto



En un mundo cada día más competitivo, debemos explotar todos los recursos a nuestra disposición y ser más eficientes.

Marcelo Barreiro

El cliente interno

En una cena con amigos, un importante empleado de una corporación que maneja marcas y productos, recibió una felicitación que lo sorprendió notablemente: “qué buen producto lanzó la empresa donde trabajas”, y luego otro amigo agregó: “y la publicidad está increíble; muy bueno. Felicitaciones”. Esto no es algo relevante, salvo por el hecho de que el sorprendido empleado no tenía idea de qué le estaban hablando, ni del producto ni de su publicidad, simplemente no estaba enterado. Esta realidad se vive hoy día, a veces por el exceso de celo de las áreas de mercadotecnia que manejan los productos como si se tratara de secretos de la Guerra Fría y descuidan al primer cliente que toda compañía y marca tiene: su propia gente.

Mi experiencia me lleva a considerar fuertes niveles de confidencialidad en los procesos que se asocian al desarrollo de un producto, en proteger al “nuevo integrante” hasta su lanzamiento, evitar que nos copien o neutralicen antes de entrar al mercado, pero sin descuidar que parte del éxito está en el sentimiento de orgullo y pertenencia que el cliente interno debe tener y al cual es fundamental recurrir.

La estrategia de marketing debe tener en su manejo de la variable comunicación una clara línea que considere el primer impacto dentro de casa, siendo esto una competencia de las Relaciones Públicas (RP) o la Comunicación Institucional, con quienes debemos operar para que horas antes de entregar el producto y su publicidad al mercado, tengamos una presentación destacada a los principales representantes internos y así bajar a toda la organización.

Antes de llegar al consumidor

Otro error es el de no comunicar a tiempo o como corresponde a dos de los principales grupos “previos” a los consumidores: nuestros proveedores y la cadena de retail. Nuevamente se impone diseñar y planificar acciones e incluso materiales específicos para ellos, pues es vital que la cadena que nos provee sepa en qué estamos transformando materia prima e insumos, y cuán innovadores somos, de la

misma forma, es necesario que quienes distribuyen conozcan mejor lo que venderán y cómo aportará a su economía; en definitiva, son “socios” claves en el éxito de nuestros productos. Hoy esta práctica se ejerce más que en años atrás, pero sigue teniendo un bajo nivel de utilización, por lo que es un área de oportunidad para obtener alguna ventaja desde el arranque sobre mi competidor. Debemos trabajar en equipo con especialistas en comunicación institucional e incluir a los encargados de las Relaciones Públicas de la empresa en el diseño de la estrategia global de lanzamiento para que nos apoyen con dichos públicos.

La estrategia de comunicación cruzada

No debemos lanzar un producto sin tener bien estudiada y planificada la estrategia de comunicación institucional o relaciones públicas hacia los medios, de la misma manera que lo hacemos con la publicidad. Los *stakeholders* o públicos estratégicos son grupos definidos, esenciales y que exceden al target, y debemos llegar a ellos con herramientas diferentes a la publicidad. Uno muy importante es el formado por los representantes de prensa o medios de comunicación periodística. Necesitamos manejar una vía de comunicación con ellos con el objetivo de publicar algunas líneas informativas sobre nuestro producto y marca. Para el consumidor la publicidad es menos creíble que la información periodística, si bien no podemos controlar el mensaje periodístico, sí estamos en posibilidad de interesar al medio con información de los productos que ofrecemos, publicable y que suma valor a nuestra comunicación. ♥

DATOS DEL COLABORADOR

Director del GPO Vallas Monterrey. Miembro de Internacional Advertising Association. Especialista en marketing, branding y publicidad. Docente de la UANL y el CEDIM. Ex Director de la carrera de Publicidad en la UADE y Gerente de Marketing, e-banking para Bansud&Banamex (Argentina). Licenciado en Publicidad (UADE), con posgrado en e-business (UP). Jurado de Interad Global (IAA) y Presidente del Jurado de selección La Silla Fest 2008. editorial@playersoflife.com

Suscríbete en línea ▷ playersoflife.com



Con cuatros años de trayectoria, PLAYERS of life inició como una revista de cortesía colocada en puntos de reunión acorde a su target; sin embargo, a la par se han manejado tanto la suscripción como la venta.

