







Skyzen 420 M

Dell Mini 10

Lanix Neurón LT 10



Incluye Netbook y Servicio de Internet Ilimitado

Puedes tener Banda Ancha ya integrada en tu Netbook o si ya tienes computadora, ven por tu Modem.



ZTE MF626



HUAWEI E156b



NOKIA CS-10



vinoteca torreón.  
blvd. independencia #1111 L-26  
col. granjas de san isidro  
t. (871) 718.19.97 y 717.23.38  
01 800 00 vinos

es bueno  
conocer  
el valor de  
la exclusividad





ERRAZURIZ



ERRAZURIZ

MAX RESERVA

CABERNET SAUVIGNON

Lapostolle

Casa

SAUVIGNON BLANC

APPEL VALLEY

2008



Beaujolais Villages

APPELLATION BEAUJOLAIS-VILLAGES CONTRÔLÉE

Louis Latour

MIS EN BOTTILLE À BEAUNE PAR LOUIS LATOUR, NÉGOCIANT-ÉDITEUR  
À BEAUNE - CÔTE-D'OR - FRANCE  
PRODUIT DE FRANCE

Navarro-Correas



MA

PROCEDE

VINOTECA

# Carta Editorial

Edición 47 Febrero



Resulta innegable que un tema esencial en la primera década del siglo XXI será el medioambiente: una evaluación de su deterioro, sí, pero sobre todo, una discusión positiva en torno a las medidas que harán posible frenar o de ser posible, revertir los daños que la actividad humana —en particular producir y consumir— le ha ocasionado. Considerando este panorama, creemos que es fundamental conocer y reconocer los esfuerzos que algunas de las más grandes empresas

que operan en México han emprendido en este sentido, para lo cual elaboramos el contenido Ecología & Tecnología, donde analizamos tanto las medidas como los resultados que ya están dando estas implementaciones en pro de nuestro planeta.

De igual manera, otro aspecto de nuestra realidad que nos pareció merecedor de un análisis es el referente al papel de las compañías aseguradoras en nuestro país, ya que en los últimos años se ha visto cada vez más fortalecida una cultura de prevención que sin duda constituye una ventaja en la calidad de vida de quienes la han adoptado. Asegúrate es la sección que creamos para mostrar este tema, brindándote información relevante acerca de algunas de las firmas de seguros más importantes que ofrecen sus servicios en la República mexicana.

Ambos temas centrales en esta edición, Ecología & Tecnología y Asegúrate, dieron pie a otros contenidos seleccionados para las áreas y secciones que regularmente manejamos, por lo que nuestras páginas te invitan a conocer datos, cifras y reflexiones, que te mantendrán actualizado, y a la vez te proporcionarán gratos momentos de lectura durante este segundo mes del 2010. ♦

Alejandro Martínez Filizola

## FE DE ERRATAS

En la edición 46 (Enero), página 63, sección Educación Continua Universidad Iberoamericana Torreón, en el apartado En Contacto se colocaron datos erróneos, los correctos son: Calzada Iberoamericana 2255, 27020 Torreón, Coah. / Tel. (871) 705-1010 / E-mail: posgrado@lag.uia.mx / www.lag.uia.mx

# PLAYERS OF LIFE

BUSINESS & PLEASURES

## DIRECCIÓN GENERAL

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

## GERENCIA EDITORIAL REGIONAL

Mariana de los Angeles 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

## GERENTE DE DISEÑO

José Martínez Borrego  
jose.martinez@grupomacom.com

## ASISTENTE EDITORIAL

Jenny Miranda Acosta  
jenny.miranda@grupomacom.com

## ASISTENTE DE DISEÑO

Diana Cortés Elizalde  
diana.cortez@grupomacom.com  
Alejandra Huizar Villalobos

## GERENTE COMERCIAL

Jaime Honorato Ramírez  
jaime.ramirez@grupomacom.com

## COMERCIALIZACIÓN

Arelí Giacomán Marcos  
areli.giacoman@grupomacom.com

## ASISTENTE ADMINISTRATIVA

Cynthia Salas Ortiz  
cynthia.salas@grupomacom.com

## FOTOGRAFÍA

Nancy López

## ASESOR DE IMAGEN FACETAS

## FOTOGRAFÍA SOCIALES

Emilio Padilla

## LOGÍSTICA

Arturo García Gorgon

## COLABORADORES

Judith Hernández Sada / Francisco León / Fernando M. González Ruiz /  
Jessica Collado / Esteban de Gyvés / René Díaz / Alfredo Peraza /  
Marcelo Barreiro / Javier Prieto / Raúl Blackaller Velázquez / Gerardo Hernández /  
Gloria del Carmen Muñoz R / Blanca Reyna Isunza

## 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 O 2 Vasconcelos  
Av. Vasconcelos 150 ote. Col. del Valle, San Pedro Garza García, NL, México

## VENTAS Y SUSCRIPCIONES MACOM Chihuahua

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

PLAYERS of life. Marca Registrada. Año 4 No. 47. 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 MEXICO  
TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS. ALL RIGHTS RESERVED.

www.playersoflife.com

PUNTOS DE VENTA:



Celsa Impresos

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



# De los circuitos de carreras a tu cochera.

C 63 AMG. Velocidad única.

[www.mercedes-amg.com](http://www.mercedes-amg.com)

¡Visita a tu distribuidor Mercedes-Benz y conoce los nuevos modelos 2010!



**AMG**

Mercedes-Benz

01 800 92 MERCEDES Mercedes-Benz México, S. de R.L. de C.V., se reserva el derecho de cambiar las especificaciones, equipos, términos y condiciones antes mencionados en cualquier momento sin necesidad de previo aviso. "Mercedes-Benz" y "AMG" son marcas de Daimler.

Automotriz Lagunera. Blvd. Independencia 1000 Ote., Centro, Torreón, Coahuila. Tel. (871) 747 57 00



# CONTENIDO Febrero 2010



## 44 ECOLOGÍA & TECNOLOGÍA

## 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

## 24 Estilo & Gentleman

Closet 2010



## 22 TEMPS

Tiempo de lujo



## 54 AS BAJO LA MANGA

Pedro Barboglio



## 56 FINISH

Íñigo Belausteguigoitia

## 62 PERFILES

Eron Vargas



16 MANÍA  
Impuntualidad, cuestión de perspectiva

20 STARS OF LIFE  
Tiger Woods, extreme life

33 TRAVESÍA  
Bon Voyage! Holly week

52 PLAYER DEL AYER  
Adolfo Aymes

EL DIVÁN  
7 propósitos para tu empresa este 2010 **64**

COACHING  
No temas incrementar tus precios **66**

ZOOM  
RP, magnífica estrategia en la mercadotecnia **72**

POLÍTICA LOCAL  
Grandes expectativas en Torreón **78**



# AMPLÍA SUS POSIBILIDADES, LOGRA SU MÁXIMO DESARROLLO

En la Secundaria del Tecnológico de Monterrey, Campus Laguna, tu hijo obtendrá una formación integral que asegura el aprendizaje, con énfasis en las ciencias y el desarrollo efectivo del carácter.

- Programa bilingüe.
- Actividades para desarrollar la virtud moral e intelectual, a través de la promoción de valores y habilidades.
- Profesores expertos en su área del conocimiento y en el modelo educativo del Tecnológico de Monterrey.
- Actividades deportivas y culturales.
- Pase preferencial a la Prepa Tec.



## INSCRIPCIONES ABIERTAS EN FEBRERO

Lunes a viernes, 8:00 a 18:00 horas.

- **Examen de admisión:** durante febrero, todos los jueves a las 15:35 horas y sábados a las 10:00 horas.
- Al inscribirse en febrero, el alumno obtendrá un **curso gratuito de inglés en verano de 2010.**

¡Felicidades a los participantes y ganadores  
del Programa Tecnología y Talento Educativos!

### Campus Laguna

Informes: (871) 747 67 07 y 17, [secundaria.lag@servicios.itesm.mx](mailto:secundaria.lag@servicios.itesm.mx)  
[www.lag.itesm.mx](http://www.lag.itesm.mx)

CULTURA EMPRENDEDORA

**SECUNDARIA**  
**Tec**  
*de Monterrey*

# 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.

ADOLFO DOMINGUEZ



 **cimaco**<sup>®</sup>  
Lo Mejor Para Vivir Bien

Plaza Cuatro Caminos, Torreón, Coah. • Plaza Sendero, Saltillo, Coah. • [www.cimaco.com.mx](http://www.cimaco.com.mx)



# 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.



todo el mundo conoce a alguien  
que ama a su honda

HONDA ORIENTE  
BLVD. RODRIGUEZ TRIANA 1000  
871. 2225500

HONDA INDEPENDENCIA  
BLVD. INDEPENDENCIA 2400 OTE.  
871. 7470700

[honda.mx](http://honda.mx)

## 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. Bernardo de la Garza, Director de la CONADE, manifestó que los Juegos Panamericanos, con sede en Guadalajara, no están en riesgo • 8. De cara a la Copa del Mundo, la clavadista 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. Se anunció que la Selección Mexicana de Futbol está muy cerca de jugar en el TSM • 14. Derek Bryant, Manager de Vaqueros Laguna, armó su equipo de cara a la próxima temporada • 15. Tras espectacular remontada, Santos comenzó Torneo del Bicentenario con victoria en casa

Miradas que encantan.



**15%**  
en Lente Solar

Válido hasta  
10 de marzo de 2010

\*Mencionando este cupón



721.2227 | 721.5252

Paseo de la Rosita No. 915 Col. Campestre la Rosita, Torreón, Coahuila.



# Impuntualidad... .

## cuestión de perspectiva

Las estadísticas afirman que para los extranjeros ir a cualquier lugar de América Latina resulta complicado, abarcando motivos laborales y hasta turísticos, pues el concepto y percepción del tiempo es distinto.

Por MC Judith Hernández Sada

Una de las varias perspectivas de la impuntualidad, y me atrevería a decir, la más común, es que cuando existe una cita o actividad programada el hecho de llegar a tiempo es directamente proporcional al interés que se tiene.

Llegas tarde al trabajo porque tu interés en otra cosa te impidió salir a tiempo de tu casa. **Ejemplo 1:** viste una buena película la noche anterior, por lo que te desvelaste y luego no te pudiste levantar a tiempo, así que llegaste tarde. **Ejemplo 2:** tu plática de sobremesa a mediodía fue más interesante que la idea de ser puntual. **Ejemplo 3:** es poco el interés que experimentas hacia una cita de negocios que de antemano promete no ser muy exitosa.

Desde otro punto de vista, la impuntualidad también puede darse por razones externas o ajenas, es decir, causas fortuitas.

¿Genética?, ¿factores emocionales?... este tema no es más que un asunto ligado a patrones de aprendizaje que de manera inconsciente se establecen en el comportamiento humano, los cuales resultan debido

*“PROCURO SER SIEMPRE MUY PUNTUAL, PUES HE OBSERVADO QUE LOS DEFECTOS DE UNA PERSONA SE REFLEJAN MUY VIVAMENTE EN LA MEMORIA DE QUIEN LA ESPERA”*

**Nicolas Boileau-Despreaux**

a una experiencia previa en la infancia, y por qué no, en algunos casos, vivencias en la edad adulta.

La guerra impuntualidad vs puntualidad

en los seres humanos, puede corregirse, si es que se desea, con herramientas cognitivo-conductuales, psicoanalíticas o fenomenológicas, entre otras.

No siempre las personas son impuntuales en su vida en general, existen casos en que los individuos sólo son impuntuales en eventos asociados específicamente a una situación, lugar o persona en especial, por lo que en terapia psicológica este factor específico sería motivo de interpretación y toma de conciencia por parte del individuo.

Por otro lado, existen seres humanos que en los variados aspectos que globalizan su vida son sencillamente impuntuales, y quienes conviven con ellos los critican constantemente o los toleran, pues ya los conocen y toman sus tiempos cuando se trata de hacer algo con ellos.♥

### 🕒 Esfuerzos latinoamericanos

En marzo del año pasado Perú hizo su primera campaña para combatir el vicio de la impuntualidad en sus diferentes organizaciones e instituciones, bajo el nombre de “Perú, la hora sin demora”.



