

CEO Club

NÚMERO 12

VIAJES AL ESPACIO

SENSACIÓN FUERA
DE ESTE MUNDO POR
200 MIL DÓLARES

CONSIENTA SU PALADAR
CON UN EXQUISITO
PATO PEKINÉS

SUBMARINOS
PRIVADOS
UN LUJO NADA SUPERFICIAL

UNISYS

TECNOLOGÍA PERSONALIZADA
PARA SU NEGOCIO



9771870640009

Marcando Rumbo®

CARLOS ALLENDE
DIRECTOR GENERAL
DE UNISYS MÉXICO

BBVA Bancomer



Corona



Mercedes-Benz

Microsoft

Movistar

PRESIDENTE
INTERCONTINENTAL
HOTELS & RESORTS



UNISYS

xerox



ballon bleu de *Cartier*

Caja de 42mm en oro rosa de 18k.

Movimiento mecánico de cuerda automática calibre Cartier 049 (21 rubíes, 28,800 alternancias por hora), visor para fechador. Zafiro azul cabujón sobre la corona estriada. Carátula plateada opalina con guilloché y laqueada. Cristal de zafiro abombado anti-rayaduras.

Cartier

la
ri
to
ti
do

Es un honor para nosotros presentarle la edición número 13 de la revista **CEO Club**, que estamos seguros le resultará de gran interés por su contenido, el cual siempre resulta vanguardista. En esta ocasión nos complacemos en darle a conocer información única:

En la portada y como artículo central tenemos una entrevista con el Ing. **Ignacio Deschamps**, nombrado recientemente Presidente del Consejo de Administración de BBVA Bancomer. Este nuevo cargo es, sin duda, un reconocimiento a su trayectoria laboral y a su compromiso con la institución que representa. El Ing. Deschamps compartirá con los Socios de **CEO Club** su visión sobre el sistema bancario mexicano, así como los retos que enfrenta la institución financiera que preside.

En la sección CEO Board, encontrará el **Programa de Privilegios CEO Club**, el cual fue diseñado para ofrecerle lo mejor de los negocios y de la vida, a través de acuerdos exclusivos con reconocidas marcas nacionales e internacionales. Esperamos que Usted ya haya descubierto sus beneficios; de lo contrario, lo invitamos a que lo haga.

Además, queremos presentarle en esta edición al CEO de Salvatore Ferragamo Parfums, el Sr. **Luciano Bertinelli**, quien habló con **CEO Club** sobre aromas y personalidades, tras la presentación a los medios mexicanos de su nueva fragancia, Tuscan Soul. Adicionalmente, y como ya es costumbre, le ofrecemos otros reportajes que resultarán de su interés, como las expediciones por los polos del planeta, historias de liderazgo de los grandes conquistadores de la historia y los autos nuevos que sorprenderán al mercado en 2009.

Para finalizar, le reitero nuestra atenta invitación a que nos acompañe en nuestra comida privada con **Don Manuel Arango**, quien nos platicará sobre el tema de Responsabilidad Social Empresarial. La cita es el próximo 11 de septiembre del 2008, a las 14:00 horas, en el Salón Castillo del Hotel Presidente Intercontinental.

Ojalá disfrute esta edición que, como las anteriores, ha sido pensada en todo momento para los Socios CEO Club.

Cordialmente,



Ing. Augusto Fernández Kegel
Presidente y Director General
CEO Club

Contenido

CARTA EDITORIAL

NEGOCIOS

EL MEJOR AEROPUERTO DE AMÉRICA.
LA CHINA QUE RECIBE A LOS JUEGOS
OLÍMPICOS, DE LA a A LA z.

LA ESENCIA DE LA SEDUCCIÓN

LUCIANO BERTINELLI, CEO DE
FERRAGAMO PARFUMS, LUCE SUS
FRAGANCIAS *MADE IN ITALY*

CAPRICHOS PARA 2009

MERCEDES-BENZ, AUDI, BMW Y MAZDA
PRESUMEN SUS NUEVOS MODELOS

1 AVENTURAS DE POLO A POLO 18

4 ¿SE ATREVERÍA A EMPRENDER UNA
TRAVESÍA POR LA ANTÁRTIDA A BORDO
DE UN CRUCERO DE EXPLORACIÓN?

CAFÉ: DIGNO DE PALADARES 22
REFINADOS

8 ESTA BEBIDA ES MUCHO MÁS QUE
UN "DESPERTADOR CON SABOR"

HISTORIAS ENTRE CANALES 28

UN MARAVILLOSO VIAJE POR LAS
VENECIAS DEL MUNDO

12 PORTADA 36

IGNACIO DESCHAMPS: SU PRIMERA ENTREVISTA
COMO PRESIDENTE DE BBVA BANCOMER

CONSEJO EDITORIAL CEO CLUB

AUGUSTO FERNÁNDEZ KEGEL

LANDER MARTÍN

JORGE SÁNCHEZ

GUILLERMO POUS FERNÁNDEZ
ASESORÍA LEGAL

IMPRESIONES AÉREAS, S.A. DE C.V.

JOSÉ MARÍA TRILLAS TRUCY
DIRECTOR GENERAL

JUAN CARLOS RUIZ MORALES
DIRECTOR ADMINISTRATIVO

TATA SANDOVAL GUTIÉRREZ
DIRECTORA DE RELACIONES
COMERCIALES

GUILLERMO DÍAZ DE RIVERA,
JAVIER SÁENZ PADILLA
ASESORÍA LEGAL

VIRIDIANA SALAS
CONTROL DE CALIDAD

ROSALEDA 34, LOMAS ALTAS, 11950,
MÉXICO D.F. TEL. (52 55) 5267 0544

EDICIÓN

ULISES NAVARRO
DIRECTOR EDITORIAL
unavarro@iasanet.com.mx

CLAUDIA CEREZO
EDITORA EN JEFE

MARTHA LYDIA ANAYA
EDITORA SENIOR

EDGAR APANCO
EDITOR

ÁNGEL HERNÁNDEZ
COORDINADOR EDITORIAL

MANUEL ARBOLÍ
CUIDADO DE EDICIÓN

ARTE

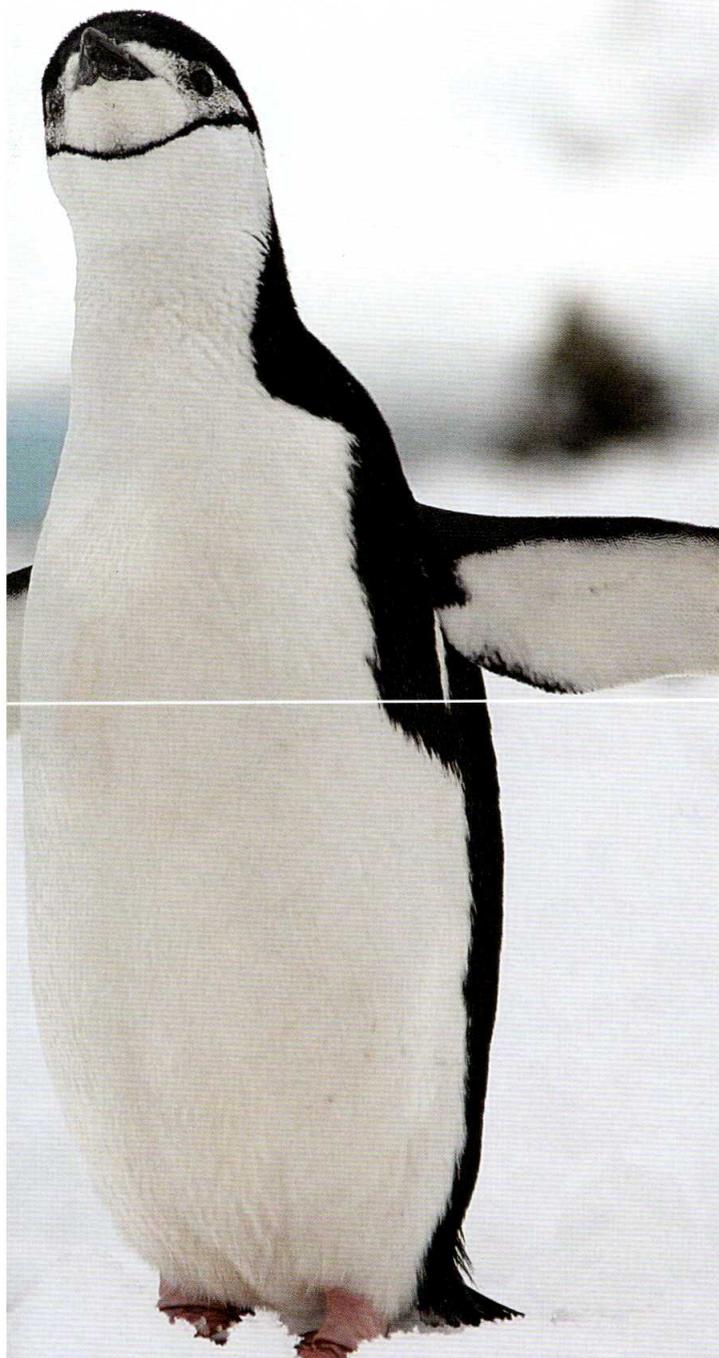
LYDIA GARCÍA
DIRECTORA DE ARTE
lygarcia@iasanet.com.mx

NAYELI SALAZAR
DISEÑADORA GRÁFICA

CARLA HASELBARTH
EDITORA GRÁFICA

COLABORADORES

CINTHYA BIBIÁN
CHARLY RAMOS
DESIRÉE NAVARRO
DOLORES CARBONELL
ENRIQUE AGUILAR
ERNESTO ALCÁNTARA
FRANCISCO SOLORIO
HÉCTOR MONTAUK



HEREDEROS DE ÍCARO DESDE JULIO CÉSAR HASTA NAPOLEÓN: ESTRATEGAS CONSUMADOS Y AMBICIOSOS LÍDERES DE EQUIPO	42
CEO BOARD PRIVILEGIOS CEO CLUB	50
RODRIGO RIVERO LAKE: "LOS OBJETOS TIENEN MAGIA, VIDA PROPIA"	60
BGOLF: ¿QUIERE JUGAR BIEN? PROYECTE PENSAMIENTOS QUE LE ACERQUEN A LO QUE ANHELA	66
EL PRIMER PASO PARA CAMBIAR LLEVE LAS ENSEÑANZAS DEL YOGA A SU OFICINA	68
PARA PALADARES DE ALCURNIA	72

JAVIER MIER
JESÚS DÍAZ
JOEL MARTÍNEZ
JORGE MONJARÁS
LAURA MIER
MAURICIO ORTIZ
MANUEL RAMÍREZ
MARÍA JOSEFA CAÑAL
MARISOL HUERTA
MÓNICA DEASI
MÓNICA RIVERA
ROBERTO PÉREZ
VALENTÍN LÓPEZ
VINNY RIVIELLO

COMERCIALIZACIÓN
TATA SANDOVAL
5267 0432
tata@iasanet.com.mx

COLOR MANAGEMENT
CÉSAR DURÁN, EDGAR AZCARI,
CARLOS L. BARRAGÁN

CEO CLUB® Y MARCANDO RUMBO® SON MARCAS REGISTRADAS EN FAVOR DE SU TITULAR. ES UNA PUBLICACIÓN BIMESTRAL EDITADA POR IMPRESIONES AÉREAS, S.A. DE C.V. PARA GRUPO ROFERI S.C., CON DOMICILIO EN PASEO DE LOS TAMARINDOS 400 SUITE 102, BOSQUES DE LAS LOMAS, CUAJIMALPA DE MORELOS C.P. 05120, MÉXICO DISTRITO FEDERAL. TELÉFONO (52 55) 2167 3200. E-MAIL SERVICIOSOCIOS@CEOCLUB.COM, Y REGISTRADA ANTE LA COMISIÓN CALIFICADORA DE PUBLICACIONES Y REVISTAS ILUSTRADAS DE LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN BAJO EL CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO NÚMERO 13553 Y EL CERTIFICADO DE LICITUD DE CONTENIDO NÚMERO 11126. ISSN EN TRÁMITE. REGISTRO ANTE EL INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR DE LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA, BAJO EL CERTIFICADO DE RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO PARA PUBLICACIÓN PERIÓDICA NÚMERO 04-2006-062909382100-102 DE FECHA 29 DE JUNIO DE 2006.

IMPRESO POR SERVICIOS PROFESIONALES DE IMPRESIÓN S.A. DE C.V., MIMOSAS 31, SANTA MARÍA INSURGENTES, 06430, MÉXICO D.F. DISTRIBUIDO POR GRUPO ROFERI S.C. EJEMPLAR DE CORTESÍA. © COPYRIGHT 2006. TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.

SE PROHÍBE SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL POR CUALQUIER MÉTODO O SISTEMA, EXISTENTE O QUE SE LLEGARA A INVENTAR, SIN LA AUTORIZACIÓN PREVIA Y POR ESCRITO DEL EDITOR. SE PROHÍBE SU ALMACENAMIENTO EN CUALQUIER SISTEMA DE RECUPERACIÓN DE DATOS O COPIADO PARA USO PÚBLICO O PRIVADO SIN LA AUTORIZACIÓN PREVIA Y POR ESCRITO DEL EDITOR. EL CONTENIDO DE LOS ARTÍCULOS ES RESPONSABILIDAD DE LOS AUTORES. EDITOR RESPONSABLE: AUGUSTO FERNÁNDEZ KEHEL. EL CONTENIDO DE LA PUBLICIDAD ES RESPONSABILIDAD DE LOS ANUNCIANTES. LOS DERECHOS DE TODAS LAS FOTOGRAFÍAS Y TEXTOS PUBLICADOS SE ENCUENTRAN PROTEGIDOS EN FAVOR DE SUS RESPECTIVOS TITULARES.

TIRAJE: 1,000 EJEMPLARES.

AGOSTO - SEPTIEMBRE 2008

S
O
C
I
O
O
G
R
A
F
I
A

EL MEJOR AEROPUERTO DE AMÉRICA



ES UNO DE LOS MÁS concurridos del mundo y, dentro de los aeropuertos comerciales, el de mayor capacidad, con siete pistas activas y la posibilidad de que ahí se realicen cuatro aterrizajes simultáneos. En 2007 fue catalogado por J.D. Power and Associates como el más alto en satisfacción del cliente en América del Norte.

Hablamos del Aeropuerto Internacional Dallas-Fort Worth (DFW), en Texas, el cual ofrece casi 1,900 vuelos diarios y atiende alrededor de 60 millones de pasajeros cada año.

Su buena fama lo llevó a obtener el premio Airport Safety Award en 2007, entregado por la Flight Safety Foundation por su liderazgo (al crear iniciativas y programas que benefician la seguridad de la aviación). Además fue incluido en el programa National Environmental Performance Track, en el que participan las instituciones que tienen un desempeño destacado en materia ambiental. A medio camino entre ambas ciudades, el DFW es además el punto de partida para hacer buenos negocios.

Por principio de cuentas, Dallas recibe a 16.3 millones de visitantes anuales, cifra que supone una derrama de unos 6,500 millones de dólares. A ello se suma que, juntas, Dallas y Fort Worth albergan 23 compañías de las 500 de *Fortune*, entre ellas Exxon Mobil, J.C. Penney, Kimberly Clark, Texas Instruments, Southwest Airlines y Blockbuster. —Héctor Montauk

LOS GALARDONADOS POR SU SEGURIDAD

Cada año, la Flight Safety Foundation reconoce a un organismo o un aeropuerto que se ha distinguido por sus estándares de seguridad. Los ganadores en años recientes han sido los siguientes:

- 2007 Dallas-Fort Worth International Airport
- 2006 Airports Council International
- 2005 El equipo de seguridad del Boston Logan International Airport
- 2004 British Airports Authority
- 2003 James M. Crites, Dallas-Fort Worth International Airport

LA CHINA

QUE RECIBE A LOS OLÍMPICOS, de la A a la Z

A

Aeropuerto

Con la nueva Terminal 3, por obra Norman Foster, el aeropuerto de Beijing es el más grande del mundo

B

Boom de millonarios

El 25% de los 400 hombres más ricos de El Dragón Asiático tiene menos de 40 años

C

Contaminación

De acuerdo con el Banco Mundial, China tiene 16 de las 20 ciudades más contaminadas del planeta

D

Deportistas

Con cinco millones de deportistas de alto rendimiento, China busca encabezar el medallero olímpico

E

Eslabones productivos

Gracias a sus proveedores locales, sus exportaciones tienen un contenido local del 90%

F

Ferrocarriles

Entre 2004 y 2020 el país invertirá hasta 250 mil millones de dólares en infraestructura ferroviaria

G

Globalizate

Es un programa que retoma estrategias de los años 80, con el fin de globalizar a las compañías chinas

H

Hong Kong

Al norte de esta ciudad se ubica el mall más grande del mundo, el South China Mall, con 1,500 tiendas

I

IED

La mitad de su crecimiento económico se debe al comercio exterior y a la Inversión Extranjera Directa

J

Juegos Olímpicos

En Atenas 2004, China participó con una delegación de 407 atletas y obtuvo el segundo lugar

K

Kilómetros en segundos

El tren de levitación magnética de Shanghai es el más veloz del mundo, (600 km/h)

L

Lujo

China es el tercer mercado mundial de bienes de lujo, y crecerá a doble dígito en la siguiente década

M

Manufactura

China cuenta con 83.1 millones de trabajadores en el sector de manufacturas, contra 1.2 de México

N

Nokia

Existen 547 millones de celulares. Siete de cada 10 equipos son extranjeros. Nokia lidera con el 30%

O

OMC

Desde 2001, cuando fue admitida en la organización, ha aumentado 25% sus exportaciones cada año

P

Pekín

Con 3.5 millones de autos, Pekín estrenó este 2008 su quinto y sexto periférico para agilizar el tráfico

Q

Qin Shi Huang

"El Alejandro Magno de China" es recordado por haber iniciado la construcción de la Gran Muralla

R

Rascacielos

Sus ciudades albergan a cinco de los diez edificios más altos del mundo, todos por arriba de los 380 metros

S

Socialismo de mercado

En los últimos 30 años lo convirtió en la segunda potencia económica mundial

T

Tarjetas de crédito

Con 1,470 millones, el número de tarjetas de crédito y débito supera a su población: 1,310 millones

U

Universidades privadas

Tan sólo la Academia de Ciencias de China registra 34,200 estudiantes de nivel posgrado

V

Viento

Ante la escasez del petróleo, se calcula que para 2020 la energía eólica será su tercera fuente de electricidad

W

Wen Jiabao

Primer ministro, recibió junto con el presidente Hu Jintao a la comitiva de Felipe Calderón

X

Xiang Huina y Liu Xiang

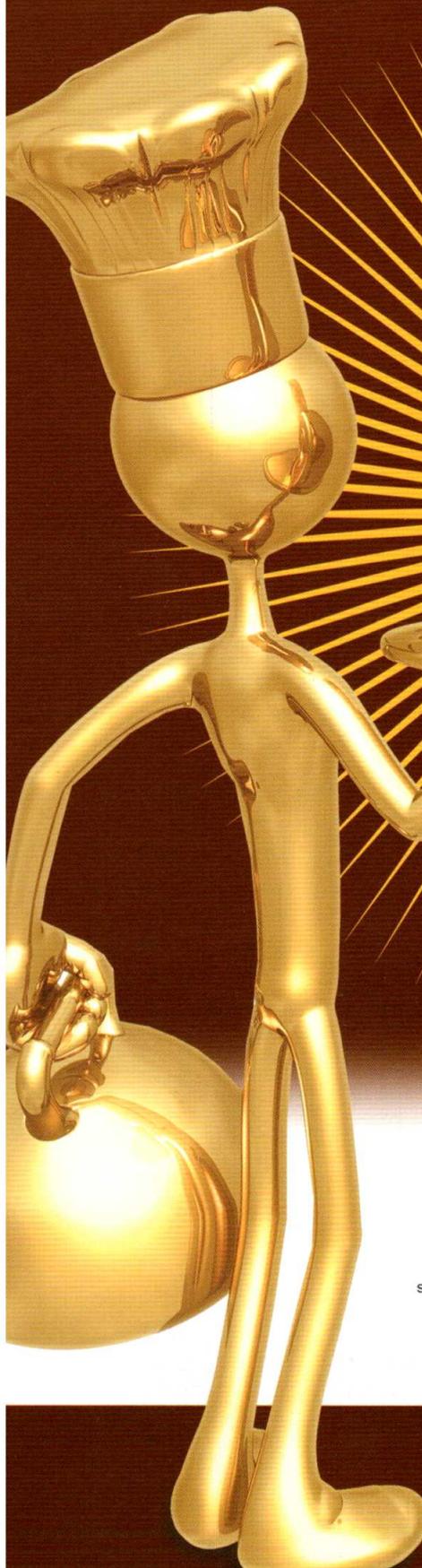
Son dos atletas que lograron para China sus primeros oros en 110 metros con vallas y 10 mil metros

Membresía



PROGRAMA DE BENEFICIOS
ÚNICO EN RESTAURANTES.

SÉ PARTE DEL CLUB



Con Membresía CMR podrás:

- Acumular puntos en cada consumo.
- Realizar pagos parciales o totales con tus puntos.
- Disfrutar atractivas promociones especiales.
- Recibir beneficios que constantemente estamos preparando para ti.



Sólo operados por CMR.



Sólo D.F.



ADQUIERE TU TARJETA MEMBRESÍA CMR
EN NUESTROS RESTAURANTES.

www.membresia.com



da gusto...

www.cmr.ws



...estas tarjetas
...zan de los mismos
...neficios.



Y

Yuan

El renminbi yuan (que significa "moneda del pueblo") es la divisa oficial. 10 yuanes equivalen a 15 pesos

Z

Zedong, Mao

En 1949 proclamó la República Popular China. A su muerte, Deng Xiaoping instauró reformas

LA ESENCIA de la seducción

FERRAGAMO PARFUMS, JOVEN DIVISIÓN DE UN GRUPO CONSOLIDADO EN MODA, ZAPATOS Y ALTA COSTURA, BUSCA POSICIONARSE CON LOS VIAJEROS PREMIÈRE CLASSE Y CON FRAGANCIAS QUE PRESUMEN SU MADE IN ITALY

POR EDGAR APANCO POZOS
RETRATO FEDERICO GAMA

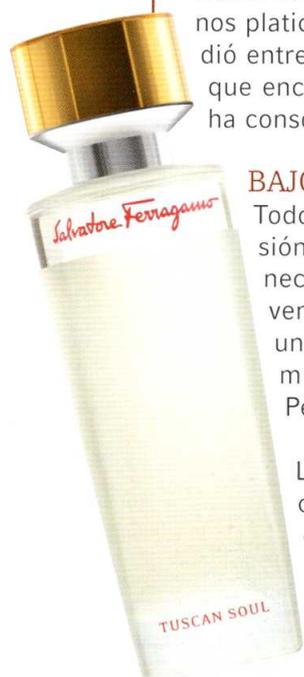
Es una inusual mañana de verano en la ciudad de México: se siente frío. Apenas dejó de llover al alba, por lo que el ambiente permanece impregnado de ese inexplicable y fascinante aroma que sólo se percibe justo cuando escampa.