A partir de este año iniciamos una etapa en que te ofreceremos la comodidad de recibir mes a mes PLAYERS of life directamente en tu domicilio, pues aunque has estado cerca de ella en los puntos de reunión, no siempre tienes la oportunidad de acceder a un ejemplar, debido a la creciente demanda por parte del público.

Las suscripciones son el medio ideal para que continúes siendo un asiduo lector de nuestra revista, y conserves todos los números del año, pues el esfuerzo editorial que realizamos es cada vez más sólido para ofrecerte los mejores análisis en los temas de actualidad que más te interesan.

SUSCRÍBETE YA A
PLAYERS OF LIFE
BUSINESS & PLEASURES

Obtén 36% de descuento
sobre precio de portada

\$2999

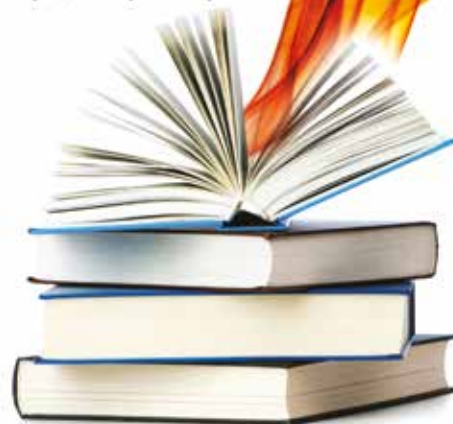
Recibe 12 ejemplares en tu casa u oficina
(costo real \$468)

PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & PLEASURES

EDUCACIÓN

En el Extranjero, México y Monterrey



*Formando a quienes tendrán en sus manos el compromiso
con el futuro de nuestro país y región*



- ▷ Don Eugenio Garza Sada
Filantropía en pro de la educación
- ▷ Entrevistas con
Rectores y Directores de Monterrey
- ▷ En El Diván
Empresas frente a la crisis
- ▷ En Legis:
Propiedad Intelectual

- Oferta de la 1era. etapa de suscripción válida al 31 de marzo 2010
- Suscripción aplicable por plaza, hasta agotar existencias.
- Gastos de envío por cuenta de PLAYERS of life
- Mecanismo de renovación automática
- En caso de dudas o aclaraciones, comunicarse al número telefónico de la plaza correspondiente
- Al recibir un ejemplar de suscripción con calcomanía de CORTESÍA, favor de llamar a la plaza correspondiente, para ayudarnos a abatir la delincuencia

¡Llámanos!

TORREÓN (871) 192-3434 Y 192-4767

MONTERREY (81) 1522-0536 y 37

CHIHUAHUA (614) 200-3708 y 09



Cómo hacer bien al planeta y al negocio

“Tú debes ser el cambio que deseas ver en el mundo”,
Mahatma Gandhi

Cada empresa, sin importar su giro, debe tomar un rol más activo en la protección del medio ambiente antes de que sea demasiado tarde o exista una legislación obligatoria para realizar controles en su forma de operar o en el cumplimiento de normas en sus procesos.

Cada día son más las voces que se alzan invitándonos a tomar consciencia y realizar acciones personales y comunitarias para preservar el medio ambiente. Sin duda los medios de comunicación señalan los planteamientos de destacadas personalidades para disminuir las emisiones de bióxido de carbono, la generación de desechos plásticos, evitar la contaminación de las aguas, respetar la vida silvestre, preservar las especies y evitar las formas de alteración de la biodiversidad.