# ¿EL NUEVO BARRAGÁN?

SÓLO EN LA  
IBERO



UNIVERSIDAD  
IBEROAMERICANA  
TORREÓN

**Arquitectura** · Diseño Gráfico · Diseño Industrial · Mercadotecnia · Administración de Empresas  
Comercio Exterior y Aduanas · Contaduría Pública y Gestión de Negocios · Ingeniería Civil  
Ingeniería Industrial · Ingeniería Ambiental · Comunicación · Nutrición · Psicología · Derecho

Tel. 705 10 98 / [www.lag.uia.mx](http://www.lag.uia.mx) / [promocion@lag.uia.mx](mailto:promocion@lag.uia.mx)



**Miguel Mendiola**  
Director Regional PYME de Santander

### El Ejecutivo

Licenciado en Contaduría Pública por la Universidad Iberoamericana Torreón, Miguel Mendiola nació en Torreón, Coahuila, el 21 de abril de 1982. Actualmente se encuentra cursando la Maestría en Administración y Alta Dirección. Su carrera laboral inició en Bachoco, como Jefe de Cartera durante ocho meses; posteriormente fue ascendido a Supervisor de Ventas, cargo que ocupó solamente por cuatro meses, pues surgió la oportunidad de colaborar en el banco, trabajo que siempre le había llamado la atención.

De esta manera, a principios del 2006 ingresó a Santander como Ejecutivo de Cuenta Junior. Después de seis meses fue promovido como Ejecutivo Premier, cargo que ejerció por dos años y que sirvió como detonante dentro de su carrera en la institución bancaria, ya que obtuvo tres reconocimientos como Mejor Ejecutivo Premier de Zona. A mediados del 2008 fue nombrado Ejecutivo PYME y cinco meses más tarde se convirtió en Director de una sucursal de reciente apertura. Siete meses después, y gracias al exitoso manejo de la filial, obtuvo el nombramiento de Director de la matriz en Torreón, reto del que dependía

el rumbo de su carrera dentro de Santander. Su desempeño fue el adecuado, y por ello en noviembre del 2009 se convirtió en Director Regional PYME.

### Su ascenso

“Cada vez que se me habría la oportunidad de encarar un mayor compromiso al ir ascendiendo, me sentía motivado y con más ganas de hacer las cosas. La verdad, no puedo negar que experimentaba un poco de nervios, pero a la vez eso me ayudaba a seguir adelante y continuar sobrepasando las metas y objetivos trazados. Los retos que he enfrentado como Director Regional PYME han sido muchos, este puesto es completamente diferente a los anteriores, por lo que sigo en un constante proceso de aprendizaje”.

“Todos los cambios son significativos y tienen su nivel de complejidad, pero el ascenso a mi puesto actual, se puede decir, es el más importante, y sobre todo, el más complejo de mi vida laboral, ya que dio un giro de 360 grados, fue un cambio completo de todas mis funciones, responsabilidades y objetivos”.

“Respecto al futuro, puedo decir que me

encanta mi trabajo y me gustaría algún día tener la oportunidad de hacer una carrera a nivel internacional. Creo que el éxito dentro de una organización se logra trabajando en equipo y siendo consciente de que los resultados y objetivos se alcanzan cuando se unen varias ideas y formas de pensar, siempre convencido de que con ganas y determinación, y a veces algo de paciencia, las oportunidades y resultados se irán dando”. ♥

### Fuera de la oficina

**| Familia:** Me gusta ir al antro, barecitos, los sábados comer con la familia y los domingos quedarme en casa viendo películas con mi esposa

**| Deporte o actividad recreativa:** Juego pádel y fútbol

**| Hobbies:** Hacer deporte, pero lo que más disfruto es viajar y conocer lugares nuevos y diferentes

**| Esparcimiento:** Asisto a todo tipo de eventos, principalmente deportivos y sociales

**| Restaurante favorito:** Oriental Grill



QUIEN TIENE UN SABLE TOMA SYRAH  
EN LA COPA CORRECTA.



NUEVO **SABLE** 1890

- AVANZADA TECNOLOGÍA MULTIMEDIA • TECLADO VIRTUAL EXTERNO • BOTÓN DE APERTURA RÁPIDA
- ANTENA INTERNA • VISOR DE CÁMARA EN PANTALLA EXTERNA • ¡ALARM Y NEXTEL BACKUP!

Llama al 10 18 33 00 y del interior de la República al 01 800 200 93 00.  
Para mayor información consulta [www.nextel.com.mx](http://www.nextel.com.mx)

EL PODER  
DE HACER.

**NEXTEL**

Pregunta por nuestras áreas de cobertura. MOTOROLA, y el símbolo Estilizado de la M están registradas en la Oficina de Patentes y Marcas de E.U.A.  
Las marcas de todos los demás productos o servicios son propiedad de sus respectivos dueños. © Motorola, Inc. 2010.

# Tiger Woods

## Viviendo al extremo

-Eldrick Tiger Woods, nació el 30 de diciembre de 1975, en la ciudad norteamericana de Cypress, California.

-Obtuvo su apodo por la gratitud que su padre le tenía a Vuong Dang Phong, conocido como *Tiger*, un soldado que le salvó la vida en un par de ocasiones durante la guerra de Vietnam.

-Cuando tenía ocho años de edad logró realizar su primer hoyo en uno.

-En el año 2000 se convirtió en el golfista más joven en ganar los cuatro diferentes campeonatos mundiales más importantes: PGA Championship, Masters, US Open y British Open.

-Fue colocado en el lugar número cinco por la revista *Forbes*, dentro de la lista de las 100 personalidades más destacadas del mundo en el 2006.

-Se casó con la modelo Ellin Nordegren, después de un largo noviazgo, el 5 de noviembre del 2004, en Barbados. Tiene dos hijos dentro de ese matrimonio: Sam, de dos años, y Charlie, de uno.

-En su primer Major, en 1997, ganó aproximadamente 480 mil dólares. Para el 2005, en ese mismo torneo obtuvo un millón 260 mil dólares. Gracias a esto y a sus jugosos contratos, cerró el año como uno de los mejor pagados del mundo, amasando una fortuna total estimada en 87 millones.

-En noviembre del 2009 sufrió un aparatoso accidente automovilístico cuando salía de su residencia de Florida, después de la fuerte discusión que sostuvo con su esposa, quien momentos antes, se había percatado de que el golfista mantenía varias relaciones sentimentales extramaritales.

-Hasta el momento Ellin, su aún esposa, ha obtenido 300 millones de dólares por parte de Tiger, mientras continúa con su proceso de divorcio.

Considerado el golfista más importante de todos los tiempos, Tiger ha logrado crear todo un imperio, dentro y fuera del green. Su vida era perfecta hasta que la mala suerte tocó a su puerta al salir a la luz las múltiples infidelidades, que casi terminan con su matrimonio, creando una mala imagen tanto para él como para las compañías que lo han auspiciado durante toda su carrera, provocando en pocas palabras el triste derrumbe de una leyenda.

-En diciembre del 2009 Woods anunció un retiro indefinido para concentrarse por completo en su familia.

-Sus problemas no dejaron de crecer, puesto que después de conocerse la noticia de sus infidelidades, la compañía AT&T dio por finalizado su contrato de patrocinio. A la lista de empresas descontentas por los enredos amorosos del golfista se unieron Accenture Plc, Procter & Gamble Co y Gillette.

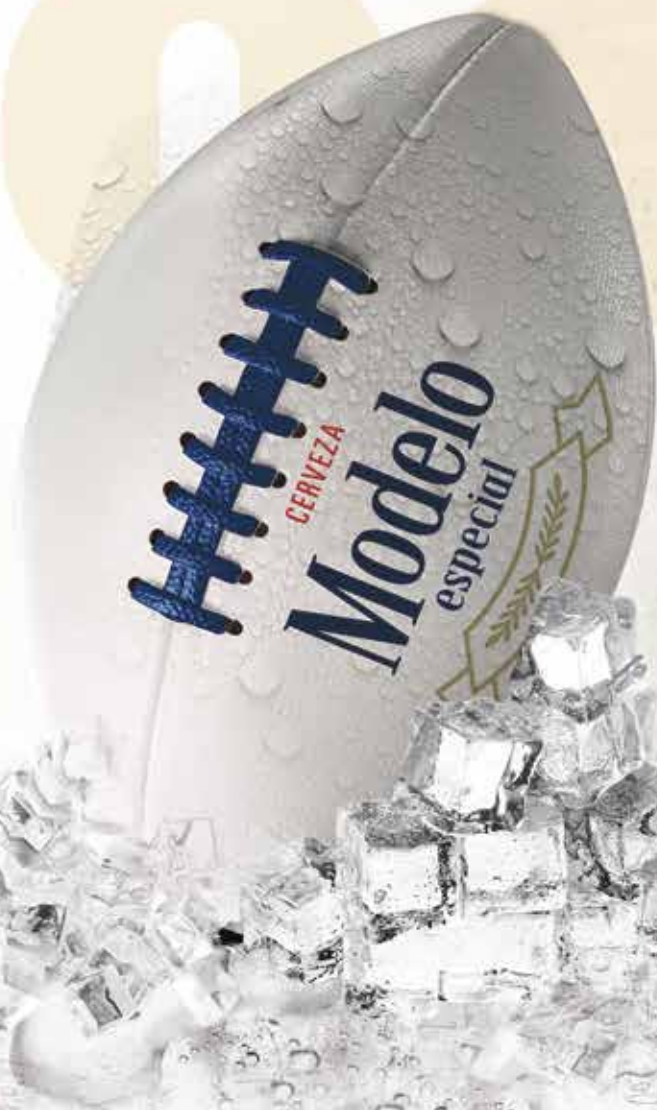
-Nike, Gatorade y EA Sports, han sido las firmas más afectadas debido a la mala publicidad que este incidente generó, perdiendo con ello más de 12 millones de dólares.

Jose M. Barrego

PLAYERS of life invita a los ilustradores a participar en esta sección. En la próxima edición la estrella será: Pedro Almodóvar

Contacto: victor.blankense@grupomacom.com

# Sé parte de un equipo **Especial**



## Vive la intensidad de la **NFL**

TODO CON MEDIDA

093300201A2269

# Tiempo

*Just in time*, es una de las frases más populares de finales de la década pasada, la cual nació de la necesidad de ser puntuales, responsabilidad un tanto difícil para los mexicanos, sin embargo, no imposible. Para cumplir con esta tarea es imprescindible llevar en tu muñeca un magnífico reloj, hoy tenemos la posibilidad de encontrar una inmensa gama de estilos, pero el que tu mereces es único. Recuerda siempre elegir con base en sus características y especificaciones, pero sobre todo, que la joya brille en tu mano.

**King Power Alinghi  
HUBLOT**

Movimiento mecánico automático  
Cristal de zafiro antirreflejos  
Resistencia a agua 100 m  
27 rubís



**Doppio Tre  
DE GRISOGONO**

Movimiento mecánico automático suizo  
Cristal de zafiro  
Resistencia a agua 165 pies  
Correa de lagarto





**Classic Racing Superfast  
CHOPARD**

Movimiento mecánico automático  
Cristal de zafiro con tratamiento AR  
Resistente a agua 100 m  
37 rubís

**Heavy Metal Plasteramic Gold Chrono Black  
TOYWATCH**

Movimiento cronógrafo  
Bisel en oro amarillo  
Brazalete en metal y acrílico  
Tamaño 40 mm / 1.54 pulgadas



**F-80  
FERRAGAMO**

Movimiento automático cronógrafo  
Rotor Côtes de Genève  
Caja de titanio  
Peso 210 gr

# Close 2010

Hay reglas que todo hombre debe de tomar en cuenta al vestir, las cuales están englobadas en lucir impecable, limpio, elegante y sobre todo, a la moda. *Fashion* no es sinónimo de estrafalario, sino que se define como saber elegir la prenda perfecta que realce nuestros mejores atributos y acapare las miradas de todos los que estén cerca. Considerando esto, te traemos una lista de lo que no deberá faltar en tu guardarropa esta temporada Spring-Summer 2010.





Salvatore Ferragamo



Boss Black



Burberry



Gucci



Boss Green

Gucci



Ray Ban





Lacoste



Salvatore Ferragamo



Gucci

D&G



Lacoste

Salvatore Ferragamo



D&G



Salvatore Ferragamo

# Things Women Must Wear



Samsonite by  
Alexander McQueen

Marchesa

De Grisogono

• Valentine's Guide •

# CABALLEROS:

¿tienes ganas de ver mujeres entregadas? Este San Valentín tendrán la oportunidad de dejarlas boquiabiertas con un regalo extraordinario, recuerden que las integrantes del sexo "físicamente" débil (pero más fuerte que Schwarzenegger, al tener una tarjeta de crédito en mano), esperan que las consientan, mimen, las motiven a sonreír y a pronunciar más de un "Sí", en esta fecha donde el famoso Cupido y las carteras dispuestas hacen de las suyas.