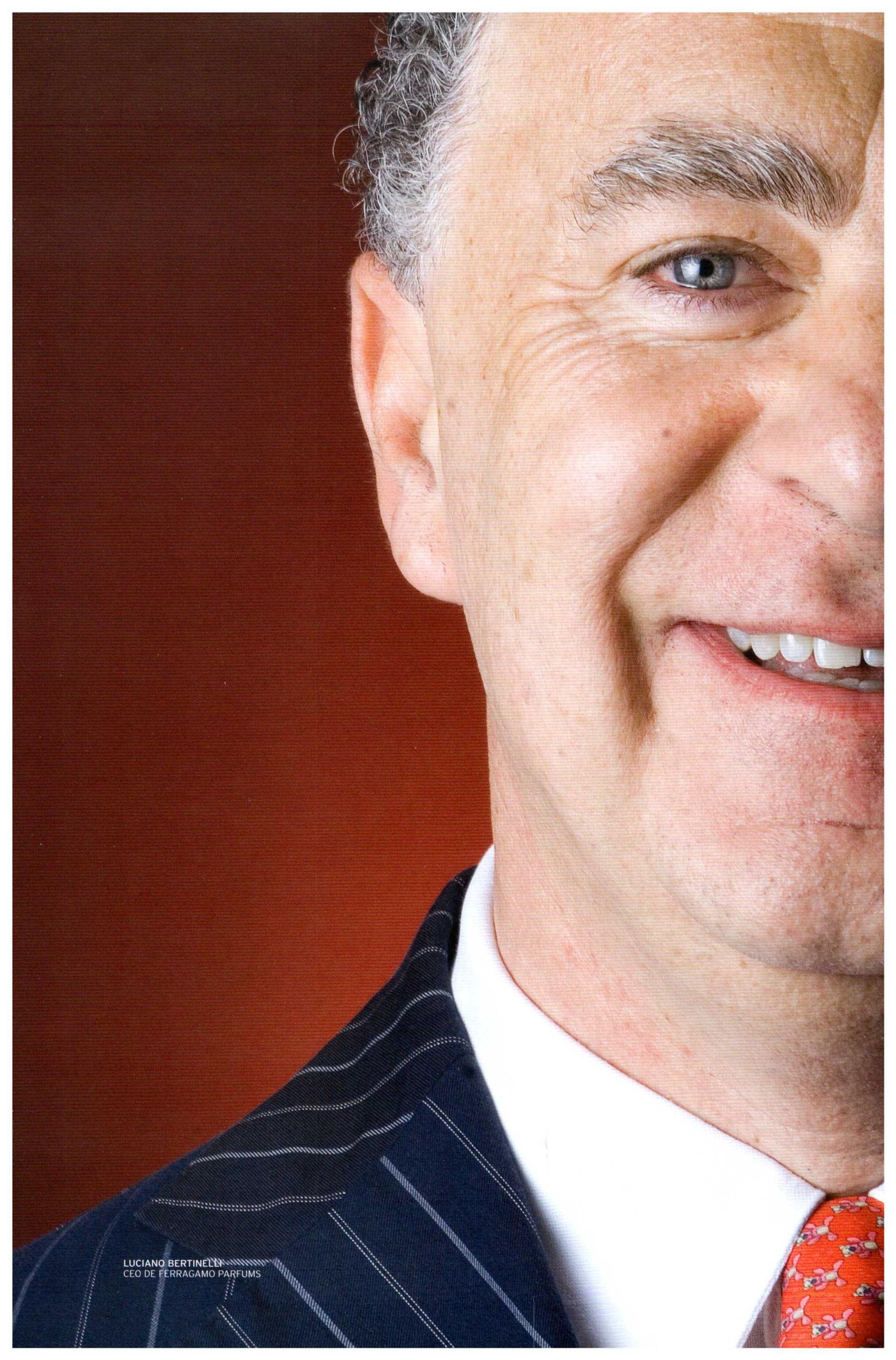
Una noche antes, procedente de Brasil –su próximo destino, Miami, a la mañana siguiente–, el italiano Luciano Bertinelli llegaba a México para hablar de aromas, fragancias y personalidades. Tras la presentación a los medios mexicanos de su nueva fragancia, Tuscan Soul, el CEO de Ferragamo Parfums nos platica (siendo la nuestra la única revista a la que concedió entrevista exclusiva) el reto que implica, para la división que encabeza, igualar el prestigio que la octogenaria firma ha consolidado en otras áreas del lujo.

BAJO EL SOL DE LA TOSCANA

Todo empezó en el aire. Un buen día, la reciente división de perfumes que Bertinelli tripula decidió que era necesario ampliar sus horizontes (y, por obviedad, sus ventas). Sí; F by Ferragamo Pour Homme había sido un bestseller. Sí; F for Fascinating había funcionado mucho mejor, llegando a más de 400 mil mujeres. Pero ahora querían volar más alto.

Las ideas sobre cómo diversificar su línea de fragancias y trascender flotaban, etéreas, en el ambiente de la Toscana, cuartel general del emporio italiano. De repente, un chispazo: “¿Y si seguimos al cliente de Ferragamo en sus viajes por el mundo?”, se preguntó Bertinelli. Una cosa llevó a la otra, y a finales del año pasado se hizo el anuncio.





LUCIANO BERTINELLI
CEO DE FERRAGAMO PARFUMS

La campaña promocional de la *eau de toilette* Tuscan Soul es de la autoría del fotógrafo Mario Testino, quien se hiciera famoso por los comerciales de United Colors of Benetton



Ferragamo Parfums daba así la bienvenida a Tuscan Soul, su marca maestra, que más que ofrecer simples amenities o fragancias, es todo un proyecto de estilo de vida.

La idea era –es–, simplemente, genial: una línea de productos que atrape al cliente Ferragamo mientras se relaja y que al mismo tiempo sea capaz de expresar el matrimonio entre la Toscana y el apellido Ferragamo, conservando su sello por excelencia: *Made in Italy*. No pasó mucho tiempo para que los primeros kits de amenities llegaran a bordo del Airbus A380, vía Singapore Airlines. Los estuches, con boleto de primera clase, contenían productos para la cara y el cuerpo.

El siguiente destino era inevitable: hospedarse en los hoteles de cinco estrellas o más, y zarpar en los cruceros de lujo. Lo cumplieron antes de finalizar 2007 y ahora, un año después, la *master brand* aterrizará en los anaqueles de todo el mundo la *eau de toilette* Tuscan Soul, una fragancia para hombres y mujeres. “Con Tuscan Soul intento captar el encanto y la dulzura aristocrática de la vida en la Toscana”, afirmó su artífice, el afamado perfumista Pierre Bourdon de Fragrance Resources.

La selección no podría ser más mediterránea en sus ingredientes. “Es nuestro matrimonio siciliano –afirmó Bertinelli ante los medios, haciendo una precisión particular

para **CEO Club**–; es nuestro ADN en un frasco...” ¡Y qué frasco!, pues presenta los famosos códigos de diseño de la familia Ferragamo, incluida su característica firma en rojo vibrante sobre un fino esmerilado.

¿Por qué tanto cuidado en la presentación? El directivo reconoce que las marcas del ramo ya no necesariamente venden una esencia o un aroma, sino una personalidad, muchas veces manifiesta desde el nombre y el envase, el cual a menudo resulta tanto o más inspirador que las notas del perfume. (Por cierto, no fue nada difícil descubrir cuál es la fragancia favorita de este CEO: “Sin duda, Tuscan Soul. ¡Es muy agradable salir con ella todos los días!”)

¿Qué sigue? Bertinelli tiene la respuesta: “Tuscan Soul es todo un concepto de vida. No sólo son la fragancia y las amenidades; será una línea completa de productos. El próximo año lanzaremos nuestra Tuscan Soul Home Collection y quizá en el futuro un spa temático en torno a la marca maestra”.

UNA BOLSA DE AROMAS

La historia es bien conocida: Salvatore Ferragamo emigró en 1914 a Estados Unidos y abrió su primer establecimiento hacia 1923, donde no se daba abasto a los encargos de zapatos de las divas hollywoodenses. El ritmo desenfrenado de trabajo lo llevó a plegar velas y regresar a Florencia, donde forjó todo un imperio de lujo y moda.

El 2008 será un año clave para el grupo. Tras una imponente celebración de su 80 aniversario –modestamente, en Shanghai–, Ferragamo finalmente entró al mercado de valores. ¿Las ventajas? Más allá de jugar en lo sucesivo con un perfil más alto, la firma podrá atraer inversionistas. Desde luego, la división de perfumes se verá beneficiada, aunque por sí sola aumenta su prestigio a la par de sus números. En 2007 representó el 7% del total de las ventas del grupo y para 2011 la división espera triplicar sus ventas, hasta alcanzar el 10% de participación de la marca Salvatore Ferragamo.

La geografía de los aromas no conoce fronteras, pero sí zonas de poder. Ferragamo Parfums ha encontrado sus puntos climáticos en Asia (en especial China, Japón y Corea del Sur), Rusia y Latinoamérica, donde México es líder de la región. ¿La razón? La aceptación de las tendencias europeas. Prácticamente no hay productos y modelos del Viejo Continente que no lleguen a México de forma simultánea.

Nuestro encuentro llegaba a su fin. El aroma natural de los resquicios de lluvia ya había desaparecido. A media mañana, cuando las notas de Ferragamo impregnaban el salón donde nos encontrábamos, sólo quedaba una pregunta por hacer a Luciano Bertinelli: ¿Cuál es su aroma favorito? “El mar, por todo lo que evoca y significa”. ★

Todo lo que necesitas para viajar al extranjero y mantener el control.



Motorola L6



Con el Programa **Préstamo de Equipo** y el Servicio **Nextel Worldwide** puedes estar comunicado **vía telefónica** desde Europa, Asia y el resto del mundo utilizando tu mismo número telefónico. Sólo tienes que llamar al 10 18 33 33 o al 01 800 200 93 33. **Nextel siempre irá contigo.**

**EL PODER
DE HACER.**

NEXTEL
Hablemos de negocios



Para mayor información consulta www.nextel.com.mx

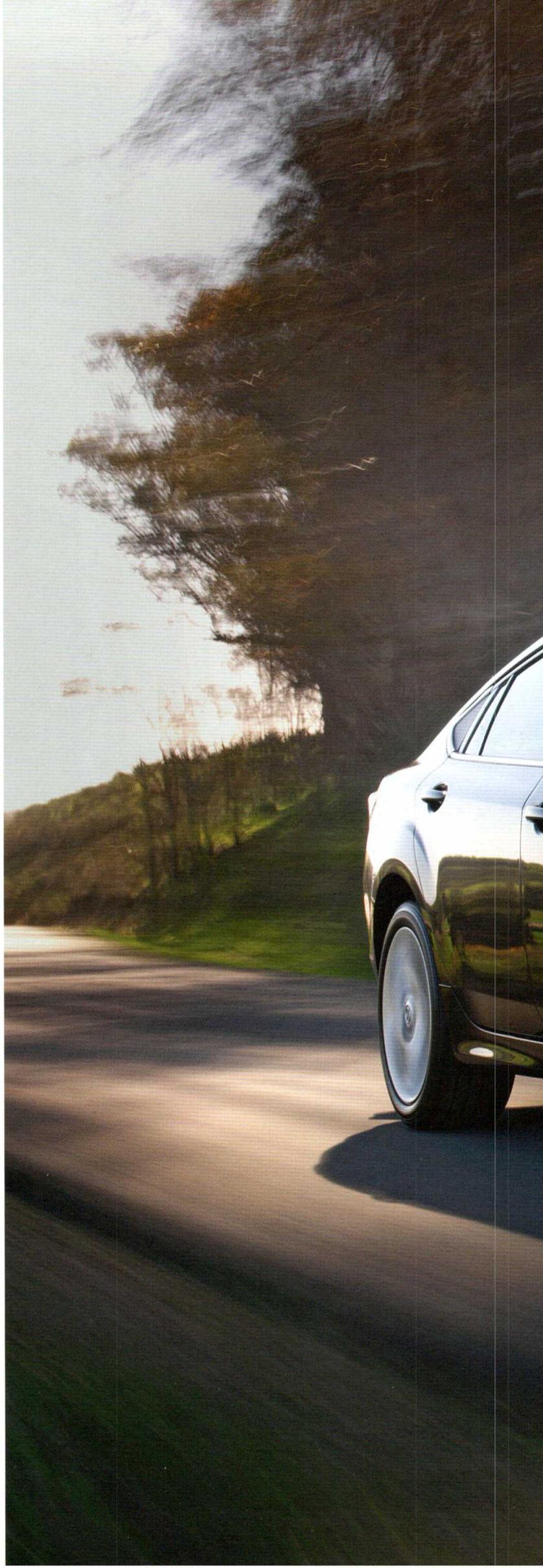


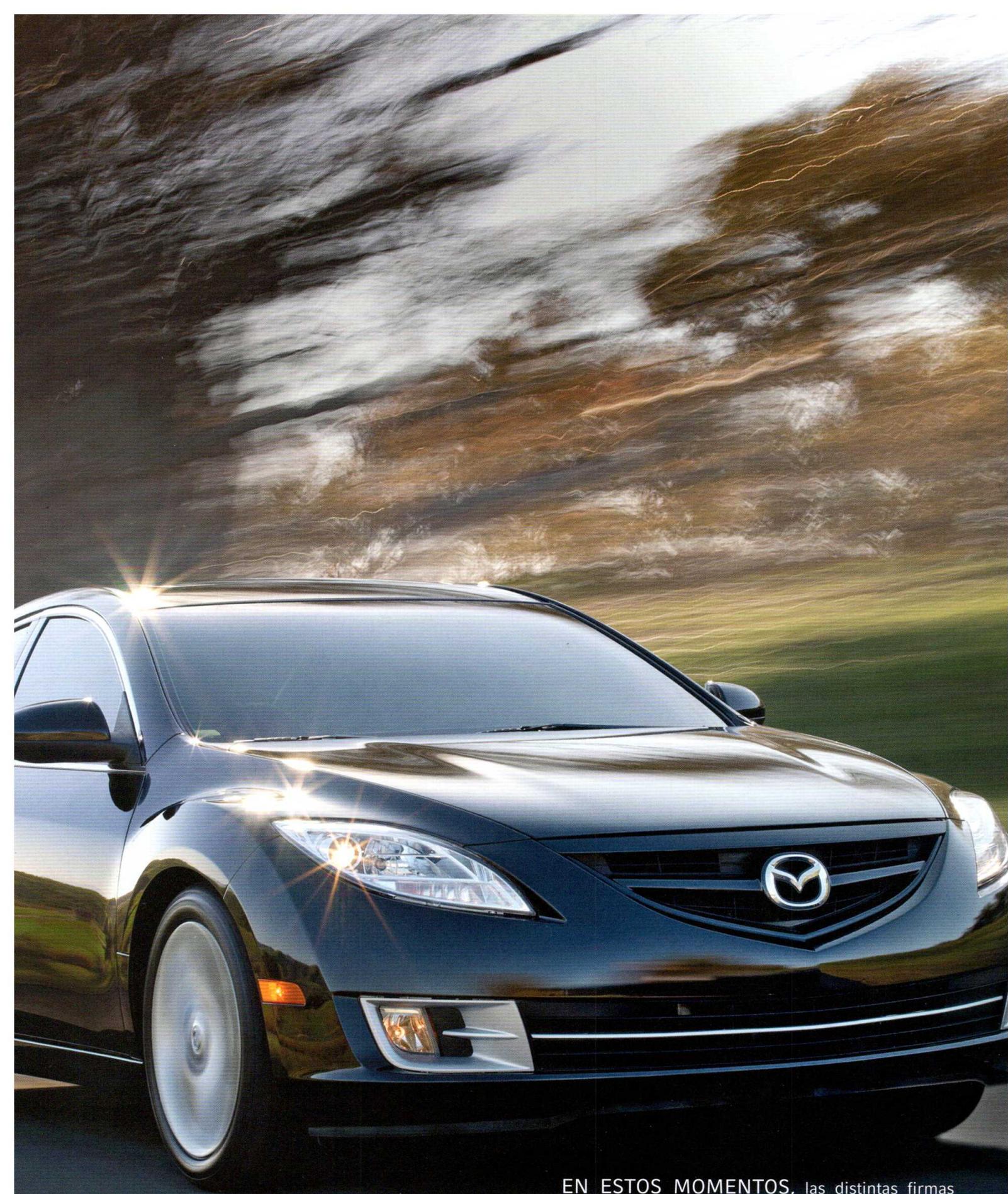
Busca a tu Representante Autorizado. Pregunta por nuestras áreas de cobertura. MOTOROLA, y el símbolo Estilizado de la M están registradas en la Oficina de Patentes y Marcas de E.U.A. Las marcas de todos los demás productos o servicios son propiedad de sus respectivos dueños, © Motorola, Inc. 2008.

Caprichos para 2009

MERCEDES-BENZ, AUDI, BMW Y MAZDA TOMAN LA DELANTERA Y PRESENTAN SUS MODELOS 2009, EN LOS QUE CADA DETALLE REBASA LA MERA FUNCIONALIDAD DEL AUTO. LA INSIGNIA EN ESTA VARIEDAD DE VOLANTES: GRAN DISEÑO Y PERFORMANCE

POR ROBERTO PÉREZ





EN ESTOS MOMENTOS, las distintas firmas automotrices ultiman detalles para lanzar su nueva gama de modelos 2009. Por lo pronto, algunas de las más renombradas prometen brindar todo un banquete de novedosos y atrevidos automóviles con lo último en tecnología, lujo y seguridad para proseguir con su presencia y liderazgo.

Como cada año, el 2009 estará plagado de fascinantes vehículos que permitirán al consumidor obsesionado por lo mejor elegir entre una gran oferta de interesantes opciones. Y, con suerte, hasta se reactive el mercado nacional. Pero, mejor, giremos la llave e iniciemos este pequeño recorrido.



AUDI A3 CABRIO

En septiembre arribará a tierras mexicanas el nuevo Audi A3 Cabrio, un pequeño descapotable con techo de lona, accionable eléctricamente, que en tan sólo nueve segundos permite el placer de la conducción al aire libre. El A3 Cabrio se distingue por su cautivadora línea y dinámico comportamiento al momento de manejarlo.

Diseñado para transportar con comodidad a cuatro pasajeros adultos, el interior ofrece una atmósfera deportiva y elegante, con materiales y acabados de gran calidad.

El nuevo Audi A3 Cabrio estará disponible con dos propulsores de cuatro cilindros en línea de 1.8 y 2 litros TFSI de inyección directa de 160 y 200 caballos de fuerza, respectivamente. Estos motores estarán asociados a un cambio manual de seis velocidades, o bien, a la nueva caja de cambios secuencial S Tronic, también de seis relaciones y alto desempeño.

MOTOR: L4 1.8 Y 2 LTS. TFSI

TRANSMISIÓN: MANUAL/S TRONIC 6 VEL.

FECHA DE ARRIBO: SEPTIEMBRE 2008

PRECIO: 70 MIL DÓLARES

AUDI Q5

La firma de los cuatro aros se alista e incursiona en nuevos nichos de mercado. En la primavera del 2009 planea lanzar su nuevo modelo Q5, un crossover compacto de estilo vanguardista y marcado carácter deportivo que competirá directamente con el BMW X3, el nuevo Mercedes-Benz GLK, el Volvo XC60 y el Acura MDX, entre otros.

Construido sobre la plataforma del nuevo A4, el Audi Q5 se convertirá en el sport utility más grande en su categoría gracias a su largo de 4.63 metros (es decir, 8 cm más que el BMW X3 y 4 cm más que el Mercedes GLK), así como por una distancia entre ejes de 2.81 metros, que proporciona mayor espacio y confort para cinco pasajeros.

Este modelo se ofrecerá con un motor de cuatro cilindros de 2 litros TFSI de inyección directa de 211 Hp a 4,300 rpm y un torque de 350 Nm (Newton Metro) entre las 1,500 y 4,200 rpm. Contará además con el innovador cambio de doble clutch de siete velocidades S Tronic, que enviará la potencia a las ruedas a través del sistema de tracción integral quattro, para brindarle un dinámico y seguro desplazamiento tanto en ciudad como en recorridos de gran demanda off road. Su línea enamora sin más.

MOTOR: L4 2 LTS. TFSI

TRANSMISIÓN: S TRONIC 6 VEL.

FECHA DE ARRIBO: PRIMAVERA DE 2009

PRECIO: ENTRE 39 MIL Y 57 MIL DÓLARES



BMW SERIE 7

El constructor alemán renueva por completo su buque insignia, la Serie 7, y lo hace no sólo dotándolo de un estilo más moderno y dinámico, sino también con una mayor dosis de lujo y todo un arsenal tecnológico que le confiere una conducción más segura, deportiva y confortable. Lo malo es que estará disponible hasta principios de 2009.

La quinta generación de la Serie 7 llama la atención por su nuevo habitáculo, más amplio, cómodo y lujoso, con mayor equipamiento y más detalles, como la segunda generación del innovador sistema iDrive. Este sistema permite, a través de un monitor de 10.2 pulgadas, controlar fácilmente cada información y mandos principales del auto. También incluye el sistema ConnectedDrive, que da acceso ilimitado a internet.

BMW ha dotado a este modelo de avanzada tecnología en pro de la seguridad y confort de los ocupantes, como el sistema de regulación de velocidad con función Stop & Go, advertencia de abandono de carril, pantalla virtual Head-up-Display, BMW Night Vision (por primera vez, con detección de personas), Side View y cámara para conducir marcha atrás, así como el sistema Dynamic Driving Control, que ajusta la dureza o suavidad de la suspensión, respuesta de transmisión y aceleración.



MOTOR: V8 TWIN TURBO 4.4 LITROS
POTENCIA: 407 HP
TRANSMISIÓN: AUT. 6 VEL.
FECHA DE ARRIBO: PRINCIPIOS DE 2009
PRECIO: 110 MIL DÓLARES

MERCEDES-BENZ GLK

La casa de Stuttgart tiene planeado lanzar en México, a finales de este año, su nuevo crossover compacto GLK, un sport utility de fuerte y elegante estilo que se ubicará por debajo de la Clase M y que orgullosamente rivalizará con el nuevo Audi Q5, el BMW X3 y el futuro Volvo XC60.

Este SUV compacto posee un amplio interior para albergar cómodamente a cinco pasajeros adultos, además de que, por lujo, seguridad y equipamiento, nada tiene que envidiar a sus hermanos mayores: cuenta con tapicería en cuero, control automático de clima de dos zonas, conexión bluetooth para teléfonos celulares, pantalla a color de ocho pulgadas para controlar el sistema multimedia COMAND y faros bi-xenón, entre otros elementos.

En nuestro país se venderá la versión GLK350, la cual contará con un motor V6 de 3.5 litros de 260 Hp a 6,000 rpm y un torque de 258 libras/pie entre las 2,400-5,000 rpm. La potencia es aprovechada por una transmisión automática de siete relaciones, denominada 7G-Tronic, mientras que la tracción podrá ser en las ruedas traseras o bien permanente 4MATIC. Cabe mencionar que este modelo tiene una versión para uso en ciudad y otra todo terreno.

MOTOR: V6 DE 3.5 LITROS
TRANSMISIÓN: 7G-TRONIC
FECHA DE ARRIBO: FINALES DE 2008
PRECIO: ENTRE 39 MIL Y 57 MIL DÓLARES





MOTOR: V12 6.0 LITROS, BITURBO
TRANSMISIÓN: AUT. 5 VEL.
FECHA DE ARRIBO: NOVIEMBRE 2008
PRECIO: 320 MIL DÓLARES

MERCEDES-BENZ SL 65 AMG BLACK SERIES

Partiendo de la base del Mercedes SL 65, la firma germana ha infundido vida a un auténtico auto de carreras que, por desempeño, prestaciones y placer de conducción, es capaz de competir con más de un superdeportivo. Sus cambios de marcha son 25% más rápidos que los de un convencional.

Para infundir vida a este modelo —a la venta en Europa y Estados Unidos el próximo mes de noviembre—, Mercedes Benz ha recurrido al empleo de materiales ultraligeros, como resinas compuestas y fibra de carbono en diferentes partes de la carrocería

para obtener una estructura sumamente sólida, que garantice una óptima protección y comportamiento dinámico y, a la vez, que sea liviana para conseguir elevadas prestaciones y una correcta eficiencia.

Para ello, también se ha apoyado en un esquema de suspensiones de corte deportivo y un poderoso motor V12 biturbo de 6 litros, que genera 670 Hp y un elevadísimo torque de 1,000 Nm, cifras que catapultan a este deportivo a conquistar los 100 km/h en escasos 3.9 segundos y superar la barrera de los 200 km/h en tan sólo 11 segundos. Su velocidad máxima está limitada electrónicamente a 320 km/h.

MAZDA6

A mediados de septiembre, Mazda iniciará la comercialización de la nueva generación de este sedán mediano, el cual ha sido rediseñado en su totalidad. Es más grande, atractivo, espacioso y equipado, pero además hace gala de una mayor maniobrabilidad y una conducción más deportiva.

El Mazda6 2009 se ubica a la altura de sus rivales: el Toyota Camry y el Honda Accord, situación que se refleja en un habitáculo más espacioso y confortable, en especial en las acogedoras y elegantes plazas traseras.

La cabina, por su parte, luce más moderna y atractiva, gracias al empleo de nuevos materiales de mayor calidad, suaves al tacto, una mejor distribución de todos los controles, así como un equipamiento de serie más completo, el cual incluye rines de 18 pulgadas, luces direccionales en los espejos laterales, sistema de aviso de punto ciego, sensor de lluvia y un exclusivo sistema de audio Bose con 10 bocinas y reproductor de CD y MP3, ente otros elementos de exclusivo confort. La potencia corre por cuenta de un motor cuatro cilindros de 2.5 litros.★



MOTOR: L4 Y V6 DE 2.5 Y 3.7 LITROS, RESPECTIVAMENTE
TRANSMISIÓN: MANUAL 5 VEL./ AUT. 6 VEL.
FECHA DE ARRIBO: SEPTIEMBRE 2008
PRECIO: ENTRE 23 MIL Y 24 MIL DÓLARES

18 al 28 de septiembre, 2008
MUSEO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA



XX FERIA DEL LIBRO DE ANTROPOLOGÍA E HISTORIA

Adventure

DE POLO A POLO

CONOCER EL MUNDO ES SIEMPRE UNA TENTACIÓN. ¿QUÉ LE PARECERÍA EMPRENDER UNA TRAVESÍA POCO CONVENCIONAL A BORDO DE UN CRUCERO DE EXPLORACIÓN?

POR DOLORES CARBONELL ITURBURU
FOTOS HURTIGRUTEN

ASÍ, POCO convencionales, son las expediciones del catálogo de Hurtigruten, la firma noruega experta en recorrer los extremos de la Tierra. Con más de un siglo navegando aguas desafiantes, esta naviera se ha especializado en el diseño de cruceros de exploración.