La franquicia, como modelo empresarial, no está exenta de esta responsabilidad social, y por ello el franquiciante debe obrar en las siguientes vertientes:

1. La actividad del negocio y sus procesos internos.
2. Sensibilización y colaboración del personal propio y del franquiciatario, e incorporación en la cadena de suministro de las mejores prácticas ecológicas, involucrando activamente a sus proveedores.
3. Participación activa en asociaciones o cámaras del giro, impulsando la temática de la ecología.
4. Estar al día en normas, legislación y toda información relacionada.

En esquemas de protección en los procesos internos se deben ir incorporando las actividades de manera racional y estudiada, para que no impliquen una carga excesiva en inversión o costos que la hagan inviable. Por ejemplo, en el sector de preparación de alimentos, pueden implementarse medidas para aminorar el uso de papel y mejorar las trampas de aceites y grasas; mientras que en las franquicias de distribución, puede regularse el uso de material de empaque y optimizarse las rutas de reparto.

Las medidas ecológicas deben estar alineadas a la

productividad, eliminación de los excesos y despilfarros, reutilización o reciclaje, pudiendo impactar favorablemente con ello en el costo asociado al bien o servicio que se proporciona.

La segunda vertiente se basa en el principio de que un empresario es, por esencia, líder de una comunidad en el logro de objetivos; es importante incorporar metas ecológicas y comprometer a los que laboran en la empresa y posteriormente, al personal de las unidades franquiciadas, a tomar iniciativas de protección y respetar las disposiciones al respecto. También visionar la cadena de suministro como un todo, procurando involucrar a los proveedores a sumarse al esfuerzo, aportando su talento y creatividad.

Impulsar el desarrollo de seminarios, pláticas y diseño de normas en las cámaras o asociaciones garantiza que el sector estará efectuando acciones similares, fomentando que el beneficio sea mayor y los términos de sustentabilidad se mantengan. Es válido desarrollar una estrategia de comunicación y mercadotecnia en que el público nos detecte como empresa respetuosa del medio ambiente, pues por supuesto es un diferenciador ante ciertos sectores del mercado.

Estar al día en aquellas acciones o esquemas de tecnología y tendencias de la industria es garantía futura de ir implementando la tecnología más eficiente en esta labor, además de asegurarse de transitar en el camino correcto. El gran tema prioritario en esta década es que la empresa deberá servir a sus clientes eficientemente, sin destruir el planeta. Pensemos en las generaciones futuras y decidámonos a poner nuestro grano de arena, ya que sólo así seremos partícipes del cambio que deseamos para el mundo.♥



Ing. René Díaz Domínguez
Socio Director Gallastegui
Armella Franquicias

DATOS DEL COLABORADOR

Ingeniero Industrial de la Universidad Iberoamericana (UIA), con Maestría en Administración de Empresas (ITESM) y Alta Dirección de Empresas (IPADE). Director General y Socio de Orbere Consulting; Director Asociado; Asesoría y Consultoría en Franquicias, entre otras.
editorial@playersofflife.com



CLUB EJECUTIVO[®]

[Club de Negocios]

[Renta de Salas de Juntas]

[12 Salas de Juntas]

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

[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.
- + Internet inalámbrico sin costo dentro de todas las áreas del club.

[*Paquetes Mensuales]

*Abierto al público

\$2,500 incluye 4 sesiones de hasta 5 hrs.

\$4,500 incluye 8 sesiones de hasta 5 hrs.

81 8675 2000 / www.clube.com.mx

Inversiones redituables

La importancia de una visión a futuro

Casos como la Copa Sudáfrica 2010 son buenos ejemplos de análisis.

Arq. Alfredo Peraza



Cuando se trata del evento televisivo de mayor rating en el mundo, siempre surgen las dudas sobre si las cosas se están haciendo correctamente, en tiempo y costo. Por supuesto, inversiones de miles de millones de dólares no pueden quedar en el aire y generalmente surgen las preguntas: ¿se terminará a tiempo?, ¿se tendrá la capacidad o infraestructura necesaria?, ¿será redituable el esfuerzo económico? Esto sucede incluso en las sedes de países reconocidos por su capacidad organizativa y potencia económica mundial, como Alemania o Japón.