Christian Dior



Roberto Coin



Alberta Ferretti



Emilio Pucci



Tous



Giuseppe Zanotti

Jimmi Choo



Christian Dior

Yves Saint Laurent

• THINGS A WOMAN MUST WEAR •



Miu Miu



Betsey Johnson



Gianfranco Ferré



KumKum



de Grisogono



Fendi



Chanel

Christian Dior



Ferragamo



Katia Lombardo

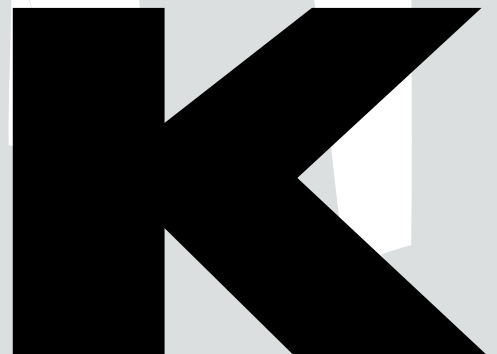


KumKum

INSIDE

TODOPODEROSO

# Charles



Herederos de Koch Industries, grupo al que transformaron en la mayor empresa privada del mundo, con ventas por 95 mil millones de dólares y presencia en Norte y Sur América, Europa, Oriente Medio, Asia, África y Australia.

Sus negocios se enfocan principalmente al refinado de productos químicos, desarrollo de equipos y tecnologías para el control de la contaminación; minerales, fertilizantes, polímeros y fibras; comercio de productos de consumo y servicios financieros. Gracias a una estupenda labor empresarial, Charles y David Koch han logrado levantar un

imperio que tiene presencia en casi 60 países y emplea alrededor de 70 mil personas: Koch Industries, Inc.

Pese al gran tamaño de su consorcio y su generosidad política, uno de los aspectos más destacados de la historia de los hermanos Koch es lo poco que se sabe de esta familia y del propio consorcio empresarial. Koch

Industries es una compañía enorme, más grande que Microsoft, pero pocas personas han oído hablar de ella.

Su padre, Fred C. Koch, se graduó del Massachusetts Institute of Technology (MIT) e inventó un método para refinar gasolina del petróleo crudo, hallazgo que llevó a la Unión Soviética en 1929. Posteriormente, en 1940



o  
o

# David

# KOCH

## LA FÓRMULA DEL ÉXITO

fundó Koch Industries, negocio que heredó a sus hijos Charles, David, William y Frederick, al morir en 1967.

Charles y David compraron a William y Frederick la parte que les tocaba por 470 millones y 320 millones de dólares, respectivamente. De esta forma, Charles y David se hicieron cargo de la corporación hasta trans-

formarla en la mayor empresa privada por sus ingresos.

### El enfoque gerencial

Charles G. Koch nació el 1 de noviembre de 1935, en Wichita, Kansas, Estados Unidos. Al igual que su padre, estudió en el MIT, institución de la que recibió el título en In-

geniería en 1957. Posteriormente realizó las maestrías en Ingeniería Mecánica (1958) e Ingeniería Química (1960), en la misma universidad.

Desde sus primeros años como empresario, Charles se distinguió por su enfoque gerencial y de liderazgo basado en el éxito a largo plazo y en la creación de valor. Su estilo para

dirigir el consorcio también está basado en la integridad, humildad, respeto y espíritu empresarial.

En 1963, Charles fue nombrado Vicepresidente de Koch Industries. La buena gestión a su mando permitió que en 1969 el grupo adquiriera Minnesota Pine Bend, una inmensa refinería. Con la nueva capacidad de producción, las empresas pronto estuvieron listas para entrar en los mercados internacionales.

Por su parte, en 1970 David H. Koch (nacido el 5 de marzo de 1940 en Wichita, Kansas, y quien también se tituló como Ingeniero Químico en el MIT) se integró al negocio familiar. Bajo su gestión el grupo creó dos nuevas empresas: Koch Asphalt Company y Koch Chemical Technology Group, y compró una refinería en Corpus Christi, Texas.

Gran parte del éxito de Koch Industries se resume en cinco principios básicos creados por Charles y David: búsqueda constante de nuevas oportunidades, ambiente de respeto entre todos los que trabajan en la empresa y visión compartida de lo que se desea, éxito fundamentado en el conocimiento y la innovación, atractivo sistema de incentivos según los objetivos alcanzados, y empresas regidas por la máxima schumpeteriana de la destrucción creativa, de modo que son conscientes de que para crear, en ocasiones es necesario destruir una parte, gran parte o incluso la totalidad de los viejos esquemas con que se han hecho las cosas.

### Los Koch y sus otros intereses

En gran medida el éxito de Koch Industries puede atribuirse a la industria del petróleo y al interés y compromiso de Charles Koch por los avances científicos y el progreso social. Entre 1999 y 2001 donaron más de 20 millones de dólares a una gran cantidad de organizaciones conservadoras. La mayor parte de sus contribuciones fueron destinadas a apoyar a grupos que promovían la total libertad económica, las privatizaciones y el espíritu empresarial.

Charles Koch cofundó Cato Institute en 1977, mientras que David ayudó a lanzar Citizens for a Sound Economy (ahora FreedomWorks)

en 1986. A lo largo de los años entregaron más de 12 millones de dólares a cada uno de estas organizaciones, según el informe de National Committee on Responsive Philanthropy.

Además, la empresa gastó casi cuatro millones de dólares en ejercer presión directa sobre más de 50 leyes ante el Congreso de Estados Unidos, contribuyendo a dar forma al debate sobre todos los temas, desde limitar las demandas colectivas hasta revocar los impuestos inmobiliarios.

Por su parte, David Koch se ha involucrado activamente dentro de la política, pues desde 1980 es miembro del Partido Libertario. Asimismo, forma parte de la Fundación Reason y de Americans For Prosperity, cuyo objetivo es instruir a los ciudadanos acerca de las políticas económicas para que comprendan por qué éstas son el mejor método para alcanzar la prosperidad de todos los americanos.

### Una empresa privada

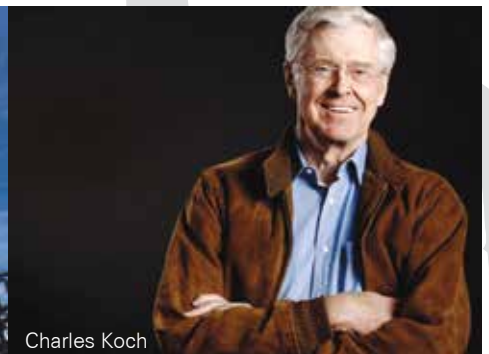
Koch Industries es la mayor empresa privada del mundo, superando a Cargill, al adquirir a finales de 2005 la forestal Georgia-Pacific Corporation, por más de 21 mil millones de dólares. Con 95 mil millones de dólares en ventas, Koch Industries es ahora más grande que Microsoft, Dell y Hewlett-Packard. Sin embargo, son pocos los que conocen Koch Industries, en gran parte debido a que no cotizan en la Bolsa de Nueva York o el Nasdaq. Se trata de una compañía privada y los hermanos Koch no tienen planes de cambiar esa situación.

De hecho, Charles Koch ha confesado que ser privado es uno de los secretos del éxito de su empresa, ya que la mayoría de las corporaciones que cotizan en la bolsa se centran en las utilidades a corto plazo, por lo tanto, tienen dificultad para maximizar el valor a largo plazo.

Actualmente la fortuna de los hermanos Koch se acerca a los 34 mil millones de dólares y comprende una variedad de empresas especializadas en cuestiones de ingeniería química, tales como refinerías y pozos petroleros, al igual que otras dedicadas al sector agropecuario. ♣



David Koch



Charles Koch





# Bombay

## Holly Week

Si en duda las vacaciones nos sorprenden, año tras año planeamos nuestra salida de la costumbre, el trabajo y el estrés. Esta Semana Santa deberás aprovechar para hacer un viaje inolvidable, escápate a uno de los mejores destinos que nuestro país y el resto del mundo ofrecen. Toma en cuenta que las ciudades se conocen por su gastronomía, folclor, arquitectura y sin duda alguna, la tan recurrente *night life*.

# SÃO PAULO

## Brasil



Una de las ciudades más espectaculares del sur de América, famosa por ser amante del arte y las carreras de F1, y asimismo, por contar con 30 mil glamorosos millonarios; la mezcla de excentricidad, elegancia y *haute couture* de su Sao Paulo Fashion Week y para rematar el día, es posible disfrutar de una deliciosas caipirinha.



Se ubica en Brasil, en el municipio de Sao Paulo, tiene cerca de 20 millones de habitantes y su idioma oficial es el portugués. Es la octava área urbana más grande del mundo. Ha sido considerada la mejor ciudad para hacer negocios en América del Sur.



UNIQUE [www.hotelunique.com.br](http://www.hotelunique.com.br) / SOFITEL SÃO PAULO [www.sofitel.com](http://www.sofitel.com) / TRYP HIGIENÓPOLIS [www.es.solmelia.com](http://www.es.solmelia.com)



Cuenta con dos aeropuertos: Guarulhos y Congonhas. Frecuencias diarias saliendo de la ciudad de México.

# Los Cabos

## México



El destino turístico mexicano preferido por la socialité norteamericana. Los Cabos tiene un sello de exclusividad gracias a su hermosa playa, grandes centros comerciales, hoteles resorts & spas y una vida nocturna inigualable. Los campos de golf de la región son un atractivo más que alberga a miles de turistas que año con año visitan la ciudad.



Ciudad mexicana localizada en la Península de Baja California Sur, bañada por el Golfo de California y el Océano Pacífico. Tiene alrededor de 165 mil habitantes. "El Arco del Fin del Mundo" es su emblema, un puente rocoso formado por la erosión del mar.



LAS VENTANAS AL PARAÍSO [www.lasventanas.com](http://www.lasventanas.com) / CASA NATALIA [www.casanatalia.com](http://www.casanatalia.com) / HILTON BEACH & GOLF RESORT [www.hilton.com](http://www.hilton.com)



Cuenta con el Aeropuerto Internacional Los Cabos y el Aeródromo Internacional de Cabo San Lucas. Vuelos y frecuencias diarias de las principales aerolíneas del país.

# Mérida

## Mexico



Mejor conocida como la Ciudad Blanca, gracias a sus edificios de estilo colonial construidos con cal y canto. Esta hermosa ciudad es única para los viajeros con espíritu aventurero y explorador, como una galería de arte donde se encuentran tanto centros arquitectónicos, cenotes o haciendas históricas. Su gastronomía es cautivadora.



Es la capital del hermoso estado de Yucatán; con cerca de un millón de habitantes, es la ciudad más poblada del sureste mexicano. Desde el año 2000 fue nombrada la Capital Americana de la Cultura. Parte de su cultura popular son las famosas "bombas".



HOTEL HACIENDA SAN JOSÉ [www.grupoplan.com/hoteleriagp](http://www.grupoplan.com/hoteleriagp) / HOTEL BOUTIQUE CASA LUCÍA [www.casalucia.com.mx](http://www.casalucia.com.mx) / CASA MEXILIO [www.casamexilio.com](http://www.casamexilio.com)



Tiene el Aeropuerto Internacional Manuel Crescencio Rejón. Vuelos diarios desde las principales ciudades del país.

# MADRID

## España



Metrópoli europea plagada de cultura popular, arte, gastronomía y arquitectura que enamora. Atrapa gracias a sus tradicionales barrios, museos que dejan boquiabierto, vida nocturna que parece no terminar, así como calles y avenidas repletas de tiendas de moda, singulares cafés y bares de tapas tradicionales de la Península Ibérica.



Es la capital de España, tiene una población de poco más de seis millones de habitantes en la zona metropolitana, siendo la tercera ciudad más grande del continente europeo. La capital ibérica alberga la residencia oficial de los reyes de España.



AC PALACIO DEL RETIRO [www.ac-hotels.com](http://www.ac-hotels.com) / HESPERIA MADRID [www.hesperia.com](http://www.hesperia.com) / HOTEL RITZ MADRID [www.ritzmadrid.com](http://www.ritzmadrid.com)



Cuenta dos aeropuertos: de Madrid-Barajas y de Madrid-Cuatro Vientos. Diariamente hay vuelos directos saliendo de la ciudad de México.

# Chicago

## Estados Unidos



La Ciudad de los Vientos ha ganado terreno entre los mejores sitios para vacacionar, debido a su gran oferta de centros comerciales, restaurantes, espectáculos y pintorescos vecindarios. Otra de las tradiciones por cumplir en Chicago es visitar los famosos bares donde se puede escuchar blues, jazz, gospel, hip hop y los característicos shows cómicos.



Conocida también como Second City, se ubica en el estado de Illinois. Es la tercera ciudad de Estados Unidos con mayor población, por sus más de 9.5 millones de habitantes. Su enorme territorio se encuentra a orillas del lago Michigan.