Desde Groenlandia hasta los confines de la Antártida, Hurtigruten navega de polo a polo y está a la cabeza de la Lista Azul de viajes clásicos de la guía Lonely Planet. Lo que ha colocado en esa posición a la compañía norue-

ga, hoy asociada con capital chileno (Hurtigruten Latinoamérica), se debe fundamentalmente al singular perfil de sus travesías. Quien navega en una embarcación de Hurtigruten no debe esperar los lujos que se ofrecen en otras líneas con expresa vocación turística. A bordo no encontrará ni casinos ni un sinfín de diversiones: nada de obras de teatro o espectáculos nocturnos. Las expediciones de Hurtigruten ofrecen otro tipo de emociones, y es ahí donde se encuentra su verdadero valor agregado.

En estos viajes, la cultura, el conocimiento del entorno que se visita y la cocina son los ejes fundamentales de la experiencia. Sea a la Antártida, a Groenlandia o a los fiordos noruegos, cada barco cuenta con un equipo de historiadores y científicos



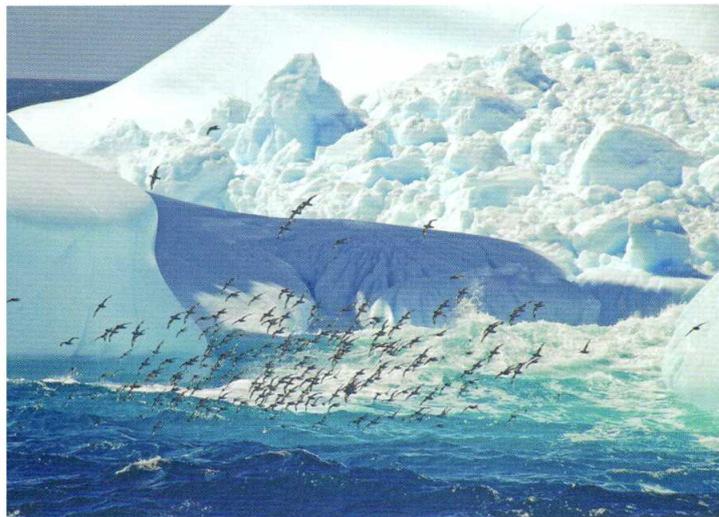
Hurtigruten

que desempeñan el papel de guías por las últimas fronteras del planeta. El comedor, por su parte, constituye una auténtica zona de descubrimiento: ahí se puede comer arenque, foca, salmón, bacalao fresco... y realizar cotidianas expediciones culinarias para conocer, de las manos de un chef experimentado, las recetas que caracterizan a las regiones del mundo por donde la embarcación se desliza.

EL VIAJE MÁS HERMOSO DEL MUNDO

Así fue calificado por la revista *National Geographic Traveller*, el *Coastal Express*, un crucero que recorre los fiordos noruegos y que hoy es una de las estrellas de Hurtigruten. En la temporada pasada, 550.000 personas decidieron vivir esta experiencia, un número

que promete crecer ahora que la compañía ha decidido programar salidas con guías en español, para captar al mercado latino. La expedición parte de Bergen, en la costa sur de Noruega, o de la instalación ártica de Kirkenes, situada al extremo norte, en la frontera entre Noruega, Finlandia y Rusia. La versión larga de esta aventura, que dura 16 días, toca 34 puertos en invierno y 35 en verano. Desde cada uno, los expedicionarios pueden participar en excursiones fascinantes. Desde un safari marítimo y un paseo



En esta expedición podrá recorrer la tundra en un trineo, disfrutar de un safari marítimo o pasear por la Galería de Hielo de Svolvær

66 DÍAS PARA ATRAVESAR EL MUNDO

De un polo al otro, el *MS Fram* y el *MS Nordnorge* revelan un mundo digno de los grandes exploradores. Navegando por los océanos Ártico y Atlántico, el Caribe y las aguas del Pacífico, la expedición parece una de las tantas sagas que narran las novelas del siglo XIX, donde los viajeros se aventuraban de hemisferio a hemisferio.

Desde Reykjavik, en la helada Islandia, hasta Tierra de Fuego, en la Argentina, estos cruceros viajan entre septiembre y noviembre, visitando Nueva Escocia y Nueva Inglaterra; puertos de Irlanda y Massachusetts; Florida, Nueva York y diversos puntos en el Caribe; destinos en Centroamérica (desde Belice y Guatemala hasta Panamá, atravesando el canal); y luego se enfilan hacia los puertos de Ecuador, Perú y Chile, hasta rematar en la Antártida.

Esta aventura de polo a polo constituye, para quienes tienen espíritu aventurero, una experiencia alternativa de atravesar el mundo en un viaje nada convencional.

por la Galería de Hielo de Svolvær, hasta una visita al Cabo Norte (espectacular formación de arrecifes) y una noche de canciones tradicionales noruegas, himnos y música clásica en la catedral ártica de Tromsø (llamada por algunos "El París del Norte").

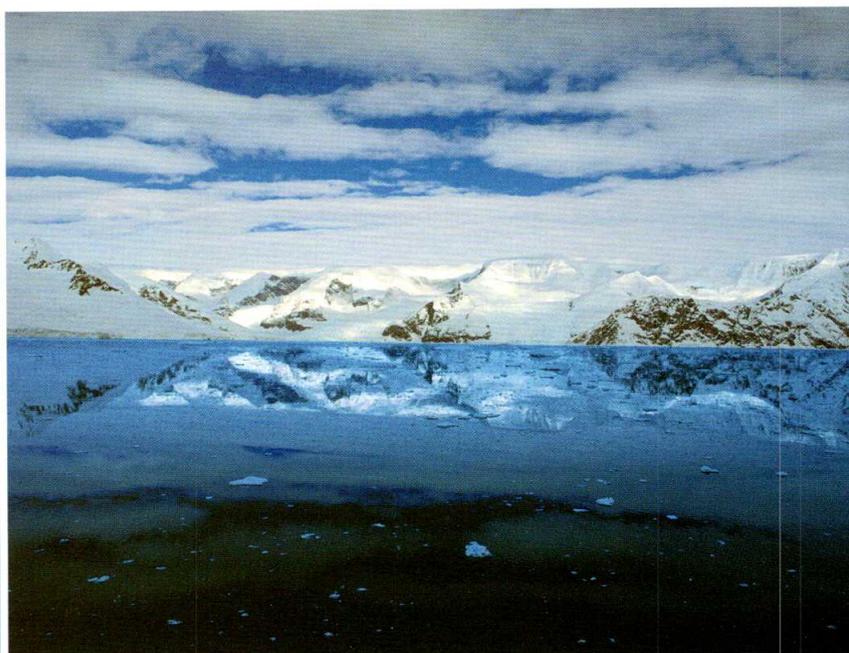
Hay quien dice que lo excepcional de la experiencia del *Coastal Express* radica, justamente, en sus excursiones, que abren la oportunidad de adentrarse en tierra y trabar contacto con un mundo distinto, desde la óptica latinoamericana.

En ese otro mundo habrá la posibilidad de averiguar cómo se recolecta agua de un glaciar, qué se siente al deslizarse en la tundra en un trineo jalado por perros, qué son los pigargos (águilas marinas muy grandes), qué es Polaria, un "lavvo" y una "trollius europea"... y hasta probar carne de reno seca.

Y junto a lo exótico, también se abre una puerta a la tradición de una aldea de pescadores establecida por el rey vikingo Olav I; a la historia de Alesund, hermoso pueblo estilo art nouveau; y a la exploración de grandes urbes, como Trondheim (la primera capital de Noruega), con su catedral gótica.

Pero, hay que decirlo, la sola travesía por aquellas heladas aguas bien vale la pena, porque conduce al descubrimiento de un paisaje absolutamente asombroso. La costa alberga a los fiordos noruegos, bañados por las legendarias aguas del Mar del Norte. Formados durante la última era glacial, estas maravillas naturales miden hasta mil metros sobre el nivel del mar y son simplemente impresionantes.

Al recorrerlos, el escenario descubre también campos de flores, impresionantes saltos de agua, cascadas (algunas de ellas declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO). Si se viaja en verano, habrá oportunidad de ser testigo del sol de medianoche; si la aventura se deja para el invierno, la aurora boreal (las "luces del norte") es una increíble compensación a tiempos más fríos.





EXPEDICIÓN AL CONTINENTE BLANCO

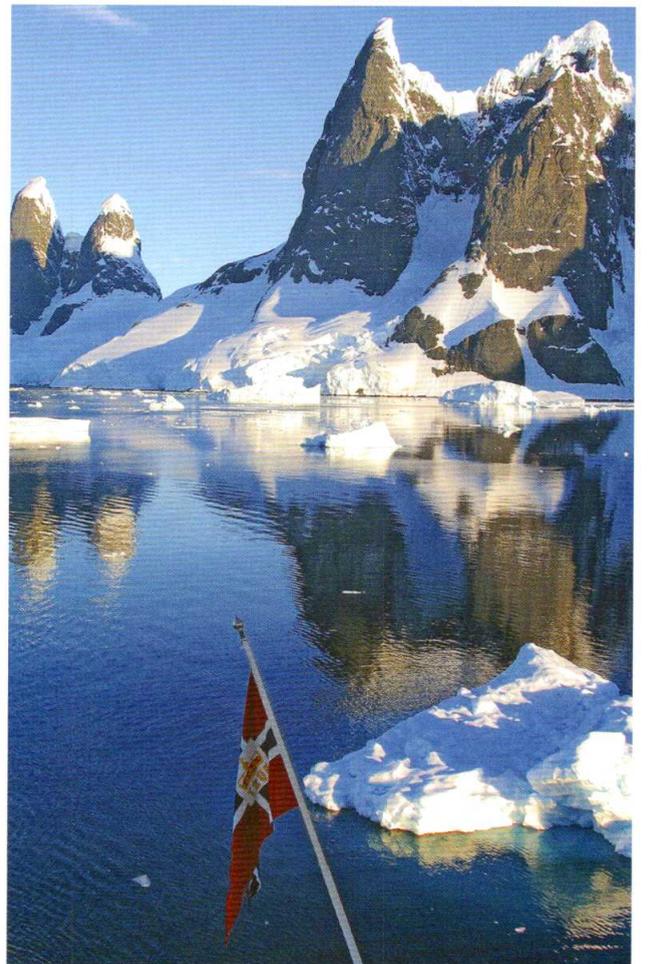
Aunque el viaje a la Antártida todavía no ha merecido el calificativo del viaje más hermoso del mundo, quienes han efectuado esta travesía en diversas líneas navieras aseguran que la experiencia no se olvida. Por eso, la expedición a la Antártida de Hurtigruten constituye otra de sus grandes estrellas. En este escenario silencioso, como aseguran sus promociones, "existe sólo una forma de vivir plenamente los paisajes congelados y la historia del Continente Blanco: a bordo de un barco de expedición".

La afirmación debe entenderse literalmente, porque quien se aventura en este rincón helado del mundo se acabará sintiendo como uno de esos exploradores de los programas de National Geographic. Y lo que descubrirá, principalmente, serán habitantes polares y pocos –muy pocos– seres humanos.

La travesía dura 17 días a bordo del *MS Nordnorge*, de Santiago a Buenos Aires, con guías de expedición, conferencias y descensos a tierra en botes *PolarCirkel*, diseñados para navegar aguas polares.

Este viaje es quizá la única oportunidad en la vida para sentirse Magallanes. Y es que la travesía lleva al navegante de Punta Arenas (Chile) hacia el Estrecho de Magallanes, entre glaciares, montañas nevadas y azulados fiordos. Y de ahí al avistamiento de aves y fauna marina, y al descubrimiento de acantilados de hielo y icebergs flotantes, montañas y plataformas de hielo... Uno de estos paisajes dejaría boquiabiertos a los conquistadores del siglo XVI, pues incluso hoy sigue deslumbrando a quien surca estas aguas.

Una vez entrenado como buen conocedor de la Antártida, su ecosistema y la historia de su exploración, el navegante termina su viaje con el disfrute de un paisaje extraordinario: el desembarque en Ushuaia, la ciudad más austral del mundo, plena de ríos, cascadas y montañas nevadas.★



TEATRO INCOMPARABLE DE PINGÜINOS, FOCAS, BALLENAS JOROBADAS, ORCAS, AVES Y ELEFANTES MARINOS, LA ANTÁRTIDA ATESORA MÁS DEL 90% DEL HIELO DEL MUNDO Y DEL 70% DEL AGUA DULCE DEL PLANETA

LA EXPEDICIÓN PUEDE CALIFICARSE COMO "EL VIAJE MÁS NATURAL DEL MUNDO". EL PROGRAMA INCLUYE 17 DÍAS Y PUEDE CONSULTARSE EN WWW.HURTIGRUTEN.CL

Café

digno de
paladares
refinados



"DE DISTINTAS REGIONES DEL MUNDO, ESTA BEBIDA NEGRA OFRECE UN CALIDOSCOPIO DE SABORES DIGNO DE PROBARSE"

POR LAURA MIER CARBONELL

ASÍ ES COMO LEONARD RAUWOLF, médico-botánico alemán que vivió durante 10 años en el Medio Oriente, describió la bebida que incursionaría en el mundo occidental para quedarse para siempre y convertirse en uno de los productos más vendidos de la era moderna y contemporánea: el café.

Y es que ¿quién no, alguna vez en su vida, ha tomado una taza de café, ya sea por el simple hecho de "mantenerse despierto" o, más delicadamente, para deleitarse con el aroma y sabor de un puñado de granos tostados? Además, ¿cuántas personas hay en este mundo que "no funcionan" si no tienen ese motor de color oscuro que los despierta para una jornada laboral?

Pero el café es más, mucho más que un "despertador con sabor". Los catadores expertos saben que un buen brebaje de este grano es tan digno de alabanza como un excelente vino y que puede alcanzar precios tan exorbitantes como los de una gran cosecha. La diferencia con los grandes caldos es que el café debe tomarse fresco, pues es cuando sus características son más apreciables: fragancia, aroma, gusto, olor, cuerpo y posgusto, que es lo que permanece después de beberlo.

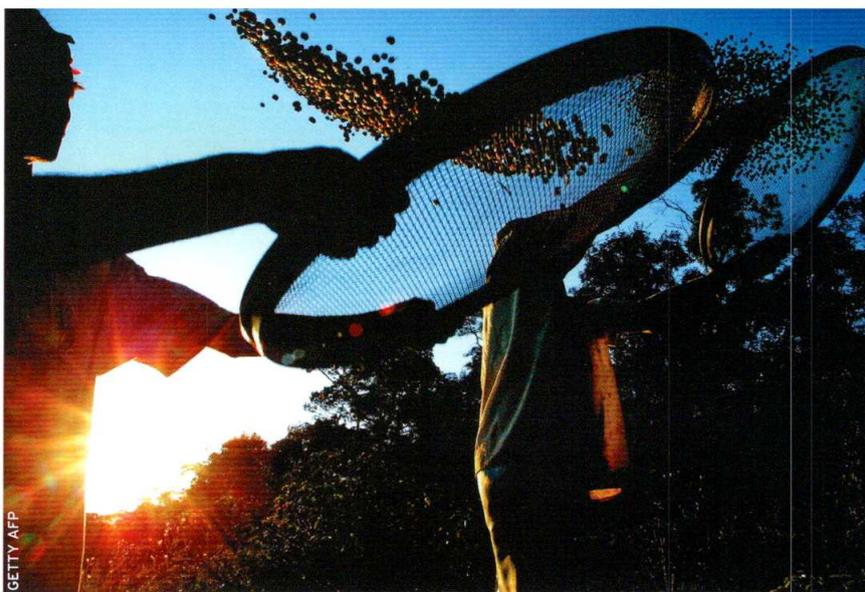
CON LA BENDICIÓN PAPAL

Cuenta la leyenda que el descubrimiento de estos frutos de color rojo se debe a un pastor de Abisinia (actual Etiopía) de nombre Kaldi, quien observó que sus cabras "se ponían algo inquietas" después de comer los pequeñas granos de un arbusto (el cafeto). Después de probarlos él mismo, comprobó que el efecto era estimulante y que renovaba sus energías.

Luego del descubrimiento de este pastor, las tribus africanas empezaron a moler los granos de café para elaborar una especie de pasta con la que alimentaban a sus animales y también ¡a sus guerreros! con el fin de aumentar sus fuerzas. Poco después, el cultivo se expandió hasta Arabia, donde se popularizó debido también a la prohibición del alcohol por el Islam.



GETTY NATIONAL GEOGRAPHIC



GETTY AFP



GETTY PHOTOGRAPHERS CHOICE

UN BUENA TAZA DE CAFÉ...

- Debe sus mejores atributos a las condiciones climáticas del lugar en donde se cultiva; por eso, los cafés gourmet no son de producción masiva
- Sin embargo, la posición geográfica no es sinónimo de calidad. Para ello, es necesario cumplir con un proceso productivo que garantice la excelencia del café. Este proceso va desde cómo cuidar la exposición de los granos a los rayos del sol hasta su recolección selectiva

Los mejores catadores del mundo establecen seis aspectos fundamentales para catalogar un café gourmet o no gourmet:

- 1. Fragancia.**
El olor de los granos después de molerlos
- 2. Aroma.**
Corresponde al olor del café, luego de sumergirlo en agua hirviendo
- 3. Gusto.**
El sabor del café
- 4. Olor.**
Los vapores producidos por el café cuando ya está en el paladar
- 5. Cuerpo.**
Cómo se siente el café en la boca
- 6. Posgusto.**
Los vapores y sabores que permanecen luego de haberlo degustado

Qahwa –que significa “vigorizante”– fue el nombre que recibió el pequeño fruto rojo, que tiempo después fue prohibido por los imanes ortodoxos y conservadores. Lamentablemente para ellos, la prohibición no sirvió de nada, pues la bebida era ya tan popular que la gente no dejó de beberla.

No fue sino hasta el siglo xv que la bebida negra trascendió las fronteras del mundo musulmán y llegó a Persia, Egipto, África septentrional y Turquía, en donde se abrió la primera cafetería, Kiva Han, en Constantinopla (actual Estambul), en 1475.

Gracias a la actividad comercial de los venecianos, el café llegó a Europa alrededor del año 1600, época en la cual se le aconsejó al Papa Clemente VIII que lo prohibiera, pues “representaba una amenaza venida de la tierra de los infieles”. Sin embargo, dicen que después de haberlo probado, el Papa no sólo decidió no prohibirlo sino que admitió que dejar el placer de esta bebida a los infieles sería una lástima.

A partir de entonces, el café empezó formar parte de la vida europea, principalmente de los monasterios, en donde los monjes lo utilizaban para mantenerse despiertos durante más tiempo.

La primera cafetería de Europa abrió sus puertas en Londres en 1652 y 18 años más tarde se abriría otra en Berlín. Poco a poco, el café fue adquiriendo popularidad y la demanda creció tanto que requirió de sus propios cultivos. En el Nuevo Mundo, las colonias establecidas en países como Brasil, Colombia y Jamaica ofrecieron tierras más adecuadas para este fin. A México llegó en 1792, procedente de Cuba.

LOS MEJORES DEL MUNDO

Actualmente son varias las naciones productoras de café, pero sólo algunas cuantas tienen el crédito de poseer los mejores granos. A este tipo de infusión no debe agregársele, por nada del mundo, ingredientes adicionales, como leche, azúcar o crema, pues esto arruina el sabor puro de la mezcla. Según la revista *Forbes* los más caros del mundo son:

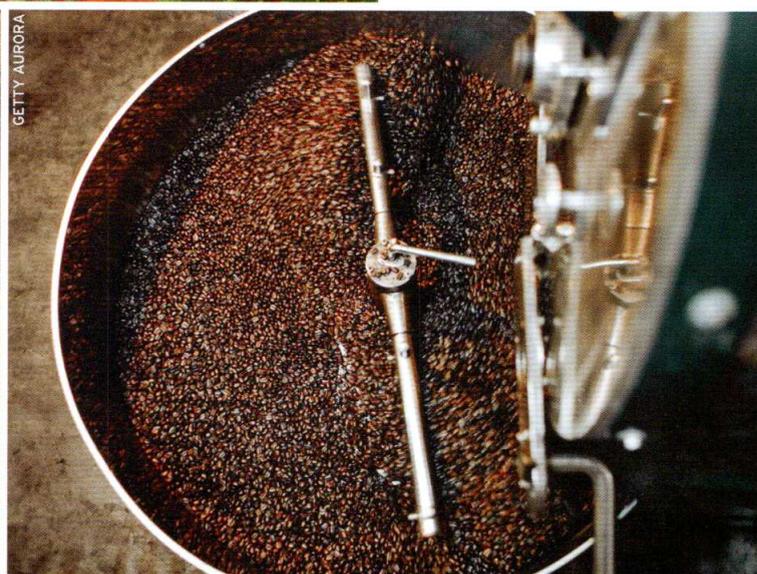
- **Island of St. Helena Coffee Company**, en la isla de Santa Elena (79 dólares por libra [una libra equivale a casi medio kilo: 453.9 grs]). Esta isla se encuentra ubicada a más de 2,800 kilómetros de la costa occidental de Angola, en África. El café que se cultiva ahí es una variedad de un grano proveniente de Yemen. La isla debe gran parte



LATINSTOCK MÉXICO



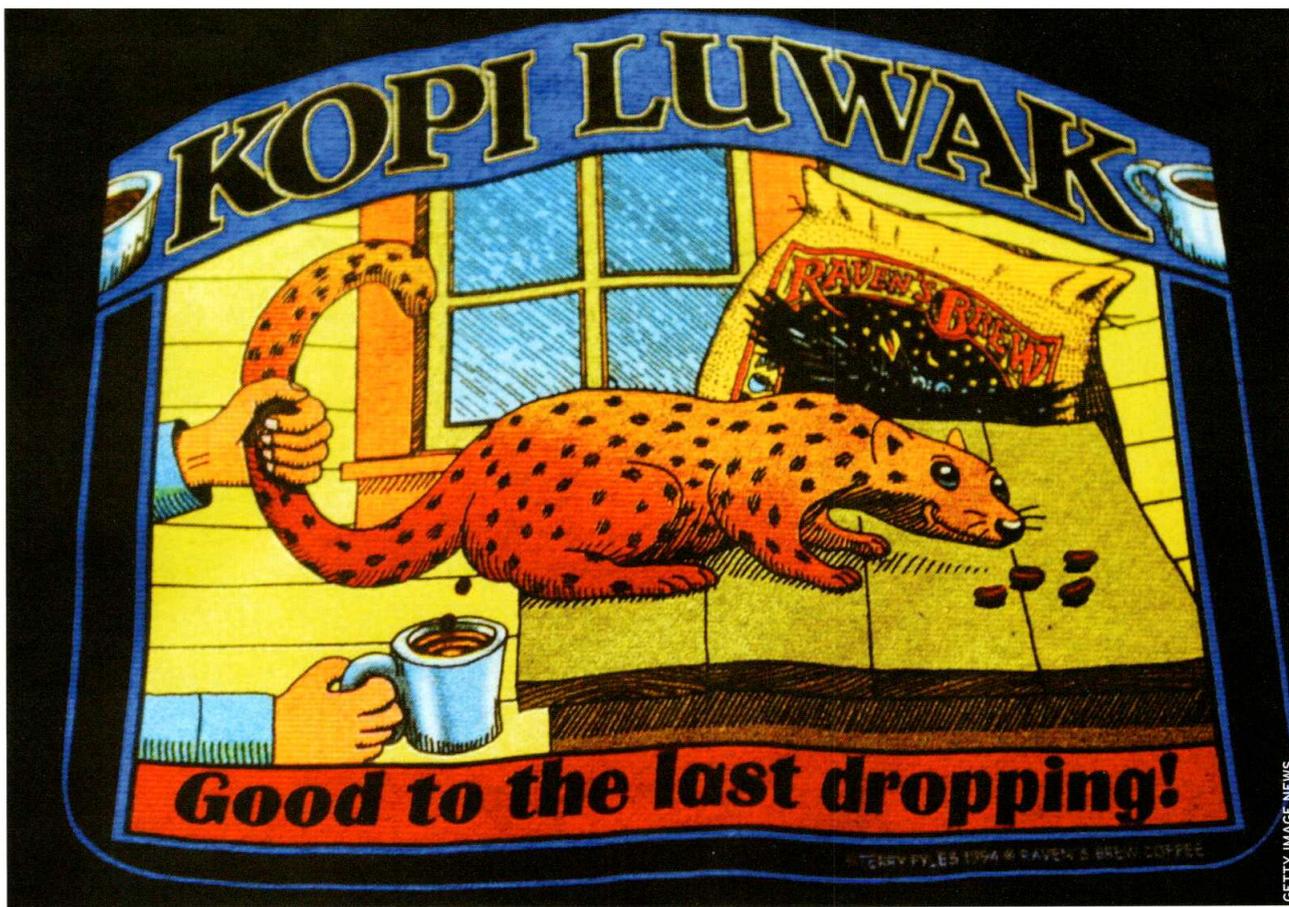
LATINSTOCK MÉXICO
GETTY AURORA



Existió una ley turca sobre el divorcio, que precisaba que una mujer podía separarse de su esposo si éste no le proporcionaba una dosis diaria de café

de su éxito como productor de café a Napoleón Bonaparte, quien aprovechando su exilio mandó sembrar los cafetos en ese territorio, donde moriría desterrado de Francia y en poder de los ingleses.