Ahora, por primera vez le toca organizar a una nación africana, por lo que además de los cuestionamientos mencionados, no se hicieron esperar muchos otros enfocados a aspectos sociales y de salud, entre otros: ¿cómo es posible que se inviertan más de mil 700 millones de dólares en la construcción de los estadios, en vez de destinarse a hospitales, vivienda, alimentación, etcétera? ¿Después del mundial, no quedarán como "elefantes blancos" las construcciones deportivas? Sin embargo, para estas fechas los estadios se encuentran prácticamente listos, pues la inversión no hubiera sido posible si Sudáfrica no fuera ya la sede del mundial de fútbol.

Supongo que primero se busca recibir visitantes, que se dé a conocer ampliamente al país, difundiendo sus bondades, y que esto traiga inicialmente utilidades de la organización del evento, y además, posibles inversiones futuras, es decir, que ponga en el mapa a Sudáfrica como un potencial y no que solamente se le relacione con los aspectos del régimen apartheid y sus problemas raciales y sociales.

Aunque, posterior al evento, ciertamente la infraestructura queda sobrada y con poco uso. Nada más basta ver cómo el famosísimo estadio Nido de Pájaro es utilizado sólo como atracción turística y para la foto del recuerdo (un ejemplo cercano, con las debidas proporciones, es la pista de la desaparecida Champ Car en el Parque Fundidora de Monterrey). Mucho del trabajo consiste precisamente en tener una visión a futuro y no centrarse únicamente en el evento principal, porque al terminar, no hay una consecuencia positiva en el resto de la ciudad. Otro ejemplo visible es Barcelona, que resurgió primero al organizar las Olimpiadas de 1992 y después en el primer Fórum Universal de las Culturas, cambiando radicalmente su curso económico al resaltar en el mapa.

Sudáfrica 2010, con una inversión aproximada de tres mil 500 millones de dólares, 10 sedes, 10 estadios en las urbes principales (Pretoria, Johannesburgo y Ciudad del Cabo), además de una fuerte inversión en los sistemas y elementos de seguridad, pretende una contribución de siete mil 300 millones de dólares. Aunado a esto, podría contender para organizar la Copa Mundial de Rugby, aprovechando la grandísima inversión para el evento futbolístico y evitando que caigan en desuso las instalaciones. Sudáfrica es un país de contrastes, pero fuera de satanizar los eventos, queda la oportunidad de sacarles el mayor provecho siendo propositivos y no sólo críticos. Esperemos que se aproveche la ocasión y sus beneficios se expandan. ♦

DATOS DEL COLABORADOR

Cuenta con estudios en el Politécnico di Torino, Italia (1999). Cofundador de Tékne (2003), despacho especializado en diseño y edificación. Profesor de Cátedra en ITESM Campus Monterrey, ha desarrollado proyectos a nivel nacional e internacional, y es articulista en el blog Teknews.com.mx (arquitectura, construcción y promotoría). editorial@playersofflife.com



ramiro valenzuela
fotografía

SOCIALES RETRATOS COMERCIAL EDITORIAL

www.ramirovalenzuela.com
info@ramirovalenzuela.com

LA FUSIÓN DE Kirin Holdings y Suntory

Por Jorge López
Internacionalista

El nacimiento de una transnacional

Las empresas japonesas Kirin Holdings y Suntory, ambas dedicadas a la producción de bebidas alcohólicas, en 2011 efectuarán una fusión que creará un conglomerado con un poder económico mayor al de las compañías refresqueras más grandes del mundo.

Ambas empresas anunciaron en julio de 2009 que el resultado de la fusión significaría una cifra de negocios anual combinada de 41 mil millones de dólares. Estas compañías intentan diversificar y reforzar su producción con nuevas adquisiciones en Japón y el extranjero, haciéndole frente a la caída del consumo en el archipiélago nipón por la disminución demográfica experimentada los últimos años.