PARK HYATT CHICAGO [www.parkchicago.hyatt.com](http://www.parkchicago.hyatt.com) / HOTEL MONACO [www.mocaco-chicago.com](http://www.mocaco-chicago.com) / CITY SUITES HOTEL [www.cityinns.com](http://www.cityinns.com)



Recibe vuelos directos y por conexión: en sus cinco aeropuertos internacionales. Hay vuelos diarios con salidas desde las principales ciudades de nuestro país.



## El marketing en todo su esplendor

**La transmisión de un spot de 30 segundos durante el Súper Bowl puede costar más de tres millones de dólares, una razón de grandes cifras que convierte a este evento en el espacio publicitario más caro, pero también en el de mayor demanda.**

El Súper Bowl es el mayor espectáculo de la televisión estadounidense. Esta jornada deportiva tiene un gran impacto social entre los ciudadanos americanos que mantienen intactas sus tradicionales reuniones de amigos y familiares para ver la transmisión de esta gran final que tiene una duración aproximada de cuatro horas.

En el marco de la comunicación, este espectáculo es sobradamente reconocido por ser uno de los eventos deportivos donde el marketing y la publicidad se convierten en ingredientes vitales e indispensables de una oportunidad única por el simple hecho de que no existe ningún otro acontecimiento televisivo con tal número de espectadores y audiencia en el mismo lugar y al mismo tiempo.

El Súper Bowl normalmente ocupa un lugar muy alto en los ratings de Nielsen, llegando a más de 90 millones de espectadores. Los precios de los espacios publicitarios normalmente pueden costar millones de dólares, y la edición XLIV no será la excepción: 30 segundos de publicidad durante la transmisión televisiva requieren de una inversión de 3.01 millones de dólares.

Es un alto precio que tienen que pagar los anunciantes, pero en la mayoría de los casos, resulta una buena inversión. Por su innovación y sentido del humor, los comerciales se convierten en un acontecimiento muy esperado.

Y pese a los problemas económicos por los que atraviesa Esta-



dos Unidos, CBS, la cadena que se encarga de la transmisión del partido, informó que para diciembre de 2009 ya había vendido 90% de sus espacios publicitarios disponibles para el 7 de febrero de 2010.

En 2009, NBC (cadena que transmitió la edición XLVIII) agotó los 62 espacios que tenía destinados durante la transmisión del Súper Bowl, lo cual le generó ingresos por 206 millones de dólares; además, por primera vez se llegó al tope de los tres millones de dólares por spot de 30 segundos.

### Una tradición que llega a su fin...

Muchas compañías apuestan por la publicidad en el Súper Tazón para construir cierta reputación en torno a su propia marca. Aunque actualmente existen quizás otras vías y formas alternas de comunicación que podrían resultar más efectivas, la pura presencia como anunciante de este evento deportivo otorga un valor positivo, mayor imagen y notoriedad.

Para muchas marcas se ha convertido en toda una tradición anunciarse en el Súper Bowl. Sin embargo, por primera vez en la historia y en 23 años, las bebidas de la familia Pepsi no pautarán durante este espectáculo. La empresa refresquera dará un cambio a su política publicitaria, centrada en dominar los comerciales emitidos durante el súper domingo, dejando el camino libre a su rival Coca-Cola, que tendrá presencia en la edición XLIV de la mano de los personajes de la serie *Los Simpson*.

Desde 1987, Pepsi había aprovechado la final de la NFL para lan-

zar millonarias y atrevidas campañas publicitarias, que han tenido como protagonistas a todo tipo de personajes famosos, como Britney Spears y Cindy Crawford. Tan sólo el año pasado, la firma gastó 74.6 millones de dólares en publicidad y fue el mayor anunciante en la última edición del Súper Bowl, mientras que Coca-Cola se había mantenido alejada de la final durante ocho años, para retornar a ella hasta el 2007.

A pesar del retiro de Pepsi, es un hecho que el magno evento de la NFL tendrá aseguradas suficientes ganancias en lo publicitario, porque al fin y al cabo si unos se van otros tantos no dudarán en llegar. Y es que digan lo que digan, la publicidad en el Súper Bowl continúa siendo la más cotizada, cara y demandada. ♦

### Pero no del todo

La refresquera Pepsi no dejará de tener presencia en la máxima fiesta de la NFL, ya que como lo hace desde años atrás, continuará organizando el Pepsi Música Super Bowl Fan Jam 2010, que constituye uno de los mejores conciertos de música latina. En la edición de este año la sede se ubicará en el South Beach de Miami, Florida, el viernes 5 de febrero. La transmisión estará a cargo de Telemundo el sábado 6 a las 4:40 pm ET.

Los principales artistas que se presentarán son Nelly Furtado, cantante canadiense de ascendencia portuguesa; la mexicana Chica Dorada, Paulina Rubio, y Pitbull con su estilo único de rap. Sin duda, será una velada sin igual, muy acorde al festejo deportivo que siempre representa el Súper Tazón.

ASEGÚRATE

# Aseguradoras en México

Los mejores y más novedosos productos



La existencia de los servicios que ofrecen las compañías aseguradoras en nuestro país se remontan a 1870, cuando sus contratos eran regulados a través del Código Civil. La evolución que han experimentado las empresas dedicadas a este rubro es relevante, sobre todo en los años recientes, donde la globalización ha traído alianzas entre firmas nacionales y extranjeras, ampliando sus alcances y productos, siempre a favor de los asegurados.

Si bien en México la participación del sector de los seguros en el PIB es menor al 2%, su importancia en este sentido va en aumento al irse extendiendo cada vez una cultura de prevención. También cabe destacar tres aspectos fundamentales en pro de la labor de las compañías aseguradoras:

-Protección, con más de 37 millones de pólizas y certificados en vigor, los cuales se traducen en sumas aseguradas superiores a cinco billones de pesos.

-Redistribución de aportaciones de monto pequeño por parte de los asegurados, donde de cada peso captado por concepto de Primas, el sistema mexicano de seguros retorna a los asegurados 70 centavos correspondientes a pago de siniestros para todo tipo de coberturas.

-Origen de fuentes de empleo e ingresos, mediante más de 19 mil puestos laborales directos, cerca de 30 mil agentes de seguros y una gran cantidad de trabajos indirectos en las actividades de sus proveedores de servicios, este sector beneficia económicamente a más de 60 mil familias mexicanas.

Por lo anterior, en esta ocasión quisimos darles a conocer datos de las compañías aseguradoras con presencia más relevante en nuestro país, las cuales sobresalen por sus productos, calidad en el servicio e innovación.♥

Fuentes:

-Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros, AC, [www.amis.org.mx](http://www.amis.org.mx)

-Directorio mexicano de seguros, aseguradores y aseguradoras, [www.directorio.com.mx/seguros](http://www.directorio.com.mx/seguros)



## LA COMPAÑÍA

Mayor empresa aseguradora de Europa, fue fundada en 1985 por Claude Bébéar. Es una agrupación global con sede en París; no se trata de una compañía individual, sino de un grupo de compañías independientes organizadas y operadas de acuerdo a las regulaciones de los diferentes países donde AXA está presente. Las empresas que forman el Grupo, además de los seguros de vida, tienen como principales actividades, los seguros internacionales y la gestión de activos. En julio de 2008 AXA adquirió Seguros ING México para ampliar su presencia mundial y ofrecer los mismos servicios que ING brindaba a sus clientes.

## PRESENCIA EN MÉXICO Y EL MUNDO

El objetivo central de AXA es ofrecer soluciones de protección enfocadas a las necesidades de sus clientes, dándoles niveles superiores de servicio, administración del riesgo y asesoría financiera.

Por ello, este Grupo ha consolidado su liderazgo global a través de 30 años de exitosas adquisiciones; sus actividades se desarrollan en más de 50 países, y cuenta con una gran diversificación geográfica, con relevantes operaciones en Europa, América del Norte, Asia-Pacífico y ahora en México. Respalda más de 80 millones de clientes alrededor del mundo, a quienes protege y atiende a través de 214 mil empleados y ejecutivos de venta.

Hasta diciembre del 2008 la compañía reportó ingresos por 91.2 billones de euros, motivo por el cual es considerada como una de las aseguradoras más importantes a nivel global.

En México actualmente cuenta con más de cinco millones de clientes y ocho mil agentes de seguros y fianzas; además de 580 unidades móviles de ajuste. Opera en más de 20 ciudades y tiene 33 oficinas de servicio, así como una fuerza de ventas superior a 800 agentes.

## PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

- Calificación mxAAA / Standard & Poor's
- Mejor Campaña Publicitaria del Sector Financiero / Forinvest
- Perspectiva financiera estable / Moody's
- Segundo lugar en calidad de información en seguros educativos / Conducef



## PRODUCTOS Y SERVICIOS

<b>Vida y ahorro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Protección</li> <li>• Protección y Ahorro</li> <li>• Administración de capital</li> </ul>
<b>Autos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plus</li> <li>• Amplia</li> <li>• Esencial</li> </ul>
<b>Gastos Médicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plus</li> <li>• Multiprotección</li> <li>• Plus mil</li> <li>• Internacional</li> </ul>
<b>Daños</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hogar protegido</li> <li>• Responsabilidad civil familiar</li> </ul>

## Innovación

El Premio al Buen Conductor busca promover una cultura vial responsable y galardonar a los clientes. Si los asegurados no sufren accidentes durante la vigencia de su póliza, AXA los premia ofreciéndoles una tarifa especial en la renovación del seguro para autos.

AXA posee una red de siete mil 300 médicos afiliados y 515 hospitales con los que maneja convenios

ENLACE

01-800- 900-1292 [www.axa.com.mx](http://www.axa.com.mx)



# BANORTE - GENERALI SEGUROS



Nada se compara con la tranquilidad de tener todo bajo control...

## LA COMPAÑÍA

En la actualidad, es esencial contar con un respaldo sólido que dé la tranquilidad de saber que cualquier imprevisto puede ser solucionado. La unión de Banorte y Generali surge de la necesidad de ofrecer seguros con la más alta calidad al mejor precio. Al tiempo que combina la experiencia de una de las aseguradoras más reconocidas en todo el mundo, con la solidez y confianza del Banco Fuerte de México.

Los productos de Banca Seguros están especialmente diseñados para su promoción y venta a través de las más de mil 100 sucursales que Banorte tiene en toda la República mexicana.

El compromiso de Seguros Banorte Generali con sus clientes surge y se fundamental en la Misión de la compañía: "Ser una de las Aseguradora más importantes a nivel nacional, a través de la venta de las mejores opciones de seguros y asistencias que se puedan encontrar en el mercado mexicano; proporcionando productos, precios y servicios de alta calidad, confirmando diariamente el compromiso de cumplir con las expectativas de nuestros clientes".

## INNOVACIÓN

**-Seguro de Vida y Repatriación de Restos:** consciente de que muchos de sus clientes tienen una familiar lejos de casa, Seguros Banorte Generali es la primera aseguradora en brindar apoyo a los mexicanos con familiares en Estados Unidos o Canadá, garantizándoles un regreso digno en caso de fallecimiento, y además proporciona un respaldo económico al beneficiario residente en México.

**-Patrimonio Vida Banorte:** dirigido a los mexicanos que desean tener la tranquilidad para su retiro, utilizar los beneficios fiscales que la Ley de ISR brinda para el diferimiento, deducibilidad y exención durante la vigencia de la póliza (artículos 109, 176 y 218 LISR) y además contar con un Seguro de Vida.

**-Centro de Contacto SBG:** a la vanguardia, se encuentra 100% enfocado a la visión del cliente, ofreciendo disponibilidad, seguridad, personalización y sobre todo, otorgando la facilidad para un acercamiento sencillo, con la finalidad de transformar su problemática en una buena experiencia, logrando así la satisfacción, tranquilidad y lealtad de los clientes.



## PRODUCTOS Y SERVICIOS

<b>Vida y Accidentes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vida Básico</li> <li>• Vida y Ahorro</li> <li>• Educativos</li> <li>• Accidentes Personales</li> <li>• Apoyo Hospitalario</li> <li>• Seguro de Vida y Repatriación</li> <li>• Patrimonio Vida Banorte</li> </ul>
<b>Autos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cobertura Amplia</li> <li>• Cobertura Limitada</li> <li>• Daños a Terceros (RC)</li> <li>• Fronterizo</li> <li>• USA</li> </ul>
<b>Seguros de Daños</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hogar (coberturas básicas y especiales)</li> </ul>
<b>Empresas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flotilla de Autos</li> <li>• Colectivos de Vida</li> <li>• Gastos Médicos Mayores</li> <li>• Daños Empresarial</li> </ul>

Con más de un millón de asegurados, SBG asume la responsabilidad de proteger y ofrecer tranquilidad a las familias mexicanas, a través de Banorte, El Banco Fuerte de México.