- **Fazenda Santa Inés, Minas Gerais, Brasil (50 dólares por libra en subasta).** Se trata del café mejor calificado por Cup of Excellence (www.cupofexcellence.org), pues obtuvo 95.8 puntos de 100. Comprar este café no es fácil porque sólo están disponibles algunos cuantos kilos en subasta o en el Caffe Artigiano, en Canadá.
- **Blue Mountain, Wallendorf Estate, Jamaica (49 dólares por libra).** Este café suele causar controversia por sus altos precios y sus calidad variable. Hay una cantidad considerable a la venta. Es característico por su aroma y sabor suaves. Aproximadamente el 85% de esta variedad se vende en Japón.
- **Los Planes Citala, El Salvador (40 dólares por libra).** Esta mezcla figura entre los primeros lugares de Cup of Excellence, puesto que obtuvo 93.5 puntos de 100; todavía no está a la venta.
- **Kona, Hawai (34 dólares por libra).** En 1820 los ingleses decidieron plantar los cafetos brasileños en el suelo volcánico de Kona, en Hawai. El café de esta zona es famoso por su sabor puro y suave.
- **Starbucks Rwanda Blue Bourbon, Gatere/Karengera, Ruanda (24 dólares por libra).** Todo empezó cuando, en 2004, Starbucks empezó a visitar distintas regiones de Ruanda hasta llegar a Gatere y Karengera, donde encontraron el lugar ideal para sembrar cafetos de gran calidad.
- **Yauco Selecto AA, Puerto Rico (22 dólares por libra).** Este país se caracteriza por tener un estándar de calidad que muchos envidian. Los plantíos



"¡Bueno hasta la última gota!" reza la publicidad del reconocido café Kopi Luwak, cuyo proceso de elaboración es por demás curioso

se encuentran en las montañas del suroeste de la isla. El café es famoso por su sabor delicado y por su suavidad.

- **Fazenda São Benedito, Minas Gerais, Brasil (21 dólares por libra).** Lo más característico de este café es su sabor a nuez y chocolate amargo. Es parte de una empresa familiar de productores originarios del sur del estado. Esta compañía tiene 10 variedades de cafés, todos ellos nombrados en la lista de Cup of Excellence de 2005.
- **El Injerto, Huehuetenango, Guatemala (50 o más dólares por libra).** Fue sembrado especialmente para la subasta de Cup of Excellence y ganó el primer lugar en 2006.
- **Hacienda La Esmeralda Geisha, Boquete, Panamá (104 dólares por libra).** Esta bebida rompió el récord en una subasta, pues alcanzó un precio muy elevado. Crece a la sombra del árbol de la guayaba y debe su buena fama a su característico sabor y aroma.
- **Kopi Luwak, Indonesia (160 dólares por libra).** Probablemente éste sea el café más famoso de todos, pues su característica forma de "procesarse" es por demás curiosa: el grano se obtiene después de ser ingerido por una civeta o gato de algalia (animal de la familia de los félidos). Tal parece que los granos pasan por el tracto intestinal, en donde son alterados quí-

¿CÓMO SER UN EXPERTO BEBEDOR DE CAFÉ?

A diferencia del vino que mejora con los años, el café debe tomarse lo más fresco posible. Según recomendaciones de los expertos bebedores:

- Debe tomarse inmediatamente después de haber sido preparado
- Se debe preparar luego de ser molido
- Se debe moler máximo a los siete días de haber sido sometido al tueste

micamente y pierden parte de su amargura; después son expulsados en las heces del animal y recolectados por la gente de la zona.

¿Y el café de origen nacional? A pesar de su alta calidad y su extenso cultivo (es uno de los diez principales cultivos nacionales), el grano mexicano no se cotiza en el mercado internacional como debiera ser; por el contrario, está subvaluado de su precio real. El café de Tapachula, Chiapas, o el de Coatepec, en el corazón de Veracruz, bien podrían competir con los mejores del mundo.

Quizá donde existen mayores oportunidades para los productores nacionales de alcanzar reconocimiento mundial es con el café orgánico (en el cual los cafetos se fertilizan con materiales preparados mediante compostas, sin aplicar insumos químicos). Actualmente esta variedad ya goza de éxito y prestigio entre la comunidad europea.

En suma, ya sea con el fin de despertar por las mañanas y disfrutar de una bebida revitalizante o por el placer de deleitarse con una taza digna de gourmets, el café llegó para quedarse. Barato o caro es una bebida que gusta por igual a los paladares más cotidianos que a los más refinados. ★





De la fábrica de sueños de Mercedes-Benz.

Las nuevas versiones de la Clase E, ¡a 12 meses sin intereses!*

► Estrena hoy mismo tu modelo 2009 con Mercedes-Benz Financiamiento⁽¹⁾
y haz tus sueños realidad.



E 63 AMG

*Plan de financiamiento a 12 meses sin intereses con 35% de enganche. Aplica para todos los modelos 2009 de la Clase E, excepto E 63 AMG y modelos Guard, en operaciones de crédito a través de Daimler Financial Services México S. de R.L. de C.V. CAT: 4.3%. Vigencia del 9 de junio al 30 de septiembre de 2008. Pregunte por los diferentes planes de financiamiento para los diferentes modelos. (1) Programa de Daimler Financial Services México S. de R.L. de C.V. La fotografía que aparece en esta publicación es de uso netamente ilustrativo y como referencia al modelo de que se trate. Mercedes-Benz México S. de R.L. de C.V. se reserva el derecho de cambiar las especificaciones y equipos sin previo aviso. Mercedes-Benz - una marca registrada.



HISTORIAS

ENTRE
CANALES

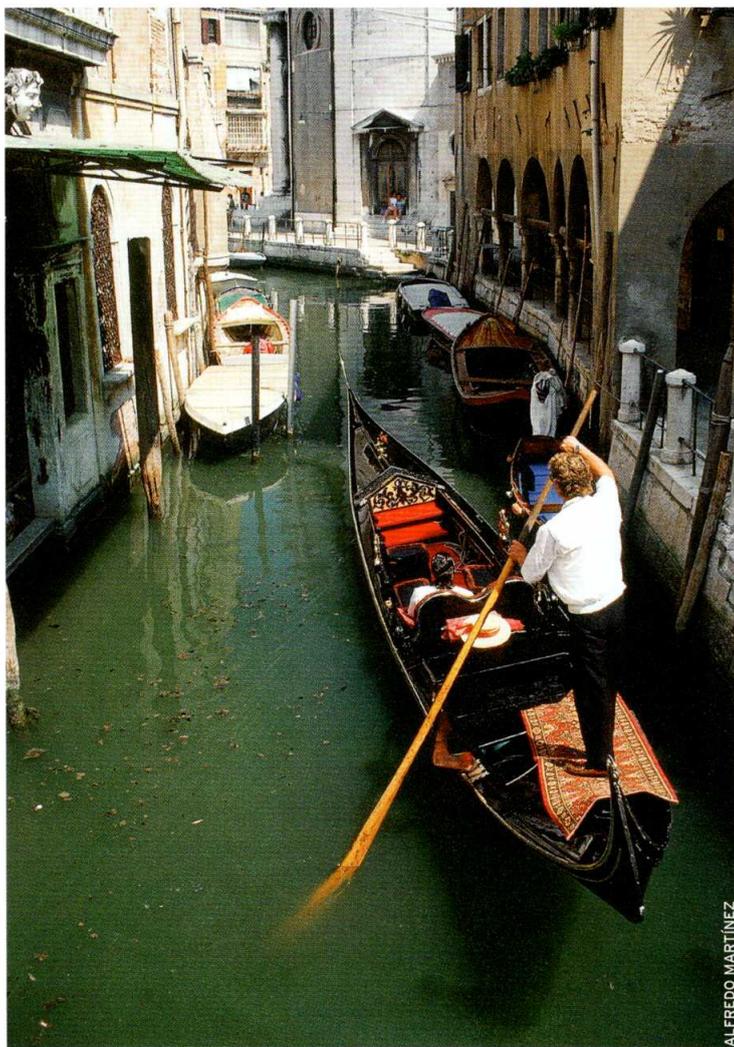
UNA TRAVESÍA POR LAS
VENECIAS DEL MUNDO



LATINSTOCK

MUCHOS DICEN QUE VENECIA ES ÚNICA Y QUE NO TIENE RIVAL EN EL MUNDO, PERO NO TODOS ESTÁN DE ACUERDO. EN LA MISMA EUROPA, EN ORIENTE, EN ÁFRICA Y HASTA EN NORTEAMÉRICA, HAY QUIEN INSISTE EN BAUTIZAR A OTRAS CIUDADES COMO "LA VENECIA DE ...". TODAS NAVEGAN SOBRE EL AGUA Y TIENEN UNA DEBILIDAD POR LOS LABERINTOS

POR DOLORES CARBONELL ITURBURU



ALFREDO MARTÍNEZ
LATINSTOCK



VENECIA, LA ÚNICA

En el siglo xv, un embajador francés aseguró que el Gran Canal de Venecia era, sin duda, la calle más bella del mundo. Varios siglos después, los palacios, plazas, canales y callejuelas de esta ciudad continúan levantando pasiones. No puede ser de otra manera cuando se tiene de frente la majestuosidad de la Plaza de San Marcos, su basílica y sus palacios; cuando se pasea por los alrededores del Puente de Rialto y su mercado; o se visitan sus restaurantes y comercios tapizados de máscaras, disfraces y muñecos de carnaval. Todo entre románticos puentecitos y canales.

Aquí vivió sus aventuras galantes Casanova; se pasearon sigilosamente ciertos vampiros de Anne Rice y legendarios personajes del gran teatro, escritores y artistas de todas las épocas. En ella también se han filmado aventuras de películas, y han ocurrido miles de encuentros y reencuentros románticos, reales y ficticios.

Como en un cuento de hadas, la ciudad se teje con góndolas, puentes, canales, construcciones señoriales, bellísimas plazas y mínimos callejones. Sus palacios datan del siglo xii al xviii y, tras sus paredes, es casi

natural imaginar el fru-fru de los vestidos y la danza de las máscaras durante las noches de fiesta. En sus calles señorean los laberínticos canales y es imposible orientarse; pero eso no importa. Sea cual sea el camino que se siga, los descubrimientos son constantes.

Nada más sorprendente que el corazón de Venecia latiendo con la apabullante belleza del conjunto que forman la Basílica, el Palacio Ducal (con su puerta gótica del siglo xv: La Porta della Carta) y la Plaza de San Marcos, que recibe al mar. A la vuelta, frente al océano, una nueva sorpresa: el Puente de los Suspiros. Aunque desde fuera este puente y su nombre evocan romances, en realidad guardan una historia siniestra. Construido en 1600 para unir al palacio con las prisiones estatales, los suspiros a que se refiere su nombre son los de los infelices presos que se quejaban al cruzarlo, antes de ser enterrados vivos en mazmorras de auténtica pesadilla.

Venecia también está orgullosa de sus góndolas, que surcan los canales de la ciudad desde el siglo xi, y de sus conciertos de verano en las iglesias.

Brujas siempre está envuelta en un halo mágico que le otorga el título de la "Venecia del Norte"

BRUJAS, LA MÁGICA

Si alguna ciudad compite en igualdad de circunstancias con la Venecia original, ésta es Brujas. Por algo su centro histórico fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 2000.

Brujas (del noruego antiguo *bryggia*, que significa puentes, muelles, atracaderos) es una de las joyas más visitadas de Europa, ya que combina edificios 'de encaje' con los hermosos canales que forman las aguas del río Zwyn. Pero Brujas estuvo a punto de perderse hace un milenio, cuando en el año 1050 la sedimentación fue cerrando su salida al mar. Por suerte, en 1134 una fuerte tormenta creó un canal natural que aseguró su crecimiento comercial.

A partir de entonces, esta ciudad veló por sí misma, conservando sus monumentos góticos, como el Begijnhof o beaterio (un tranquilo jardín), y sus iglesias: la de Nuestra Señora, la Catedral de San Salvador, la Basílica de la Santa Sangre, y Belfort, un famoso campanario gótico cuyas 47 campanas ofrecen hermosos conciertos nocturnos durante el verano.

Brujas se visita a pie, en coche de caballos o navegando sus canales, atravesados por más de 50 puentes que trazan intrincadas ramificaciones y pequeñas plazas. Y aunque laberíntica, siempre ha sido una ciudad apacible, aun en sus momentos de gran auge comercial, particularmente entre los siglos XIII y XIV.

Hogar de pintores como Jan Van Eyck y Hugo Van der Goes, Brujas se organiza a partir de dos puntos clave: el Grote Markt o Plaza Mayor y la Plaza Burg. Si sólo estará unas cuantas horas en la ciudad, no se pierda el tramo del canal de Burg a la iglesia de Nuestra Señora.

También debe visitar la Brugs Beertjes, (con más de 200 tipos de cerveza), saborear las pralines y chocolates (Godiva, el más famoso), e ir de compras de encajes y lanas. Los museos imperdibles son el Groeninge, para los amantes de la pintura flamenca, y el del Diamante. Y ponga en la agenda la cervecería De Gouden Boom y la de Halve Maan, con su propio museo y su especialidad: la cerveza Straffe Hendrix.



GETTY IMAGES ROBERT HARDING WORLD IMAGERY

AMSTERDAM, LA PERFECTA

Pocos lugares han usado su entramado de islas y canales de forma tan ordenada, creativa y artística como Amsterdam, una ciudad que remite a la perfección. Jardines impecablemente cuidados, calles bien trazadas y canales flanqueados por tulipanes conforman un mundo como de postal.

La visión estética abarca, naturalmente, sus edificios. La construcción de las casas de la capital holandesa se apoya en un sistema que el Ayuntamiento reguló en 1565, y es por eso que muchas fachadas parecen inclinadas hacia delante. Este método obedece a motivos estéticos (la fachada puede verse desde el muelle) y funcionales (cuando se suben fardos con polea, la cuerda queda separada de la pared). Para completar el cuadro estético, las casas ostentan rótulos de piedra (los *gevelsteen*), bajorrelieves con frases y estampas.

Dentro de toda esta belleza destacan, por sus colores, un mercado de flores flotante en el Canal Singel; el Rijksmuseum o Museo Nacional; el Vincent van Gogh Museum; diversos edificios de la época dorada de la ciudad; la Iglesia Westerkerk; la casa de Rembrandt y la de Ana Frank, porque aquí vivió la niña judía cuyo diario la convirtió en leyenda. Otro lugar característico son los cafés (*bruincafé*) y las 2,400 casas-barco que surgieron en la década de los 50 luego de un fuerte incremento

en el costo de la vivienda. Estos hogares, un atractivo turístico de la ciudad, fueron legalizados y regulados en los años 70. (Por cierto, no hay que confundir los *bruincafé* con los *coffeeshops*, ya que las malas lenguas dicen que estos últimos se dedican más bien a la venta legal de marihuana y sustancias alucinógenas).

Quizá el mayor atractivo es la mezcla intangible entre un viejo mundo ya desaparecido y una suerte de *new age funk*, que imprime un inconfundible sello de modernidad europea. Ello le ha valido ser reconocida como una capital de la tolerancia y el librepensamiento. ¿Qué otro lugar hay donde se pueda disfrutar de una libertad tan completa? El singular ambiente es muy claro en la parte oeste, donde un anillo de canales aparece flanqueado por mansiones y calles adoquinadas.



EL MAYOR ATRACTIVO DE AMSTERDAM ES LA MEZCLA ENTRE UN VIEJO MUNDO DESAPARECIDO Y UN SELLO DE MODERNIDAD EUROPEA. EL SINGULAR AMBIENTE ES MUY CLARO EN LA PARTE OESTE, DONDE UN ANILLO DE CANALES ES FLANQUEADO POR MANSIONES

SUZHOU, LA JARDINADA

Un viejo proverbio chino dice: "Existe un paraíso en el cielo. En la Tierra están Suzhou y Hangzhou". Tiene razón. Suzhou es un auténtico edén oriental localizado en la parte baja del río Yangzi, a orillas del lago Taihu, y a menos de dos horas viajando por carretera de la cosmopolita Shanghai.

Cuna de la cultura Wu, Suzhou es una ciudad antigua poblada de fantasmas que datan del año 514 a.C, cuando el rey Helu estableció La Gran Ciudad de Helu, antiguo nombre de Suzhou.

Estratégicamente situada dentro de las rutas comerciales de la época, el esplendor económico permitió adornar la ciudad con jardines privados, la mayoría de los cuales fueron construidos durante las dinastías Ming y Ching. Esos mismos jardines, devastados por desastres y luego por la invasión japonesa en 1938, fueron restaurados a partir de la década de los 50.

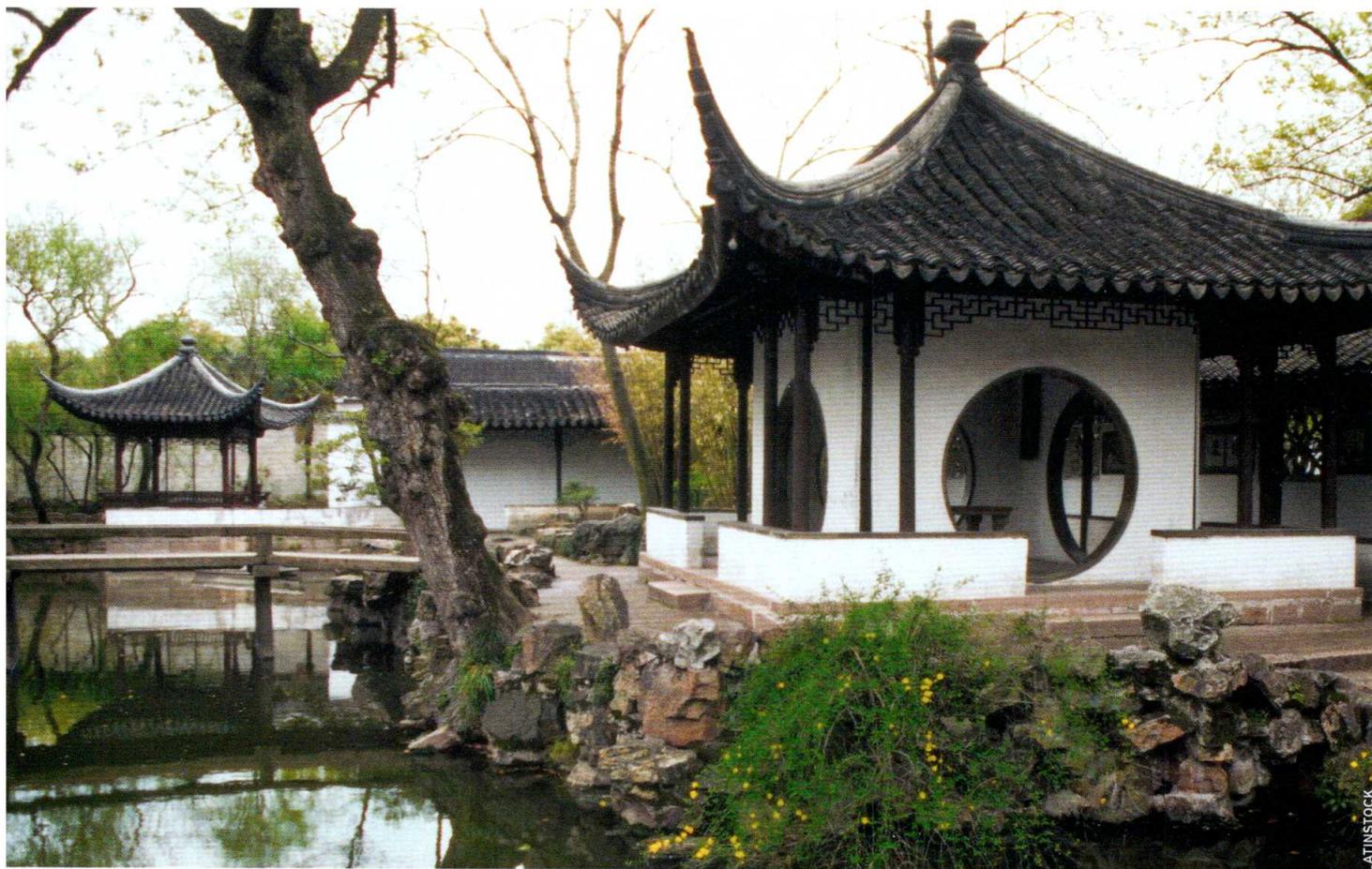
En 1997 los Jardines Clásicos de Suzhou recibieron su reconocimiento como Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO. De hecho, los hermosos espacios verdes

se han convertido en el principal atractivo de Suzhou y la distinción del organismo ha puesto en segundo plano los canales que recorren la ciudad y que le han dado el calificativo de la "Venecia de Oriente".

Si en un tiempo fueron propiedad privada, hoy el viajero puede visitar estos mágicos canales y jardines tranquilamente:

- El Jardín del Administrador Humilde (Zhuoizheng Yuan), que es de los más grandes, pues ocupa cinco hectáreas decoradas al gusto de un administrador de la dinastía Ming
- El Jardín del Pescador (Wangshi Yuan), el más pequeño –apenas de media hectárea–, pero también el más hermoso y el más proporcionado, el cual fue creado durante la dinastía Song
- El Pabellón de las Olas Azules (Canglang Ting), rodeado por un hermoso foso con agua. En su interior hay que visitar el Templo de los Quinientos Sabios, donde se encuentran esculpidas 594 imágenes que representan la historia de la ciudad. Otro lugar emblemático es La Colina del Tigre (Huqiu Shan), donde aparentemente está enterrado el rey Helu.

Un viejo proverbio chino dice: "Existe un paraíso en el cielo. En la Tierra están Suzhou y Hangzhou"



MOPTI, LA EXÓTICA

Aunque Mopti ha sido bautizada por algunos como la “Venecia Negra”, la realidad es que, salvo algún barrio inundado por las aguas, las similitudes se acaban con esto.

Situada en la unión de los ríos Níger y Bani, Mopti no será una ciudad de canales, pero sí es un puerto fluvial animado y bullicioso, flanqueado por edificios sudaneses y con una fuerte influencia colonial francesa. Entre la parte nueva y la zona vieja, sus campos de arroz y sus pantanos se inundan según la época del año y crean un ambiente como de película al estilo *Casablanca*. Por eso, como al Bar de Rick se acercaba quien pasaba por Casablanca, en Mopti hay que visitar el Bar Bozo en los laterales del puerto, para ver navegar a las pinazas (embarcaciones típicas de Mopti) y captar retratos de la vida cotidiana.

Mopti no es una ciudad de canales, pero sí es un puerto fluvial animado y bullicioso, flanqueado por edificios sudaneses y con una fuerte influencia francesa

Desde aquí parten barcos hacia Tombuctú (que sí existe) y Gao. Aquí también arriban comerciantes cargados con mercancías para la ciudad, que constituyen un espectáculo digno de filmarse. Entre los atractivos de Mopti están precisamente sus mercados. No deje de visitar el mercado de las Mujeres, donde se compran desde frutas y verduras hasta tallas de madera. O el mercado de Sougouni, con sus tiendas de artículos de cuero y baratijas. También está el mercado de la Artesanía, poblado de máscaras, figuras y puertas talladas.

LA OFERTA DE MOPTI ES CULTURAL Y ETNOGRÁFICA, Y GARANTIZA UNA INMERSIÓN TOTAL EN LOS USOS Y COSTUMBRES DEL ÁFRICA MÁS AUTÉNTICA





ADALBERTO RÍOS LANZ

FORT LAUDERDALE, LA MODERNA

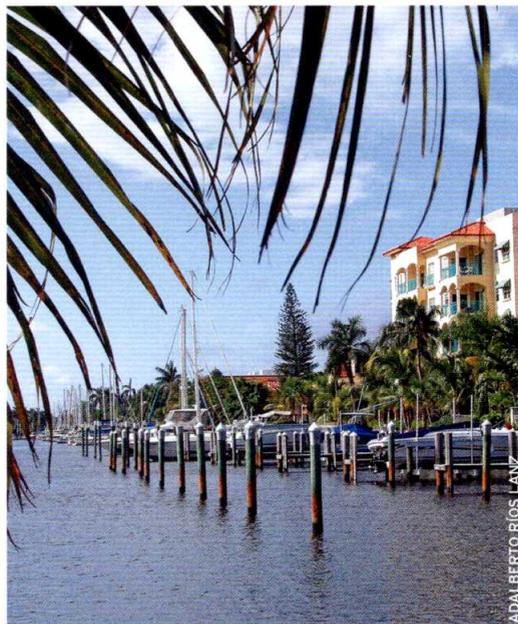
Indudablemente es la más moderna de las "Venecias del mundo" y es un visitado destino turístico con todas las comodidades norteamericanas. Localizado en el sureste de la Florida, entre Miami y Palm Beach, el destino se teje por una gran cantidad de canales intercosteros navegables.

Pero es el Pasaje Intercostal (que separa la zona de playa del centro de Fort Lauderdale) el que lo elevó a la categoría de "Venecia de América". Su creación se realizó excavando una serie de complicados canales bordeados por espléndidas mansiones con yates anclados en sus patios.