Japón es el segundo mercado más importante del mundo, sus 126 millones de consumidores tienen un ingreso *per cápita* anual de 30 mil dólares (cifra a 1999). Lo particular de su mercado es que estas empresas siempre buscan reforzar la ideología nacionalista, tratando de crear en la consciencia colectiva la idea de que el éxito económico nacional depende de la preferencia que los consumidores tengan por la producción japonesa. Por ésta, entre otras razones, para algunas compañías transnacionales ha sido tan complicado adentrarse en el mercado del sol naciente.

El sistema japonés de relaciones empresariales actúa de modo diferente al que identificamos en Occidente, primeramente es muy común encontrarse con el desarrollo de cadenas de cooperación productiva entre diferentes firmas, lo que llaman *keiretsu*, en que una determinada organización negocia con otra el intercambio de servicios basado en la idea de la productividad como herramienta para el desarrollo del proyecto nacional económico.

La fusión de Santory y Kirin Holdings trae al escenario económico internacional otro importante actor no occidental, lo cual sin duda es señal del nuevo papel que ahora el continente asiático tiene para este milenio. ♥

TALLER ARTE & EMPRESA
Creatividad e Innovación

Piensa fuera de la caja...



"El futuro económico depende de la habilidad para crear riqueza a partir de la innovación, la creatividad y el ser emprendedor"

pintura + escultura + música

"Habilidades que beneficiarán al desarrollo de las actividades profesionales en tu organización"

elizabeth
welsh


"Vive la experiencia de ser parte de nuestros talleres para ejecutivos."

044 818 0204352

www.eliwelsh.com

info@eliwelsh.com

A 100 días



Quién lo diría: han pasado cien días desde que Rodrigo Medina llegó por primera vez al Palacio de Cantero, con una promesa contundente: una nueva actitud y forma distinta de hacer política, integrando a su gabinete a jóvenes capaces con una visión fresca.

Por David Pérez Esparza

Sería el Gobernador que todos recordaríamos por generar miles y miles de empleos. Sería quien, desde el primer segundo, imprimiría un sello distinto. El que se enfocaría en el “cómo sí”, el que le daría la vuelta a las cosas. Aventado, pero capaz. Responsable, pero innovador. Imagen, pero también fondo.

Es curioso, pero apenas ha pasado un año de que los neoloneses lo conocimos. Entonces, los medios de comunicación comenzaban a hablar de él como el favorito del Gobernador. Cuando se decía que él era “el bueno” a pesar de que Abel Guerra aparecía como puntero en las encuestas.

Hoy, ya como Gobernador, pide a la sociedad confianza. “Mi mandato tiene rumbo y sé a dónde se dirige”, repite una y otra vez. Asegura que durante los primeros 100 días se establecieron bases sólidas donde se fundamentará su labor a lo largo de los próximos seis años, que van más allá de realizar sondeos telefónicos.

Le quiero creer. Quiero pensar que tiene un rumbo claro y que siempre lo tuvo. Que atrás de su imagen y sorprendente campaña, hay ideas concretas, hay propuestas serias y responsables. Que en el fondo de todo existe un interés real por cambiar las cosas que no sirven, las cuales, por cierto, son muchas.

Pero como si continuara en campaña, pide

confianza. Afirma que impulsará proyectos innovadores, inteligentes y honestos. Que generará empleos como nunca antes en la historia; porque aunque no lo diga, sabe cómo.

Que callará a todos y cada uno de sus críticos por su honestidad, porque su capacidad es evidente y porque está rodeado de un equipo con un estándar moral e intelectual sin precedentes. Y que si bien hasta hoy sólo se ha dedicado a eventos menores —como el festejo del Clásico o el Año Nuevo—, lo de fondo, ya viene.