**BANORTE**  
EL BANCO FUERTE DE MEXICO

ENLACE

01-800-500-2500 [www.banorte-general.com](http://www.banorte-general.com)





### LA COMPAÑÍA

Con más de 100 años, es parte de uno de los conglomerados empresariales más grandes del país: Grupo Bal, que agrupa instituciones como Grupo Peñoles, El Palacio de Hierro, Profuturo GNP Afore, Médica Integral GNP, Médica Móvil, Valores Mexicanos y Casa de Bolsa, entre otras.

AM Best Company fundada en 1899, realizó evaluaciones cuantitativas y cualitativas para prevenir y detectar la insolvencia económica de las aseguradoras, y más que un juicio sobre el desempeño de las empresas, las calificaciones que otorgó indican cómo se espera que las compañías se desempeñen en el futuro. Durante 1999 GNP comenzó a trabajar con esta empresa calificadora del sector asegurador.

### PRESENCIA EN MÉXICO Y EL MUNDO

GNP ha prestado servicios a corporaciones internacionales y multinacionales con operaciones en México a través de su división internacional. Su trayectoria le ha permitido establecer relaciones sólidas con los mercados de seguros en Europa, Asia, EU y Canadá. Sus antecedentes más remotos en nuestro país datan de 1901, con la fundación de La Nacional, Compañía de Seguros sobre la Vida, SA, por los socios de la Casa Woodrow, los señores William B. Woodrow y Luis E. Neergaard.

Tiene oficinas estratégicamente ubicadas en México, Nueva York y Dallas, en las dos últimas se supervisan las operaciones en Norteamérica y Canadá; esta ubicación le permite a GNP mantener una presencia permanente y bien establecida en esta región, y a la vez le es conveniente para realizar negocios con otros clientes globales.

Su oficina en la ciudad de México coordina los negocios internacionales y presta servicios directos a clientes europeos y de la cuenca del Pacífico. Maneja operaciones en la frontera con EU a través de sus centros en Tijuana y Ciudad Juárez, que atienden a maquiladoras y otras cuentas que requieren sus productos y servicios.

### PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

- World Finance Global Insurance Awards 2009 capítulo México-Centro América / revista World Finance
- Mejor Marca de México categoría Aseguradoras, Foro Mundial de Marketing 2008
- Número uno en Vida Individual (seguros educativos) y Gastos Médicos Mayores Individual / Conducef
- MXAA+ Nacional (Excelente) y BBB Internacional (Muy Bien) / Standard & Poor's



PRODUCTOS Y SERVICIOS	
<b>Seguros de Vida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Protección</li> <li>• Protección y Ahorro</li> <li>• Ahorro, Retiro y Educación</li> </ul>
<b>Gastos Médicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea Azul Internacional y Nacional</li> <li>• Conexión Línea Azul</li> </ul>
<b>Autos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cobertura Amplia GL</li> <li>• Cobertura Amplia</li> <li>• Cobertura Limitada</li> <li>• Responsabilidad Civil</li> </ul>
<b>Casa Habitación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Polifam (coberturas básicas y especiales)</li> </ul>
<b>Empresariales Seguros Básicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vida Accesible</li> <li>• Gastos Médicos Accesibles</li> <li>• Auto Accesible</li> <li>• AP Accesible</li> </ul>

### Innovación

Vida Inversión, instrumento de previsión patrimonial auxiliar en la planeación financiera con una estrategia de inversión a la medida, para invertir y hacer crecer el dinero mediante la diversificación en opciones de inversión, acorde al riesgo-rendimiento que se desee asumir. Ofrece: seguridad, asesoría y rendimientos.

Con más de 194 mil asegurados y alrededor de 12 mil 800 reclamaciones atendidas al año, los productos Línea Azul son el primer lugar del mercado

ENLACE 01-800-908-4400 www.gnp.com.mx



## LA COMPAÑÍA

Seguros Inbursa forma parte de Grupo Financiero Inbursa, un conglomerado cuya historia se remonta a 1965, cuando se crea Inversora Bursátil. La inclusión de nuevos integrantes ocurrió en 1984 con la adquisición de Seguros de México, y 10 años después adopta su nombre actual, convirtiéndose en una de las aseguradoras más importantes del país. Posteriormente La Guardiania, compañía general de fianzas con presencia en el mercado desde 1942, se integró al Grupo como Fianzas Guardiania Inbursa. Así, Grupo Financiero Inbursa se constituyó en 1992 para consolidarse como uno de los principales intermediarios financieros mexicanos.

## PRESENCIA EN MÉXICO Y EL MUNDO

El objeto social de Seguros Inbursa es prestar servicios de protección a través de la venta de seguros en las operaciones de vida, accidentes y enfermedades, y daños; además de aceptar reaseguro y reafianzamiento, y fungir como fiduciaria. Hoy Seguros Inbursa se consolida como la quinta aseguradora más grande en México en primas emitidas, con una participación de mercado de 5.3%. Las sinergias dentro de las empresas del Grupo permiten aprovechar la amplia base de clientes de Banco Inbursa, gracias al concepto de Cliente Integral, consistente en crear una cuenta única con el fin de conocer a los clientes y ofrecerles los productos que cubran sus necesidades (créditos, seguros, fondos para el retiro e inversiones, entre otros).

La operación de Seguros Inbursa se encuentra adecuadamente diversificada, su cartera de primas emitidas se divide en productos de vida (23.2%), daños (46.9%), autos (20.1%), y accidentes personales y gastos médicos mayores (10%). Además, tiene presencia en los 31 Estados de la República y el Distrito Federal, con 91 oficinas.

## PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

- Calificación AAA (mex) Estable / Fitch
- Calificación mxAAA Estable / Standard & Poor's
- Quinta aseguradora más grande de México
- Tercer lugar en calidad de información en seguros educativos / Condusef



## PRODUCTOS Y SERVICIOS

<b>Seguros de Vida</b>	• Vivir Seguro • Valor Inbursa Plus • Vanguardia Inbursa • Multivida Total Inbursa • Protección Personal Sears • Protección Personal Sears Plus • Protección Personal Dorians
<b>Gastos Médicos</b>	• Inburmedic • SeguCáncer • Accidentes Personales • InburCáncer Hombre • Inburmedic Quirúrgico 20
<b>Autos</b>	• Autotal Inbursa • Autotal Inbursa CT • Autotal Inbursa con Sears
<b>Casa Habitación</b>	• Línea Habitt 2000 Inbursa • Inbursa 20 Total • Home Protection • Home Express • Casa
<b>Empresariales</b>	• Autotal • Vida • Gastos médicos • Salud • Inmueble • Responsabilidad civil
<b>Educación Transportes Siniestros Seguro celular</b>	• Educa Inbursa

## Innovación

Al estar inscrito en cualquier plan tarifario de Telcel, a través de Rescatel Plus, pueden adquirirse los servicios de asistencia en el lugar de residencia, muerte accidental, asistencia legal, servicios funerarios, responsabilidad civil y familiar, y asistencia en viajes.

Las primas emitidas de Seguros Inbursa alcanzaron los 14 mil 456.2 millones de pesos a junio de 2009

ENLACE

01-800-909-0000 [www.segurosInbursa.com.mx](http://www.segurosInbursa.com.mx)

# Seguros Monterrey



*La Compañía de Tu Vida®*

## LA COMPAÑÍA

Con 69 años en el mercado asegurador, Seguros Monterrey New York Life fue fundado por Antonio L. Rodríguez, bajo el nombre de Monterrey Compañía de Seguros Sobre la Vida, SA, en 1940, en Monterrey, Nuevo León. Tras una serie de cambios, una de las aseguradoras con mayor prestigio e importancia en Estados Unidos y el mundo, New York Life, decidió aumentar su presencia en México y con ello obtener el liderazgo de los seguros de vida, para lo cual adquirió en su totalidad las acciones de la empresa en el año 2000, por lo que ésta cambió a su actual denominación: Seguros Monterrey New York Life, SA de CV.

## PRESENCIA EN MÉXICO Y EL MUNDO

Seguros Monterrey New York Life es una filial de New York Life Insurance Company, la firma mutualista de seguros de vida más grande de Estados Unidos, que por más de 150 años ha establecido su reputación como una de las más prestigiosas.

La solidez de New York Life en Norteamérica se extiende a Asia y América Latina a través de New York Life International, LLC, sociedad al exterior de New York Life, que ofrece seguros de vida e instrumentos para la acumulación de bienes a individuos e instituciones en ciertos mercados en crecimiento, mediante distintas subsidiarias, empresas conjuntas y compañías afiliadas.

Hoy New York Life mantiene operaciones en Argentina, Hong Kong, India, Indonesia, México, Filipinas, Corea del Sur, Taiwán y Tailandia, y cuenta con oficinas de representación en Vietnam. Recientemente obtuvo una licencia en China para establecer una aseguradora en sociedad.

En México tiene presencia en todo el país, con 25 oficinas instaladas y ocho virtuales (sólo promotoría) y 150 promotorías activas; aparte de más de tres mil 500 asesores profesionales trabajando al servicio de sus clientes.

## PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

- Puesto 56 dentro del ranking de las 100 mejores empresas para trabajar en México / Instituto Great Place To Work México (GPTW)
- Premio Estatal de Calidad Querétaro 2007 / Gobierno del Estado de Querétaro
- Empresa Socialmente Responsable / Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)
- AAA (la más alta calificación de una compañía, fiable y estable) / Standard & Poor's, Moody's y Fitch



## PRODUCTOS Y SERVICIOS

<b>Seguros para la mujer</b>	• Vida mujer
<b>Seguros para el retiro</b>	• Imagina ser • Nuevo plenitud • Imagina ser+
<b>Seguros de protección</b>	• Se adapta • Star temporal • Orvi 99 • Respaldo educativo • Respaldo negocio
<b>Seguros de ahorro</b>	• Star total • Realiza • Objetivo vida
<b>Seguros de gastos médicos</b>	• Alfa Medical • Alfa Medical International • Afronta
<b>Seguros para la educación</b>	• SeguBeca
<b>Seguros para empresas</b>	• Grupos • Gastos Médicos Mayores

## Innovación

**AVE** (Aumento de Valor en Efectivo) es un beneficio adicional de Seguros Monterrey New York Life que permite ahorrar dentro del seguro de vida en dólares o UDIs (Unidad de Inversión) a una tasa garantizada, más una ganancia adicional acorde al rendimiento de la compañía.

En 2007 la compañía pagó a sus clientes en México más de 588 millones de pesos en seguros de vida y más de 930 millones en seguros de gastos médicos

ENLACE

01-800-505-4000 [www.monterrey-newyorklife.com.mx](http://www.monterrey-newyorklife.com.mx)

# En pro del medioambiente

## Empresas con tecnología ecológica en México

Considerando que en la actualidad una de las urgencias más apremiantes con cada día que pasa es frenar o tratar de revertir los daños a la naturaleza debido a las diversas actividades productivas humanas, vimos como totalmente oportuno presentar un contenido dedicado a las compañías que en nuestro país destacan por mantener un interés permanente en la búsqueda y aplicación de modificaciones en sus procesos, para con ello hacer una invaluable contribución en el cuidado, respeto y preservación del medioambiente, que constituye nuestro espacio común de vida y desarrollo.

Para seleccionar a las empresas de las que a continuación proporcionamos relevante información, tomamos como base el reconocimiento Empresa Socialmente Responsable que año con año otorga el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI, institución con dos décadas de existencia), fijando nuestra atención en las organizaciones que acumulan más ediciones consecutivas recibiendo el distintivo, y que por su giro, deben hacer esfuerzos altamente palpables y por lo mismo, muy significativos en el entorno donde efectúan su actividad.

Finalmente, un detalle que cabe resaltar, es que estas ventajas de la unión Ecología & Tecnología aplicadas por las compañías en sus procesos productivos, también se convierten en formas de proceder para otras empresas que han comenzado a implementarlas, y así, el saldo a favor en un futuro se verá altamente incrementado a favor de la comunidad global que formamos. ♥



Autor Francisco León. Ilustración digital. Enero 2010



# Gamesa

## Produciendo tecnología sostenible

### Historia de la empresa

Gamesa Corporación Tecnológica inició sus operaciones en 1976, sin embargo, fue en junio del 2002 que modificó su denominación social a Gamesa. Desde sus inicios, esta empresa destacó por desarrollar nuevas tecnologías como la robótica y la microelectrónica, entre otras, ya que su objetivo es ser líder mundial en la creación y distribución de valor y beneficio a sus grupos de interés, por medio del diseño, fabricación, distribución e instalación de soluciones energéticas sostenibles.

Así es como desde el 2006 trabaja en tecnologías para la sostenibilidad energética, pero en sí, los cambios comenzaron a realizarse desde 1993, cuando se desarrolló el programa aeronáutico "Proyecto Em-

braer ERJ-145"; un año después se puso en marcha la ensambladora de aerogeneradores, mientras que la construcción, promoción y venta de parques eólicos inició en 1996.