Uno de los puntos más concurridos es, sin duda, el Boulevard Las Olas, ubicado en el Río Nuevo. Su fama se debe a que es el lugar de moda en la ciudad. Para quien desea más que buenos restaurantes y tiendas, el Museo de Arte y la Villa, el Museo de la Ciencia y el Descubrimiento, y el Museo Viejo Fort Lauderdale son la opción.

El nombre del destino deriva de una fortificación construida hacia 1838 en los bancos del Río Nuevo. Ese año, el mayor William Lauderdale lideraba un destacamento de voluntarios procedentes de Tennessee para capturar tierras agrícolas de la tribu de los seminolas. Hoy la única tradición que distingue a Fort Lauderdale es la Winterfest, una brillante procesión invernal de embarcaciones iluminadas.

Esta singular "Venecia" atesora parques y jardines inauditos: el Bonnet House Museum & Gardens, poblado de cisnes, monos, orquídeas y plantas exóticas; el



ADALBERTO RÍOS LANZ

Hugh Taylor Birch State Park, el cual se extiende entre las aguas del océano y las intracosteras, ideales para el senderismo o el deporte en canoa.

Y como estamos en los Estados Unidos, no puede faltar el shopping: 20 kilómetros al oeste se encuentra Sawgrass Mills, 'el coliseo de las compras', con más de 400 almacenes y tiendas.

Desde aquí se puede viajar a bordo de un aerobote para conocer el Parque Nacional Everglades, nombrado Patrimonio de la Humanidad y reserva de la biosfera por la UNESCO. Es un colosal pantano invadido de manglares y una riquísima variedad de flora y fauna. Cada año lo visitan alrededor de un millón de turistas.

Hay algunos estacionamientos y caminos en el parque; el más famoso es el Anhinga Trail, que permite observar de cerca aves como garzas y la aninga americana.★



EN EXCLUSIVA

Ignacio Deschamps

SU PRIMERA ENTREVISTA
COMO PRESIDENTE DE
BBVA BANCOMER

POR ULISES NAVARRO Y EDGAR APANCO
RETRATOS MAURICIO ORTIZ



“La educación financiera es una herramienta que debe acompañar a la bancarización del país”

A SUS 45 AÑOS DE EDAD ha llegado donde muy pocos, y la suerte nada tiene que ver. Más bien es el resultado de un trabajo constante y una férrea disciplina que él mismo se impuso hace más de dos décadas, cuando ingresó al fascinante mundo de los negocios.

Hablamos de Ignacio Deschamps González (ciudad de México, 1963), director general de BBVA Bancomer desde 2006 y presidente del Consejo de Administración a partir del 1 de septiembre de este año. Es, por si fuera poco, el primer directivo en asumir ambos cargos en el principal enclave de la institución financiera fuera de España.

En poco más de 20 años, Deschamps ha dado sólidos pasos y tomado decisiones certeras. Su trayectoria inició en 1985: cuando todavía era estudiante de ingeniería industrial en el Instituto Politécnico Nacional ingresó a Nacional Financiera. Decidido a continuar su preparación, hizo una atinada elección, pues al tiempo que estudiaba su maestría en administración en The George Washington University, empezó a ejercer responsabilidades directivas en el Banco Interamericano de Desarrollo. Su regreso a México fue de la mano de Bancomext, donde llegó a ser director ejecutivo de Banca de Inversión.

A Bancomer ingresó en 1993, cuando el banco todavía ostentaba su bandera verde y amarilla. Ahí, desde la dirección de productos de Banca Hipotecaria, enfrentó la crisis que sacudió al país —en especial al sistema bancario— a fines de 1994. Su desempeño lo llevó a nuevas posiciones, entre ellas director Hipotecario, director de Desarrollo de Negocios y director general de Banca Comercial.

En 2006 se convirtió en el primer mexicano al frente de la dirección general desde que la institución española adquirió Bancomer, pero 2007 fue decisivo, pues se hizo de dos vicepresidencias: la de la Asociación de Bancos de México (ABM) y la del Consejo de Administración de BBVA Bancomer.

Este año, cuando la banca mexicana se está mostrando sólida ante un entorno mundial hostil, BBVA Bancomer anunció la jubilación de Héctor Rangel Domene y la llegada de Ignacio Deschamps a la presidencia del Consejo de Administración. Méritos para ser el nuevo director sobran. Como señaló



en su oportunidad el presidente del grupo financiero, Francisco González, su designación es “un reconocimiento a su trayectoria y compromiso”.

Merecidamente, la distinción también llegó por parte de su *alma máter*, pues en mayo pasado recibió la presea Lázaro Cárdenas, máximo reconocimiento de la comunidad politécnica a sus académicos, investigadores y egresados.

Si su antecesor consolidó a BBVA Bancomer como el líder de la banca mexicana, a Deschamps le corresponde seguir demostrando que el enorme corporativo al sur de la ciudad de México es, en realidad, un macrocentro de innovación donde se crean diferentes productos financieros que mantienen a la compañía como la número uno en el país.

LOS NÚMEROS DE BBVA BANCOMER

- Más de 1,860 sucursales y 5,435 cajeros automáticos
- Más de 15 millones de clientes y 35,912 empleados en el país
- En cuentas de ahorro tiene una participación de mercado de 62%
- En créditos para nuevas hipotecas tiene el 37.3% (primer lugar nacional)
- En seguros tiene el 40.2% de primas directas totales (primer lugar nacional)



“La solidez de BBVA Bancomer nos permite afrontar la situación actual con una visión de largo plazo y mayor estabilidad”

Ahí, en esa fábrica de ideas, Ignacio Deschamps (cuyo perfil coincide con la nueva generación de banqueros mexicanos) recibió a **CEO Club** en una cómoda oficina con vista a un área verde que se antoja imposible en esta ciudad.

¿Cuál es su visión del momento que vive el sistema bancario mexicano?

La banca está viviendo un momento muy importante. La estabilidad económica de México permite ofrecer soluciones a más personas, sobre todo de menores ingresos. El sistema está invirtiendo para ampliar sus redes, y eso se refleja en un creciente número de sucursales y cajeros automáticos, así como en mayores oportunidades para acceder a tarjetas y créditos.

¿Cuáles son los grandes retos, sobre todo en el ciclo actual, donde la economía mundial viene a la baja?

Sin duda, el sano desarrollo del crédito es un primer reto, pues otorgado de forma cuidadosa y responsable reduce el impacto de la desaceleración. El crédito es una palanca que permite a las personas y familias mejorar su bienestar; a las empresas, desarrollar sus proyectos; y al país, hacerse de mayor infraestructura.

Afortunadamente, en México las inversiones públicas y privadas avanzan a un buen ritmo, lo cual se refleja en tasas de crecimiento de la economía que podrían llegar al 2.5%, mientras que en Estados Unidos difícilmente alcanzarán el 1%.

Pero hay otros retos. Uno es la vivienda, que todavía necesita de otros 10 años con este mismo ritmo de construcción y otorgamiento de créditos (más de 700 mil viviendas por año). Aquí Bancomer es protagonista al otorgar tres de cada 10 nuevas hipotecas del total de bancos y Sofoles.

También está el turismo, con una actividad importante por parte de inversionistas nacionales y extranjeros, y la infraestructura. El gobierno acertó al lanzar el Plan Nacional de Infraestructura, y la banca y los inversionistas privados están interesados en acompañar esos proyectos a través de licitaciones en las que se defina quién construirá la obra y con qué tipo de financiamiento e institución. Aquí Bancomer también es un jugador importante.

Ante la crisis actual, ¿cómo logró la banca mexicana no verse tan afectada?

Aunque se trata de una crisis financiera mundial, no tiene el mismo impacto en todos los bancos. Es un problema muy centrado en Estados Unidos, cuyas instituciones bancarias estuvieron expuestas a activos hipotecarios subprime o de alto riesgo. Como el grupo BBVA no participó en esos procesos, su liquidez no se vio afectada; al contrario, mantenemos una excelente liquidez y niveles de capital sólidos.

Hoy el grupo está enfocado en nuestros clientes, mercados y negocios, no en gestionar una crisis ni en recuperar activos ni en conseguir mayor capital.

“No debemos subestimar un entorno económico con señales de desaceleración, pero sí podemos mantener la dinámica de crecimiento. En eso estamos enfocados”

¿Ya vencimos el miedo a las crisis?

Es un tema que debemos superar psicológicamente y en la práctica. Seamos objetivos: llevamos más de 14 años de estabilidad económica y de crecimiento consistente. ¿Cuándo nos había pasado que en un ciclo negativo México creciera más del doble que Estados Unidos?

Tenemos una macroeconomía sólida que nos permite fijarnos otras metas, como invertir en infraestructura para aumentar la competitividad de las empresas y de esa manera aprovechar los mercados que tenemos al norte, al sur y en Europa. Durante la crisis mundial actual, los países emergentes se están viendo fortalecidos.

¿Podemos decir que la banca mexicana vive una época estable?

Sí; es sólida. La regulación se ha perfeccionado, el nivel de capitalización es alto y se ha invertido en infraestructura con la finalidad de manejar adecuadamente los riesgos de crédito y de mercado. Eso sí, se debe prestar más atención a la solvencia de las instituciones bancarias.

Hoy vivimos un explosivo proceso de bancarización en México. ¿Cuál debería ser la estrategia que lo acompañe?

Sin duda, la educación financiera, para formar ahorradores de todos los niveles sociales y personas responsables que entiendan que el crédito es sinónimo de confianza. Nosotros nos aliamos con el MIDE (Museo Interactivo de Economía) para impartir talleres gratuitos sobre tarjetas de crédito, ahorro, retiro y salud crediticia.

Estamos desarrollando contenidos prácticos que podemos llevar a empresas, universidades y portales de internet.

Este tipo de iniciativas resulta novedoso en nuestro país. Para BBVA Bancomer, ¿qué importancia tiene la innovación?

Es fundamental. Al igual que en empresas industriales, en el grupo existe un área que desarrolla productos innovadores. Recientemente fuimos reconocidos como una de las firmas más innovadoras de México y aprovechamos nuestra presencia en treinta y tantos países para recoger las mejores soluciones de distintas culturas.

En México hay mucho por hacer en medios de pago, por ejemplo. A los mexicanos nos enseñaron que las sucursales servían

LOS CONSEJEROS DE BBVA BANCOMER EN 2030

Con miras a formar nuevos cuadros directivos, desde hace cuatro años la institución lleva a cabo el Programa de Verano Universitarios, para los hijos de consejeros. En 2008 participaron 21 hijos de consejeros (que actualmente suman 544 en todo el país).

Aquí, jóvenes de entre 19 y 25 años conocen las diversas áreas del banco, gozan de una inducción a las principales áreas de negocio y asisten a ponencias sobre desarrollo comercial, mercados financieros y seguridad, así como a talleres de negociación empresarial, creatividad e innovación. Al interactuar de forma directa con directivos, se crea un sentido de pertenencia y lealtad.

para hacer pagos de 100 pesos o para recibir dinero. El costo de eso es carísimo. Muchas transacciones se pueden hacer en un cajero automático, en una tienda comercial, por teléfono o a través de internet. Por lo pronto, estamos trabajando en un nuevo sistema para que los pequeños comercios utilicen su teléfono celular y reciban pagos de tarjetas de crédito y de débito.

¿Qué otros programas han implementado? Sabemos que tienen nuevas ideas en materia de responsabilidad social.

Un programa muy importante es ‘Por los que se quedan’. Nos hemos percatado que en las familias de muchos migrantes hay desintegración familiar y social por una sencilla razón: como las remesas no les llegan todos los meses por la misma cantidad –y en ocasiones ni siquiera llegan–, los jóvenes tienen que abandonar sus estudios y son enviados a trabajar.

Pero no queremos que dejen la escuela, así que le damos mil pesos mensuales a cada familia para que los muchachos puedan continuar sus estudios, siempre y cuando nos muestren su boleta con más de 8.5 de promedio cada dos meses.

Ya hemos apoyado a más de 10,600 familias, y los empleados del banco somos padrinos y madrinas de estos jóvenes. Estamos presentes en 70 comunidades de los 10 estados con más migrantes.



“Tenemos más de 15 millones de clientes y queremos llegar a 18 millones en 2010”

Queda claro que, para usted, la educación es la clave. Hace un momento nos topamos con jóvenes que vienen al Programa de Verano Universitarios. ¿Cree que la educación es la piedra filosofal para el desarrollo de México?

Sin duda. La educación requiere que unamos esfuerzos públicos y privados y que cada quien tome un tema como bandera y lo desarrolle con calidad e impacto.

Está por iniciar una nueva etapa en su vida profesional. ¿Cuál es el objetivo de Ignacio Deschamps al frente de una firma de la talla de BBVA Bancomer?

Estamos comprometidos con la bancarización. A quienes tienen menores ingresos les damos productos adecuados, normalmente con pagos fijos. Más adelante, cuando conocemos su récord en el buró de crédito, les ofrecemos más opciones. Ante una competencia creciente de casas comerciales y empresas de microcrédito debemos asegurar la mejor solución.

Me gustaría que Bancomer fuera un banco relevante para todos los mexicanos, desde las empresas más pequeñas hasta las grandes corporaciones; desde los jóvenes que entran a la fuerza de trabajo hasta los clientes preocupados por la administración del patrimonio que construyeron a lo largo de su vida. Hoy tenemos más de 15 millones de clientes y nuestra ambición es llegar al 2010 con 18 millones.

SU NUEVO CORPORATIVO

El 23 de abril pasado, BBVA Bancomer anunció la operación inmobiliaria corporativa más importante en la historia de Latinoamérica: por 234 millones de dólares vendía su célebre edificio ubicado en avenida Universidad 1200 (con todo y estacionamiento anexo), la Torre Platino (Insurgentes Sur 1811) y el inmueble que albergaba a Hipotecaria Nacional (en la calle de Liverpool 88).

Simultáneamente adquiriría terrenos para sus nuevas sedes, ecológicamente amigables, con tecnología de punta y la certificación Leadership in Energy and Environmental Design (LEED).

El corporativo se ubicará ahora en el corredor financiero de Paseo de la Reforma; un segundo edificio, a 15 minutos de distancia, estará en el desarrollo Parques Polanco. ¿La inversión? Alrededor de 360 mdd.

El cambio de oficinas se llevará a cabo en los próximos años; mientras tanto, el banco permanecerá en sus sedes actuales, siendo el emblemático edificio corporativo de avenida Universidad la sede principal. Ahí residen 4,800 empleados, casi el 15% de los 35,912 que existen a nivel nacional. ★

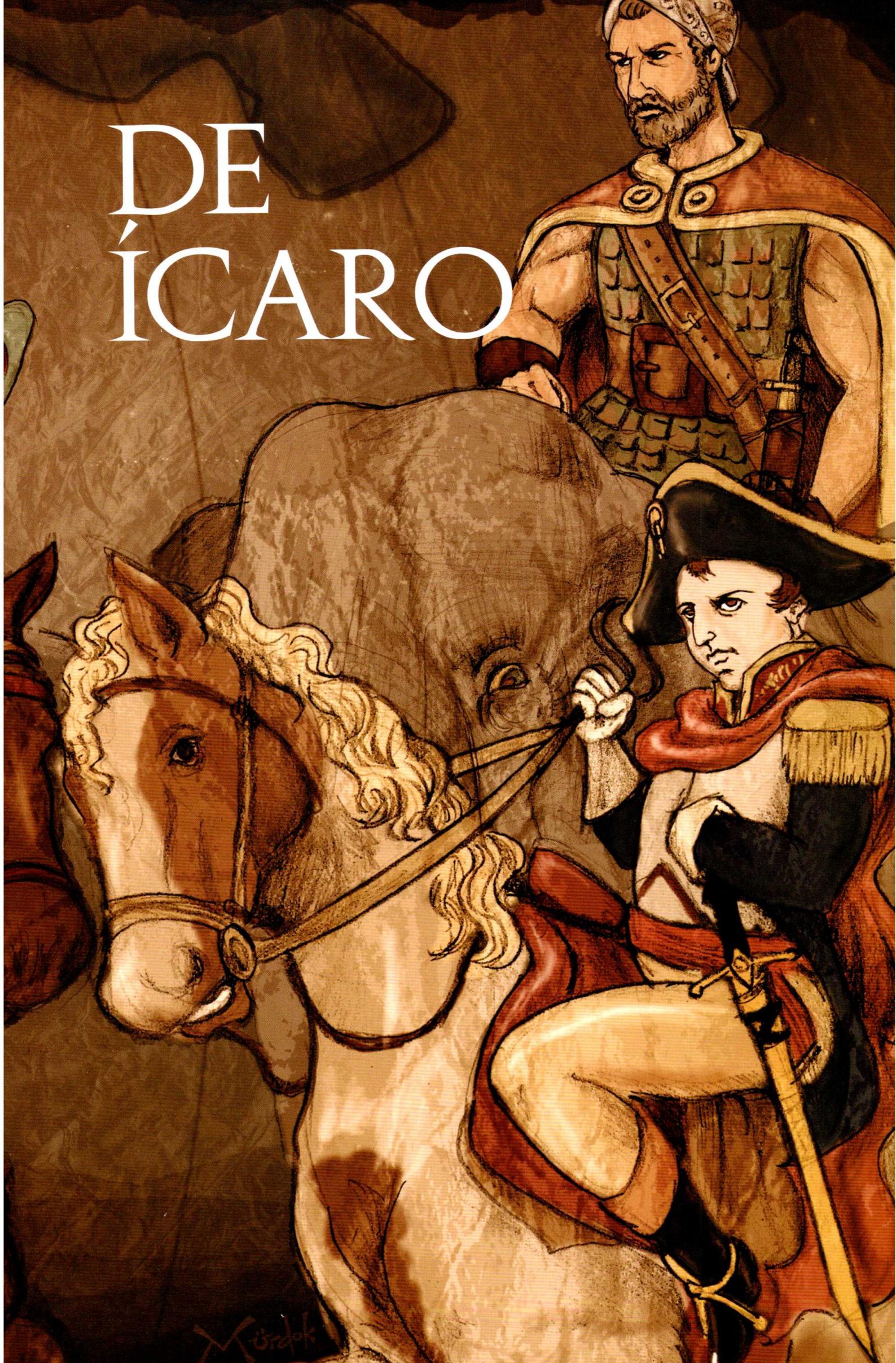
HEREDEROS

VENCEDORES EN BATALLAS, ESTRATEGAS CONSUMADOS Y AMBICIOSOS LÍDERES DE EQUIPO, LOS CONQUISTADORES COMPARTÍAN UNA CARACTERÍSTICA CON EL MÍTICO ÍCARO: SU CONDICIÓN DE MORTALES FUE EL ÚNICO OBSTÁCULO QUE LES IMPIDIÓ LLEGAR MÁS LEJOS Y ALCANZAR EL SOL

POR DANIEL BARRÓN
ILUSTRACIONES SALVADOR HERAS 'MURDOK'



DE ÍCARO





GENGIS KHAN

SOBERANO HÁBIL E INTELIGENTE, AL IGUAL QUE ALEJANDRO MAGNO RESPETÓ LAS CREENCIAS DE LOS PAÍSES QUE CONQUISTABA

GENGIS KHAN significa en mongol “el mayor de los gobernantes, el emperador de todos los hombres”. Nació alrededor del 1165, en la actual Rusia, bajo el nombre –no menos dominante– de Temujin o “acero afilado”. Su padre, Yesugei, era jefe de una extensa zona entre el río Amur y la Muralla China. Al morir envenenado, le sucedió Gengis Khan, que a la sazón tenía sólo 13 años. A partir de entonces y durante las siguientes dos décadas, conquistaría uno de los mayores imperios, que incluiría toda China y buena parte de Europa.

La epopeya de Gengis Khan inicia con la conquista de China. Hacia el 1200 ya había sometido a tres reinos, incluyendo la actual ciudad de Pekín. Lejos de sentirse satisfecho, comenzó la conquista de Kazajstán, y pronto venció sobre las ciudades más importantes como Bujara y Samarcanda (Uzbekistán), avanzando hasta Crimea (Ucrania) y Afganistán.

Bajo su mando e incluso desde antes, los mongoles cobraron fama de sanguinarios. Se decía que comían carne humana y que eran tan feroces que Gengis Khan mantenía a muchos de ellos atados como perros. También se decía que los soldados de sus ejércitos satisfacían su hambre de lo que encontraban en sus expediciones y, si tenían sed, bebían la sangre de sus caballos.

Pero eran exageraciones. Nadie, con tan sólo el uso de la fuerza bruta, puede conquistar territorios tan vastos. Gengis Khan fue un soberano hábil e inteligente que impuso la paz y el orden en sus dominios, acabó con las rivalidades tribales, creó nuevas vías de comunicación y, como Alejandro Magno, respetó las creencias de los países que conquistaba. En tan sólo 20 años, el Imperio Mongol se extendió desde Corea hasta el Mar Caspio. El 18 de agosto de 1227, Gengis Khan moría a consecuencia de las heridas sufridas al caer de un caballo.

Este recuento no estaría completo sin una valoración de las aptitudes de estos conquistadores. Si son un ejemplo a seguir, ¿qué virtudes debemos subrayar? Calificamos de 0 a 5. Empezamos con Gengis Khan, quien conocía al enemigo como nadie. A él le queda como anillo al dedo lo que dice *El arte de la guerra* de Sun Tzu: “Si utilizas al enemigo para derrotar al enemigo, vencerás donde quiera que vayas”.

Liderazgo: *****	Estrategia: ***
Popularidad: *****	Ética: ***
Planeación: ***	

JULIO CÉSAR

ESTRATEGA Y POLÍTICO SAGAZ,
FUE UN ESCRITOR EXCEPCIONAL.
LA GUERRA DE LAS GALIAS,
DE SU AUTORÍA, SE CUENTA
ENTRE LAS OBRAS MEJOR
LOGRADAS DEL LATÍN CLÁSICO

El famoso orador Cicerón fue compañero de escuela de Julio César, de modo que no es improbable que la máxima ciceroniana haya nacido del ejemplo de César: "Comprobemos mediante el valor, si es a ti o a mí a quien la fortuna le destina el imperio".

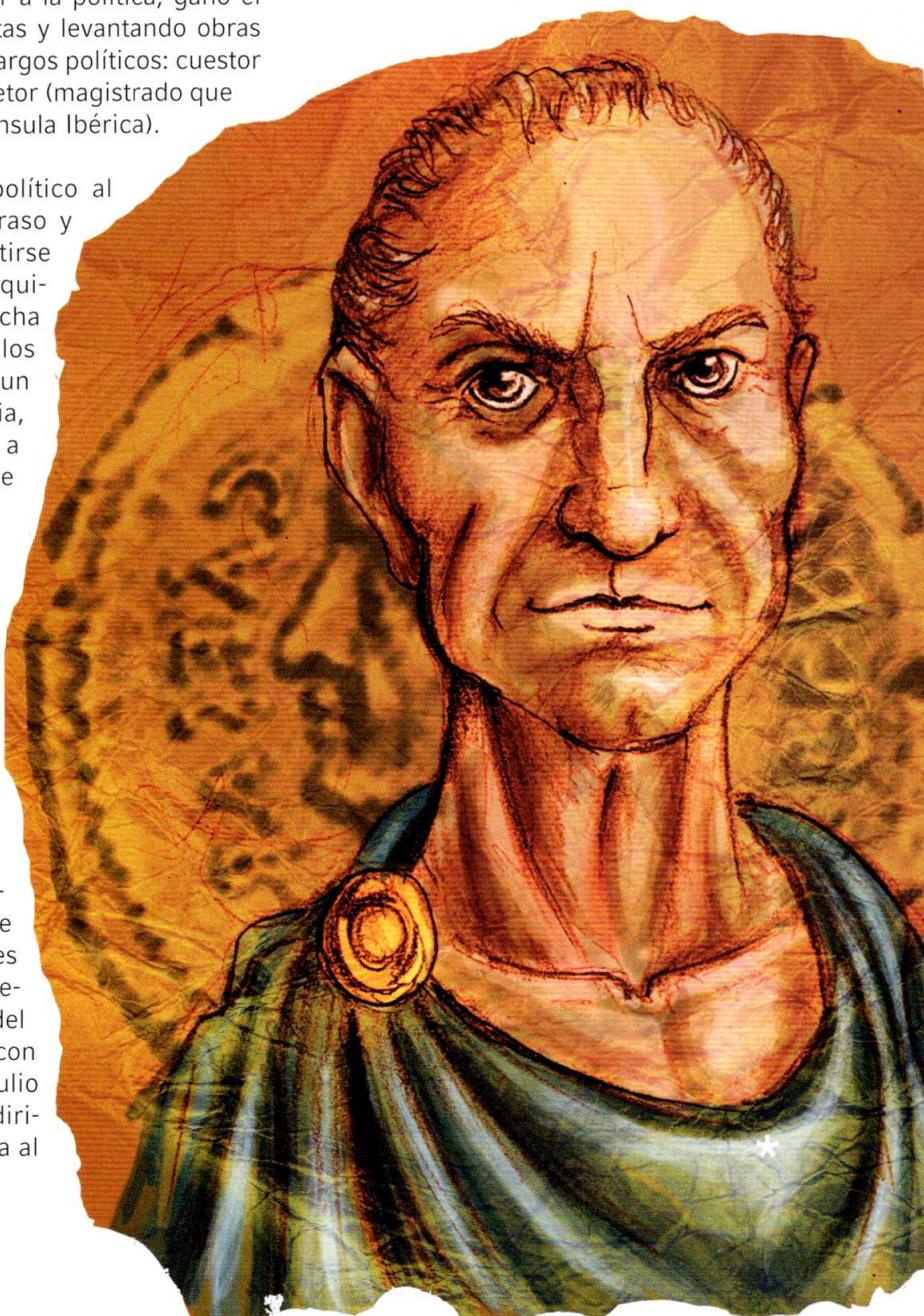
Liderazgo: ****
Popularidad: *****
Planeación: ****
Estrategia: ****
Ética: ***

PROCEDENTE DE una de las más antiguas familias romanas, los Julios, Gayo Julio César fue educado esmeradamente con maestros griegos. Nació en el año 100 a.C., el día 13 de un mes que los romanos conocían como *quintilis*, y que en su honor se convirtió en el mes de julio. Pasó una juventud un tanto disipada, pero en cuanto se decidió a entrar a la política, ganó el apoyo de la plebe, subvencionando fiestas y levantando obras públicas. En pocos años recorrió varios cargos políticos: cuestor (magistrado con carácter fiscal), edil y pretor (magistrado que ejercía jurisdicción) en Hispania (la Península Ibérica).