Quiero creer que no tiene compromisos. Que los favores, las “tapaderas” y los compadrazgos son cosas que ni él ni su equipo comparten. Los aviadores, los proveedores que duplican los costos y los amiguismos, todo, es cosa del pasado.

De verdad quiero creerle que cada peso, aunque sea deuda y nos vaya a doler mucho pagar, vale la pena, porque él y su equipo aseguran una absoluta transparencia, una razón de ser, fundamentada moral y financieramente, con claridad y contundencia.

Quiero creerle que vivir en la Casa del Gobernador fue una necesidad que pocos entienden, y que él tiene razón en que sólo así se combate a la delincuencia. Quiero confiar en que la policía será la más honesta del continente. Que combatirá la corrupción sin excusas. Quiero creer que dará una respuesta

coherente al olvido del campo, al transporte público, a la violencia familiar y a la pobreza.

Que no se conformará, y por ello dará la cara a los afectados de la Ucrem, a la delincuencia que azota miles de casas y negocios; que enfrentará el desempleo y el pandillerismo.

Quiero creer que no les pagará a los medios para que hablen bien de él. Que su prioridad está en Nuevo León y no en Toluca ni en la televisora que lo apoyó para llegar a donde ahora se encuentra.

Quiero creerle que sabe lo que hace y que cuenta con todo para ser el mejor Gobernador que haya tenido NL. Quiero pensar que a pesar de todo, era una alternativa mucho mejor que los demás contendientes.

Quiero pensar que a final de cuentas, su Gobierno no ha arrancado, porque todo se lleva su tiempo. De verdad, quiero creerle. Le aseguro que lo intento. Pero aquí “entre nos”, le soy honesto: a cien días, me sigue costando muchísimo. ♦

DATOS DEL COLABORADOR

Internacionalista y Maestro en Política Pública por la EGAP con estancia en la KSG de Harvard University. En 2008 recibió el Premio Estatal de Administración Pública. editorial@playersoffife.com

Balance AMBIENTAL en México

Una exigencia impostergable

Por Raúl Blackaller Velázquez
Abogado y Máster en Educación

Es un hecho que en México y el mundo el cuidado del medio ambiente se ha convertido en un tema recurrente y de trascendental importancia. Desde que en 1971 surgió la primera legislación en materia ambiental en nuestro país (Ley Federal para Prevenir y Controlar la Contaminación Ambiental), su enfoque fue siempre al sector industrial. Y es que ríos, lagos, bosques, en fin, gran parte de nuestros recursos naturales, han sido afectados por la industrialización y la necesidad de desechar químicos y toda clase de sustancias y materiales. También es parte de nuestra historia que hemos sido muy buenos para legislar, pero es común que aún teniendo las leyes tardemos un poco en crear las instituciones que se encargarán de hacerlas cumplir. Es por eso que en 1971 la Secretaría de Salubridad y Asistencia era la responsable de la ley ambiental. En 1982 se publicó la Ley Federal de Protección al Ambiente y cinco años más tarde, el 28 de enero de 1988, se emitió la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente, que era aplicada y administrada por la ex Secretaría de Desarrollo Urbano y Ecología (SEDUE), por conducto del Instituto Nacional de Ecología (INE). En 1994 se creó la Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales y Pesca (SEMARNAP), integrándose en el mismo sector recursos naturales, biodiversidad, atención a los residuos peligrosos y problemas ambientales urbano-industriales. Después la Pesca se desmembraría de dicha dependencia, que ahora es la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). Como siempre sucede en estos casos, el compromiso es vasto, hay países que nos llevan años de adelanto, pero al parecer en México hay intereses personales que arrasan con todas las buenas intenciones. Uno de los empleos más peligrosos en el país es ser ecologista. Pero en la medida en que la información fluya y la presión hacia la clase gobernante se mantenga constante, podremos ver que avanzamos y se derroca esa tiranía de conveniencias particulares por el bien común. Tenemos derecho a cuidar de nuestros recursos naturales y no derrocharlos en una actitud irresponsable.♥