### Actualidad

Económicamente hablando, Gamesa es una compañía relevante, que en el 2008 presentó un valor económico retenido de 289.331 euros. También destaca como generadora de fuentes laborales, con siete mil 187 empleados a nivel mundial. Además de México, su presencia en el mundo se extiende a España, Francia, Portugal, Grecia, Suecia, China, República Dominicana, Inglaterra, Italia y Polonia, entre otros países. Cotiza en la Bolsa desde el año 2000 y forma parte del

selectivo Ibex-35 a partir del 2001, hechos que constituyen pruebas fehacientes de su constante crecimiento, lo cual ha ido provocando que desde el 2006 se hayan abierto 11 centros de producción, que representan puestos de trabajo para más de tres mil 600 personas.

## Ecología & Tecnología

Gamesa ha ido posicionándose en el sector eólico, pues su compromiso con el medio ambiente va de la mano con el reto de transformar la huella ecológica negativa generada en nuestro planeta, por una positiva, debido a que la compañía está consciente de que ya no existe la posibilidad de un planeta sano sin la intervención voluntaria de sus habitantes, y por esto, desde el 2006 inició un proceso de transformación donde focaliza esfuerzos en la sostenibilidad energética, con la instalación de más de 16 mil MW en más de 20 países y cuatro continentes, siendo que el equivalente anual de su producción supone más de 3.45 millones de toneladas de petróleo y evita la emisión a la atmósfera de más de 24 millones de toneladas de CO<sub>2</sub> al año.

En definitiva, a nivel mundial Gamesa es una



de las principales empresas en promocionar y desarrollar parques eólicos, y gracias a sus innovaciones ha recibido múltiples reconocimientos, entre ellos, su inclusión en el Ethibel Sustainability Index, que reúne a las empresas líderes en sostenibilidad, evaluando su desarrollo sostenible y responsabilidad corporativa, analizando aspectos económicos, de medio ambiente, recursos humanos, derechos humanos, gobierno corporativo e implicación con la comunidad.

Asimismo, en enero del 2007 obtuvo la quinta posición en el Ibex-35 del Observatorio de la Responsabilidad Social de las Empresas,

creado por UGT, donde se analiza y da seguimiento al desarrollo de las estrategias, políticas y prácticas de responsabilidad de las empresas en España. Y ese mismo año, en la séptima edición del Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCOC), subió al puesto 26 de entre 100 compañías, al igual que en el ranking sectorial, donde ocupa el segundo lugar entre las empresas de su sector.

El Observatorio de RSC presentó un estudio que ubica a Gamesa entre las cinco compañías con mejores resultados globales, obteniendo una puntuación de 1.72, superior a la media del Ibex, que es de 1.09. En noviembre del 2007, Gamesa fue galardonada en la categoría de Fabricantes de Equipos y Materiales (Gran Empresa) y en Responsabilidad Social Corporativa durante la entrega de los Premios Iberdrola Renovables (multinacional líder mundial en el sector eólico) al Suministrador del Año. ▼



La respuesta de Gamesa al actual reto de la humanidad en cuanto a sostenibilidad es la energicultura, nuevo término que esta compañía busca convertir en su lema, y que consiste en una revolucionaria manera de gestionar nuestros recursos naturales y capacidades científico-técnicas en el ámbito de la energía.



# Grupo Modelo

## Armonizando con la naturaleza

### Historia de la empresa

Grupo Modelo, líder en elaboración, distribución y venta de cerveza en México, fue fundado en 1925; actualmente, maneja 13 marcas, entre ellas Corona Extra, Modelo Especial, Negra Modelo, Victoria y Pacífico; exporta cinco marcas y cuenta con presencia en más de 159 países.

Además, Grupo Modelo es el importador en México, de Budweiser, Bud Light y O'Doul's, producidas por Anheuser-Busch InBev; así como la cerveza china Tsingtao y la danesa Carlsberg.

En 1994 comenzó a cotizar en la Bolsa Mexicana de Valores y como Certificados de Depósito Americanos en los mercados OTC de Estados Unidos y en Latibex, en España.

### Actualidad

Las ventas netas de Grupo Modelo al 31 de diciembre de 2008 fueron por 75 mil 363 millones de pesos y contaba con una plantilla de 37 mil 598 colaboradores. Para el 2008 tuvo una participación de mercado total de 63%.

Su crecimiento es tal, que cuenta con seis empresas de servicios, una de plastitapas y botes, una de metal mecánico, tres malterías, cinco dedicadas a la logística, 10 de carácter internacional, cinco asociadas, 32 agencias, siete cervecerías (Sonora, Coahuila, Sinaloa, Zacatecas, Guadalajara, Oaxaca y ciudad de México) y cuatro enfocadas al comercio. Además, tiene presencia internacional en Norteamérica, Europa, África, Asia, Oceanía y Latinoamérica.





## Ecología & Tecnología

### Al exterior

Este compromiso es palpable gracias a la implementación de diversas iniciativas para mejorar los procesos de producción y disminuir la emisión de sustancias contaminantes, entre las que destacan:

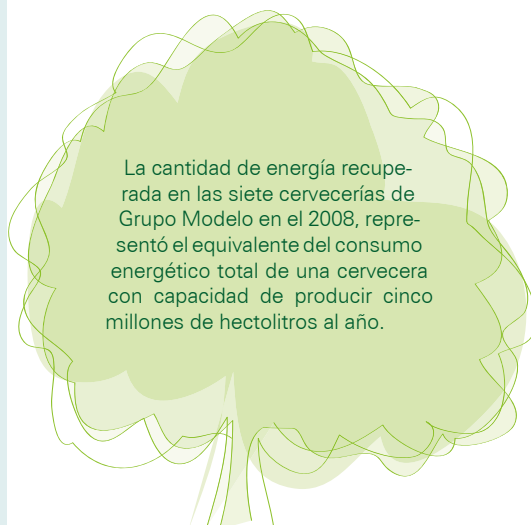
- Adecuaciones a equipos de combustión para sustituir combustóleo por gas natural
- Esquemas de cogeneración y autoabastecimiento de energía eléctrica
- Uso de biogás derivado del proceso anaeróbico de tratamiento de agua residual como combustible alternativo
- Utilización del bagazo de malta como biocombustible en generadores de vapor
- Reducción, reciclaje, reutilización y recuperación de energía de los desechos generados
- Tratamiento de agua residual
- Programas de concientización ambiental a proveedores, personal interno y visitantes

Gracias a estos esfuerzos, Grupo Modelo ha sido galardonado en diferentes ocasiones, entre ellas: la Compañía Cervecera del Trópico recibió el Premio al Mérito Ecológico (2003, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Humanos), por sus relevantes acciones al favor del medio ambiente, la conservación y manejo sustentable de los recursos naturales; Empaques y Envases tuvo el reconocimiento de la Asociación Mexicana de Empaque y Embalaje (2007) por su creatividad, funcionalidad, mejora tecnológi-

ca e innovación; asimismo, Grupo Modelo recibió el distintivo de Empresa Socialmente Responsable del Gobierno mexicano, por su esfuerzo y colaboración en la conservación de la naturaleza.

### Al interior

Las siete plantas cerveceras, así como todas las plantas de manufactura, cuentan con el certificado de cumplimiento del estándar internacional ISO 14001, con el cual se busca que los integrantes y colaboradores de la compañía tomen en consideración el enfoque ambiental en sus actividades, manteniendo unidad y dirección a través de los miembros de protección ambiental integrados tanto en las oficinas corporativas como en las plantas productivas y unidades de negocio. ♥



La cantidad de energía recuperada en las siete cervecerías de Grupo Modelo en el 2008, representó el equivalente del consumo energético total de una cervecería con capacidad de producir cinco millones de hectolitros al año.



# 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).

# Adolfo Aymes

Iniciador de la industria lagunera

Fundador de La Constancia, fábrica de hilados y tejidos, que impulsó exitosamente la actividad industrial en la región, como derivada de la agricultura.

Por **Fernando M. González Ruiz**  
Comunicador

Desde el siglo XIX el cultivo del algodón fue un detonador natural de la industria en una amplia zona del norte de México, y con ella se desarrollaron otras importantes actividades productivas, como el comercio, la banca, el transporte, las comunicaciones tanto carreteras como ferroviarias, los servicios, y de singular manera, la industria textil, referente directo de la producción de fibra blanca.

La importancia del cruce de vías de los ferrocarriles que transportaban las mercancías que de todos los rincones reclamaba el país precisamente en la región, puso a La Laguna en la mira de los inversionistas internacionales que buscaban oportunidades para sus propios fines. Así, la industria textil, el guayule y la minería fueron blanco del interés inversionista de empresas extranjeras (europeas y estadounidenses) y nacionales (principalmente de Nuevo León y Chihuahua) para participar primero en el cultivo del algodón y luego en su industrialización.

Los grandes latifundios fueron dividiéndose en haciendas hacia el año de 1870, con la transformación de Torreón en un centro de economía agrícola. Puede afirmarse que es en ese periodo cuando nuestra ciudad "nace" como punto de actividades comerciales basadas en la agricultura. El Ferrocarril Central Mexicano (que llegó el 23 de septiembre de 1883) y el Ferrocarril Internacional (1 de marzo de 1888), más el desarrollo de técnicas en la agricultura y la industria, convirtieron a Torreón en un caserío alrededor de las vías, con dos fuertes actividades: comercio e industria de transformación, principalmente de vocaciones textiles y mineras.

Adolfo Agustín Aymes Granier, nacido en 1850, en Pierreure, Francia, donde estudió comercio, llegó a México el 15 de noviembre de 1880, con sus hijos Adolfo y Blas. Viudo, dedicó su vida a la agricultura, actividad que enseñó a sus hijos, llegando a radicar a la Co-

marca Lagunera en el rancho del Torreón. Asociado con Luis Veyán, instalaron la primera fábrica de hilados y tejidos a la que nombraron La Constancia, de enorme éxito comercial que generaba más de 500 empleos permanentes, lo que significó una poderosa fuente laboral para la incipiente comunidad.

La Constancia se ubicaba en las inmediaciones de las vías de las dos empresas ferroviarias, precisamente donde se encuentra actualmente el del mismo nombre. Otras fábricas que aprovechaban las bondades del oro blanco empezaron a surgir al constatar el éxito de La Constancia, como fue la Compañía Manufacturera La Alianza, empresa que "bautizó" al actual mercado Alianza de Torreón.

La visión y fe de don Adolfo Aymes en esta tierra lagunera, le permitieron apostar por invertir en la región. Ni el saqueo y destrucción de la maquinaria e instalaciones de La Constancia a manos de fuerzas villistas en 1914, lograron abatir el ánimo de este forjador lagunero, un PLAYER del Ayer, quien hasta su muerte se dedicó a la tarea que tanto amó: la agricultura.♥

Fuentes: *Torreón ciudad centenaria* (tomo I, Grupo Editorial Milenio), *Nuevo diccionario biográfico de Coahuila 1550-2005* (Arturo Berrueto González, Gobierno del Estado de Coahuila) y *Catálogo de extranjeros: 86 años de inmigrantes en Torreón, Coahuila, México, 1880-1966* (Elisa Gutiérrez Galindo, R. Ayuntamiento de Torreón 2000-2002).

CONTACTO CON EL COLABORADOR [editorial@playersoflife.com](mailto:editorial@playersoflife.com)

PLAYERS of life invita a los lectores a sugerir personajes para esta sección; agradecemos el envío de sus mensajes a [victor.blankense@grupomacom.com](mailto:victor.blankense@grupomacom.com)

# PLAYERS **OF LIFE**

BUSINESS & PLEASURES

## Temáticas 2010

Participa  
En Marzo...