Julio César consiguió un gran éxito político al reconciliar a los dos líderes rivales, Craso y Pompeyo, a los que se unió para repartirse el poder formando un triunvirato. Este equilibrio duró poco: Craso murió en una lucha contra los partos, Pompeyo afianzó los territorios de Oriente y César dominó un vasto territorio que comprendía Germania, las Galias, y lanzó una expedición a Britania. Es decir, conquistó el centro de Europa y llegó hasta Inglaterra.

César se vio obligado a enfrentarse a Pompeyo, a quien el Senado apoyaba. La pugna con Pompeyo lo condujo a tres años de guerra civil. César atravesó el río Rubicón, límite de la Roma defendida por Pompeyo; recuperó Roma y llegó hasta Egipto persiguiendo a su rival. En tierra de los faraones conoció a Cleopatra, con quien tuvo un hijo.

Muerto Pompeyo, prosiguió la lucha contra sus partidarios. Y una vez dueño de la situación, acumuló cargos y honores que fortalecieron su poder personal: prefecto de las costumbres, jefe supremo del ejército, pontífice máximo y dictador con derecho de transmisión hereditaria. Julio César murió asesinado, en una conjura dirigida por Casio y Bruto, cuando se dirigía al Senado, el día 15 de marzo del año 44.





NAPOLEÓN NACIÓ en Córcega en 1769. Durante la Revolución Francesa estuvo bajo la protección de Agustín Robespierre, hermano del famoso revolucionario. Adquirió un amplio renombre al sofocar una sublevación contrarrevolucionaria apoyada por los ingleses. Pero al término de la Revolución fue despojado de todo lo que tenía debido a su filiación con Robespierre, y con 24 años se encontró sin oficio.

Después de su paso por la sección topográfica del Departamento de Operaciones combatió insurrecciones populares. De pronto se convirtió en un general peligrosísimo por sus dotes como estratega, tanto que el gobierno decidió enviarlo a una expedición a Egipto en 1798.

Napoleón regresó a Córcega, donde planeó un golpe de estado con la ayuda de su hermano Luciano. Consiguió derrocar al gobierno y se nombró a sí mismo Emperador. Su imperio fue una constante lucha contra las monarquías europeas; sin embargo, para 1810, los únicos países que aún no había dominado eran Rusia y Gran Bretaña.

En todo su imperio los derechos feudales fueron abolidos y se implantó la igualdad jurídica según el modelo de su Código Napoleónico, raíz de los actuales derechos occidentales. "Si hubiera dispuesto de tiempo, muy pronto habría formado un solo pueblo y, cada persona, al viajar por cualquier parte, siempre se habría hallado en su patria común", aseguraba.

En la campaña de 1812 contra el zar Alejandro I, Napoleón llegó hasta Moscú, donde perecieron casi medio millón de sus hombres debido al invierno ruso, al hambre y al hostigamiento del enemigo. Entonces toda Europa se levantó contra el dominio napoleónico. En 1813, perdió en Leipzig la "Batalla de las Naciones", y fue enviado a la isla italiana de Elba. Pero con 45 años todavía se sentía un hombre capaz de hacer frente a Europa. Regresó a París con sólo un millar de hombres y, sin disparar un solo tiro, volvió a hacerse del poder. Finalmente fue derrotado en Waterloo, en 1815. Se entregó a los ingleses, que lo deportaron a Santa Elena, un perdido islote africano, donde murió en 1821.

NAPOLEÓN BONAPARTE

FUE EL ÚLTIMO GRAN CONQUISTADOR. ANTES QUE TIRANO O ESTADISTA, FUE EL CREADOR DE LEYES QUE AÚN RIGEN NUESTRA FORMA DE VIDA

Un dicho guerrero entre los antiguos griegos rezaba así: "Jamás consideraré a ningún hombre más fuerte que yo, mientras aún tenga la espada en mi mano". Bonaparte jamás se sintió vencido, y parte de su carisma residía en que sabía remontan sus derrotas y no se amilanaba ante imperios como Rusia o Inglaterra.

Liderazgo: *****
Popularidad: ****
Planeación: *****
Estrategia: *****
Ética: ***

ANÍBAL

AUDAZ, VALIENTE Y DECIDIDO
A CONQUISTAR LA PENÍNSULA
ITÁLICA, ATRAVESÓ LOS ALPES Y LOS
PIRINEOS A PIE CON UN EJÉRCITO DE
60 MIL HOMBRES Y 38 ELEFANTES

CARTAGO, la actual Túnez, fue fundada por los fenicios hacia el siglo XIII a.C. y pronto se convirtió en una república tan próspera y con un honorable cuerpo legislativo, que fue la envidia de la propia Roma. Y ello causó su desaparición. Aníbal nació en Cartago en el 247 a.C. y tras la muerte de su padre, Amílcar Barca, se vio obligado a asumir la jefatura del ejército. Desde Cartago Nova, la actual Cartagena en España, realizó las conquistas que lo llevarían a las puertas de la misma capital del Imperio Romano.

Hacia el 219 destruyó una de las ciudades aliadas de Roma, Sagunto, y atravesó el río Ebro, que señalaba el límite que romanos y cartagineses habían fijado a sus territorios peninsulares. En la primavera del 218, Aníbal dejó a su hermano Asdrúbal al frente de las tropas en Hispania y partió hacia Roma con un ejército de 60 mil hombres y 38 elefantes. Atravesó los Pirineos y los Alpes. Esta hazaña –hay que pensar que iban a pie– bastaría para reconocer su audacia y su valentía. Llegó a la llanura del Po, donde derrotó a los romanos, a pesar de las cuantiosas bajas en su travesía.

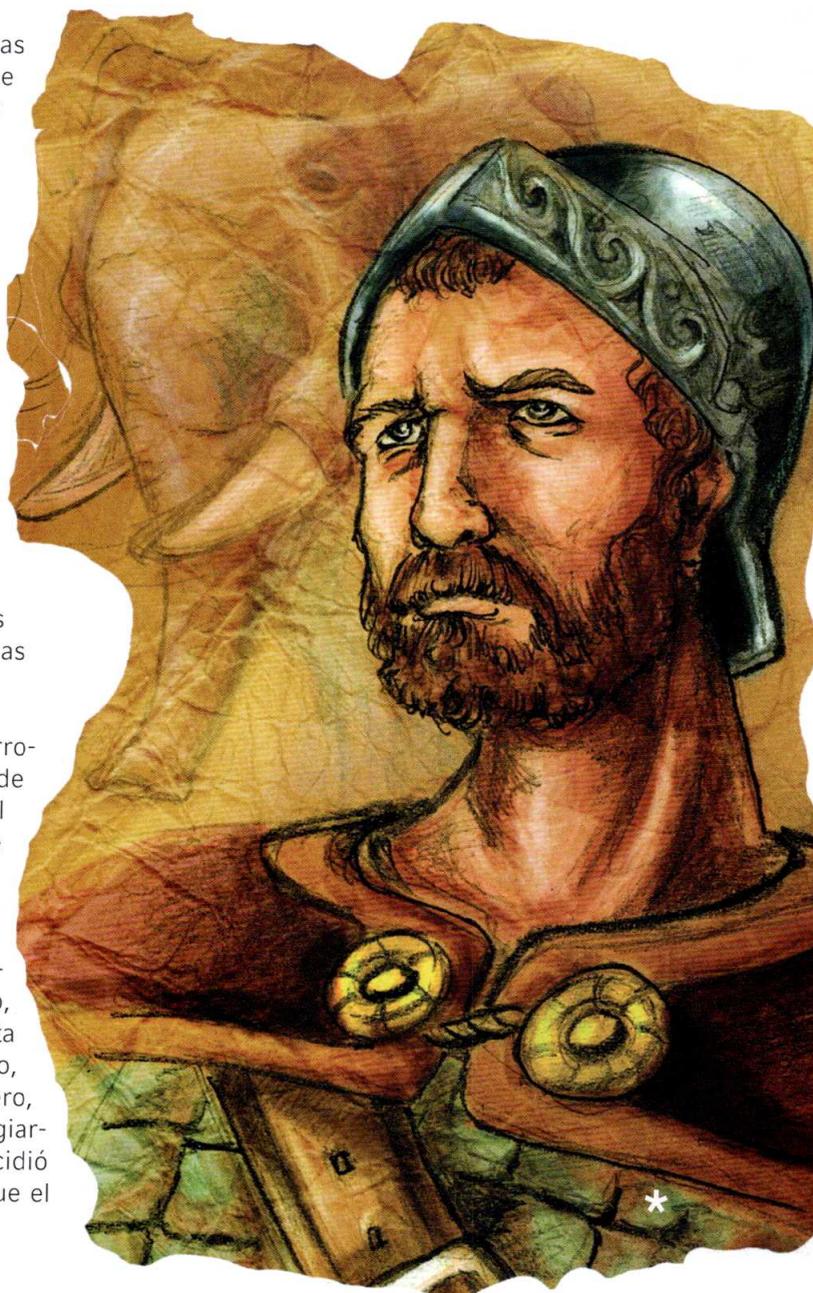
Al año siguiente tomó el control de la Italia central, con lo que la ciudad de Roma quedó a su merced. Uno de los grandes misterios de la historia es por qué, en lugar de continuar su avance hacia Roma, prefirió la conquista de otros territorios, como Cannas, donde venció a las tropas de Marco Terencio Varrón.

Su caída comenzó cuando su hermano fue derrotado y muerto por Claudio Nerón en la batalla de Metauro. De este modo, el ejército de Aníbal quedó sin posibilidad de refuerzos y en medio de pueblos sometidos por Roma, situación que fue aprovechada para los contraataques.

Uno de sus enemigos, Publio Escipión, desembarcó a su ejército romano muy cerca de Cartago, y venció a Aníbal en Zama (202 a.C.). Esta derrota marcó el fin del imperio cartaginés. Con todo, Aníbal intentó reconstruir el poderío militar, pero, perseguido por los romanos, tuvo que huir y refugiarse en Siria y luego en Bitinia (Turquía), donde decidió quitarse la vida en el año 183 a.C., para evitar que el rey Prusias lo entregara a Roma.

El estilo antiguo de la guerra consistía en “combatir con valor y no con astucia ni sorpresas y encuentros de noche, ni con huidas simuladas y contraataques inopinados”. Esta era la rectitud de Aníbal. Desgraciadamente, fue la causa de su fracaso ante la astuta Roma.

Liderazgo: ****
Popularidad: *****
Planeación: **
Estrategia: ***
Ética: *****





ALEJANDRO MAGNO

SU MITO ES TAN GRANDE QUE SE ASEGURA QUE ERA HIJO DE UN DIOS. LO CIERTO ES QUE CONQUISTÓ EL MUNDO CONOCIDO EN SU ÉPOCA

Un amigo de Alejandro quería persuadirlo de que aprovechara la noche y su oscuridad para asaltar por sorpresa a los persas. Alejandro replicó: "Prefiero quejarme de mi fortuna que avergonzarme de mi victoria". Un verdadero conquistador no quiere victorias a medias, pero tampoco acepta victorias ganadas con doblez.

Liderazgo: ★★★★★
Popularidad: ★★★★★
Planeación: ★★★★★
Estrategia: ★★★★★
Ética: ★★★★★

MUY JOVEN, Alejandro (nacido en Macedonia en 356 a.C.) sucedió a su padre, Filipo II, quien se había esmerado en darle una educación que lo preparara para reinar. Aristóteles fue uno de sus maestros y lo aficionó a los poemas de Homero, que lo llevarían a querer parecerse al héroe de *La Ilíada*, Aquiles.

Apenas hubo impuesto su autoridad entre los pueblos ya sometidos por su padre, se lanzó a la conquista del imperio Persa con un ejército de 30 mil infantes y 5 mil jinetes. Alejandro se impuso frente a la primera región persa y de inmediato se sucedieron otras victorias. Conquistó Siria, Fenicia, Egipto y Mesopotamia. Y llegó hasta la fortaleza de Persépolis, donde se hizo proclamar emperador. Siguió avanzando hasta incorporar a su imperio el actual Afganistán y la parte occidental de la India. Allí libró una importante batalla con el rey Poros, en la que además de perder a su amado caballo Bucéfalo, perecieron muchos soldados y los restantes se sintieron inseguros y se rehusaron a avanzar.

Como no podía ir solo, concibió entonces la idea de unificar a los griegos con los persas para crear un imperio donde se viviera bajo una sola cultura. Celebró un boda 'de Oriente y Occidente': los macedonios tomaron como esposas a mujeres persas y Alejandro mismo se casó con la hija de Darío III. Este imperio fue muy importante porque por primera vez se impuso una única moneda, lo que abrió las puertas de un amplio mercado, se construyeron carreteras y canales de riego y se adoptó una lengua común: el griego. Además, se fundaron nuevas ciudades, muchas de ellas con el nombre de Alejandría. Las había en Siria, en Mesopotamia y la más famosa en Egipto.

Con la temprana muerte de Alejandro, a los 33 años, víctima del paludismo, el imperio que había creado se perdió debido a las luchas de sucesión entre sus compañeros. Pero Alejandro ya había logrado lo más importante: hacer de la cultura griega un ideal al alcance del mundo conocido. ★

practica el fresh business



Frescura para un negocio muy rentable.
Hay una nueva forma de ver las cosas.

Hoy en día las compañías demandan más agilidad, flexibilidad, confiabilidad y el mejor retorno de sus inversiones. **Xerox Leasing de México** a través de sus planes de arrendamiento le permite adquirir la tecnología más avanzada sin necesidad de descapitalizarse a cambio de pagos fijos mensuales para que comience a disfrutar de un negocio muy fresco. Potencialice las oportunidades de crecimiento en su empresa, no sacrifique recursos inmovilizándolos para adquirir tecnología, haga rendir

su presupuesto concentrando su capital en otras áreas del negocio al mismo tiempo que goza de los beneficios de contar con tecnología actualizada. **Xerox Leasing de México** le brinda la solución adecuada a sus necesidades tanto tecnológicas como financieras; tenemos el traje a su medida. Acérquese hoy a **Xerox Leasing de México** y comience a practicar el fresh business conociendo la gran variedad de opciones que tenemos para refrescar su negocio.

Xerox Leasing de México



www.xeroxleasingmex.com.mx 01-800-337-0007

© 2008 XEROX CORPORATION. Todos los derechos reservados. Xerox® es marca registrada de XEROX CORPORATION utilizada por Xerox Mexicana, S.A. de C.V. como representante autorizado.

CEO board

BENEFICIOS Y PROMOCIONES PARA LOS SOCIOS



Manuel Arango

Comida privada - 11 de septiembre 2008

CEO Club

MANUEL ARANGO

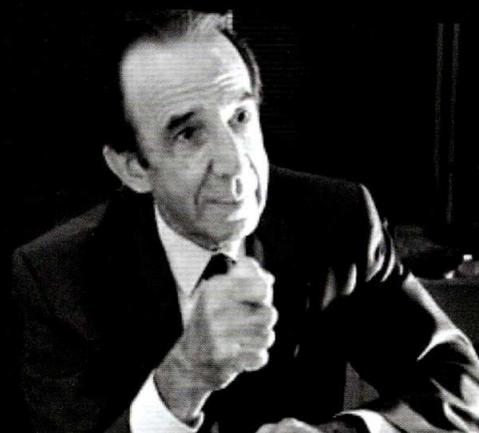
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Hotel Presidente Intercontinental

SALÓN: Castillo

HORA: 14:00 horas

FECHA: 11 de septiembre 2008



Con el interés de apoyar a nuestros Socios a continuar marcando el rumbo de sus empresas, CEO Club lo invita a una comida privada donde podrá convivir y compartir ideas en compañía de sus colegas con Manuel Arango.

Manuel Arango fue cofundador y socio del Grupo CIFRA (hoy Wal-Mart de México). En 1979 constituyó la empresa inmobiliaria Parque Reforma y recientemente el desarrollo turístico Costa Baja Resort & Marina, que actualmente preside, ubicado en La Paz, Baja California Sur. Desde el año 2005 es consejero del Grupo BBVA Bancomer.

Convencido del talento y potencial de la empresa, ha promovido en México y en Latinoamérica el tema de la responsabilidad social empresarial. De manera particular impulsó el distintivo ESR -empresa socialmente responsable-, otorgado anualmente por el Centro Mexicano para la Filantropía a empresas que se desempeñan con altos estándares sociales, ambientales y de vinculación con la comunidad.

Manuel Arango es Presidente Honorario del Consejo Consultivo del Agua y consejero de diversas instituciones y patronatos, entre los que se encuentran el Centro Mario Molina, la Fundación para las Letras Mexicanas, la Fundación BBVA Bancomer y Transparencia Mexicana, entre otras. En el ámbito internacional, es miembro del Consejo Directivo del Global Water Challenge, del Consejo Asesor Internacional del David Rockefeller Center for Latin American Studies de la Universidad de Harvard y del Patronato Internacional de la Fundación Amigos del Museo del Prado, en Madrid, España.

Ha producido diversos documentales entre los que destacan "Centinelas del Silencio", y "Clipperton, Isla de la Pasión". La Casa Real de los Países Bajos, a través del Príncipe Bernardo, distinguió a Manuel Arango con la condecoración ARCA DE ORO, por su participación en la protección de la naturaleza y el medio ambiente.

Debido al carácter de este evento, el cupo está limitado por lo que si es de su interés le pedimos nos confirme llamando al Centro de Atención a Socios al **(55) 2167-3201** o enviando un email a **servicioasocios@ceoclub.com** antes del 05 de septiembre del 2008

Marcando Rumbo®

BBVA Bancomer



Mercedes-Benz

Microsoft

PRESIDENTE
INTERCONTINENTAL
HOTELS & RESORTS

ups xerox

Privilegios

CEO Club

EN **CEO CLUB**, nuestro compromiso es ofrecerle constantemente lo más reciente, relevante y exclusivo del mundo de los negocios. Sin embargo, reconocemos que no todo es trabajo y por esta razón hemos establecido alianzas comerciales con reconocidas marcas de productos y servicios, nacionales e internacionales, con la única intención de poner a su alcance lo mejor de lo mejor en estilo de vida.

De los acuerdos comerciales alcanzados con nuestras Empresas Aliadas hemos diseñado atractivos beneficios para Usted, los cuales se integran en el **Programa de Privilegios CEO Club**. Para acceder a estos beneficios, basta con que presente su Tarjeta de Socio **CEO Club** en los establecimientos participantes de las Empresas Aliadas, pues estos privilegios no tienen ningún costo para Usted.

También le informamos que continuamente enriqueceremos nuestro **Programa de Privilegios CEO Club**, por lo que le sugerimos consultar con regularidad nuestra sección de **Beneficios y Promociones** en la página del Club: www.ceoclub.com. En esta ocasión, el programa ofrece los siguientes beneficios a través de sus Empresas Aliadas:



BANG & OLUFSEN

10% de descuento

En la compra de cualquier producto de la marca Bang & Olufsen.

* Compras realizadas en efectivo o con tarjeta de crédito.
El descuento aplica en los siguientes establecimientos:

- Periférico Sur 3335, San Jerónimo Lídice.
- Centro Comercial Santa Fe, local 604 piso 3, Santa Fe.
- Presidente Masaryk 506, Polanco.
- Calzada del Valle 113 Oriente, Garza García (Monterrey, Nuevo León).

Al menos 20% de descuento
En la compra de joyería.

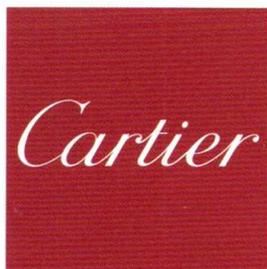
Al menos 15% de descuento
En la compra de relojes.



* Compras realizadas en efectivo o con tarjeta de crédito. Aplican restricciones.

Para hacer válido el beneficio deberá mostrar su Tarjeta de Socio CEO Club. No participan tarjetas corporativas. No aplica en compra de refacciones. No aplica en combinación con otras promociones ni en tiendas El Palacio de Hierro. Consulte términos y condiciones en las boutiques Berger ubicadas en Masaryk (Presidente Masaryk 438, tel. 5281 4122); Centro Comercial Antara (Ejército Nacional 483-B, loc.123, tel. 5280 7959); y Altavista (Altavista 207, locales 2 y 3, tel. 5616 1594).





Atenciones especiales

A los Socios CEO Club.

Las cuales puede conocer al visitar la tienda de Cartier ubicada en Presidente Masaryk 465, Polanco.

Christofle

PARIS

10% de descuento

En compras realizadas en efectivo.

5% de descuento

En compras realizadas con tarjeta de crédito.

Válido en la compra de cualquier producto.

* Estos descuentos aplican en las tiendas Christofle, ubicadas en Galileo 55 (Polanco) y Altavista 94 (San Ángel).



5% de descuento

En la compra de cualquier cocina de las marcas Quetzal, Poggen Pohl o Complex.

* Compras realizadas en efectivo o con tarjeta de crédito. Atención personalizada para el diseño y construcción de las cocinas.

El descuento aplica en las tiendas Quetzal de la República Mexicana.



15% de descuento

En la compra de equipo profesional o residencial de la marca Life Fitness.

Efectuando el pago en efectivo, con cheque o mediante transferencia bancaria.

12% de descuento

En la compra de equipo profesional o residencial de la marca Life Fitness.

Efectuando el pago con tarjeta de crédito Visa, MasterCard o American Express en una sola exhibición (no aplica con promoción de seis meses sin intereses).

10% de descuento

En la compra de una póliza anual de mantenimiento preventivo.

Efectuando el pago en efectivo, con cheque, mediante transferencia bancaria o con tarjeta de crédito en una sola exhibición.

* Estos descuentos aplican exclusivamente en la tienda Life Fitness ubicada en Anatole France 123, Polanco.





Mitchell Gold + Bob Williams

15% de descuento

En la compra de cualquier producto de la marca Mitchell Gold + Bob Williams.

* Compras realizadas en efectivo o con tarjeta de crédito.

El descuento aplica en la tienda ubicada en Anatole France 74, Polanco (entre Emilio Castelar y Masaryk)



rochebobo
PARIS



15% de descuento

En la compra de cualquier producto de la marca Roche Bobois.

* Compras realizadas en efectivo o con tarjeta de crédito.

El descuento aplica en los siguientes establecimientos:

- Periférico Sur 3335, San Jerónimo Lídice.
- Centro Comercial Santa Fe, local 604 piso 3, Santa Fe.
- Presidente Masaryk 506, Polanco.
- Calzada del Valle 113 Oriente, Garza García (Monterrey, Nuevo León).

**.moda
incasa**

W O R L D

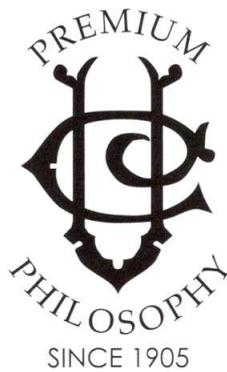
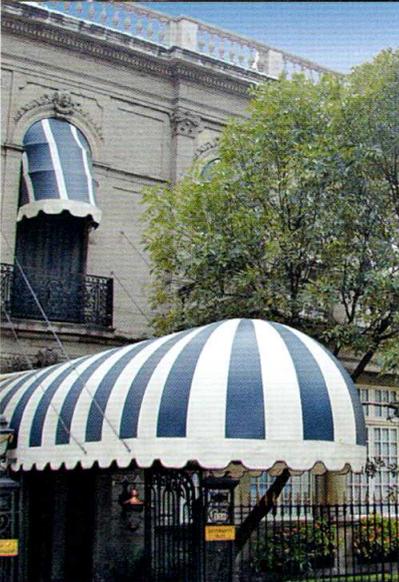
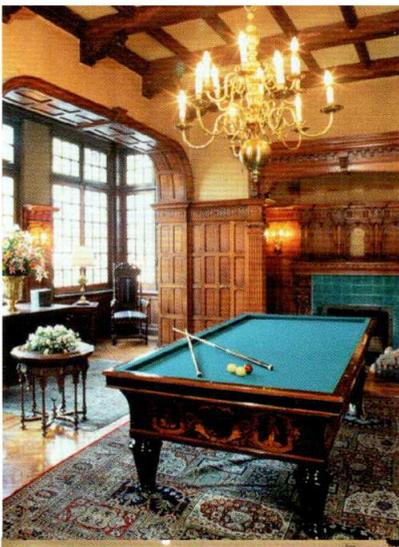
10% de descuento

En compras en efectivo de cualquier producto de la tienda.