En el diagnóstico del Programa 2001-2006 de la gestión ambiental, se denotan las carencias de la política ambiental y la escasa efectividad en la aplicación de la ley, por:

1. La política ambiental ha tenido un ámbito de acción limitado y los instrumentos promovidos poca efectividad para modificar las principales tendencias de degradación del ambiente y los recursos naturales, sobre todo por un presupuesto relativamente escaso dedicado a los asuntos ambientales.
2. La cuestión ambiental ha continuado al margen de la toma de decisiones de la política económica y los principales sectores productivos.
3. Las políticas agropecuaria y agraria han inducido procesos que favorecen la deforestación y el uso irracional del suelo.
4. Después de 30 años de gestión ambiental en México, sectores productivos completos continúan desregulados o no contemplados por la normatividad y la política ambiental, como es el caso de ganadería, agricultura, actividad forestal, pesca y empresas de servicio, especialmente las dedicadas al turismo. Ocurre parcialmente con actividades de competencia local, como crecimiento urbano o manejo de residuos municipales.
5. La regulación del manejo de los residuos sólidos es una de las más rezagadas.
6. No se han diseñado instrumentos de fomento para la aplicación de tecnologías limpias.
7. La política ambiental se ha restringido a regulaciones coercitivas, lo que impone obligaciones, restricciones, sanciones y gran cantidad de trámites.
8. Existen compromisos internacionales que aún no se aplican en nuestro país, como el intercambio de bonos por emisiones a la atmósfera y el desarrollo de etiquetas verdes.

RESUMEN DE ENERO



• 1. España asumió la Presidencia de la Unión Europea • 2. Con 828 metros de altura, inauguran Burj Dubai, la torre más alta del mundo • 3. El Presidente de Venezuela Hugo Chávez anunció una devaluación de la moneda nacional • 4. Un terremoto de siete grados en la escala de Richter destruyó a Haití • 5. Charles Evans, Presidente de la Reserva Federal, mencionó que la recesión en Estados Unidos "técnicamente ha terminado" • 6. Mehmet Ali Agca, el terrorista ultraderechista que intentó matar al Papa Juan Pablo II en 1981, quedó en libertad • 7. México cierra 2009 con una inflación de 3.57%, la más baja desde hace cuatro años • 8. Legisladores del PAN confirman que es irreversible el aumento al precio de la gasolina y el diesel • 9. Nieve y viento frenaron las actividades económicas en el país durante la primera quincena del año • 10. Murió el empresario Moisés Saba Masri al caer el helicóptero en que viajaba • 11. La Policía Federal capturó a Teodoro García Simental, *El Teo*, uno de los narcotraficantes más buscados • 12. El IFE prevé la creación de una nueva credencial de elector para el 2012 • 13. El Alcalde de Monterrey anuncia que dispondrán de 50% del presupuesto que el Fonaes autorizó para el 2010 en apoyo a las microempresas con fondo perdido • 14. San Pedro otorgará un incremento salarial de 9 y 5% en prestaciones a los trabajadores con menor salario • 15. Alfredo Garza, Tesorero Estatal, aseguró que el Gobierno de NL ejercerá el gasto aprobado sin considerar un plan alternativo



TechnoMarine

GENÈVE



MOONSUN

29MM
CHRONOGRAPH
HIGH-TECH CERAMIC
200 M WATER RESISTANCE

Galerías Valle Oriente
Av. Lázaro Cárdenas No. 1000 L-1141
Col. Valle Oriente, Monterrey, N.L. Tel. 8486 0303
www.ghiberi.com.mx

Plaza Fiesta San Agustín
Batallón de San Patricio No. 1000 L-2432 Residencial
San Agustín, Garza García, N.L. Tel. 8368 4811
info@ghiberi.com.mx

Plaza Fiesta Anáhuac
Av. Manuel L. Barragán No. 325 Nte. Col. Residencial
Anáhuac San Nicolás de los Garza, N.L.
Tel. 8332 2644