# MODA IN HOUSE EN INTERIORES

Reportajes especiales y/o espacios publicitarios

Siguientes ediciones

- Abril ▷ Nuevos Caballeros / Finanzas / Aniversario
- Mayo ▷ Mujer del Año / Viajes y Cruceros
- Junio ▷ Rutas & Restaurantes
- Julio ▷ Museos & Casinos
- Agosto ▷ Villas y Fraccionamientos para Vivir
- Septiembre ▷ El Equipo Ideal (RH)
- Octubre ▷ 5 Promesas en los 30 / Lujo Sobre Ruedas
- Noviembre ▷ Salud / Grandes del Mkt / Centros Comerciales
- Diciembre ▷ Player del Año/ Abogados / Luxury Catalog

**¡Llámanos!**

TORREÓN (871) 192-3434 Y 192-4767

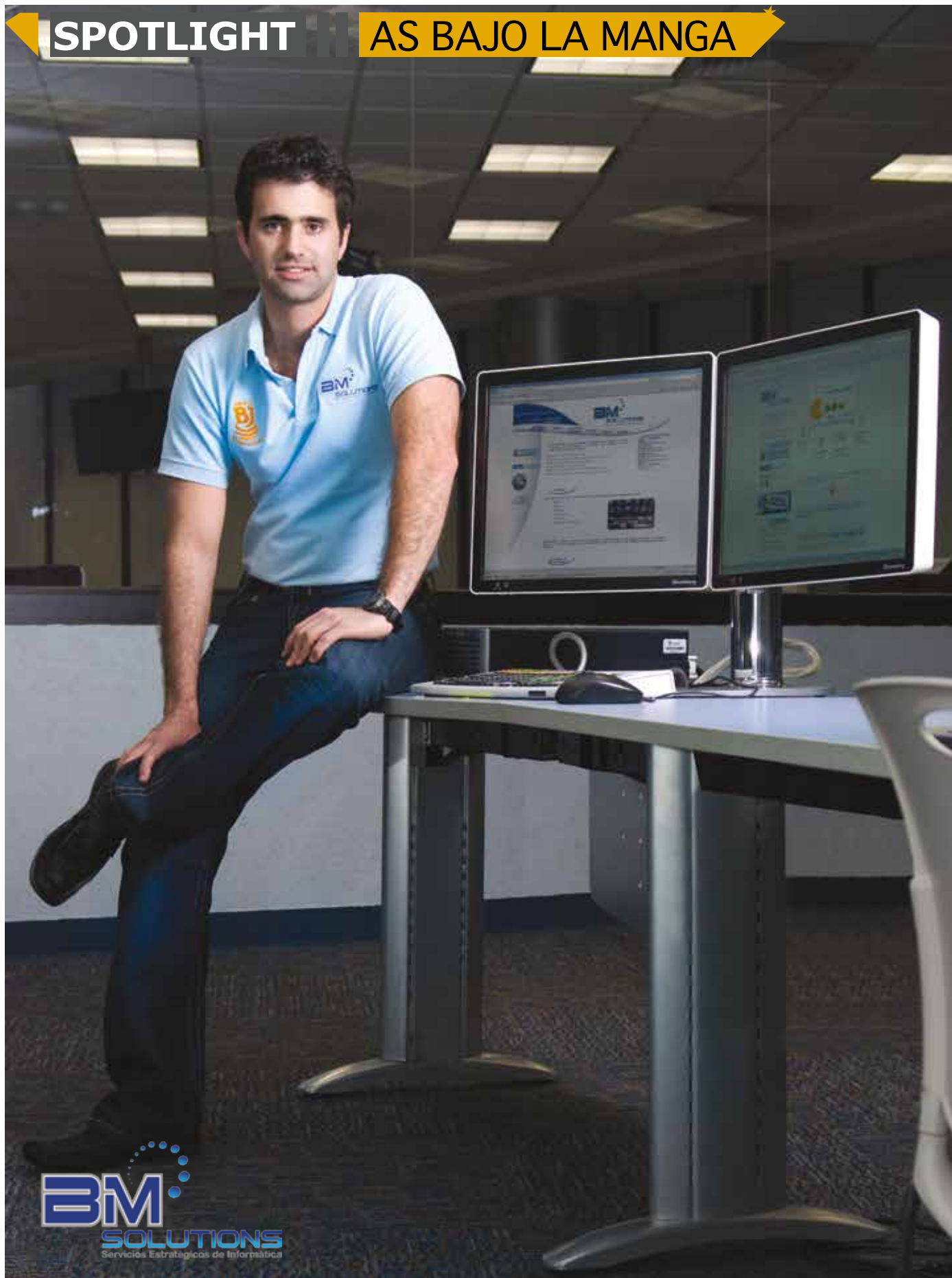
▶ MONTERREY (81) 1522-0536 y 37

▶ CHIHUAHUA (614) 200-3708 y 09

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

SPOTLIGHT

AS BAJO LA MANGA



**BM**  
SOLUTIONS  
Servicios Estratégicos de Informática

# Innovación. Empresarial

Pedro Barboglio M.

Tras detectar una necesidad en el área de tecnologías de la información, creó BM Solutions, un sistema en línea que es accesible y adaptable a todo tipo de empresas para el control efectivo de su negocio.

**A**l participar en un proyecto para llevar todos los sistemas en línea de una compañía se dio cuenta de lo costoso y complicado que puede resultar este proceso, y asimismo, que por este motivo la mayoría de las empresas no tienen su información en línea.

Ante este hecho, Pedro Barboglio vio la necesidad de crear un sistema en línea que fuera accesible y adaptable a todo tipo de empresas, sin importar su tamaño o giro. En una visita que realizó a las oficinas de Microsoft, en Seattle, se percató de que la tecnología para llevar a cabo este proyecto ya estaba disponible, por lo que decidió crear un esquema tipo SaaS (*software as a service*) con la plataforma .Net.

De esta forma, a los 23 años de edad, Pedro emprendió el proyecto BM Solutions, en 2006. Dos años más tarde, inició [www.MiCatalogoEnLinea.Com](http://www.MiCatalogoEnLinea.Com), para posteriormente, en 2009, crear el departamento de BM Solutions a la Medida, el cual está enfocado en el desarrollo de soluciones a la medida y a modificaciones específicas de los sistemas de BM Solutions para adaptarse a los requerimientos y cambios de sus clientes.

Este sistema de información en línea utiliza un esquema SaaS, con el cual se puede acceder desde cualquier dispositivo con internet y siempre está actualizado, no hay necesidad de comprar versiones adicionales. Además, puede conectar las sucursales y almacenes en línea sin que se deba invertir en *hardware* o personal especializado.

Debido a que se basa 100% en internet, es muy fácil de usar; los servicios y sistemas son totalmente adaptables a todas las empresas, ya que se pueden desarrollar módulos y fun-

ciones específicas para cada cliente. Asimismo, la alianza con Navisite permite el resguardo y mantenimiento de la información de los clientes.

Para cristalizar este proyecto, Pedro Barboglio tuvo que efectuar una amplia investigación y capacitación, y a ello le siguió el diseño y desarrollo de las soluciones. Además implicó resolver diversos retos, como el de encontrar la mejor manera para garantizar a los clientes el uso del sistema en línea e introducir este nuevo tipo de soluciones a México, rompiendo con las barreras de los sistemas tradicionales.

El éxito y auge que ha tenido este tipo de soluciones en otros países y ver que las empresas de México tienen esta necesidad y se encuentran listas para esta clase de tecnología, fue el primer hecho específico que

demonstró que podía tratarse de un proyecto exitoso.

Actualmente el proyecto se encuentra en actualización, ya que en el ramo de la tecnología de información es fundamental hacer reajustes constantemente para estar a la vanguardia. Por ello, Pedro se ha trazado como meta que toda empresa, sin importar su tamaño, cuente con las herramientas de sistemas de información que requieren para el control efectivo y en línea de su negocio.

El éxito de los sistemas y soluciones de BM Solutions y BM Solutions a la medida ha sido tal, que entre su lista de clientes los hay de toda la República mexicana, principalmente localizados en las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey. Mientras que el producto [micatalogoenlinea.com](http://micatalogoenlinea.com) posee clientes en Latinoamérica, España y nuestro país. ♥





# Íñigo Belausteguigoitia

## Un camino mágico

Haber recorrido el camino de Santo Santiago le significó una experiencia única, pues es un trayecto donde la mente se serena y encuentra una sensación de paz.

En mi infancia oí de la gente de campo del rumbo de San Pedro de las Colonias, el término “El camino de Santo Santiago”, refiriéndose a una tenue nube que se ve en las noches sin luna y sin reflejo de las ciudades, y que va de oriente a poniente. Pasados algunos años, supe que tal camino es nada más y nada menos que la Vía Láctea, y que Carlo Magno lo siguió desde Francia hasta Galicia para rescatar esas tierras, entonces en poder de los musulmanes, y devolverlas a la cristiandad. Este hecho detonó el flujo de peregrinos a Compostela, que quiere decir “campo de estrellas”, reforzado por el descubrimiento de la tumba de Santiago Apóstol, lo que motivó la construcción de la catedral. Actualmente, lo que en un inicio fue un recorrido exclusivamente religioso, al paso del tiempo se ha combinado con intereses deportivos y turísticos.

Para este recorrido, formalmente comencé la preparación el 15 de mayo del 2009, y empecé a caminar en Saint Jean Pied de Port,

Francia, el 26 de agosto del mismo año. Sin embargo, siempre me ha gustado caminar, así que no partí de cero. La preparación fue empírica, sólo aumentando la distancia periódicamente hasta llegar a un promedio de 20 kilómetros diarios y los domingos hasta 40.

**“Utilizar nuestra capacidad de esfuerzo es lo que nos puede hacer mejores”**

Mi única certeza era estar en condiciones de intentar hacer el recorrido completo de 800 kilómetros de caminata en un mes. Al encontrarme en el trayecto, me sentía muy bien física y emocionalmente; claro, algunos días cansado, otros con ampollas o algún



dolor, pero muy bien. El camino tiene magia, es como las bandas eléctricas de los aeropuertos que te ayudan a avanzar, y aunque iba solo, siempre me sentí acompañado. Es una costumbre, por cierto muy gratificante, que casi todos los peregrinos con los que te encuentras te dicen y les contestas: “buen camino”, sean de cualquier nacionalidad, que cabe mencionar, son muchísimas.

Durante el trayecto pasaban muchas cosas por mi mente, sobre todo los primeros días. Pero poco a poco, la mente se serena y el camino acaba por imponer un ritmo y una sensación de paz. Confirmé que caminar tiene un efecto terapéutico.

A mi llegada a Santiago experimenté un sentimiento de gratitud. Tenía a mi esposa Teresa y a mi hija Marytere citadas en la explanada de la catedral y ahí nos encontramos. Fue muy emotivo, pero también sentí un poco de melancolía por terminar y ser consciente de que a muchas personas con las que compartí, aunque fuera poco tiempo, no las volvería a ver.♥



Ha llegado...

# *Tío Riki*

---

GRILL & BEER



Los cortes \$120

# 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.♥

# LA NUEVA MATERIA EN LA **IBERO** SE LLAMA **RockSport**

**SÓLO PAGA  
TU INSCRIPCIÓN  
Y LA IBERO  
PAGA TUS  
MENSUALIDADES**

**\*Aplica en licenciaturas e ingenierías IBERO**

- Inscripciones a partir del 18 de enero de 2010**
- Paquetes especiales para alumnos de posgrados, ex alumnos y personal de la Ibero**



**UNIVERSIDAD  
IBEROAMERICANA**  
TORREÓN

**RockSport**  
FITNESS CLUB



# Omega 3

## Las grasas esenciales

Una ingesta adecuada de estos ácidos grasos puede ayudar a prevenir enfermedades cardiovasculares y disminuir los niveles de colesterol.

Por Lic. Gloria del Carmen Muñoz Ramírez  
Nutrióloga

Los ácidos grasos Omega 3 son una forma de grasa poliinsaturada. Existen dos tipos de ácidos grasos de esta clase: eicosapentanoico (EPA) y docosahexanoico (DHA). Los ácidos grasos Omega 3 son esenciales porque nuestro cuerpo no puede producirlos por sí mismo, de tal manera que debe obtenerlos de alimentos como atún, trucha de lago, arenque, salmón o sardinas, así como de mariscos y otros alimentos marinos como las algas. Otros ácidos grasos Omega 3 se encuentran en los vegetales de hoja verde, aceite de semillas de linaza y ciertos aceites vegetales. Se sabe desde hace mucho tiempo que las poblaciones consumidoras de pescado (en especial esquimales y japoneses) presentan una incidencia muy baja de muertes por enfermedades cardiovasculares. Esto hizo que se iniciaran los estudios sobre la dieta de estos grupos

humanos, observándose que había una estrecha relación entre el tipo de grasa que consumían y el reducido número de muertes por infarto de miocardio. Según los investigadores, estos ácidos grasos también son capaces de propiciar el decrecimiento de los riesgos y síntomas de enfermedades como diabetes, algunos tipos de cáncer, artritis reumatoide, asma, enfermedad intestinal inflamatoria, colitis ulcerativa y deterioro mental. El consumo recomendado de Omega 3 se puede cubrir comiendo pescado azul fresco de dos a tres veces por semana, considerando una ración de 150 gramos por persona. Además se debe llevar una dieta equilibrada y no recurrir, salvo en caso necesario y con la asesoría de un profesional, a los alimentos enriquecidos o complementos, ya que una sobredosis de aceite de pescado puede causar un mayor riesgo de hemorragia.♥



Se ha encontrado que el consumo de EPA y DHA en cantidades adecuadas en el entorno de una alimentación equilibrada ayuda a:

- Prevenir enfermedades cardiovasculares, ya que tienen acciones antiinflamatorias y anticoagulantes (disminuyen la posibilidad de formación de coágulos o trombos dentro de los vasos, y como consecuencia, la posibilidad de obstrucción de vasos sanguíneos importantes como los coronarios y cerebrales).
- Disminuir los niveles de colesterol.
- Bajar los niveles de triglicéridos.
- Reducir ligeramente la presión sanguínea.