5% de descuento

En compras con tarjeta de crédito de cualquier producto de la tienda.





Membresía Especial

University Club de México ha diseñado un esquema de Membresía Especial para los Socios CEO Club. Esta membresía consiste en lo siguiente:

Esquema de Membresía Temporal

Elaborado con la intención de que los Socios CEO Club conozcan y prueben las ventajas de ser un Socio del University Club (UC). El esquema se maneja individualmente, tiene vigencia de 24 meses y otorga el derecho a aprovechar los mismos beneficios que obtienen los socios de UC, los cuales son:

- Posibilidad de disfrutar de las instalaciones y centros de consumo del University Club en sus sedes de Reforma 150, Col. Juárez, y Paseo de Tamarindos 400, P.B., Bosques de las Lomas.
- Precio socio UC tanto en alimentos y bebidas, como en la organización de eventos.
- Acceso a intercambios nacionales e internacionales.
- Invitación a eventos especiales organizados por el University Club.

* Se requerirá el pago de una cuota de admisión no reembolsable (ver esquema de cuotas).

En caso de que posteriormente el Socio CEO Club desee comprar una acción, esta cuota será tomada a cuenta.

* Los Socios CEO Club quedarán sujetos al pago de cuotas de mantenimiento y consumo mínimos exclusivamente diseñados para esta categoría (como se explica en el esquema de cuotas, con un ajuste anual con respecto a la inflación correspondiente).

* Se otorgará un 10% de descuento en las cuotas de mantenimiento mensuales si se efectúa el pago anual por anticipado, cantidad que se abonará a la cuenta del Socio para futuros consumos.

* Todos los pagos por concepto de cuotas y consumos se cargarán automáticamente a la tarjeta de crédito autorizada por el participante, para lo cual se requerirá llenar el formato correspondiente al realizar los trámites de admisión.

* La petición de baja por parte de cualquier miembro deberá notificarse por escrito, con 30 días de anticipación.

* La membresía será personal y no transferible.

* Los Socios CEO Club afiliados a este programa no tendrán derecho a votar en las Asambleas Generales, ni tampoco a formar parte de la Junta Directiva.

* Todos los miembros deberán respetar y cumplir el reglamento interno del UC.

* Para adquirir la calidad de miembro de esta categoría se aplicará el procedimiento de admisión habitual, según los estatutos del University Club.

* Para el inicio de los trámites correspondientes se requiere que cada aspirante llene por duplicado una solicitud de admisión, adjuntando dos fotografías a color tamaño pasaporte. Enseguida deberá entregarse en las oficinas del University Club para que sea valorada por el Comité de Membresías. Posteriormente se citará a cada solicitante para que se presente ante el Comité y, una vez aprobada su admisión por la Junta Directiva, se procederá con los trámites administrativos y pagos de las cuotas correspondientes.

Esquema de cuotas individual

- Cuota única de admisión: 11,500 pesos.
- Cuota de mantenimiento mensual: 995 pesos.
- Consumo mínimo mensual: 575 pesos (cobro trimestral**).

** El cobro trimestral sólo se cubrirá en caso de que no llegue a consumirse la cantidad de 1,725 pesos en un trimestre (o la cantidad que reste para llegar a ese monto). Dichos cargos se realizarán de acuerdo con el corte que a continuación se especifica:

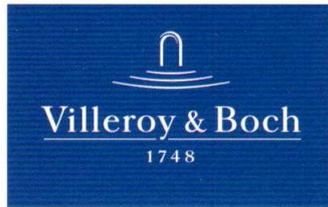
Primer trimestre: enero a marzo.

Segundo trimestre: abril a junio.

Tercer trimestre: julio a septiembre.

Cuarto trimestre: octubre a diciembre.

Al término de la vigencia de la Membresía Temporal, la Empresa Aliada otorgará un precio preferencial a los Socios CEO Club interesados en adquirir una acción del University Club.



10% de descuento

En la compra de cualquier producto Villeroy & Boch en efectivo.

5% de descuento

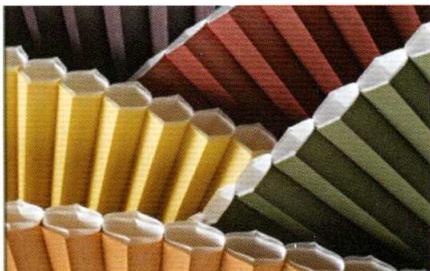
En la compra de cualquier producto Villeroy & Boch con tarjeta de crédito.

* Los descuentos son aplicables en la compras realizadas en la tienda de Explanada 710, esquina Prado Sur, Lomas de Chapultepec.



10% de descuento

Pagando en efectivo los productos de Hunter Douglas, cuando sean adquiridos en la tienda Ventanas Exclusivas (Ejército Nacional 1049, Colonia Irrigación).

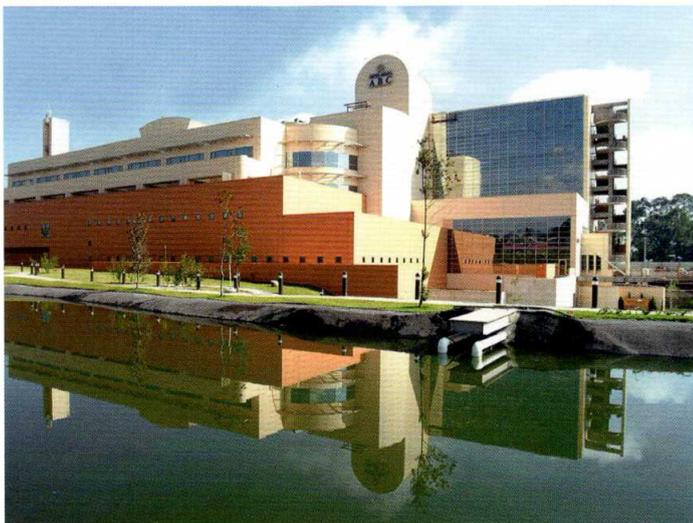


KÖMMERLING®

Te aísla de lo que no te gusta del mundo.

10% de descuento

Pagando en efectivo los productos de Kömmerling, cuando sean adquiridos en la tienda Ventanas Exclusivas (Ejército Nacional 1049, Colonia Irrigación).



10% de descuento

En estudios de check up, tanto para el Socio CEO Club como para su cónyuge.

10% de descuento

En estudios de mamografías.

Ascenso de tipo de habitación

¿Cómo funciona? Cuando se contrate una habitación privada, el ascenso será a una habitación tipo junior suite. Cuando se contrate una junior suite, el ascenso será a una suite. Cuando se contrate una suite, el ascenso será a una habitación presidencial (sujeta a disponibilidad).

* En compras en efectivo y con tarjeta de crédito. Los beneficios se otorgarán en los campus Observatorio y Santa Fe.

RIEDEL

THE WINE GLASS COMPANY



17% de descuento

En la compra de las mejores copas para el consumo de los vinos y destilados.

El descuento también aplica en la compra de productos y servicios de las siguientes marcas:

- EuroCave-Francia (armarios para el enfriamiento y conservación ideal de los vinos)
- Paderno-Italia (equipamiento para la cocina)
- Sambonet-Italia (cubiertos de acero inoxidable o plateados)
- Riedel Ginebra (restaurante y enoteca; tienda de vinos y copas)

* En compras en efectivo o con tarjeta de crédito.

El descuento aplica comprando directamente en la tienda Riedel WineBar de Polanco (Campos Eliseos 199), o bien, llamando al 5280 4825 e identificándose como Socio CEO Club.



Latinoamericana Duty Free

15% de descuento

En la compra de cualquier producto dentro de los establecimientos de LDF ubicados en los aeropuertos de la República Mexicana.

* En compras en efectivo o con tarjeta de crédito.



BGolf

Teaching & Coaching

20% de descuento

Sobre el precio publicado en la contratación de clases privadas de golf.

*Los Socios CEO Club interesados deberán escribir un e-mail para solicitar sus clases y coordinar su agenda: coachmaster@bgolf.com

AVIS

Tarjeta President's Club

Todos los Socios CEO Club recibirán la tarjeta President's Club de Avis con vigencia de un año.

La tarjeta será enviada por este medio al domicilio donde Usted recibe su revista CEO Club.

* Aplican todos los términos y condiciones del Programa President's Club.





evolucion
design

10% de descuento

En la contratación de cualquier servicio de arquitectura, de interiores residenciales, comerciales y de oficinas; diseño de mobiliario y diseño de cocinas.

* El descuento aplica para servicios pagados en efectivo. Para mayor información: tel. 5247 2777, cel. (044 55) 3927 7994, e-mail: info@evol-d.com, página de internet: www.evol-d.com. Contacto: Marlene Tinajer

Phil Kelly

20% de descuento
En la compra de los cuadros
del artista plástico de origen irlandés.



Elena Gómez Toussaint

20% de descuento

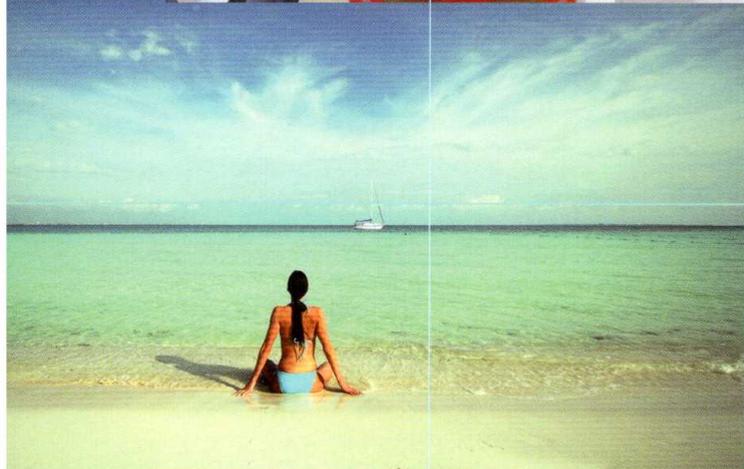
En la compra de los cuadros de esta pintora mexicana, quien estudió en la Escuela de Pintura, Escultura y Grabado "La Esmeralda" de la Ciudad de México, así como en Francia (en la Escuela Nacional de Bellas Artes de Dijon y en la Escuela Nacional Superior de Bellas Artes de París). Su serie más reciente, "Laberintos Urbanos", exhibe la ciudad a partir de la idea de un laberinto, con sus calles y signos.

Privilegios
CEO Club

CONSIDERACIONES ESPECIALES:

- * Los beneficios ofrecidos por las Empresas Aliadas al Programa de Privilegios CEO Club están sujetos a cambios sin previo aviso.
- * Pueden aplicar restricciones de acuerdo con cada Empresa Aliada.
- * Para información adicional sobre el Programa de Privilegios CEO Club, le sugerimos visitar la página web del Club: www.ceoclub.com

LA PLAYA MÁS HERMOSA Y GRANDE DE CANCÚN TIENE LA CATEGORÍA INTERCONTINENTAL



Promoción exclusiva para Ceo Club

Los huéspedes que reserven Habitaciones, Suites o Piso Club recibirán 100 USD de crédito para consumos en el hotel.

Cantidad por habitación por noche. Aplica para Alimentos, Bebidas, Lavandería, Room Service, Teléfono, etc. No aplica para el SPA ni para la Marina. No es acumulable. Válida del 17 de agosto al 20 de diciembre del 2008.

¡Viva la Categoría InterContinental!



PRESIDENTE
INTERCONTINENTAL.
CANCUN RESORT

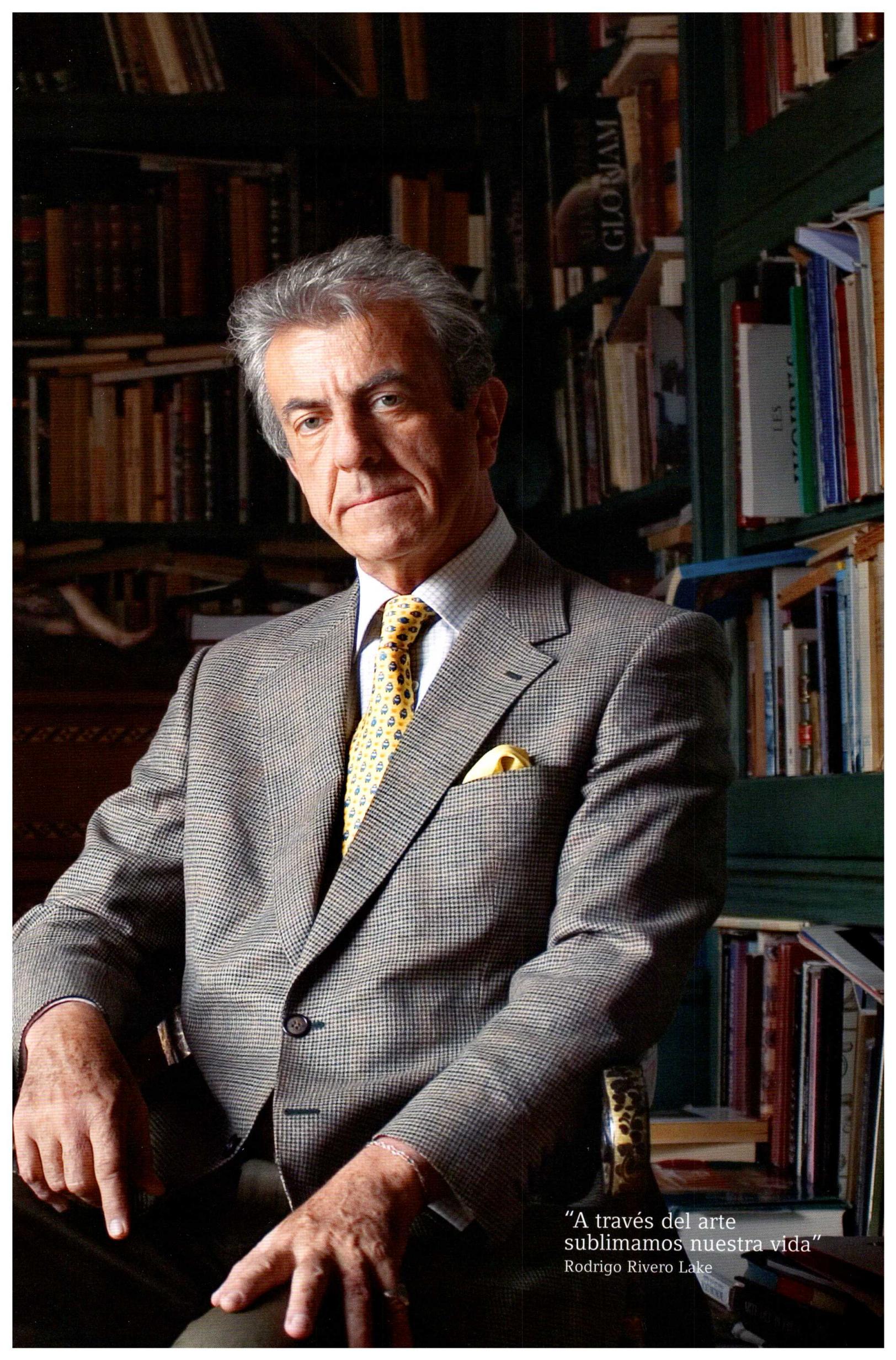
Bldv. Kukulcán km 7.5, Zona Hotelera Tel.: (52) 998 848 8700
e-mail: cunhc-resvn@interconti.com www.intercontinental.com/cancun

“Los objetos tienen magia, vida propia”

EL ANTICUARIO RODRIGO RIVERO LAKE NOS COMPARTE OCHO ANÉCDOTAS SOBRE ARTE Y REVELA ALGUNOS CONSEJOS PARA ADQUIRIR ANTIGÜEDADES

POR MARÍA JOSEFA CAÑAL
FOTOGRAFÍAS FEDERICO GAMA

“EL HOMBRE POSEE en la vida solamente aquello que utiliza”, se lee en el epitafio de una tumba cerca de Capri, en el Mediterráneo. Para Rodrigo Rivero Lake esta filosofía es una forma de vida. Por eso, cuando alguien quiere comprar un platón de porcelana china, por ejemplo, lo busca en su cocina. “Todo lo uso. Recuerdo que cuando era niño había un exhibidor lleno de copas finas en casa de mis abuelos. No las podíamos tocar; hasta les habían dejado las etiquetas. Nunca pudimos disfrutarlas porque hubo un temblor y se rompieron todas”, recuerda este abogado, autor de *La visión de un anticuario*, presidente del Patronato de Arte Sacro en la ciudad de México y uno de los coleccionistas de arte más reconocidos del país, para quien los objetos tienen vida, dan fe del refinamiento del hombre y hablan de nuestra estirpe.



"A través del arte
sublimamos nuestra vida"
Rodrigo Rivero Lake

1. EL RÉCORD DE UN ARTISTA VIVO

Rodrigo recuerda que el gusto actual por el arte contemporáneo se hizo patente cuando, en una reciente subasta, el cuadro *Benefits Supervisor Sleeping* (1995), del pintor realista británico Lucian Freud, se vendió en 33.6 millones de dólares, un récord para la obra de un artista vivo. La mujer gorda del cuadro, en opinión de Rivero Lake, busca ridiculizarnos, que nos demos cuenta de lo grotescos que somos. "Ahora no se necesita ser mejor persona, sino tener más cosas. El hombre se ha despersonalizado y es muchas veces un mero adquirente de fortuna."

"El nihilismo actual es fruto de la poca cultura, del escaso deseo de leer y superarse. Todo esto se combina y lleva a una carencia de compromiso con la historia del hombre que se manifiesta incluso en las casas. El minimalismo es agradable pero no necesario. Creo que, en cualquier espacio moderno, una pieza antigua puede darnos cierta identidad, convertirse en una presencia de nuestra estirpe, de nuestra cultura", señala este anticuario de fama internacional.

2. LA MODA POR LO CONTEMPORÁNEO

Rodeado de objetos bellos, cajitas, una banca del siglo XVIII, cuadros, espejos, esculturas, libros y demás, el entrevistado está convencido de que la moda de comprar arte contemporáneo se debe a que es lo único que mucha gente conoce. "Hay quienes adquieren un objeto caro en una subasta sólo para justificar su estatus; son, parafraseando a Andy Warhol, sus 15 minutos de fama. No obstante, cualquiera puede tener acceso a cosas bellas, pues el hecho de que una pieza sea más significativa que otra depende del gusto personal, de lo que ese objeto le diga a cada uno".

En concordancia con lo anterior, uno de sus objetos más preciados no tiene un valor monetario. Es una pequeña piedra que extrajo de las pirámides de Egipto, que con frecuencia ("menos de lo que quisiera") se guarda en la boca cuando no quiere hablar.

DE IZQUIERDA A DERECHA:

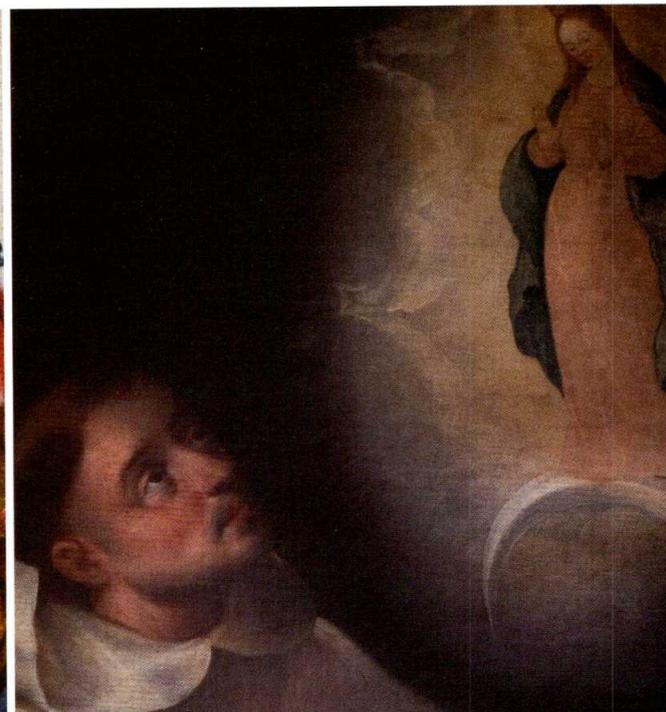
1) VIRGEN DE GUADALUPE (ÓLEO SOBRE TELA). EN LA BASE, EL ÁGUILA NACIONAL, LA VÍBORA Y EL NOPAL, CON LA CORONA ESPAÑOLA QUE TIENE LA ESTRELLA DEL NORTE

2) DESCUBIERTO POR RIVERO LAKE EN UNA MALA CATALOGACIÓN DE UNA SUBASTA EN NUEVA YORK (SE LE CONSIDERÓ UNA PINTURA ESPAÑOLA), ESTE ÓLEO DE LUIS JUÁREZ (S. XVII) PRESENTA A UN FRAILE MERCEDARIO

3) SECRETER VIRREINAL PINTADA CON ESCENAS RELATIVAS A LAS CIENCIAS (DETALLE, SIGLO XVIII)

3. OBJETOS CON MEMORIA

El arte siempre ha sido la forma de mitigar sus penas ante las angustias de la vida, un reflejo de su refinamiento, de su intento por acercarse a Dios y de crear todo aquello que le da la posibilidad de mejorar, señala este coleccionista incansable quien siempre ha tenido la idea de que en las Cuevas de Altamira (ubicadas en la costa septentrional de España) a lo mejor lo importante no eran las pinturas, sino las piedras del suelo, cuya disposición se refería al cosmos, quizá, o se trataba de recuerdos que esa gente traía del otro lado del mundo.



“Los objetos tienen vida propia, magia que les ha permitido sobrevivir a la destrucción de los hombres. Compré mucho en Camboya y en Vietnam en tiempos de la guerra. Cuando llegaban las cajas con Budas, había una vibración en este cuarto. Hace tiempo, cuando tuve colgada aquí en mi casa una pintura del sambenito de la inquisición –que ahora se exhibe en el Museo Nacional de Arte– se cayó tres veces, y el cuadro y la cuerda estaban intactos”.

4. HALLAZGOS MEXICANOS QUE VALEN ORO

Apasionado del arte de nuestro país, Rivero Lake se ha dedicado a repatriar obras de mexicanos, como hizo con la de Ángel Zárraga (1886-1946) en un momento en que pocos lo conocían. Nos cuenta cómo este pintor trabajó con Joaquín Sorolla (1863-1923) en España y viajó a Francia donde realizó grandes trabajos. Tras regresar a México, en los años 30, murió sin ayuda después de la guerra y su obra se perdió. “Yo compraba sus cuadros en Europa por 1,500 o 2 mil dólares, luego los vendí en 6 mil u 8 mil, y tiempo después se cotizaron en 180 mil dólares”.

Otro de sus hallazgos fue la obra de Jesús “Chucho” Reyes Ferreira (1880-1977), un maestro del color y de las luces, apasionado de las antigüedades. Rivero Lake adquirió más de 120 de sus piezas y vendió una fracción a la Fundación Cuervo y formará parte de un museo que construirá Frank O. Gehry en Tequila, Jalisco. “Los precios de su obra se irán para arriba; ya existen muchas falsificaciones en el mercado porque se incrementó la demanda”.

5. LOS VERICUETOS DEL ARTE NACIONAL

Rivero Lake también planea repatriar *La Plaza Mayor de México*, un cuadro anónimo de 1785, donde “se ve a un grupo de militares vestidos de prusianos, con el virrey, llegando a caballo antes de la Independencia de México”. ¿Otro de sus hallazgos? Un enconchado, único que es biombo de los 38 juegos que existen, patrocinado por el virrey José de Sarmiento y Valladares, marqués de Moctezuma, y que este experto en virreinato de la Nueva España ha importado un par de veces a ver si existía interés, “pero no ha sido así”.

Adquirir obra hecha por mexicanos puede resultar complicado. A decir de Rivero Lake, “cuando recién inició la fascinación por nuestra pintura, su precio aumentó muchísimo. De repente, se les ocurrió nombrar a Diego Rivera patrimonio cultural del país, y en ese momento dejó de ser una buena inversión: su obra ha subido 6% en los últimos 20 años. Muchos han optado por comprar arte contemporáneo”.

¿CÓMO COMPRAR ANTIGÜEDADES?

El buen ejemplo de quienes compran arte :

- La Sociedad de Pensionistas Ferrocarrileros de Inglaterra costea los pagos a sus asociados a través de inversiones en antigüedades y arte; es uno de los más grandes compradores de subastas en Gran Bretaña.
- Otra importante firma inglesa decidió vender todos los cuadros del paisajista romántico William Turner para comprar arte contemporáneo chino, esperando que se dispare su precio en el futuro.

Precauciones que debe tomar contra los falsificadores:

- Cuando se adquiere una pieza barata, es probable que no tenga garantía de autenticidad, advierte el coleccionista.
- El vendedor debe garantizar la autenticidad de la pieza, conocer su historia y avalar su legitimidad. “Hace dos décadas, después de dedicarme durante 12 años al arte chino, compré un bol que creí que era imperial. Gasté más de 30 mil dólares y, al desempaclarlo, me di cuenta de que era falso. Fue tal el golpe a mi ego que dejé la porcelana china. Con un buen anticuario hubiera tenido garantía”.

Apuesta antes que nada por su gusto personal

- Rivero Lake recomienda, antes que nada, buscar un anticuario de confianza, alguien que también le vaya compartiendo su conocimiento.
- Nuestro entrevistado subraya que el camino a seguir lo dará la curiosidad, ir a los museos, leer o tener la percepción para saber qué pieza nos gusta: “Conozco un japonés con una sensibilidad maravillosa que saca de los basureros de México juguetes del siglo XIX y XX, y ha formado una colección mundialmente famosa. Lo importante es hallar una pieza que transmita la grandeza del hombre”.





DE IZQUIERDA A DERECHA:

1) BIOMBO NOVOHISPANO NAMBAN SOBRE LAS BATALLAS DE ALEJANDRO FARNESIO, VICTORIOSO EN LEPANTO. HECHO EN MÉXICO POR JAPONESES (1690)

2) DE MANUFACTURA ORIENTAL, ESTA TALLA EN MARFIL FUE TRAÍDA A MÉXICO POR LA NAO DE CHINA DESDE FILIPINAS (SIGLO XVII)

6. SU AMOR POR LA INDIA

Para quien desee seguir las huellas de este anticuario, basta visitar el Hotel Marriott de la ciudad de México, cuya puerta de entrada importó de la India, al igual que una mesa, las ollas y los molcajetes de granito del comedor del Club de Industriales.

Rivero Lake fue pionero al traer a México elementos de construcción de la India, hace ya 30 años. En su almacén pueden hallarse fachadas de piedra de palacios o la entrada a una ciudad hindú de fines del siglo XV. Como si fuera un presagio, hace poco compró más de 30 paneles de madera de cuatro metros de alto, provenientes de las tribus nagar [entre India y Birmania], comunidades que fueron destruidas por el paso de tifones. "Son obras maravillosas que pueden encajar en una oficina o casa de cualquier tipo, clásica o contemporánea. Son puertas elaboradas con teka blanca que han estado a la intemperie por más de 200 años y que se revalorarán, sobre todo porque esos pueblos han empezado a desaparecer".

7. AL RESCATE DE LOS TESOROS DE LA SIERRA

"Somos un mundo destructor. Ahora no nos damos cuenta de lo que ocurre con la cantidad de iglesias abandonadas en la sierra, donde existe mucho saqueo, pues pueblos enteros se están volviendo protestantes y ya no quieren tener contacto con ninguna figura religiosa", apunta un preocupado Rodrigo, quien sostiene que un anticuario también debe preservar, no sólo hacer negocio.

Su afán de conservar nuestro patrimonio lo llevó a ser uno de los fundadores de *Adopta una obra de arte*, asociación civil que ha restaurado iglesias enteras para salvarlas de la destrucción. "Hemos visto cómo en pueblitos todos tristes, después de que restauramos su iglesia, la gente empieza a sentirse orgullosa y quiere saber cómo hacerle para que su casa se vea igual de bonita. Se achula todo el pueblo a partir de ahí".

8. SUS PRÓXIMOS PROYECTOS

Hoy este buscador de tesoros se encuentra reuniendo las piezas que, a partir de su libro *El arte namban en el México virreinal* y en colaboración con el Museo del Tabaco y la Sal, formarán parte de la exposición sobre la llegada de los japoneses a México en los siglos XVI al XIX. En ella, a partir de su propia colección, el también historiador e investigador se aventura a explorar un tema "único, apasionante y poco conocido: la historia común entre Asia y México", para demostrarnos que, finalmente, los objetos nos hermanan con nuestros antepasados y nos ayudan a encontrar un nuevo sentido a nuestro paso por este mundo. *

Entre los objetos
preciados del
anticuario está una
pequeña piedra de las
pirámides de Egipto



LO QUE SEA, A DONDE SEA

UPS es la compañía de transporte express más grande del mundo. Contamos con un respaldo de 100 años de servicio y el portafolio más amplio de soluciones de envío. Ya sea en envíos de paquetería o mensajería nacional e internacional, o en envíos de carga internacional, puede estar seguro que con UPS su negocio llegará más lejos.

Para obtener más información acerca de nuestros servicios, por favor comuníquese con nuestro Centro Telefónico de Atención al Cliente al 52 28 79 00 y desde el interior al 01 800 90 292 00 ó visite nuestra página web en www.ups.com



Llegue más lejos

¿QUIERE JUGAR BIEN?

EMPIECE POR DISFRUTAR SU JUEGO TAL COMO ES Y PROYECTE PENSAMIENTOS QUE LE ACERQUEN A LO QUE QUIERE

POR VINNY RIVIELLO KERNION

AL FINAL, AHÍ ESTABA ALEXA. Se encontraba sentada; se veía un poco cansada. No era para menos: recién había concluido una larga jornada de práctica que incluía golf, yoga, pesas y natación, con miles de metros de brazadas en distintos estilos de por medio.

Habían sido meses y meses de entrenamiento continuo con el objetivo de ganar unas yardas. Pero su expresión, al final, mostraba desilusión. Fue entonces, cuando la vi a punto de tirar la toalla, que le dije: "Tu juego no mejora por una razón: No es que te falten 20 yardas. Es porque crees que te falta algo".

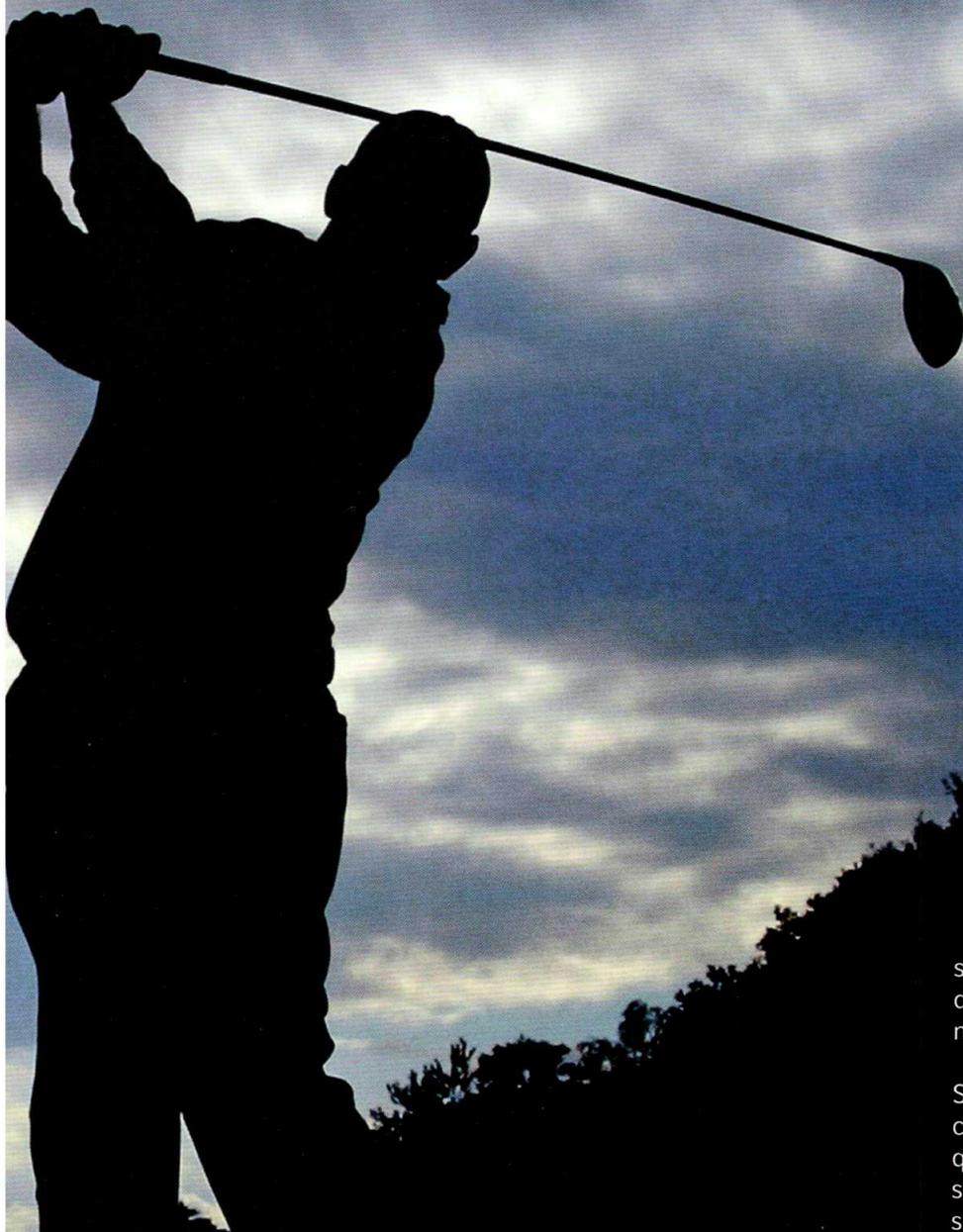
Lo que le sucedió a Alexa es más común de lo que imaginamos. Después de mucho tiempo y esfuerzo, nuestro desempeño en el campo de juego puede no traducirse en alcanzar lo que queremos.

¿Por qué Alexa no había llegado más lejos, si las actividades paralelas a su entrenamiento eran las correctas? ¿Por qué no mejoraba su juego si nunca faltaba a sus prácticas, si cada día nadaba más y si era disciplinada en su rutina de pesas? ¿Por qué no alcanzaba su meta si incluso su fluidez en el yoga era y sigue siendo notoria? ¿Por qué?

Las respuestas pueden tener muchas variantes, pero todas convergen en una razón central: el golf es sumamente mental, y una cadena de pensamientos mal dirigidos puede —como se observa en este caso— bloquear todo el progreso que debería ser visible gracias a la práctica constante.

¿Qué hay que hacer? Lo primero, dejar de obsesionarnos y, en el caso de Alexa, eliminar esa fijación por unas cuantas yardas. Al invertir tanto tiempo en tratar de erradicar lo que para ella es un error, en realidad está mandando el mensaje incorrecto a su juego. Si todo el tiempo está haciendo lo posible por cambiar lo que hace, lo único que reafirma es que no tiene el oficio para lograr los scores que quiere ver en su tarjeta.

¿Qué debería decir el manual de instrucciones de Alexa para estos casos? Primero, que siga una nueva estrategia que le devuelva la confianza a su juego. ¿Cómo? Logrando los scores que quiere, sin recordar su debilidad.



Esto quiere decir que tendrá que buscar otros recursos para lograrlo. De entrada, deberá decir sí a un entrenamiento físico completo, aunque negándose a cientos de bolas y practicando una técnica que prometa más yardas. También deberá desistir de los viejos pensamientos de sus prácticas, cuando deseaba que hubiera un ingrediente secreto en el cereal de esa mañana para, por fin, tirar drives más largos que los de Lorena Ochoa.

Hoy Alexa es otra: toma en cuenta otras áreas de su juego que tenía olvidadas y –lo más importante– comienza a reconocer que ya tiene lo que se necesita. En un principio le resultó algo catastrófico imaginarse que obtenía su score gracias al approach y putt. Pero poco a poco la idea de ser una erudita sobre el green le parece más atractiva. Si usted está en una situación similar, haga lo que Alexa. Y una vez que mejore sus números, gracias a la confianza inyectada en su juego, regre-

se a su dolor de cabeza. Tal vez entonces se dé cuenta de que ese problema en realidad no es esencial para disfrutar el juego.

Seguramente existen muchos golfistas que comparten las experiencias de Alexa. ¿O a quién no le haría sentir bien que su bola saliera como si fuera tirada por un profesional de la PGA? Pero para acercarnos a esos niveles debemos empezar aceptando nuestros talentos tal cual son, buscando habilidades con potencial para desarrollar.

¿Quiere jugar bien? Empezar por disfrutar su juego tal como es. Proyecte pensamientos que le acerquen a lo que quiere. Piense: “Si lo quiero, es porque lo tengo y lo sé hacer”. ✱

VINNY RIVIELLO KERNION

ES UNA RECONOCIDA JUGADORA Y MAESTRA DE GOLF
A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL
BGOLF CO-FOUNDER & COACH MASTER

CLASES E INFORMES

EN LA LÍNEA BGOLF: 2167 3202
COACHMASTER@BGOLF.COM
WWW.BGOLF.COM

A person wearing white pants is performing a yoga pose on a wooden deck. They are standing on one leg with the other leg raised and bent at the knee, resting their foot on their standing leg. The background shows a pool of water and some greenery under a clear sky.

EL PRIMER PASO PARA EL CAMBIO

EL YOGA NO SE LIMITA A UNA PRÁCTICA ENCIMA DE UN TAPETE. USTED PUEDE LLEVAR SUS ENSEÑANZAS A SU OFICINA, PUES LO ARMONIZA CON SU EQUIPO DE TRABAJO, LO AYUDA A BUSCAR SU BENEFICIO Y EL DE LOS DEMÁS, Y LO MOTIVA A SER MÁS TOLERANTE

POR VINNY RIVIELLO KERNION
FOTO LATINSTOCK MÉXICO

IMAGINE UN SITIO lleno de calma, armonía, paz y –todavía mejor– donde las cosas fluyen como usted decide o desea. Quizás sea difícil de hallar en el mundo moderno. Tal vez se encuentra muy cerca y se escapa a sus sentidos. Tan cerca... que está dentro de usted.

¿Qué es el yoga? El yoga es cuando usted entra en unión consigo. El origen de la palabra se remonta al sánscrito, donde *yug* significa unión. Así, su significado hace total sentido, pues la disciplina que hoy se practica establece una unión, un puente de regreso hacia su ser interno. Lo mejor es que con el yoga cultiva su despertar, su verdadera naturaleza.

Esa unión o conexión con usted mismo le permitirá ser completo y auténtico, y bastará que sea usted mismo para abandonar cualquier preconcepción que tenga de su persona. Lo mejor es que esa unión es apenas el primero de los maravillosos pasos que ofrece el universo para conectarse con energías supremas y con el infinito. ¿Suenan bien?

¿Por dónde empezamos?

Lo primero es vivir en el presente. ¿Por qué? Porque para 'estar' con uno mismo se debe estar en el aquí y el ahora, ¿cierto? Haga un sencillo ejercicio: piense cómo era usted hace un año. ¿Cómo era en el trabajo, en la familia, con sus amigos? Pues esa persona ya no es usted hoy.



SEPTIEMBRE 2008



México

Centro Comercial Santa Fe

La práctica de las posturas permite liberar ciertas obstrucciones, patrones y hábitos anclados en el cuerpo. Con ellas fluye la fuerza vital que nos ayuda a liberarnos

Un principio básico es identificarse con la realidad tal cual es, sin cambiar los nombres. Por ejemplo: la realidad indica que usted lee esta revista. Su atención y conciencia están dirigidas en esta dirección, interpretando lo que tiene enfrente.

Mediante diversos medios y técnicas, el yoga es capaz de llevar la mente al momento actual. De esta forma, donde está la mente está la energía, y donde conviven mente y energía está usted.

LAS POSTURAS

De entre todas las aproximaciones al yoga que existen en la actualidad, la más conocida son las asanas o posturas. Su reconocimiento mundial se debe a que no se centran en qué tan sensible puede ser en una postura, sino en qué tan involucrado se encuentra con su práctica.

Así, a través del cuerpo y el yoga:

- Fomentamos que nuestras acciones incluyan a nuestro ser. ¿Quién es nuestro ser? Ese gran sabio interno que da sustancia a nuestras acciones
- Ganamos terreno –poco a poco– a la inconciencia o ignorancia
- Nos volvemos seres plenos y conscientes, con acceso a las grandes fuentes de energía que circulan en un cuerpo sano, vehículo de una mente ilimitada

La práctica de las posturas permite liberar ciertas obstrucciones, patrones y hábitos anclados en el cuerpo. Con ellas hacemos fluir el prana (fuerza vital) por el cuerpo, que ayuda a liberarnos.

El yoga no se limita a una práctica encima de un tapete. Usted puede llevar su práctica a la vida diaria como parte de su despertar. Si está sumergido en el trabajo, el yoga puede permear en lo que hace, pues:

1. Lo sincroniza con el flujo del universo. Si su universo en estos momentos es la oficina, ponga atención a ese flujo. Si su universo es el hogar, céntrese en ese proceso. Si su universo es cualquier otra esfera de acción, siga el mismo procedimiento. La sincronización sucede naturalmente –no se fuerza–; sólo hay que conectar con uno mismo
2. Armoniza a su equipo de trabajo
3. Tiene una intención pura y clara
4. Busca su beneficio y el de los demás
5. En caso necesario, el yoga es capaz de promover la tolerancia

En muchas ocasiones, mis alumnos me comentan lo que hacen en su trabajo y la pasión que pueden llegar a imprimirle. Al estar completamente involucrados en algo, están en conexión.

Y si a esa unión se le suman los cinco puntos arriba mencionados, entonces entraremos en un ritmo de transformación donde lo que uno hace afuera se armoniza con lo que está sucediendo adentro. ★

VINNY RIVIELLO KERNION
ES MAESTRA CERTIFICADA
POR YOGA ALLIANCE
CLASES PRIVADAS Y GRUPALES
VINNY.RIVIELLO@PRANAYOGAMEXICO.COM
WWW.PRANAYOGAMEXICO.COM





Existe una sensación entre todas las sensaciones, aquella que consiste en inhalar y exhalar haciéndolo perfectamente presente ante el pensamiento... Es por esto que todo aquel que permanece observando el cuerpo en el cuerpo, activa e intensamente, con discernimiento y atención consciente, aparta de sí los estados de deseo aferrado y los de malestar y pesar que provoca el mundo.

– Majjhima-nikāya III. 78-88



PranaYoga

Clases de Yoga privadas: individuales o en grupo
vinny.riviello@pranayogamexico.com

www.pranayogamexico.com



PARA PALADARES DE ALCURNIA

EN UN EXCLUSIVO RESTAURANTE INGLÉS SE SIRVE UN PAY QUE SÓLO LOS EXCÉNTRICOS SE ATREVEN A PROBAR. ¿LA RAZÓN? CADA REBANADA ALCANZA LOS ¡1,994 DÓLARES!

POR JOSÉ ÁNGEL VALENTÍN
ILUSTRACIÓN FRANCISCO SOLORIO

CUANDO ALGO ES demasiado caro, hay razones de fondo que, además de explicar este costo, nos hacen comprenderlo. El restaurante Fence Gate Inn, situado en Burnley (Inglaterra), ofrece entre sus variados platillos uno que se distingue por encima de todos no sólo por su exquisito sabor, sino en especial por su precio: ¡15,940 dólares!

Entre la lista de ingredientes que dan vida a este pay se encuentran los siguientes:

Hongos matsutake, traídos desde China y recolectados sólo en el verano. Los más frescos y de mayor calidad alcanzan los 320 dólares por kilo en el mercado de Deqin, China. En Japón triplican ese precio.

Trufa negra. Las antiguas culturas egipcia, griega y romana ya la apreciaban. Es cara por las particulares condiciones geográficas, climáticas y geológicas que se necesitan para su cultivo.

2.5 kilos de filete wag yu de ternera. Esta carne contiene únicamente 2% de materia grasa y literalmente se derrite en la boca.

Cuatro paquetes de hoja de oro. Aunque no tiene ningún valor nutricional, el simbolismo que representa el ingerir un material precioso le confiere al platillo un toque de exclusividad.

Dos botellas de champaña Louis Roeder. Es la casa más antigua de este producto. Hacia 1909, el penúltimo zar ruso, Nicolás II, la nombró como el proveedor oficial de la Corte Imperial de Rusia.

Dos botellas de Château Mouton Rothschild 1982, un vino de leyenda con una producción limitada.

El platillo incluye, además, huevos, chalotes, harina y hierbas frescas de primera calidad. ¿Alguna duda respecto al porqué de este oneroso manjar? ★

De nueva cuenta ¡lo vamos a sorprender!



Membresía BP

Membresía BP es la única cuenta que premia su saldo con un sorteo exclusivo de un **Mercedes-Benz C280 - 2009**

¡Este es el momento de incrementar su saldo promedio y aprovechar su **Membresía BP!**



La foto del automóvil que se muestra es ilustrativa

Si su saldo promedio es de:	Usted recibe
\$14,999.99	0 Participaciones
\$15,000.00	1 Participación
\$34,999.99	1 Participación
\$35,000.00	2 Participaciones
\$45,000.00	3 Participaciones

El sorteo se realizará el 14 de octubre de 2008.

Participe desde \$15,000.00 de saldo promedio mensual y además a partir de \$35,000.00 Usted recibirá 1 participación por cada \$15,000.00

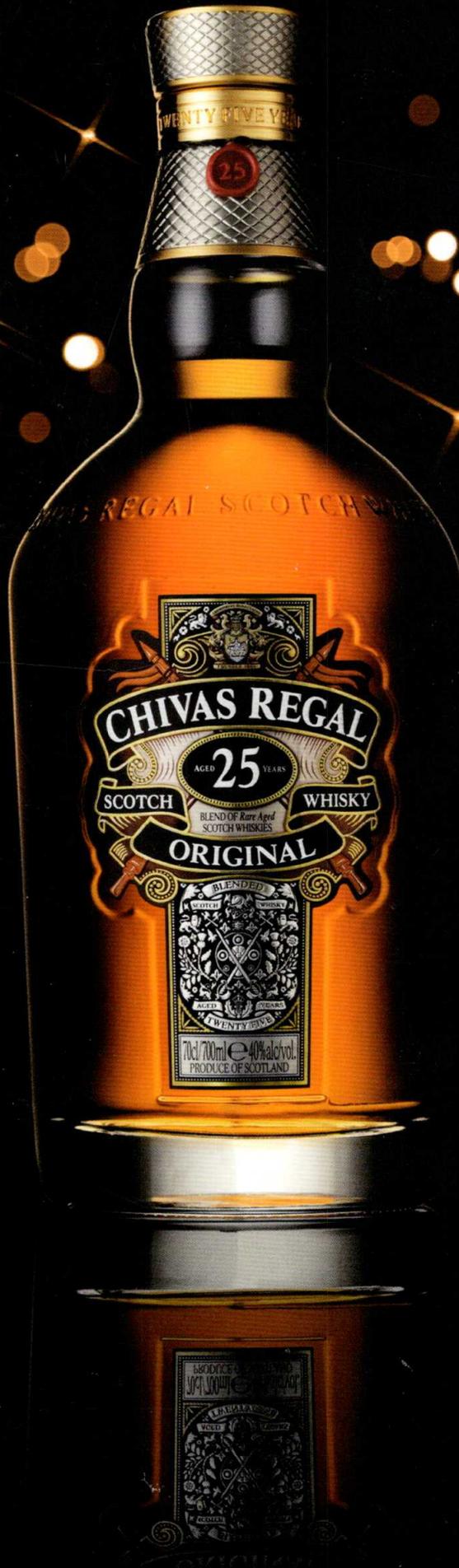
Banca Privada

Permiso SEGOB 200896327550. Promoción válida del 1 de agosto al 30 de septiembre de 2008. Participan clientes de la Membresía BP. Por cada \$15,000.00 de saldo promedio mensual reciben una oportunidad de ganar, según muestra la tabla de la parte superior. El sorteo se llevará a cabo el día 14 de octubre de 2008, a las 9 hrs., en el Auditorio de Centro Bancomer, ubicado en Av. Universidad 1200, Col. Xoco, C.P. 03339, México, D.F. El acceso es libre y gratuito. La difusión es a través de impresos en sucursales y estados de cuenta de los clientes. La publicación del ganador se realizará el día 17 de octubre de 2008 en los periódicos "El Sol de México" y "El Universal". El ganador tiene 20 días hábiles a partir de la fecha del sorteo para recoger su premio. El valor del automóvil es de \$443,445.00. Responsable: Lic. Jesús Navarrio Ornelas.

Si desea conocer cuántas participaciones generó durante el mes, puede consultarlas a través de Línea Bancomer llamando al teléfono 5226 26 63 o al 01800 22602663 o si Usted lo prefiere, consulte a su Banquero Privado a partir del 02 de septiembre. La información sobre condiciones de contratación, tarifas y cuotas se encuentra disponible en www.bancomer.com.mx/patrimonial/index.html o con su Banquero Privado.

Membresía BP está disponible en toda la República Mexicana.

THE CHIVAS REGAL OF WHISKIES



EVITE EL EXCE
SSA 073300209422
www.alcoholinformate.org.r