# Suscríbete en línea ▷ [playersoflife.com](http://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 58% de descuento  
sobre precio de portada

**\$1999**

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



- 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

SPOTLIGHT || PERFILES



# ERON VARGAS

## talento y vocación

A los 35 años decidió dejar a un lado la profesión que había estudiado para dedicarse a hacer lo que le llena por completo: pantomima y teatro.

Cinco personas han sido fundamentales en la vida de Eron Vargas: de su padre aprendió la honestidad y de su madre el trabajo constante; los tres restantes, José Luis Urdaibay, Gerardo Valdés y Miguel Ángel García, que se convirtieron en su guía dentro del ambiente teatral y de la pantomima.

Aunque desde muy joven sintió la inquietud por adentrarse al teatro, fue hasta los 30 años, después de estudiar la licenciatura en Diseño Gráfico, cuando tomó sus primeras clases. "Tenía un taller y trabajaba para la Comisión Federal de Electricidad diseñando nomenclatura, señalética y rotulación. Un día mi hermano fue a Europa, vio un espectáculo y cuando regresó me dijo que por qué no hacíamos algo similar, pues yo siempre había tenido la inquietud por la actuación, imitaba a mis

tíos, amigos y maestros, y sabía hacer ruidos", relata Eron Vargas.

Juntos montaron un show de pantomima, el cual tuvo buena aceptación. Sin embargo, no se quedaron conformes con ello, por lo que pidieron al escritor y dramaturgo José Luis Urdaibay su opinión, él les señaló que aunque era una buena idea, carecía de técnica, trazo y manejo del espacio. De esta forma, a los 30 años de edad, Eron decidió tomar clases de teatro para darle un sentido al talento innato que poseía.

"Yo debí dedicarme a esto desde los 14 años, pero no lo hice por falta de valor. Durante cinco años estuve coqueteando con todo este mundo, pero fue hasta los 35 que decidí dedicarme por completo a hacer las cosas que me gustan".

Los primeros años de su labor como mimo fueron sumamente difíciles, pues

había dejado a un lado su trabajo como diseñador gráfico para estar al 100% en lo que le llenaba. Entonces pudo involucrarse dentro de diversas compañías teatrales con las que realizó diversos montajes histriónicos que también le sirvieron como escuela.

Actualmente Eron Vargas es reconocido como uno de los mimos más destacados en la Comarca Lagunera, incluso se ha presentado en otras entidades del país, como el Estado de México, Zacatecas, Sonora, Chihuahua y Sinaloa. "Muchos dicen que el aplauso es el alimento del artista, pero la verdad, si me aplauden mucho qué bueno, si no me aplauden, no hay problema. A mí lo que me llena es estar arriba del escenario, que la gente me esté observando y se olvide de todo lo demás".



# 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**

Dos 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.



# Verdes

POR NATURALEZA

VEN Y DESCUBRE  
LA BELLEZA  
DE VIVIR



MÁRMOL *Quarzo*  
*Travertino* GRANITO  
SLATE *Onyx* VIDRIO  
LIMESTONE *Metal*

Venta al mayoreo y menudeo.



- ▶ Asesoría
- ▶ Diseño sobre medida
- ▶ Instalación

Piso, Placa, Molduras,  
Cenefas, Mallas, Medallones,  
Lavabos, Artesanía.

Sala de Exhibición - Sucursal Hamburgo  
Carretera a cp. Juárez km. 5.8  
Gómez Palacio, Dgo. CP. 35028

Tel (871) 737 01 00  
ventas@bellenit.com  
www.bellenit.com

Aceptamos tarjetas de crédito:





# ¡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.

**D**éjame 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 incrementa 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](mailto:editorial@playersoflife.com)

NO TE QUEDES  
CON LAS GANAS  
DE PROBAR

*Coca-Cola*

la vida es como te la tomas *light*



HOLA 01800-704 4400 servicio al cliente HAZ EJERCICIO. © 2008 The Coca-Cola Company. "Coca-Cola light" es una marca registrada propiedad de The Coca-Cola Company



# 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



1) Blvd. Independencia 3690 Col. El Fresno Tel. 750.69.50 2) Plaza Intermall Calz. José Vasconcelos 1955 Tel. 731.10.24  
3) Plaza Cuatro Caminos Blvd. Independencia 1300 Ote. Local 218 Servicio a Domicilio Tel. 717.44.77

# 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



**af** Alianza Francesa Torreón  
L a a l t e r n a t i v a

**af**  
Alliance Française

**Alianza Francesa Torreón**  
L a a l t e r n a t i v a

**CURSOS DE FRANCÉS ...**

**af**

**... Y MÁS**  
**¡IMPULSA TU FUTURO!**

**DIPLOMAS OFICIALES**

*del Ministerio de Educación de Francia  
Todos los niveles, desde principiante  
hasta un nivel universitario*

**TALLERES ESPECIALIZADOS**

*Conversación, lectura y francés escrito  
Pronunciación y expresión oral  
Canciones y películas francesas*

***Cuatro sesiones al año y cursos de verano***

***¡Examen de ubicación gratuito!***

# RP en la 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 periódica. 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](mailto:editorial@playersoflife.com)





**RISQUE**  
GLAM COUTURE

Bld. Independencia 210 Oriente Torreón, Coah.  
(871) 793.25.25

VJC

MIRTO

GF  
FERRE

LOVE  
MOSCHINO

C  
extē

blue  
Cult

MarcoDeLli  
HOLLYWOOD

ICE  
ICEBERG

C'N'C  
COSTUME NATIONAL

JON SONEN

TRUE RELIGION

# 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](http://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](mailto:editorial@playersoffice.com)



DESCUBRA LOS BENEFICIOS  
**INMEDIATOS**  
PARA SU EMPRESA

**microsip**  
El Software Confiable de México



# FACTURA ELECTRÓNICA

La forma más **barata, moderna, innovadora**  
**y segura** de registrar sus ventas.

## AHORRO

Reduzca los gastos de facturas pre impresas, papelería, mensajería, consumibles y otros.

## SEGURIDAD

Elabore facturas fáciles, rápidas y completamente seguras.

## COBRANZA

Minimice el tiempo de recuperación de su cartera.

## CONTROL

Olvídese de las facturas extraviadas, traspapeladas o alteradas.

## ORDEN

Agilice el flujo de información entre departamentos de su empresa.

## INTEGRAL

Vincule a Inventarios, Ventas, Puntos de Ventas y Cuentas por Cobrar.

## MAYORES VENTAS

Fidelice a sus clientes y estreche los lazos comerciales.

## ALMACENAMIENTO

Ahorre en tiempo, dinero y espacio para almacenar su archivo muerto.

SOLICITA MÁS INFORMACIÓN:

(871) 720-0302

[www.microsip.com](http://www.microsip.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.



## ORIENTAL GRILL

Feliciano Cobián 264 Col. Nueva Los Ángeles Servicio a Domicilio Tel. 718.1822

# ¿Nueva era o vuelta al pasado?

## Grandes expectativas en Torreón

Por Gerardo Hernández  
Analista



Como la de todos, la carrera política de Eduardo Olmos es un compendio de éxitos y fracasos. Para Dickens, “Cada fracaso enseña al hombre algo que necesitaba aprender”. Entre su primera elección y la que hoy lo tiene en la Alcaldía, pasaron 13 años, poco, si se considera que antes para presidir el segundo municipio del Estado en importancia, además de vocación, era menester una paciencia franciscana. Olmos la tuvo, es uno de sus méritos. Pero hubo quienes, a pesar de su trabajo social y prendas personales, no recibieron siquiera una oportunidad.

La legitimidad del Alcalde, hoy por hoy la figura en activo más destacada del PRI en La Laguna, superó todas las pruebas. Nombrar equipo constituyó el primer acto de Olmos como autoridad. El temor que desde Saltillo impusieran todos los cargos, quedó conjurado. Los yerros en algunas designaciones y la aceptación de otras inconvenientes son su responsabilidad, pero el costo lo pagará una ciudad ya de por sí castigada.

En sus memorias *Una vida americana*, el ex Presidente Reagan advierte que para aspirar a un Gobierno exitoso es preciso persuadir de participar en él a los hombres y mujeres más capaces y eficientes —ser amigo no figura entre los requisitos—. Al mismo tiempo

deben sobresalir por su probidad y honorabilidad. El argumento es impecable: si ciudadanos así desean vivir en municipios, Estados y países prósperos, deben poner al servicio todos sus talentos y aptitudes. La decisión no es fácil, pues implica renunciar temporalmente a trabajos y negocios mejor remunerados y menos incomprensidos.

Ortega y Gasset ponderaba que “El mando debe ser un anexo de la ejemplaridad”. Cuando se gobierna con el buen ejemplo, poco hay que temer; cualquier tempestad se sorteará con serenidad y se saldrá de ella más fuerte. Pero de lo contrario, todo puede suceder y la crisis más pequeña adquirirá proporciones desmesuradas.

El hecho de que pocas administraciones como la de Olmos generen expectativas tan grandes se explica por las siguientes razones: 1) una competencia natural por dirigir un municipio política y económicamente clave, cuyo padrón electoral es el segundo de Coahuila, después de Saltillo; 2) retorno del PRI a la Alcaldía tras siete años de gestión panista; 3) deterioro de la ciudad en los cuatro últimos años, en parte por la descoordinación del ex Alcalde con el Estado, la federación y la sociedad; 4) antecedente de que Torreón fue el único municipio que Humberto Moreira perdió como candidato a Gobernador, y 5)

sucesión gubernamental estatal en 2011.

Desde esa perspectiva, es lógico que Torreón espere abundantes frutos de la mancuerna Moreira-Olmos, no sólo en obra pública, sino en inversión y empleo, rubros en que también se halla bastante rezagado respecto de Saltillo. Sin embargo, la estabilidad social y laboral que le brinda su condición de polo industrial no está exenta de angustias, cuando GM y Chrysler desaceleran motores, como acaba de pasar. Asimismo, el Gobernador y el Alcalde pueden impulsar una era de entendimiento entre las dos principales ciudades de Coahuila, cuyas relaciones históricamente han estado marcadas por el celo, el prejuicio y la competencia política. Que la demanda de un gobernador lagunero haya dejado de sonar, no anula un anhelo pospuesto por tanto tiempo.

Las condiciones políticas y sociales son propicias para que Torreón se recupere, no así las económicas, que reclaman disciplina, transparencia y racionalidad en el uso de recursos, pero sobre todo, congruencia. La dicotomía “funcionarios ricos municipio pobre”, además de ruinosa, es repudiable. Igual deberá cuidarse que la relación Alcalde-Gobernador no se contamine con fuerzas propias o extrañas, como ocurrió en el pasado.♥



www.clubssantoslaguna.com.mx

# SIENDE EL ESPÍRITU GUERRERO



# ING presenta

## Abstracto 02



Exposición de arte abstracto

Museo Arocena abre sus puertas a la gran exposición Abstracto 02, en la que a través de 39 creaciones se dará a conocer al público la manera en que se originó, desarrolló y evolucionó ese periodo. En esta ocasión se mostrarán esculturas, pinturas y dibujos de grandes artistas del siglo XX, que llevarán de la mano al público por este tema. Dentro de la exhibición se encuentran obras de Roberto Montenegro, Carlos Mérida, Miguel Covarrubias, David Alfaro Siqueiros y Leonora Carrington. ♥



Martha A. de Pérez, Jossie R. de Iriarte y Lupita de Díaz de León



Ma. Esther Aguirre y Gregorio Muñoz



Rosario Ramos, Gaby Favila y Aurorita Máynez



Citlali Méndez, Maribel Fernández y Yolanda Fernández





**CLASSICO**  
*Torreón*




**FIESTA**  
**SAN VALENTIN**

Porque el amor también es un classico



**Sábado 13 de Febrero**



Reserva con: David Ortiz 62\*270573\*1 Y 2925763, Silvano Alcantara 62\*170033\*4

Emilio Gutierrez 871-211-3070

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

## 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. Eduardo Olmos Castro rindió protesta como Alcalde de Torreón • 14. Después de dos años y medio, concluyó la obra del Sistema Vial Centenario • 15. El Gobierno de Coahuila entregó 14 millones de pesos al Municipio de Torreón, los cuales se destinarán a la conservación del Centro Histórico